



Høgskulen  
på Vestlandet

# MASTEROPPGAVE

Inkubatorbedrifter i ulike geografiske kontekster – en kvalitativ undersøkelse av særtrekk i innovasjonspraksis blant oppstartsbedrifter i urbane og rurale områder

Incubator start-ups in different geographical contexts – a qualitative study on the characteristics of innovation practises among start-ups in urban and rural areas

**Jørgen Dybdahl og Mats Kleppe**

Masterprogram Innovasjon og Entreprenørskap

Fakultet for ingeniør- og naturvitenskap

Mohnsenteret for innovasjon og regional utvikling

Veileder: Øystein Stavø Høvig

Bergen 02.06.20

Jeg bekrefter at arbeidet er selvstendig utarbeidet, og at referanser/kildehenvisninger til alle

kilder som er brukt i arbeidet er oppgitt, jf. Forskrift om studium og eksamen ved Høgskulen på Vestlandet, § 12-1.



## **Abstract**

In this study we have examined what characterizes innovation practices for start-ups in urban and rural regions. We have also examined what type of characteristics the incubators in these regions have, and whether they can be better aligned to capture different characteristics of innovation practices in different geographical contexts. We argue that incubator research has to a lesser extent assumed that geography has an impact on how companies innovate, which will be the focus in this thesis. The topic is chosen due to a growing interest for incubators and start-ups in incubation. We have also been associated with an urban incubator for the past year, with our own start-up. We observed how different start-ups worked in the incubator and how they used the services the incubator offered them. We have chosen VIS Nyskapingsparken and Industriutvikling Vest as the case for this exploratory embedded case study.

To examine what characterizes innovation practices in start-ups, and how incubators are arranged in these two different contexts, we have based the theory on incubators as well as the theory of geographical variation in innovation processes. To assess what characterizes the start-ups and the incubators, we have conducted interviews with different people about their knowledge base, networks, geographical orientation, and their mode of innovation.

In this study, we have found that the characteristics of start-ups in an urban incubator, is that they mainly have an analytical knowledge base, versus a synthetic knowledge base in the rural incubator. In the rural incubators, the start-ups were also more closely linked to the region through customer/supplier relations. Another difference was that personal networks was more important for start-ups in the rural incubator, for their continued commitment, compared to the start-ups in the urban incubator. Another finding is that the urban incubator is more closely associated with academia and R&D environment. Our conclusion in this study, is that our findings can have implications for the incubator theory, as well as for the development of the incubator tool. We argue that an incubator must adapt to the innovation barriers start-ups can face in their region and focus on solving these barriers in their further development.



## Sammendrag

I denne studien har vi undersøkt hva som kjennetegner innovasjonspraksis i oppstartsbedrifter i urbane og rurale regioner. Vi har også undersøkt hvilke særtrekk inkubatorer har i disse to ulike kontekstene, og om de kan innrettes på en bedre måte for å fange opp ulike særtrekk i innovasjonspraksis i ulike geografiske kontekster. Vi argumenterer for at inkubatorforskning i mindre grad har tatt inn over seg at geografi har en påvirkning på hvordan bedrifter innoverer, og ønsker i denne masteroppgaven å sette fokus på dette. Bakgrunnen for at vi har valgt dette temaet har vært en gryende interesse for inkubatorer og oppstartsbedrifter som sitter i inkubasjon. Vi har vært tilknyttet en urban inkubator det siste året, med en oppstartsbedrift og i inkubatoren observerte vi hvordan ulike bedrifter jobbet og hvordan de benyttet seg av de tjenestene inkubatoren tilbydde dem. Vi har valgt VIS Nyskapingsparken og Industriutvikling Vest AS som case for denne eksplorative innebygde casestudien.

For å undersøke hva som kjennetegner innovasjonspraksis hos oppstartsbedrifter, og hvordan inkubatorer er innrettet i disse to ulike kontekstene har vi tatt utgangspunkt i teori rundt inkubatorer samt teori om geografisk variasjon i innovasjonsprosesser. For å vurdere hva som kjennetegner bedriftene og inkubatorene har vi gjennomført intervjuer med ulike personer, rundt deres kunnskap, deres nettverk, deres geografiske tankegang og deres innovasjonsmodus.

Vi har i denne studien funnet at særtrekk ved bedrifter i en urban inkubator, er at de har i hovedsak en analytisk kunnskapsbase mot en syntetisk kunnskapsbase i den rurale inkubatoren. Hos den rurale inkubatoren var bedriftene også i større grad knyttet til regionen gjennom kunde/leverandør-forhold. En annen forskjell var at personlige nettverk betydde mer for bedriftenes videre satsing hos den rurale inkubatoren, sammenlignet med den urbane inkubatoren. Et annet funn er at den urbane inkubatoren er tettere tilknyttet akademia og FoU-miljø. Vi avslutter denne oppgaven med å peke på hvilke implikasjoner funnene våre har for teori, samt for utvikling av inkubatorvirkemiddelet. Vi argumenterer for at en inkubator må tilpasse seg etter hvilke innovasjonsbarrierer bedriftene i regionen kan møte, og fokusere på å motvirke disse barrierene i utviklingen av inkubatoren.



## Forord

Denne oppgaven er et resultat av fem måneder preget av ny kunnskap og nye erfaringer rundt et tema som vi synes er svært interessant, og markerer slutten av vår mastergrad innen innovasjon og entreprenørskap ved Høgskulen på Vestlandet.

Vi vil rette en stor takk til vår veileder, førsteamanuensis Øystein Stavø Høvig ved Høgskulen på Vestlandet. Takk for at du alltid har vært så tilgjengelig, engasjert, støttende og positiv – det har vi satt stor pris på!

Vi vil også takke alle informanter som har hjulpet oss på veien. Deres vilje til å sette av både tid, og til å dele kunnskap med oss, har vært helt avgjørende for vår studie. Også takk til VIS Nyskapingsparken og Industriutvikling Vest AS, som lot oss komme inn i deres inkubator, og snakke med oppstartsbedrifter hos dem. En spesiell takk til VIS Nyskapingsparken hvor vi har sittet og arbeidet med oppgaven. Her kunne vi ta oss en kaffekopp og slå av en prat med ansatte og oppstartsbedrifter for å koble litt ut.

Med tanke på at koronapandemien kom til Norge halvveis i masterskrivingen, er vi glade for at vi har klart å fullføre masteroppgaven med de ekstra tiltakene som pandemien førte med seg. Det har gjort det litt mer tungvint å samle inn data, og få tak i litteratur til oppgaven, men vi har klart å holde motet oppe i hele perioden.

Gjennom masterprogrammet har vi blitt en del av et felleskap av studenter som løfter hverandre opp og frem, noe som har gjort siste innspurt til en svært positiv opplevelse. Videre vil vi også takke venner og familie, som har bidratt med moralsk støtte gjennom denne prosessen. Sist, men ikke minst, er vi takknemlige for at vi to gjennom hele denne perioden har arbeidet fint sammen, med en god tone, og at vi nå kan gå videre som enda bedre venner enn da vi startet.

Jørgen Dybdahl

Mats Kleppe





## Innhold

1.0 Innledning.....	1
2.0 Teori .....	4
2.1 Inkubasjonsteori.....	4
2.1.1 Hva er en inkubator? .....	4
2.1.2 Teorigrunnlaget for inkubasjon – Markedssvikt og systemsvikt .....	5
2.1.3 Tjenestetilbud i en inkubator .....	7
2.1.4 Nettverksbygging i en inkubator.....	8
2.1.5 Inkubatorer i en regional kontekst.....	9
2.1.6 Oppsummering inkubasjonsteori .....	10
2.2 Innovasjonsteori.....	11
2.2.1 Hva er innovasjon?.....	11
2.2.1.1 Lineær tilnærming til innovasjon.....	12
2.2.1.2 Systemisk tilnærming til innovasjon.....	12
2.2.2 Geografiske variasjoner i innovasjon .....	13
2.2.2.1 Kunnskapsbaser og innovasjonsmodus.....	14
2.2.2.2 Geografisk orientering – global, nasjonal og regional.....	15
2.2.2.3 Nettverk.....	16
2.2.3 Oppsummerende diskusjon: urbane og rurale særtrekk i innovasjonspraksis og typiske innovasjonsbarrierer.....	17
2.2.3.1 Urbane særtrekk i innovasjonspraksis og typiske innovasjonsbarrierer .....	17
2.2.3.2 Rurale særtrekk i innovasjonspraksis og typiske innovasjonsbarrierer .....	18
2.3 Kobling av teorier .....	19
3.0 Metode .....	22
3.1 Forskningsdesign .....	22
3.2 Kvalitativ metode .....	24
3.2.1 Casestudie .....	25

3.2.2 Utvalg .....	26
3.2.3 Primærdata .....	27
3.3 Reliabilitet og validitet.....	29
3.3.1 Reliabilitet.....	29
3.3.2 Validitet .....	29
3.3.2.1 Indre validitet.....	30
3.3.2.2 Ytre validitet.....	30
4.0 Presentasjon av empiri.....	32
5.0 Analyse .....	34
5.1 Analyse av særtrekk i innovasjonspraksis .....	36
5.1.1 Analyse av særtrekk i innovasjonspraksis for bedrifter i et urbant område .....	36
5.1.1.1 Kunnskapsbaser .....	36
5.1.1.2 Innovasjonsmodus.....	38
5.1.1.3 Geografisk orientering .....	39
5.1.1.4 Nettverk.....	41
5.1.2 Analyse av særtrekk i innovasjonspraksis for bedrifter i et ruralt område .....	43
5.1.2.1 Kunnskapsbaser .....	43
5.1.2.2 Innovasjonsmodus.....	44
5.1.2.3 Geografisk orientering .....	45
5.1.2.4 Nettverk.....	46
5.1.3 Oppsummering av særtrekk i innovasjonspraksis blant bedrifter i urbane og rurale områder.....	48
5.2 Særtrekk for inkubatorer i ulike kontekster .....	49
5.2.1 Særtrekk i en urban inkubator.....	49
5.2.2 Særtrekk i en rural inkubator .....	53
5.3 Ulike innovasjonsbarrierer og utvikling av et differensiert inkubatorvirkemiddel .....	56
5.3.1 Innovasjonsbarrierer i en urban kontekst.....	56

5.3.2 Innovasjonsbarrierer i en rural inkubator .....	59
6.0 Konklusjon.....	63
6.1 Teoretiske implikasjoner.....	64
6.2 Praktiske implikasjoner for inkubatorvirkemiddelet .....	65
6.3 Studiens begrensinger .....	65
Litteraturliste.....	66
Vedlegg .....	69
Vedlegg 1: Intervjuguide oppstartsbedrifter .....	69
Vedlegg 2: Intervjuguide inkubatorleder.....	71
Vedlegg 3: Informasjonsskriv og samtykkeskjema.....	73
Figur 1 Faseinndelinger (SIVA, 2013).....	5
Figur 2 Innovasjonsbarrierer .....	20
Figur 3 Forskjeller mellom en deduktiv, en induktiv og en abduktiv tilnærming (Jacobsen, 2015) .....	23
Figur 4 Deltakende bedrifter i studiet .....	26
Figur 5 Bedrifter i inkubasjonsprogrammet 2013-2018.....	32
Figur 6 Analysemodell.....	34
Tabell 1 Primærdata .....	27
Tabell 2 Oversikt over bedrifter og deres særtrekk .....	35

## 1.0 Innledning

Innovasjon og entreprenørskap er en av hoveddrivkreftene for fremgang i norsk økonomi, og er sentralt for å kunne skape videre vekst i samfunnet. For eksempel har støtte til mer entreprenørskap vært en av hovedstrategiene for industriell og økonomisk omstilling av myndighetene i Norge, noe som er poengtert i Regjeringens gründerplan «Gode idéer – fremtidens arbeidsplasser» (Regjeringen, 2015). For å legge til rette for økt innovasjon og vekst i hele landet tilfører den norske stat midler til ulike aktører og programmer som skal bistå i dette arbeidet. Et slikt virkemiddel er inkubatorer, som samler oppstartsbedrifter i en felles lokasjon og hjelper med rådgivning, nettverksbygging og forretningsutvikling. Derfor blir inkubatorer sett på som et viktig verktøy for å stimulere oppstartsbedrifter til økonomisk vekst. Antallet inkubatorbedrifter har de siste årene hatt en stor økning (SIVA, 2020) og fokuset rundt gründere og innovasjon har aldri vært høyere, både fra næringslivet og academia. Interessen for inkubatorer har de siste årene økt betraktelig, og det har aldri vært flere bedrifter i inkubasjon enn nå. Noe vi kan se fra Siva – Selskapet for industrivekst<sup>1</sup>, sine tall de siste årene (SIVA, 2019b).

Inkubatorer kan sies å være et virkemiddel for økt innovasjon. I Norge finner vi inkubatorer over hele landet. Det er grunn til å tro at mange inkubatorer har modellert deres praksis etter beskrivelser av vellykkede inkubatorer i «hot spots» som Silicon Valley osv., som er tilgjengelig i bøker og forskningsartikler. Slike studier konseptualiserer ofte inkubatorer som en respons på «markedssvikt» (Arrow, 1962, Kaloudis, 2003), og tar ofte ikke hensyn til at geografi og andre forhold også påvirker bedrifters innovasjonsprosesser. I tråd med argumentasjon om at virkemiddel for innovasjon ikke alltid er enkelt å overføre fra en kontekst til en annen (Hospers, 2006), ønsker vi i denne oppgaven å sette søkelys på hvordan et slikt geografisk/institusjonelt perspektiv kan komplementere eksisterende inkubatorforskning. Vi argumenterer også for at inkubatorforskning i mindre grad har tatt inn over seg at geografi har en påvirkning på hvordan bedrifter innoverer og hvilke innovasjonsbarrierer bedriftene i de ulike regionene kan møte i sin utvikling, og ønsker i denne masteroppgaven å sette fokus på dette.

Det har kommet flere artikler i senere tid som tar for seg kontekst og den påvirkningen den har på entreprenørskap, og påpekt behovet for mer forskning rundt dette temaet. I artikkelen

---

<sup>1</sup> Siva er et statlig foretak som utvikler, eier og finansierer en nasjonal infrastruktur for innovasjon og næringsutvikling bestående av inkubatorer, næringshager, katapult-sentre, innovasjonsselskaper, samt innovasjonssentre og industribygg. (<https://siva.no/om-siva/>)

til Zahra et al. (2014) ser de på rollen kontekst spiller inn på utviklingen av entreprenørskapsforskning. Det legges fram argumentasjon om at denne typen forskning krever oppmerksomhet for hvordan kontekstens rolle påvirker personers motivasjon til å starte med entreprenørskap og håndtere alle utfordringene som kommer underveis i denne prosessen. Videre tilfører kontekst personer entreprenørielle muligheter i tillegg til å sette grenser for deres handlinger; med andre ord, personer kan oppleve at konteksten både har fordeler og ulemper (Welter, 2011).

Bakgrunnen for å skrive masteroppgave om dette temaet, er at vi, forfatterne av masteroppgaven, selv har gjort oss noen erfaringer med dette. Gjennom hele perioden som masterstudenter har vi selv vært tilknyttet en inkubator i Bergen med egen bedrift. Bedriften heter SVEMKO, og har vært tilknyttet inkubatoren VIS Nyskapingsparken, som er en FoU-inkubator lokalisert på Marineholmen i Bergen. SVEMKO driver med utvikling, produksjon og salg av lydempere til jaktrifler, og springer ut av maskineringsmiljøet på Osterøy på Vestlandet. Både teknologien og arbeidsmetodene er i stor grad bygget på erfaringsbasert kunnskap fra maskineringsindustrien. Når vi gikk inn i VIS Nyskapingsparken møtte vi mange bedrifter fra det akademiske miljøet, som hadde en annen praksis enn bedriftene vi var kjent med på Osterøy. Disse bedriftene benyttet seg i større grad av forskningsbasert kunnskap, sammenlignet med bedriftene fra Osterøy som i større grad var erfaringsbasert. Vi så altså klare forskjeller på hvordan man jobbet og hvordan man benyttet inkubatoren til å utvikle bedriftene videre. Vi observerte at særlig dette med ulike kunnskapstyper og innovasjonspraksis (senere forstått som 'innovasjonsmodus'), samt geografisk orientering og nettverk var noe som urbane og rurale bedrifter var forskjellige på. Dette ble etter hvert et interessant tema som vi ønsket å se nærmere på. Nemlig hvordan inkubatorer legger til rette, og tar hensyn til sin geografiske kontekst, og hva forskningen sier om dette temaet.

I vår masteroppgave ønsker vi derfor å undersøke særtrekk i innovasjonspraksis blant bedrifter i to inkubatorer som befant seg i to ulike geografiske kontekster, en inkubator i en urban kontekst og en inkubator i en rural kontekst. Siden VIS Nyskapingsparken ligger sentralt i Bergen har denne blitt valgt som den urbane inkubatoren i oppgaven. Inkubatoren har flere lokasjoner i Bergensområdet fordelt på tre avdelinger med forskjellige fagfelt; teknologi, finans og media. Vi har sittet i teknologiseksjonen og det er bedrifter i denne seksjonen som har blitt intervjuet til oppgaven. For den rurale inkubatoren har vi valgt Industriutvikling Vest AS (IUV) som befinner seg i Knarvik, Nordhordland, som er en region med sterk industri og næringsliv.

Formålet med vår masteroppgave er derfor å kartlegge innovasjonspraksisen til bedrifter i to inkubatorer i ulike geografiske kontekster, og synliggjøre de viktigste særtrekkene de to inkubatorene har grunnet sin geografiske kontekst. Her vil vi særlig fokusere på urbane og rurale inkubatorbedrifter sine særtrekk når det kommer til kunnskapsbaser, innovasjonsmodus, geografisk orientering og nettverk. Vi vil også kartlegge ulike innovasjonsbarrierer bedriftene møter på i disse regionene. På bakgrunn av våre funn ønsker vi å si noe om implikasjonene dette vil kunne ha for inkubatorvirkemiddelet, og komme med konkrete tilbakemeldinger som kan bistå inkubatorlederne og deres ansatte til å videre forbedre inkubatorene.

Vi stiller følgende forskningsspørsmål i studiet:

**Forskningsspørsmål 1:** Hva kjennetegner innovasjonspraksis i oppstartsbedrifter i urbane og rurale geografiske kontekster?

**Forskningsspørsmål 2:** Hvilke særtrekk har inkubatorer i de to ulike kontekstene?

**Forskningsspørsmål 3:** Hvordan kan inkubatorer innrettes for å bedre fange opp særtrekk i innovasjonspraksis i de ulike kontekstene?

Strukturen i oppgaven er at vi starter med et kapittel med en presentasjon av inkubasjonsteori, hva en inkubator er og hva teorigrunnet for innovasjon er. Så blir det sett på hvilke tjenester en inkubator leverer, deretter inkubatorer i en regional kontekst. Etter dette blir det presentert litteratur rundt innovasjonsteori, og geografiske variasjoner i innovasjon. Videre følger et metodekapittel som går gjennom de metodiske valgene vi har tatt i masteroppgaven, med påfølgende presentasjon av empiri. Før vi går videre til analysen, hvor vi trekker fram funn fra intervjuene. Der blir det gått innpå særtrekk i innovasjonspraksis, særtrekk for inkubatorer i ulike kontekster og til slutt i analysekapittelet forbedring av inkubatorer i ulike kontekster. Til slutt vil det komme en konklusjon hvor det blir gitt svar på forskningsspørsmålene, og hvilke forbedringer inkubatorene kan gjøre.

## 2.0 Teori

I dette kapitlet vil det bli lagt fram teori fra de ulike fagfeltene som vi mener er relevante for dette studiet. Med bakgrunn i teori og begrep som blir presentert i dette kapitlet vil vi i et senere kapittel analysere dataene som vi har samlet, og diskutere funn. Siden studiet ser på eventuelle særtrekk i innovasjonspraksis til oppstartsbedrifter i ulike geografiske kontekster, og da med særlig fokus på urbane og rurale områder, har vi valgt å dele teoridelen inn i to deler. I første del ser vi på teori knyttet til inkubasjon, og i andre del ser vi på teori som er knyttet til innovasjon og geografisk variasjon i innovasjonspraksis og innovasjonsbarrierer. Vi ønsker å se nærmere på disse teoriene, og i siste del av teorikapitlet har vi forsøkt å koble disse teoriene sammen i et rammeverk som vi vil bruke i analysen.

### 2.1 Inkubasjonsteori

I dette avsnittet vil vi først se på definisjoner og faser rundt inkubasjon og inkubatorer. Videre vil vi se på teorigrunnet for å drive med inkubasjon og hvilke tjenester som typisk inngår i inkubatorvirkemiddelet. Avslutningsvis vil vi se nærmere på nyere inkubatorforskning hvor det i større grad blir sett på nettverk og kontekst sammen med inkubator og inkubasjonsforskningen.

#### 2.1.1 Hva er en inkubator?

For å forklare hva en inkubator er har vi hentet følgende definisjon fra Siva sin nettside:

*En inkubator er et innovasjonsselskap som skal bidra til utvikling og etablering av nye vekstbedrifter og skape vekst i etablert næringsliv. Inkubatoren tilbyr et faglig og sosialt miljø hvor gründere, bedrifter, akademia, FoU-miljøer, investorer og andre kobles sammen. Per 1. januar 2019 deltar 34 inkubatorer i det nasjonale inkubatorprogrammet (SIVA, 2019a).*

Fra Siva sin programbeskrivelse for inkubasjon forklares det at inkubasjonssatsingen skal være et virkemiddel for vekstkraftige idéer. Den skal være med fra idéfasen, videre til bedriftsutviklingsfasen, og fram til bedriften er i vekstfasen hvor den skal videreutvikles, eventuelt der vekstkraftige idéer blir tatt videre til forretningsmessige innovasjoner i næringslivet (SIVA, 2013). For å visualisere inkubasjonsprosessen har Siva utformet en figur, Figur 1, som viser de ulike faseinndelingene (SIVA, 2013).



Figur 1 Faseinndelinger (SIVA, 2013)

**Aktivt idésøk** står som første fase, som blir definert som en proaktiv aktivitet.

**Pre-inkubasjon**, dette stadiet former idéene og idéene blir vurdert fram til inkubasjon.

**Inkubasjonen** begynner i det avtalen er signert med inkubatorbedriften, og varer fram til bedriften slutter å motta inkubator tjenester.

**Post-inkubasjon** er siste fase i figuren og begynner når bedriften er ferdig med vanlig oppfølging fra inkubatorbedriften. Denne fasen opphører når kontakten med inkubatorbedriften avsluttes (SIVA, 2013).

Selv om oppstartsbedrifter som regel har mye teknisk kunnskap i bunnen, er det essensielt at de utvikler kompetanse innenfor et bredt område for å kunne lede et selskap (Giardino et al., 2014). Tidligere forskning har vist at oppstartsbedrifter i inkubatorer gjør det bedre sammenlignet med de som ikke er i en inkubator (Lindelöf and Löfsten, 2004).

I litteraturen ser vi varierende meninger om hvor i utviklingen av en bedrift inkubatorprosessen passer inn, der man blant annet finner forskere som behandler inkubatorer og teknologi/forsknings-parker som det samme (Lindelöf and Löfsten, 2004). Likevel er det en overvekt av forskere som er enige om at inkubasjon er knyttet til det tidlige stadiet i bedriftens levetid. Det vil si at de fleste inkubatorene tar inn bedrifter som er i den tidlige fasen av utvikling, hvor ideene er umodne og bedriften ikke har en fullstendig forretningsidé (Klofsten and Scheele, 2005).

### 2.1.2 Teorigrunnlaget for inkubasjon – Markedssvikt og systemsvikt

Bakgrunnen for offentlige støtte til innovasjon blir gjerne forbundet med at det er en markedssvikt som det offentlige virkemiddelapparatet må korrigere. Med markedssvikt menes det som skjer når det samfunnsøkonomiske overskuddet blir lavere enn det som maksimalt er mulig å oppnå (Ringstad, 2011). Det vil si at man har situasjoner hvor en uregulert økonomi ikke fører til en effektiv ressursallokering. Man har flere ulike former innenfor markedssvikt; eksterne virkninger, felles goder, imperfekt konkurranse, og



asymmetrisk informasjon. For private bedrifter vil de ofte ikke klare å internalisere de positive effektene av en investering. Effektene vil i vesentlig grad påvirke andre bedrifter enn de som tar kostnadene ved investeringer (Jakobsen et al., 2017). Ifølge det klassiske argumentet for markedssvikt vil ikke bedrifter investere i FoU fordi fordelene med innovasjonsprosjekter ikke kan innhentes fullt ut på grunn av ufullstendige egnethet og kunnskapsoverføring mellom bedrifter (Arrow, 1962). Når det offentlige skal dele ut støtte, ser de på hvor store ringvirkninger støtten gir (Kaloudis, 2003). Dette kan da føre til at et prosjekt som en bedrift i en rural region har, ikke mottar offentlig støtte på grunn av at ringvirkningene av investeringene ikke er store nok, sammenlignet med et prosjekt i en urban region (Arrow, 1962). Det handler også om at bedrifter i en rural region oftere gjennomfører inkrementelle innovasjoner eller prosessinnovasjoner, som ikke har den største verdien for andre bedrifter rundt (Jensen et al., 2007).

Markedssvikt blir ofte benyttet for å begrunne hvorfor de ulike inkubatorprogrammene skal få offentlig støtte, i tillegg til støtte for ulike innovasjon/FoU prosjekter. Hvor store ringvirkninger man kan vise til at en slik korrigering av markedssvikt vil skape, jo større og sterkere argument er det for å motta offentlig støtte. Offentlig støtte til innovasjon vil kunne gjøre private investeringer lønnsomme, som opprinnelig ikke var lønnsomme. Det er viktig å identifisere prosjekter med store positive ringvirkninger, men som ikke kan være ulønnsomme å gjennomføre for den enkelte bedrift uten offentlig støtte (Kaloudis, 2003). En begrunnelse for offentlig inngrep i FoU-markedet er at spesielt små og unge bedrifter kan ha vanskeligheter med å finansiere innovasjonsaktiviteter samtidig som de må holde bedriften i gang, sammenlignet med større bedrifter (Hall, 2002).

En kan argumentere for at en utfordring med markedssviktsperspektivet er at det implisitt legger til grunn *at de utfordringene som bedriftene står ovenfor er like, uavhengig av geografisk kontekst*. En utfordring ved at markedssviktsperspektivet legger til grunn at utfordringene som bedriftene står ovenfor er like, uavhengig av kontekst, er at bedrifter som driver innenfor en bransje som regionen ikke har så mye kunnskap om, kan risikere å ikke få den hjelpen de har behov for (Tödting and Trippl, 2005). En kan da få en situasjon at ved å støtte den enkelte bedriften, så får bedriften positive effekter av støtten, men det er vanskelig å se noen ringvirkninger i resten av regionen (Kaloudis, 2003). Markedssviktsperspektivet tar ikke høyde for at innovasjonsprosesser i bedrifter kan være ulike avhengig av den konteksten de er en del av. Det tar ikke høyde for at institusjonelle forhold også påvirker innovasjon. Vi

mener derfor at et systemperspektiv på innovasjon kan supplere markedssviktperspektivet, da det tar høyde for at innovasjonsprosesser er avhengige av konteksten det skjer i.

Utover dette som er nevnt om offentlig FoU-støtte, fokuserer også litteraturen på i hvilken grad FoU og innovasjonspolitikken bidrar til mer interaksjon mellom bedrifter og andre aktører i innovasjonsprosessen, som for eksempel forskningsinstitusjoner, universiteter og leverandører (Clausen and Rasmussen, 2008). Clausen og Rasmussen (2008) skriver at hovedbudskapet er at innovasjon er en systemisk interaksjonsprosess som involverer flere typer aktører. Det som beskrives som viktig i et slikt perspektiv er at virkemiddelapparatet ikke utelukkende bør fokusere på å korrigere for tradisjonell markedssvikt, men og sørge for at kunnskap og informasjon som kan føre til innovasjon spres blant markedsaktører gjennom samarbeid og interaksjon. Dette er det som kalles systemperspektivet (Kaloudis, 2003), og som også er kjent som systemsvikt. Det er det offentlige sin rolle å koble sammen aktører og bidra til spredning av informasjon og kunnskap. Da er fokuset på bygging av nettverk, læring, samhandling, samt prøving og testing av ideer nødvendig (Clausen et al., 2013).

Systemsvikt søker først og fremst å fange opp effekter som endret bedriftsadfærd, strukturelle endringer i økonomien og innovasjon som kilde til fornying. I denne tradisjonen er det et viktig poeng at en erkjenner at innovasjon er en «prøve-å-feile» prosess der det er få bedrifter som vil oppleve (stor) markedssuksess. Poenget er at det hele tiden prøves ut nye måter å utvikle nye produkter og tjenester på (Clausen and Rasmussen, 2008).

Oppsummert kan en si at markedssviktperspektivet fokuserer hovedsakelig på bedriftene, og deres investeringer for å innovere. Når en skal bestemme hvem som skal motta offentlig støtte, ser man på hvor store ringvirkningene blir. Systemperspektivet fokuserer i større grad på å skape koblinger mellom flere ulike aktører. Det er viktig at virkemiddelapparatet sørger for at kunnskap og informasjon kan føre til at innovasjon spres blant markedsaktører. Dette viser viktigheten av at systemsvikt bør supplere markedssvikt som ofte legger til grunn en kontekstløs forståelse av innovasjon, mot systemsviktperspektivet, som sier at kontekstuelle forhold har en innvirkning på innovasjonsgrad.

### 2.1.3 Tjenestetilbud i en inkubator

Bergek og Normann (2008) skriver om fire komponenter som en ofte finner i en inkubator:

- (1) Delt kontorplass, som har lav leiekostnad for inkubatorbedrifter
- (2) Delt støttetjenester for å redusere overhengende kostnader
- (3) Profesjonell forretningsrådgivning eller støtte

#### (4) Nettverksbygging, både internt og eksternt

I inkubatorlitteraturen har fokuset variert mellom disse komponentene over tid, fra et hovedfokus på fasiliteter og administrative tjenester, til mer nylig forskning som har fokusert på bedriftsstøtte (Peters et al., 2004).

Av disse fire punktene over kan en argumentere for at de tre første er knyttet til et markedssviktperspektiv, mens det fjerde punktet kan knyttes til et systemsviktperspektiv. Det å kunne tilby lav leie og delte støttetjenester til bedriftene, gjør at de faste kostnadene blir lavere. Da har bedriften muligheten til å bruke støtten de har mottatt til FoU-aktiviteter. For å velge ut de riktige selskapene kreves det en forståelse av markedet og en vurdering av selskapet for at det skal tiltrekke seg investorer (Hackett and Dilts, 2004). Profesjonell forretningsrådgivning henger også sammen med markedssvikt, på grunn av at dette hjelper de små og unge bedriftene med å få informasjon om hvordan de skal drive, og investere for at bedriften skal vokse. Inkubatorene skal støtte utviklingen av bedrifter som vil ha problemer med å overleve i markedet uten støtte på grunn av struktur eller svikt i markedet. Det handler om at en må tilby forretningsrådgivning i tillegg til mer generelle administrative tjenester. Disse tjenestene inkluderer gründertrening, forretningsrådgivning, og flere tjenester som er mer generelle, som regnskap, juridiske forhold, markedsføring og finansiell assistanse (Bergek and Norrman, 2008).

Punktet som handler om nettverksbygging, er knyttet opp til ideen om systemsvikt. Grunnen til dette er at det handler om at en ønsker å øke graden av interaksjon mellom for eksempel bedrifter og universiteter. En ønsker også at bedrifter i inkubasjon får tilgang til kunnskap fra andre aktører, som de kan bruke for å videreutvikle sin ide (Clausen et al., 2013). Det er inkubatoren sitt ansvar å koble sammen aktører og bidra til kunnskapsdeling. Det er viktig at inkubatoren skjønner hvilken kunnskap bedriftene i inkubasjon trenger, slik at de kan koble dem til det rette nettverket.

##### 2.1.4 Nettverksbygging i en inkubator

Fra Siva sin programbeskrivelse (2013) trekkes det blant annet fram nettverksbygging som et viktig bidrag fra inkubatorbedriften. Pettersen et al. (2015) har undersøkt om inkubatorer kan gi oppstartsbedrifter de nødvendige nettverksressursene. I studien til Pettersen et al. (Pettersen et al., 2015) sammenligner de inkubator-tilrettelagte nettverksressurser mot oppstartsbedrifters egne eksterne nettverk.

Det argumenteres for at inkubatorene i seg selv ikke kan tilby de nødvendige nettverksressursene som en oppstartsbedrift trenger, den kan heller ikke utelukkende være en pådriver for tilveiebringelse av slike kritiske ressurser. Likevel kan inkubatoren tilby og assistere med generelle ressurser som kan komplimenteres med de kritiske ressursene oppstartsbedriftene skaffer på egenhånd. Bøllingtoft og Ulhøi (2005) har studert flere nyanser av nettverk mellom leietakere. Deres feltarbeid avslørte at gjensidig tillit er viktigere enn formelle kontrakter. Leietakere samarbeider ikke «på kommando», mange av forholdene er multiplekse (f.eks. vennskap og forretningsforhold) og felles aktiviteter ser ut til å være utformende for sosiale bånd.

Fra Siva sin midtveisrapport blir inkubatorlederne intervjuet rundt deres rolle i Inkubatorprogrammet. Her trekkes det fram av inkubatorlederne at det å klare og koble bedriftene opp mot andre aktører og at de har tilgang til finansiering, er viktige faktorer for driften av inkubatoren. I tillegg trekkes det fram at når bedrifter er involvert i andre aktiviteter utenfor inkubatorprogrammet, styrker dette aktivitetene som blir utført i selve inkubatorprogrammet (Jakobsen et al., 2017). Når det kommer til inkubatorledernes vurdering av deres betydning for bedriftene, trekkes det blant annet fram at de bidrar i betydelig grad til å styrke bedriftenes forretningsforståelse og overlevelsessevne, innovasjonsevne og markedskompetanse og utvikling av nettverk mot kunder og FoU-miljøer. I motsetning er bidragene mindre med tanke på nettverksbygging rettet mot investorer og banker (Jakobsen et al., 2017).

Dette viser at bedriftenes innovasjonsprosesser ikke kan sees på som isolerte prosesser som foregår innenfor inkubatorens fire vegger. Bedrifter har ulike bånd ut av inkubatoren til regionen rundt, som er særlig viktig for deres innovasjonspraksis. Derfor vil vi videre argumentere for at det er viktig å se inkubatorer og regioner sammen, fordi bedriftene henter ressurser fra regionen til sitt innovasjonsarbeid.

#### 2.1.5 Inkubatorer i en regional kontekst

Den senere tiden har det blitt gjennomført mye forskning på fenomenet inkubator. Det er likevel ingen universal fremgangsmåte for å få en inkubator til å fungere, siden man har så mange ulike variabler som spiller inn i de ulike situasjonene (Ries, 2011). Det går en generell diskusjon om at innovasjonspolitikken må tilpasses regionen de skal operere i, og hvilke lærdommer som kan tas fra regionale suksesshistorier (Hospers, 2006). Hospers trekker fram Cooke (2002) og Florida (1995) som har sett på hvordan innovasjon og læring påvirker

regionale innovasjonssystem og regioners læring. Denne delen av litteraturen ser innovasjon som en tiltakende og interaktiv læringsprosess og argumenterer for at innovative selskap drar nytte av private og offentlige parter, som universitet, i deres nabolag (Hospers, 2006). Hospers (2006) skriver videre at det er ikke bare kostnader knyttet til reise eller transport som blir lavere, men det fører også til tillit og gjensidig læring som igjen fører til innovasjon. Hackett og Dilts (2004) trekker fram at det forskningen til nå har sett mest på er selve problemstillingen rundt valgprosessen av bedrifter til inkubatoren. En viktig rolle inkubatoren har er å jobbe som et ledd mellom oppstartsbedriftene og det relevante innovasjonssystemet rundt (Peters et al., 2004). Da tilbyr inkubatoren en «bro» mellom oppstartsbedriftene og ressursene som befinner seg i regionen rundt inkubatoren (Merrifield, 1987). Når en ser på forskjellige studier rundt regional innovasjonspolitikkk blir det i Hospers (2006) sin artikkel konkludert med at de faktorene som forklarer suksessen til en spesifikk region er de faktorene som er mest krevende å lære fra. Det blir derfor sagt at muligheten for å lære av, samt benytte disse faktorene som «best practice» i regional innovasjonspolitikkk er begrenset. Videre i artikkelen blir det skrevet at det å ha en innovasjonspolitikkk med mål om å benytte seg av den regionale unikheten i stedet for det mer generelle vil være den beste fremgangsmåten. Ønsker en region å hente inspirasjon fra andre regioner bør de heller se på «worst practice», dette begrunnes i artikkelen med at man ofte lærer mer av feil enn suksess. Som igjen vil gi mer produktivitet i arbeidet med å utvikle regionen.

### 2.1.6 Oppsummering inkubasjonsteori

I dette kapittelet er det blitt presentert teori rundt inkubasjon. Første ble det gått inn på hva en inkubator er, og hvilke stadier bedrifter er på som skal inn i en inkubator. Videre ble det gått inn på markedssvikt og systemsvikt, som er to ulike teorigrunnlag for inkubasjon. Her ble det presentert at inkubatorer ofte blir brukt av det offentlige for å korrigere markedssvikt. Det ble også nevnt at det er utfordrende med markedssvikt at det blir lagt til grunn at utfordringene som bedriftene står ovenfor ofte blir oppfattet som like, uavhengig av kontekst. Videre ble det presentert at systemsvikt er en viktig faktor å tenke på, for å koble sammen aktører og bidra til spredning av kunnskap. Deretter ble det vist hvilke tjenestetilbud som er vanlige å finne i inkubatorer og det ble beskrevet om hvorfor det er viktig med nettverksbygging i en inkubator. Til slutt ble det skrevet om inkubatorer i kontekst til regionen, hvor det kommer fram fra forskning, at en inkubator bør tilpasses regionen den representerer.

## 2.2 Innovasjonsteori

I foregående kapittel har vi argumentert for at en ved å forstå inkubatorer ut fra et rent markedssviktperspektiv, risikerer å se bort fra viktig innsikt fra innovasjonslitteraturen om at det er viktig å ta høyde for variasjon, og at ulike forhold påvirker innovasjonsprosesser på ulike steder. Den andre litteraturen vi har valgt å se på i denne masteroppgaven er derfor teori som handler om innovasjon, og hvordan dette skjer i regioner. Vi har valgt å se på litteratur som handler om ulike tilnærminger til innovasjon, ulike kunnskapsbaser og innovasjonsmoduser. Videre ser vi på hvilken geografisk orientering som bedrifter i en urban og rural region kan ha, deretter ser vi på nettverk hos bedrifter. Om det er personlige eller profesjonelle nettverk som er vanlige å benytte seg av. Til slutt er det en diskusjon hvor vi forsøker å oppsummere noen teoretiske betraktninger rundt urbane og rurale særtrekk i innovasjonspraksis og innovasjonsbarrierer.

### 2.2.1 Hva er innovasjon?

Innovasjon har betydd mye forskjellig for mennesker opp gjennom tiden, og som med andre ord som er på moten i perioder, har ordet blitt brukt og misbrukt til det stadiet der ordet kan ha mistet sin opprinnelige betydning (Shah et al., 2014). Innovasjon er noe som er viktig for at økonomien skal vokse. Det er mange forskere som har gjennomført innovasjonsstudier, for å forstå hvilke prosesser som er viktige å fokusere på, for å oppnå suksess. En av de mest respekterte innenfor fagfeltet er den kjente økonomen Joseph A. Schumpeter, som står for den mer moderne måten å benytte ordet innovasjon på.

I 1934 kom Schumpeter med en definisjon på innovasjon, eller en utvikling som han kalte det, som nye kombinasjoner av ny eller eksisterende kunnskap, ressurser, utstyr og andre faktorer (Schumpeter, 1982). Han pekte på at innovasjoner må skilles fra oppfinnelser. Oppfinnelser er den første forekomsten av en ide, til et nytt produkt eller tjeneste. Innovasjon er den første kommersialiseringen av ideen, eller det første forsøket på å sette ideen ut i livet (Fagerberg, 2004). Kline og Rosenberg (1986) skriver at det er feil å behandle en innovasjon som at den er definert og homogen, og at innovasjonen kom inn i økonomien på en bestemt tid, eller at den ble tilgjengelig på en bestemt tid. De fleste innovasjoner går gjennom mange og drastiske endringer i deres livsløp. Disse endringene påvirker ofte deres innvirkning på økonomien. De stadige forbedringene på en oppfinnelse kan sies å være viktigere økonomisk, enn den opprinnelige tilgjengeligheten av oppfinnelsen i sin originale form (Kline and Rosenberg, 1986).

### *2.2.1.1 Lineær tilnærming til innovasjon*

Et av de første teoretiske rammeverkene som ble utviklet for å forstå vitenskap og teknologi og deres relasjon til økonomien, er den lineære modellen til innovasjon. Modellen hevder at innovasjon starter med forskning, så videre til utvikling også avsluttes den med produksjon og markedsføring (Godin, 2006). Godin (2006) skriver videre at denne modellen er den som i stor grad har påvirket forskere som har studert vitenskap og teknologi. Denne måten å tenke på, handler om at en må gå innom alle stegene før en har gjennomført en innovasjon. Først starter man med forskning, så utvikling og til slutt er det produksjon og markedsføring. Problemet med denne modellen, som Kline og Rosenberg (1986) peker på, er todelt. Det første er at den generaliserer en årsakskjede som bare gjelder for et mindretall av innovasjoner. Selv om noen viktige nyvinninger stammer fra vitenskapelige gjennombrudd, stemmer ikke dette for de fleste innovasjonene. Selskaper arbeider med innovasjon fordi de ser et kommersielt behov for det, og da starter de ofte med å se gjennom og kombinere eksisterende kunnskap. Det er bare dersom dette ikke fungerer, at selskapene investerer i forskning. Det andre ved modellen, er at den ignorerer alle tilbakemeldingene og gjentakelsene som oppstår mellom de forskjellige stadiene av prosessen. Mangler og feil som oppstår i forskjellige stadier kan føre til revurderinger av tidligere trinn, som igjen kan føre til helt nye innovasjoner.

Det er noen utfordringer når det kommer til den lineære modellen. Som nevnt, så ignorerer den alle tilbakemeldinger fra prosessen og dette gjør at en hindrer oppdagelsen av nye innovasjoner. I tillegg så tar den ikke hensyn til systemet rundt, ved at modellen ikke tar hensyn til at bedrifter innoverer sammen med andre. Det viktigste med alle innovasjoner er at det er et markedsbegrep for produktet, eller tjenesten (Kline and Rosenberg, 1986).

### *2.2.1.2 Systemisk tilnærming til innovasjon*

Det som er kjent fra litteraturen og teorien rundt innovasjon, er at i de fleste tilfeller, så er innovasjonsaktiviteter i bedrifter avhengige av ressurser utenfra (Fagerberg, 2004). Det vil si at de fleste innovasjoner skjer gjennom et samarbeid, eller tilrettelegging gjennom ulike faktorer. Noen eksempler på slike faktorer er ulike institusjoner, politiske prosesser, offentlige forskningsinfrastruktur (universiteter, forskningssenter, etc.), finansielle institusjoner og kunnskapsnivået til de ansatte (Fagerberg, 2004). Hva er så følgene ved å ha en systemisk tilnærming til innovasjon? Fagerberg (2004) skriver at en systemisk tilnærming til innovasjon er litt som et nettverk, ved at en har et sett av aktiviteter som er linket sammen, som igjen fører til at en arbeider med koblingene til systemet. Det som skiller et slikt system

fra et nettverk, er at det er mer struktur. En slik systemisk tilnærming til innovasjon har mulighet til å gi tilbakemeldinger, som kan forsterke eller svekke det eksisterende systemet, noe som kan føre til en «lock-in», eller en endring i orientering eller – etter hvert – oppløsningen av systemet. Derfor kan systemer bli låst inn i en spesifikk utviklingsvei som støtter visse typer aktiviteter og begrenser andre.

Regional innovasjon er sett på som en kumulativ læringsprosess der suksess er avhengig av et tett samarbeid mellom det private og offentlige organisasjoner. Dette synet på regional innovasjon ble populært på 1990-tallet både i det akademiske og politiske miljøet (Hospers, 2006). I nesten alle disse artiklene er det referert til økonomen Joseph Alois Schumpeter (1883-1950), som ofte blir sett på som grunnleggeren til innovasjonsbasert økonomisk utvikling (Hospers, 2003). I sin bok *The Theory of Economic Development* (1982), ser Schumpeter på introduksjonen av innovasjon som nøkkelprosessen i økonomisk forandring. Han skriver at kraften som fører til at et system utvikler seg, er gründere som gjennomfører handlinger som fører til at den sirkulære flyten av eksisterende aktiviteter brytes (Schumpeter, 1982). Schumpeter var mer opptatt av at det var en aktør som førte til at innovasjon skjedde, men fokuserte ikke på konteksten rundt. Dette skriver Welter (2011) om i sin artikkel *Contextualizing Entrepreneurship – Conceptual Challenges and Ways Forward*. Her skriver han at konteksten påvirker entreprenører direkte eller indirekte og at den kan påvirke innovasjonsaktiviteter (Welter, 2011). Derfor er det viktig å ikke bare tenke på entreprenøren, når det kommer til innovasjon, men også på regionen rundt.

Dette kapittelet har nå forklart at innovasjonsprosesser i bedrifter er noe interaktivt og systemisk. Bedrifter sin innovasjonspraksis kan altså ikke forstås isolert, men en må ta høyde for at bedrifter er en del av systemer, og at det er viktig å avdekke særtrekk ved slike system for å forstå innovasjon i den enkelte bedrift. Et slikt perspektiv mener vi kan styrke inkubasjonsforskningen, og gjøre inkubatorer mer klar over hvordan de bør innrettes etter konteksten de tilhører. I neste kapittel vil vi derfor gå inn på hvordan bedrifter driver med innovasjon, deres kunnskapsbaser, innovasjonsmodus, geografi og nettverk.

### 2.2.2 Geografiske variasjoner i innovasjon

I dette delkapittelet vil vi gå inn på noen dimensjoner som vi forventer å finne, når det kommer til geografiske variasjoner med tanke på bedriftenes innovasjonspraksis. Første del av kapittelet vil gå inn på kunnskapsbaser og innovasjonsmodus, og hvordan dette normalt er hos bedrifter. Deretter vil det bli presentert ulike geografiske orienteringer og nettverk, før



det til slutt er en oppsummering av urbane og rurale særtrekk i innovasjonsprosesser, samt deres innovasjonsbarrierer. Grunnen til at akkurat disse variablene ble valgt å se nærmere på, er som beskrevet i innledningen, at vi i vår praksis i inkubasjon opplevde at disse punktene var noe som urbane og rurale bedrifter skilte seg fra hverandre på. Dette var også noe vi fant støtte for i innovasjonsteorien.

### *2.2.2.1 Kunnskapsbaser og innovasjonsmodus*

I teorien er det vanlig å skille mellom to<sup>2</sup> ulike kunnskapsbaser hos bedrifter. Dette er syntetisk kunnskap og analytisk kunnskap (Asheim and Gertler, 2005). Disse typene inneholder ulike blandinger av kunnskap, og ulike muligheter og grenser. Kunnskapsbasene har ulike krav til kvalifikasjoner og ferdigheter, og de er avhengige av ulike organisasjoner og institusjoner, i tillegg til at de har ulike innovasjonsutfordringer. Asheim og Gertler (2005) definerer en syntetisk kunnskapsbase som noe som skjer i industrielle omgivelser hvor innovasjon foregår hovedsakelig gjennom deres anvendelse eller ny kombinasjon av eksisterende kunnskap. Ofte skjer slike innovasjoner i møte med kunder og leverandører for å løse et problem som har oppstått for dem. Bransjeeksempler inkluderer spesialiserte industrimaskiner, anleggsteknikk og skipsbygging. FoU er generelt mindre viktige enn i andre sektorer av økonomien.

I en analytisk kunnskapsbase derimot, dominerer økonomiske aktiviteter der vitenskapelig kunnskap er svært viktig, og hvor kunnskapsskaping ofte er basert på formelle modeller som kodifiserer vitenskap og rasjonelle prosesser. Bedrifter som har en analytisk kunnskapsbase har som oftest en egen FoU-avdeling, men de ser også på universitetsforskning og andre forskningsinstitusjoner i deres innovasjonsprosesser. Linker til universitet og industri, og nettverk er veldig viktige. En ser ofte større grad av interaksjon mellom disse aktørene fra bedrifter med en analytisk kunnskapsbase, sammenlignet med en syntetisk kunnskapsbase (Asheim and Gertler, 2005). Dette betyr ikke at taus kunnskap er irrelevant, siden begge typer kunnskap alltid er involvert i prosessen med kunnskapsskaping og innovasjon (Von Krogh et al., 2000, Johnson et al., 2002). Betydningen av kodifisering i en analytisk kunnskapsbase gjenspeiler flere faktorer: (1) Kunnskapsinnspill er ofte basert på gjennomgang av eksisterende studier. (2) Kunnskapsgenerering er basert på anvendelsen av kjente, og utprøvde, vitenskapelige prinsipper og metoder. (3) Kunnskapsprosesser er formelt

---

<sup>2</sup> Det finnes også «symbolsk kunnskap» som en kunnskapsbase. Denne er hovedsakelig formet av læring gjennom kreative prosesser, og er utbredt i kulturnæringene.

ASHEIM, B. T., MOODYSSON, J. & TÖDTLING, F. 2011. Constructing regional advantage: Towards state-of-the-art regional innovation system policies in Europe? *European Planning Studies*, 19, 1133-1139.

organisert, og resultater blir dokumentert i rapporter, elektroniske filer eller patent beskrivelser. Bedrifter som har en analytisk kunnskapsbase, har større sannsynlighet for å komme med radikale innovasjoner, sammenlignet med bedrifter som har en syntetisk kunnskapsbase (Asheim and Gertler, 2005).

Relatert til kunnskapsbaser er begrepet 'innovasjonsmodus' (Jensen et al., 2007). En skiller mellom to<sup>3</sup> hovedtyper av ulike innovasjonsmoduser, «Science, Technology and Innovation (STI)» og «Doing, Using and Interacting (DUI)». En STI-modus er basert på produksjon og bruk av vitenskapelig og teknisk kunnskap, mens en DUI-modus er basert på erfaringer og syntetisk kunnskap. Innovasjoner som springer ut av en DUI-prosess skjer hovedsakelig som inkrementelle endringer på produkter og prosesser basert på opplevelser og kunnskap som er tilegnet når arbeidere støter på nye problem (Jensen et al., 2007). Kunnskapen er ofte lært fra en læremester, som en studerer arbeidsoppgavene til. Innenfor DUI-modusen er også det å ha et stort nettverk en viktig brikke for å gjennomføre innovasjoner. Dette læres i sosial praksis, og i spesialiserte utdanningsmiljøer. Ingeniører og eksperter samles på konferanser og gjenforeninger, og får muligheten til å ha en diskusjon om opplevelser og kan utveksle kunnskap med profesjonelle kollegaer (Carter, 1989).

En STI-modus gir flere personer kunnskap om hvorfor ting fungerer som de gjør. I en STI-modus er det også viktig å kunne skrive ned all kunnskapen som kommer fram gjennom innovasjoner, slik at andre kan tilegne seg den samme kunnskapen. Firma som opererer med en STI-modus har en egen FoU-avdeling, der forskere kombinerer sin kunnskap om hvorfor ting skjer med kunnskap de har, at de bare vet hvordan ting fungerer når de skal gjennomføre eksperiment og tolke resultatene. Dette blir uansett betegnet som STI, fordi en ønsker å få resultatene tydeliggjort slik at andre kan forstå dem (Jensen et al., 2007).

#### *2.2.2.2 Geografisk orientering – global, nasjonal og regional*

Geografisk orientering handler om hvor bedriftenes fokus ligger geografisk med tanke på deres drift. Ønsker de å tilføre sin lokale region noe av verdi eller få noe fra regionen? Ønsker de å komme seg raskt ut i det nasjonale og globale markedet med sitt selskap? Hvilke fordeler og ulemper er det med å tenke lokalt, nasjonalt og globalt? Grunnen til at vi ønsker å kartlegge dette, er på bakgrunn av at det som skrives i litteraturen. Litteraturen vektlegger at

---

<sup>3</sup> Det finnes også en tredje innovasjonsmodus, kalt *complex and combined innovation*, forkortet CCI. Som Isaksen og Karlsen presenter. ISAKSEN, A. & KARLSEN, J. 2012. What is regional in regional clusters? The case of the globally oriented oil and gas cluster in Agder, Norway. *Industry and innovation*, 19, 249-263.

bedrifter med ulik innovasjonsmodus ofte har ulike geografiske orienteringer av sine nettverk (Boschma, 2005).

Et selskap som er tett knyttet til den lokale regionen sin, hvor det foregår forskning, kan benytte seg av denne kunnskapen før den blir kjent over hele verden gjennom vitenskapsmagasiner og i tillegg er det større sannsynlighet for at selskaper som er tett på forskning kan ansette personer som har tatt del i utviklingen av denne forskningsbaserte kunnskapen (Cooke, 2002). Denne tilknytningen til regionen kan være i form av at en har kunder eller samarbeidspartnere lokalt i regionen. De bedriftene som benytter seg av denne forskningen er ofte bedrifter med en STI-modus, som er åpne for å benytte seg av forskningen som blir gjort. Disse selskapene befinner seg ofte i høy-teknologiske industrier, i tett samarbeid med universitet og forskningsinstitutt (Isaksen and Karlsen, 2012). Moodysson (2008) skriver at i og med at den analytiske kunnskapsbasen til STI-bedrifter kan forstås og fås tak i av en mengde firma, så kan de inngå innovasjonssamarbeid med forskere, firma og forskningsinstitusjoner over store geografiske avstander, som vil si at STI-bedrifter er ofte mer nasjonale og globale.

Når en skal ha relasjoner til samarbeidspartnere for å dele kunnskap, krever det vanligvis langvarige samhandlinger som støtter kollektiv læring (Lundvall, 2010). Dette er vanlig for bedrifter som benytter seg av en DUI-modus, og personene som arbeider i disse bedriftene kommer ofte fra industrien. Det er gjennomført en del forskning på om det er geografiske avstander som er det viktigste for at en slik kunnskapsdeling skal kunne skje. De har funnet ut at dersom bedriftene har den samme kunnskapssirkulasjonen og organisasjonsnærhet er det ikke nødvendig med fysisk tilhørighet (Lagendijk, 2006). Boschma (2005) skriver at det viktigste er at personer har den samme kunnskapsbasen og ekspertisen for at de skal lære av hverandre. Så geografisk nærhet er verken nødvendig eller et krav for innovasjon og interaktiv læring. Videre skriver han at det styrker graden av kunnskapsdeling hos DUI-bedrifter at de er lokalisert i samme geografiske kontekst, siden mye av kunnskapen som utveksles – skjer gjennom demonstrasjon og observasjon.

### *2.2.2.3 Nettverk*

Et nettverk kan defineres som et sett av relasjoner med forskjellige agenter eller organisasjoner (Walter et al., 2006, Lechner and Dowling, 2003). Entreprenører kan bruke nettverk til å generere eller teste ideer, utvikle ny teknologi eller å identifisere markedsmuligheter (Chen and Wang, 2008, Sullivan and Marvel, 2011). Vi har valgt i vår

studie å skille mellom profesjonelle og personlige nettverk. Et profesjonelt nettverk er et nettverk som entreprenører har fått gjennom inkubatoren. Et personlig nettverk er entreprenørens eget nettverk som personen har opparbeidet seg på egenhånd, før personen ble tilknyttet inkubatoren (Pettersen et al., 2015). Pettersen et al. (2015) har gjennomført en studie der de så på nettverk i en inkubator. Her gjennomførte de kvalitative intervju med oppstartsbedrifter i en teknologiinkubator i Bergen. Funnene viste at firmaene i inkubatoren hovedsakelig stolte på sine «private» nettverk utenfor inkubatoren for å få tak i kritiske ressurser. Det ble funnet ut at dette var nettverk som hadde blitt etablert før bedriften kom inn i inkubasjon. Studiet viste at bedriftene tok aktive grep for å øke sitt nettverk, og stolte ikke bare på inkubatoren for kritiske nettverksressurser. Intervjuene viste likevel at nettverkene som ble tilrettelagt av inkubatoren var nyttige og kunne kombineres med oppstartsbedriftenes egne nettverk. Men de var mer generelle og kunne ikke levere den samme spissede kompetansen sammenlignet med oppstartsbedriftens egne nettverk. Det blir derfor konkludert at nettverkene som blir fremskaffet av inkubatorene ikke kan erstatte de nettverkene oppstartsbedriftene skaper selv, som har vist seg å være svært viktige for tilgang til spesifikke ressurser og kompetanse (Pettersen et al., 2015).

### 2.2.3 Oppsummerende diskusjon: urbane og rurale særtrekk i innovasjonspraksis og typiske innovasjonsbarrierer

Etter å ha presentert ulike innovasjonspraksiser tidligere i kapittelet, vil vi her eksplisitt prøve og knytte denne innsikten til innovasjonsprosesser i ulike geografiske kontekster, ved å presentere hva som kjennetegner innovasjonsprosesser i en urban og rural region. Vi vil også trekke inn typiske innovasjonsbarrierer som kan oppstå i urbane og rurale regioner.

#### 2.2.3.1 Urbane særtrekk i innovasjonspraksis og typiske innovasjonsbarrierer

Vi har gått gjennom ulike kunnskapsbaser som oppstartsselskap besitter, og her kommer det fram at i en urban region er det hovedsakelig analytisk kunnskap bedriftene besitter. Dette kan vi si med tanke på at en i et urbant område har større tilgang på personer som kommer fra forskningsinstitusjoner eller universitet og høyskoler. Dette er noe som kjennetegner en urban region hvor det som oftest er en organisatorisk og tykk RIS (Tödting and Trippel, 2005). Isaksen og Trippel (2014) skriver at en organisatorisk tykk og diversifisert region kan gjøre det gunstig å fornye en sti eller å skape nye stier. Organisatorisk tykke og diversifiserte RIS tilbyr et utmerket potensiale for forskningsdrevne ruter for regional forandring. Dette er fordi det ofte befinner seg universitet og andre forskningsinstitusjoner som kan være en viktig kilde for

en regional transformasjon. Dette fører igjen til at det er et høyere kunnskapsnivå, eller høyere utdanning blant de bedriftene som befinner seg i regionen.

Når det kommer til innovasjonsmodus ser vi at i en urban region er det flere bedrifter som har tilknytning til forskningsmiljøer, når de driver med sine utviklingsaktiviteter. At de har en STI-modus når de skal utvikle sine produkter. Bedrifter som benytter STI-modus når de jobber med innovasjonsprosjekt, kommer ofte med løsninger som skaper en mer radikal innovasjon. Basert på vår teorigjennomgang ser vi at STI-modus ofte er knyttet opp til offentlige forskningsinstitusjoner som igjen gjør at disse bedriftene ofte befinner seg i urbane områder. I en urban region er det en høyere konsentrasjon av mennesker og firma med kunnskap, som genererer et miljø, der kunnskapen beveger seg raskt fra person til person, og fra firma til firma (Carlino, 2001). Det vi har fått inntrykk av når det kommer til nettverk hos inkubatorbedrifter som er lokalisert i en urban region, er at de bruker sitt personlige nettverk, og nettverk som de har fått gjennom inkubator. Fra forskningen har vi sett at selv om inkubatorbedriften får tilgang til inkubatorens nettverk, er det likevel det personlige nettverket som inkubatorbedriften går inn med som viser seg å ha størst påvirkning på den videre utviklingen av selskapet.

Typiske innovasjonsbarrierer som en kan finne hos en bedrift i en urban region er at det er lite kundekontakt, dårlig selskapsstruktur for bedriften og fragmentering. Fragmentering er en systemsvikt som en kan se i en urban region. Dette er noe som Tödtling og Trippl (2005) har studert. De skriver at det ikke er alle urbane regioner som er sentre for innovasjon. Noen mangler dynamiske klynger med innovative selskaper, til tross for at individuelle teknologiselskap, FoU-aktiviteter og forskningsinstitusjoner finnes. Videre skriver de at disse regionene ofte har en veldig utviklet organisatorisk infrastruktur av offentlig forskning og utdanningsinstitusjoner, og har en tett tilførsel av tjenester for kunnskapsoverføring. Problemet med fragmentering er at de mangler nettverk og interaktiv læring, og dette er noe som fungerer som en innovasjonsbarriere i slike regioner. I disse regionene er det ofte slik at linken mellom universitet og selskaper er lav (Tödtling and Trippl, 2005). I tillegg så er delingen av innovasjoner blant lokale selskap svak (Fritsch, 2003), selv om markedsforbindelser er til stede.

### *2.2.3.2 Rurale særtrekk i innovasjonspraksis og typiske innovasjonsbarrierer*

Kunnskapsbasene som man finner hos bedrifter i et ruralt område er ofte syntetisk kunnskap. Dette vil si at kunnskapen som bedriftene besitter er erfaringskunnskap, innovasjonene

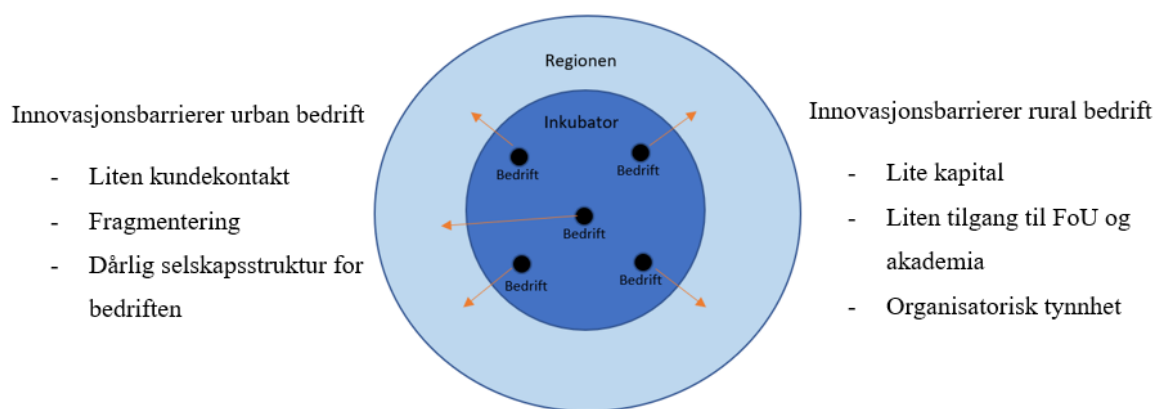
baserer seg ofte på nye kombinasjoner av kjent teknologi, ofte i samarbeid med kunder og leverandører for å løse et problem. I rurale områder er det vanskeligere å tiltrekke seg høyt utdannede arbeidere, så de er mer avhengig av eksterne kunnskapskilder, som vil si at det er lavere utdanning på de som sitter i en inkubator i et ruralt område (Bjerke et al., 2012). Dette henger også sammen med hvilken innovasjonsmodus de opererer etter, for en rural inkubatorbedrift blir det ofte etter en DUI-modus. Denne går ut på at en har lært seg hvordan en løser et problem, uten at man har en helt fullstendig forståelse og innsikt i hele prosessen. I en slik modus er det ofte inkrementelle innovasjoner som oppstår, som små forbedringer på en maskin. I en rural region, ser en ofte at RIS-forutsetninger er svakt utviklet, siden det mangler klynger og støtteorganisasjoner. I disse regionene er innovasjonsaktivitetene lavere, sammenlignet med urbane områder (Tödtling, 1992). I rurale regioner ser en at dersom det finnes klynger, er disse i tradisjonelle industrier med lite fokus på FoU og innovasjonsaktiviteter. Fokuset i slike regioner er på inkrementelle innovasjoner og prosessinnovasjon (Tödtling and Trippel, 2005). Når man ser på nettverksbyggingen er det de personlige nettverkene som i størst grad påvirker den videre utviklingen av bedriften, de nettverkene som inkubatoren bidrar med blir ofte supplerende sekundærnettverk. Her er tilknytningen til industrien i regionen ofte sterkere og de personlige nettverkene baserer seg i stor grad på lokale nettverk.

Typiske innovasjonsbarrierer en kan se i en bedrift i en rural region er lite kapital, liten tilgang til FoU og akademia og organisatorisk tynnhet. I en rural region kan det være organisatorisk tynnhet, noe som kan sees på systemsvikt. Tödtling og Trippel (2005) skriver at det i en slik region er viktige RIS-forutsetninger som er svakt utviklet, siden det mangler dynamiske klynger og støtteorganisasjoner. I disse områdene er det også lavere innovasjonsaktivitet, sammenlignet med urbane områder. De skriver også videre at det er lite fokus på nettverk i regionen, på grunn av svake klynger og en tynn institusjonell struktur (Tödtling and Trippel, 2005).

### 2.3 Kobling av teorier

I Figur 2 illustrerer vi de innovasjonsbarrierene som en urban og en rural inkubatorbedrift kan støte på grunnet sin geografiske kontekst. Figuren har som formål å vise at man ikke kan se på en inkubator, og hvordan den skal tilrettelegges uten å ta høyde for dens geografiske plassering. Når man sammenligner de ulike innovasjonsbarrierene i urbane og rurale

regioner, ser vi at de er ulike og ofte motsetninger til hverandre. Dette viser at behovene som en inkubatorbedrift har, ikke nødvendigvis er universelt, men at behovene er sterkt påvirket av den geografiske konteksten som bedriften befinner seg i. Gjennom teorikapittelet har vi sett på inkubator teori og innovasjonsteori. Fra inkubator teorien har vi sett at markedssviktperspektivet legger til grunn at de utfordringene som bedriftene står ovenfor er like, uavhengig av kontekst (Tödtling and Trippel, 2005). Teorien beskriver videre at man ikke kun bør fokusere på å korrigere for tradisjonell markedssvikt, men også jobbe for at kunnskap og informasjon spres slik at innovasjonsgraden økes i regionen, og at markedsaktører øker sitt samarbeid og interaksjon (Clausen and Rasmussen, 2008).



Figur 2 Innovasjonsbarrierer

Som vi ser fra Figur 2 stemmer dette veldig godt, de ulike bedriftene opplever svært ulike innovasjonsbarrierer som er sterkt påvirket av den regionen de befinner seg i. Knytter vi dette opp mot innovasjonsteorien vi har sett på bygger dette videre opp under vårt argument innledningsvis; hvor vi sier at inkubatorforskning i mindre grad har tatt inn over seg at geografi har en påvirkning på hvordan bedrifter innoverer.

Fra innovasjonsteorien vi har sett på, ser vi at måten bedriftene innoverer på er svært ulike. Bedrifter som befinner seg i en urban region benytter ofte STI-modus, hvor rurale bedrifter benytter en DUI-modus, noe som ofte krever forskjellige behov og igjen skaper ulike innovasjonsbarrierer. Videre bygger de urbane bedriftene sine prosjekter på analytisk kunnskap, i motsetning til rurale bedrifter som ofte benytter syntetisk kunnskap, her har bedriftene også ulike behov og utfordringer. Kort oppsummert kan man si at basert på tidligere forskning og teori, er det et klart behov fra bedriftenes side at inkubatoren de befinner seg i tilrettelegges med utgangspunkt i den regionen den befinner seg i. Gjennom

inkubator teori og innovasjonsteori har vi kommet fram til ulike innovasjonsbarrierer som inkubatoren må være klar over og jobbe for å motvirke. Dette er noe vi tar videre med oss inn i analysedelen av oppgaven.



## 3.0 Metode

Metodekapittelet i denne oppgaven tar for seg hvilke metoder vi har valgt og hvordan vi har benyttet disse for å gjennomføre forskningen vår. Samtidig vil vi diskutere forskningsdesign, utvalg og datakilder. Vi har hatt en plass i VIS Nyskapingsparken gjennom perioden med masterskriving og da har vi hatt mulighet til å sitte tett på empirien, noe som har bidratt til en større innsikt i de ulike funksjonene til en inkubator. Vi har fått sett på nært hold, hvordan deling av informasjon foregår og hvordan en inkubator bistår sine bedrifter. Erfaringene vi har fått fra å sitte i inkubasjon, har også bidratt positivt til utformingen av intervjuguidene som har blitt brukt til intervjuene av inkubatorledere og inkubatorbedrifter. Vi har også fått sett i praksis hvordan deler av innovasjonsteorier blir benyttet i praksis, og fått muligheten til å knytte denne praksisen opp med det vi har lært i studiet vårt ved HVL. Disse forholdene blir diskutert videre i avsnittene under om reliabilitet og validitet. Her vil vi også diskutere hvordan vi mener vi kan generalisere funnene våre.

Vestlandet har i mange år vært kjent for sin mangfoldige industri med hovedfokus på olje og gass, i tillegg til et bredt akademisk tilbud med universitet og høyskoler. Regionen har en veldig diversifisert industristruktur og næringsliv. Vestlandet har både urbane bysenter i Bergen, med universitet, FoU-miljø og klynger, samtidig som en har mange bygder og mindre steder med mer spredd bebyggelse og industri. Dette har ført til at det i mange år er drevet målrettet innovasjonsarbeid i regionen. Vestlandet som region har hatt en stor økning de siste årene i tilbud til gründere og studenter, både gjennom inkubatorprogram, tilbud på høyskole og universitet og mange andre tilbud rettet mot gründere. Det er med andre ord et rikt miljø på Vestlandet, både industrielt og akademisk, som gjør nettopp denne regionen til en veldig god case for vår oppgave.

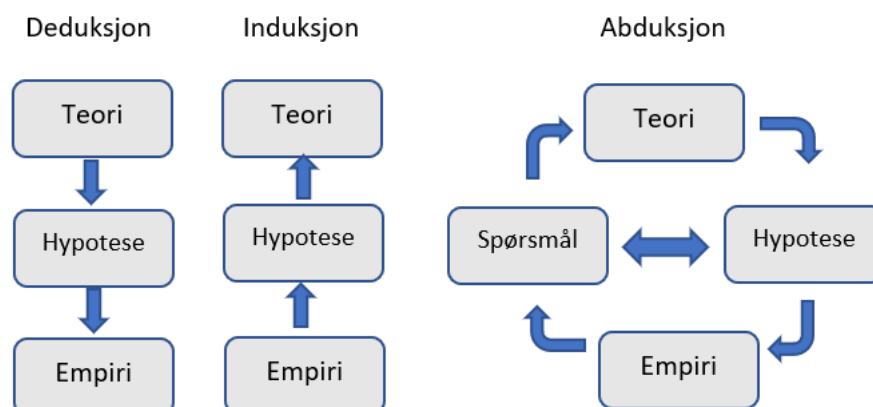
### 3.1 Forskningsdesign

Et forskningsdesign er en plan for hvordan en skal komme seg fra forskningsspørsmålet til konklusjon. En slik plan inneholder en plan for hvordan en skal samle inn data, og analysere den relevante dataen (Yin, 2014). Jacobsen (2015) skriver at det er problemstillingen som bestemmer hva slags forskningsdesign som bør benyttes. Gripsrud (2016) skiller på et overordnet nivå mellom tre ulike forskningsdesign. Dette er et eksplorativt design, deskriptivt design og kausalt design. Eksplorativt design gir innsikt og skaper forståelse, og undersøkelsen handler om å forstå og tolke det aktuelle fenomenet på en best mulig måte.

Deskriptivt design er hypotesetestende, er ofte knyttet til kvantitative analyseteknikker og det benyttes ofte store, representative utvalg. Kausalt design er at man ser etter årsakssammenhenger, om en hendelse (X) er årsaken til en annen hendelse (Y).

Studiet har et eksplorativt design, da vi i studiet skulle forske på, og forstå hvordan bedrifter tilknyttet inkubatorer i ulike geografiske kontekster innoverer, og hvordan inkubatorer er innrettet i disse kontekstene. Dette vil bli gjort ved bruk av kvalitative metoder, da spesielt casestudier.

Studiet er basert på en abduktiv tilnærming til kunnskapen man ønsker å kartlegge, og dette er en kombinasjon av deduksjon og induksjon. Deduksjon er at en går fra teori til hypotese til empiri, og induksjon er at en går fra empiri til hypotese til teori og disse betraktes som ytterpunkter (Jacobsen, 2015). Jacobsen (2015) skriver at det ikke er mulig å være rent deduktiv eller rent induktiv. All vitenskapelig tenking starter med observasjoner. Man ser eller sanser et eller annet, som igjen fører til spørsmål, og det er dette som kalles abduksjon. Som nevnt tidligere, så har vi sittet i VIS Nyskapingsparken under masterskrivingen. Dette har ført til at vi har fått kjennskap til denne inkubatoren, samtidig som vi har gjort oss noen observasjoner om hvordan virkemidlene fungerer. Vi har sett hvilke funksjoner de ulike virkemidlene til en inkubator har for bedriftene. Vi har hatt muligheten til å sitte tett på empirien, så vi har fått sett på nært hold hvordan deling av informasjon foregår og hvordan en inkubator bistår sine inkubasjonsbedrifter. Dette har igjen hjulpet oss til å definere noen spørsmål, som igjen har ledet til teori. Figur 3 viser hvordan den abduktive tilnærmingen fungerer.



Figur 3 Forskjeller mellom en deduktiv, en induktiv og en abduktiv tilnærming (Jacobsen, 2015)

## 3.2 Kvalitativ metode

Innenfor metodelitteraturen er det vanlig å skille mellom kvantitativ og kvalitativ metode. Når en skal velge en av disse metodene for å løse en problemstilling, er det viktig å ha problemstillingen i bakhodet (Johannessen et al., 2011). Kvalitative metoder har den egenskapen at man går i dybden for å forstå, mens man i kvantitative metoder søker å forklare (Gripsrud et al., 2016). Det som kjennetegner bruk av en kvalitativ metode, er at en søker forståelse av sosiale fenomener, enten ved en nær kontakt med deltakere i felten ved intervju eller observasjon, eller ved analyser av tekster og visuelle uttrykksformer (Thagaard, 2018). Videre skriver Thagaard (2018) at kvalitative studier kjennetegnes ved at metodeopplegget er preget av fleksibilitet. Det er mulig å endre utformingen av prosjektet i løpet av undersøkelsesperioden. Når en benytter seg av en kvalitativ metode utvikler det seg en forståelse av de sosiale fenomenene som studeres. Dersom man skal studere et fenomen som man ikke kjenner særlig godt, og som det er forsket lite på, og når en undersøker fenomener en ønsker å forstå mer grundig, er det hensiktsmessig å benytte seg av en kvalitativ metode (Johannessen et al., 2011).

Når vi skulle løse problemstillingen vår, som handlet om å se på oppstartsbedrifter og inkubatorer i ulike geografiske kontekster, måtte vi velge en metode som vi følte kunne gi oss gode svar på det vi skulle undersøke. Vi valgte da å benytte oss av en kvalitativ metode, ved bruk av kvalitative intervju for å samle inn data. Intervju er en veldig god metode for å få kjennskap til hvordan personer forstår, og opplever seg selv og sine omgivelser (Thagaard, 2018). Når en skal gjennomføre intervju er det ulike tilnærminger til hvordan dette skal gjøres. Vi har valgt å benytte oss av et semistrukturert intervju, som er et intervju som er basert på noen tema som skal bli gjennomgått i løpet av intervjuet. Slike intervju har som mål at de skal skape flyt i en samtale, og en trenger ikke å stille spørsmålene i en bestemt rekkefølge (Easterby-Smith et al., 2015). Når vi gjennomførte intervjuene, var begge to til stede og deltok på disse. Dette gjorde vi for at det skulle bli lettere å holde flyten i samtalen. Easterby-Smith et al. (2015) skriver at å intervju er en metode som er en av de beste for å samle inn informasjon rundt et spørsmål, men kompleksiteten ved et intervju kan ofte undervurderes. Det er viktig å vurdere underveis hvilke spørsmål som skal utforskes videre, og hvilke spørsmål som skal forkastes. Dette er noe som George et al. (2005) skriver om i sin bok *Case Studies and Theory Development in the Social Sciences*. Her skriver de at ved en casestudie, får forskeren mulighet til å utforske svar videre, dersom informanten gir et svar som ikke var forventet. Vi ønsket også å forstå fenomenet i forhold til konteksten, og dette er

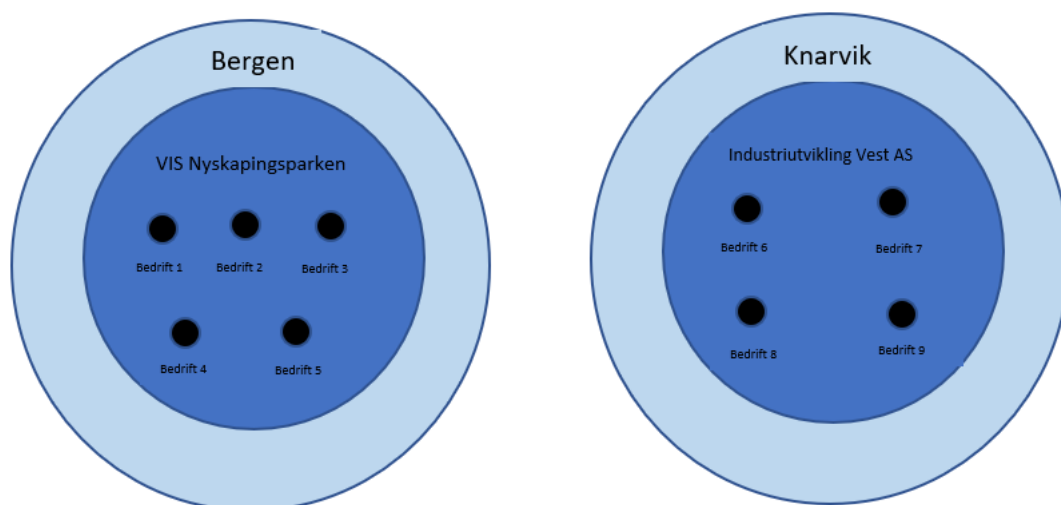
noe som er enklere å gjøre innenfor casestudier. Dette er fordi en da kan undersøke alle kontekstuelle faktorer omkring som kan påvirke resultatet av forskningen (George et al., 2005). Videre i oppgaven vil det bli gått nærmere inn på hva som kjennetegner en casestudie og utvalg til oppgaven.

### 3.2.1 Casestudie

Casestudie ser på et fenomen i dybden innenfor fenomenets kontekst, det ser også på den karakteristiske situasjonen der det kan være mange flere punkter av interesse enn datapunkter og som et resultat av dette er avhengig av flere beviskilder (Yin, 2014). Easterby-Smith (2015) sier at et casestudie ser i dybden på en eller flere organisasjoner, hendelser eller individer over tid. I litteraturen skiller man mellom enkeltcasestudier og multiple casestudier. Forskjellen på et enkeltcasestudie og multippelt casestudie, er at ved et multippelt casestudie kan man sammenligne funn fra ulike case, mens et enkeltcasestudie går mer i dybden (Yin, 2014). Fordelen med å benytte seg av en multippel casestudie er at funnene fra slike case er mer overbevisende, og blir dermed sett på som mer robuste (Herriott and Firestone, 1983). Det er mer vanlig å benytte seg av et enkeltcasestudie dersom det er en ekstrem, uvanlig eller et kritisk case (Yin, 2014). Når en skal bestemme seg for om det er relevant å benytte seg av en casestudie når en skal svare på forskningsspørsmålet, må en se på forskningsspørsmålet. Når forskningsspørsmålet skal forklare noe kan det være nyttig med et casestudie (Yin, 2014). George et al. (2005) skriver at casestudietilnærmingen passer bra når en skal evaluere hendelser som har skjedd, eller skjer for å kunne gjøre disse generaliserbare.

I vår oppgave har vi valgt å benytte oss av en innebygd casestudie. En innebygd casestudie er en casestudie som inneholder flere enn en underenhet for analyse (Yin, 2003). Disse casene ble valgt basert på innsikt, da de viste felles karakteristikker, samtidig som forskjellene på casene ble sett på fordelaktige for å belyse forskningsspørsmålene og de teoretiske proposisjonene (Seale et al., 2004, Robinson, 2014). Begge casene representerte et inkubatormiljø, men de hadde ulike geografisk kontekst. Inkubatoren fra Bergen representerer den urbane regionen, mens inkubatoren fra Knarvik representerer den rurale regionen. Her har vi sett på 5 bedrifter hos den urbane inkubatoren og 4 bedrifter hos den rurale inkubatoren. Vi har stilt spørsmål til hver bedrift som kan kartlegge innovasjonsforskjeller i et urbant og ruralt område. Bedriftene som sitter i inkubatoren, har blitt bedt om å svare på spørsmål som kan kartlegge deres bruk, og behov for virkemiddel som inkubatoren tilbyr. Grunnen til at vi ser på flere bedrifter i hver enkelt region, er for å kunne øke sannsynligheten

for at resultatene som blir funnet kan stemme for regionen. Vår analyseenhet i denne oppgaven er bedriftene som befinner seg i inkubasjon.



Figur 4 Deltakende bedrifter i studiet

### 3.2.2 Utvalg

Når en benytter seg av kvalitative metoder, er det begrensninger på hvor mange personer en kan intervjuer. Dette er fordi, slike data er så rike på detaljer og opplysninger at det ikke er mulig å analysere store mengder (Jacobsen, 2015). I denne studien er utvalget av deltakerne basert på en strategisk utvelgelse – de mest interessante for vår problemstilling ble valgt (Thagaard, 2018). Det betyr at de som hadde mest informasjon om hendelser og fenomener som kunne belyse vår problemstilling ble valgt som intervjuobjekter.

Før studiens forskningsspørsmål var ferdig, ble det vurdert ulike innfallsvinkler på studiet. Vi satte oss også grundig inn i teorien som finnes rundt temaet, slik at vi kunne belyse noe som ikke var så mye studier på. Vi startet tidlig i arbeidet å kontakte personer som hørte til inkubatorene som vi så som viktige å snakke med. Inkubatorene vi kontaktet var VIS Nyskapingsparken og Industriutvikling Vest AS. Dette gjorde vi tidlig for å sikre oss at dette var noe de var interessert i, slik at studiet kunne gjennomføres. En fordel med å kontakte VIS Nyskapingsparken var at her hadde vi godt nettverk som vi kunne dra nytte av når det kom til å få tilgang til informanter.

Etter hvert som forskningsspørsmålet ble formet i løpet av startperioden, kunne vi velge ut relevante informanter. Vi bestemte oss ganske tidlig i prosessen for at vi ville snakke med både ansatte i inkubatorene, og bedrifter som satt i inkubasjon. Vi valgte å snakke med fire og

fem bedrifter i hver inkubator for å få nok data rundt hvordan en bedrift opplever det å sitte i inkubasjon. I tillegg snakket vi med inkubatorleder i hver inkubator, for å høre fra dem, hvordan de tilrettelegger for at bedriftene skal bli vellykket, eller nå sine mål. I tillegg til dette hadde vi også anledning til å gjennomføre et intervju med en som var tilknyttet begge inkubatorene. Dette ga oss muligheten til å stille spørsmål som kunne kartlegge forskjeller i regionene som inkubatorene var tilknyttet.

### 3.2.3 Primærdata

Innsamling av kvalitative data ble i hovedsak basert på intervjuer, presentert i Tabell 1. Det ble i forbindelse med dette studiet, gjennomført elleve semistrukturerte intervju. Det er totalt snakket med tolv informanter, så et av intervjuene ble gjennomført med to informanter til stede. Dersom oppstartsbedriftene hadde flere ansatte, forsøkte vi å intervju personene som hadde lang fartstid og god kjennskap til praksis i oppstartsbedriften. Vi ønsket at flest mulig av intervjuene skulle foregå ansikt til ansikt, for å skape tillit og åpenhet mellom informantene og oss. I tillegg til å skape god flyt i samtalen, minimere distraksjoner og gi oss muligheten for å observere informantenes kroppsspråk (Jacobsen, 2015). Dette kunne vi gjøre med unntak av fem intervjuer som heller ble gjennomført på videosamtaler eller telefon. Dette var på grunn av restriksjoner som ble innført i forbindelse med koronapandemien som kom til Norge i mars 2020.

Tabell 1 Primærdata

Bedrift	Hvem	Form	Dato	Hvor
VIS Nyskapingsparken	Inkubatorleder	Semistrukturert intervju	07.02.20	Kontor VIS
Bedrift 1	Respondent 1	Semistrukturert intervju	02.03.20	Kontor VIS
VIS Nyskapingsparken	Administrerende direktør	Semistrukturert intervju	06.03.20	Kontor VIS
Bedrift 6	Respondent 6	Semistrukturert intervju	10.03.20	Kontor IUV
Bedrift 7	Respondent 7	Semistrukturert intervju	10.03.20	Kontor IUV
Bedrift 8	Respondent 8	Semistrukturert intervju	10.03.20	Kontor IUV
Industriutvikling Vest AS	Inkubatorleder og forretningsutvikler	Semistrukturert intervju	10.03.20	Kontor IUV
Bedrift 2	Respondent 2	Semistrukturert intervju	16.03.20	Videosamtale
Bedrift 3	Respondent 3	Semistrukturert intervju	17.03.20	Videosamtale

Bedrift 9	Respondent 9	Semistrukturert intervju	18.03.20	Telefon
Bedrift 4	Respondent 4	Semistrukturert intervju	23.03.20	Videosamtale
Bedrift 5	Respondent 5	Semistrukturert intervju	23.03.20	Videosamtale

Alle intervjuene som ble utført ansikt til ansikt, ble gjennomført der den aktuelle bedriften oppholdt seg. Intervjuene hadde en lengde på 30-60 min, og alle ble etter samtykke fra informantene, tatt opp på lydbånd. Vi var begge til stede under intervjuene, men vi valgte å la den ene lede intervjuet og stille spørsmålene fra intervjuguiden, mens den andre noterte og kunne stille oppfølgingsspørsmål der det var naturlig. Dette ble gjort for å skape god flyt og kontinuitet i intervjuene.

Før vi startet å intervjuer, utarbeidet vi to intervjuguider, se Vedlegg 1 og 2, som inneholdt temaer og spørsmål vi ønsket å komme innom i løpet av intervjuet. Spørsmålene og temaene ble utarbeidet ut ifra studiets forskningsspørsmål, og fra teori. Etter at vi hadde gjennomført intervjuene, ble disse transkribert for videre analyse. Lydopptakene ble fordelt mellom oss for effektiv transkribering, men for å sikre at vi hadde fått med all informasjonen fra intervjuene, lyttet vi begge til alle lydopptakene samtidig som vi leste gjennom transkriberingen til intervjuet.

Vi har også valgt å anonymisere bedriftene som deltok i studiet, men inkubatorene har vi ikke anonymisert. Dette sa vi til informantene fra bedriftene før vi gjennomførte intervjuet, slik at de ikke skulle holde noen tanker tilbake dersom det var noe de syntes var negativt med inkubatoren. Grunnen til at vi har valgt å anonymisere bedriftene som deltok i studiet, er at vi ikke ser det som relevant for studiet å ha det med.

Etter at vi hadde transkribert alle intervjuene, startet vi med selve analysen. Dette gjorde vi ved å lese gjennom intervjuene og markere sentrale sitat rundt tema som var aktuelle for videre analyse. Vi hadde utformet intervjuguiden slik at den var delt etter ulike temaer. Dette gjorde jobben med analysen lettere, da vi visste hvor vi kunne finne relevante sitat om de ulike temaene.

### 3.3 Reliabilitet og validitet

Noe som er viktig i alle vitenskapelige tekster, er å kunne forklare hvordan en har samlet inn data, og hvordan denne er analysert og tolket. Derfor vil vi i dette delkapittelet gå inn på reliabiliteten og validiteten til studiet.

#### 3.3.1 Reliabilitet

Reliabilitet handler om undersøkelsens data: hvilke data som brukes, hvordan de samles inn, og hvordan de bearbeides (Johannessen et al., 2011). I kvantitativ forskning er begrepet innarbeidet, og referer i utgangspunktet til spørsmålet om en annen forsker som anvender de samme metodene, vil komme fram til de samme resultatene (Thagaard, 2018). Innenfor kvalitativ forskning er det vanskeligere med reliabilitet. Dette er fordi det ofte ikke er strukturerte datainnsamlingsteknikker, men samtalen som styrer datainnsamlingen. Man benytter seg selv som forsker som et instrument når man samler inn data gjennom en kvalitativ metode (Johannessen et al., 2011). Vi har som nevnt tidligere benyttet oss av semistrukturerte intervju som vår hovedkilde til datainnsamling. Denne formen for å samle inn data kan gjøre det vanskeligere for andre forskere og få tilsvarende funn som det vi har fått. Dette er fordi under slike semistrukturerte intervju kan det komme informasjon som ikke spørsmålene belyser, men som kommer som en naturlig del av samtalen. Det som kan styrke reliabiliteten er å gi leseren en inngående beskrivelse av konteksten og en åpen og detaljert fremstilling av fremgangsmåten under hele forskningsprosessen (Johannessen et al., 2011). Dette er grunnen til at vi legger ved intervjuguiden som er benyttet slik at andre som ønsker å undersøke de samme fenomenene som oss, kan se hvilke spørsmål som vi har stilt.

En annen faktor som er viktig å ta med i betraktning med tanke på studiens reliabilitet er hvor enkelt det er å komme i kontakt med inkubatorene. Selv om vi hadde en fordel, med tanke på at vi var tilknyttet VIS, tror vi ikke det er noe problem for andre forskere å få innpass hos inkubatorene. Derfor vil vi si at reliabiliteten til dette studiet er høy.

#### 3.3.2 Validitet

Validitet handler om resultatet av forskningen og hvordan vi tolker data (Thagaard, 2018). Det handler om man har undersøkt det vi hadde til hensikt å undersøke og om det er mulig å overføre det vi har funnet til andre sammenhenger (Jacobsen, 2015). Videre har vi valgt å skille mellom indre og ytre validitet.



### *3.3.2.1 Indre validitet*

Indre validitet handler om hvorvidt forskeren har gitt en sann beskrivelse av virkeligheten, hvordan forskeren har gjengitt og tolket data og til slutt hvordan de funnene og tolkningene som forskeren trekker fram er virkelighet (Jacobsen, 2015). Ettersom en av forfatterne av dette studiet er tilknyttet VIS Nyskapingsparken, med egen oppstartsbedrift ble datainnsamlingen forenklet. Vi tror at denne relasjonen gjorde det lettere å få tilgang til intervjuobjekter, og en hadde automatisk mer tillit og åpenhet mellom informantene og oss. Det kan være både positivt og negativt at vi hadde en slik tilknytning til den ene inkubatoren. Vi ser ut ifra lengdene på intervjuene, at de varte i gjennomsnitt lenger hos inkubatoren vi var tilknyttet, enn de gjorde i inkubatoren Industriutvikling Vest AS. Dette kan ha noe med at personene i VIS Nyskapingsparken var tryggere, og at de derfor følte seg mer komfortable med å utdype alle svarene sine.

En problemstilling som dukket opp i sammenheng med vår relasjon til inkubatoren og som kan ha påvirket oppgavens validitet, er hvorvidt vi klarte å legge fra oss forutbestemte oppfatninger og tanker. Vi har forsøkt å minimere denne problemstillingen ved at vi har forsøkt å samle inn data med et åpent sinn, og la informantene snakke mest mulig fritt, uten ledende spørsmål og avbrytelser. Vi har også forsøkt å tolke innsamlet data isolert fra våre eksisterende tanker og oppfatninger. Under intervjuene ba vi også alle informantene om å presentere seg, som om de ikke hadde kjennskap til oss fra før. Dette var viktig slik at intervjuene hos VIS Nyskapingsparken og Industriutvikling Vest AS, skulle være så like som mulig. Noe som kan ha svekket validiteten til oppgaven er at det var begrenset antall med bedrifter som ville stille til intervju fra den rurale inkubatoren. Dette førte til at vi måtte snakke med en bedrift som tidligere hadde vært i inkubatoren, men som ikke hadde kontorplass der lenger.

### *3.3.2.2 Ytre validitet*

Ytre validitet handler om i hvilken grad funnene fra en undersøkelse kan generaliseres til andre enn dem man faktisk har undersøkt (Jacobsen, 2015). En skiller gjerne mellom to ulike typer generalisering. 'Statistisk generalisering' er en form for generalisering (fra utvalg til populasjon) som er vanskeligere å få til ut fra en kvalitativ tilnærming. Dette er fordi en som regel bare undersøker noen få enheter, og disse enhetene er trukket ut for et spesielt formål (Jacobsen, 2015). Den andre er en 'teoretisk generalisering'. Når en benytter seg av en kvalitativ metode er det teoretisk generalisering som er målet. Dette vil si, et forsøk på å avdekke fenomener som finnes (Jacobsen, 2015). Her generaliserer du ikke til en begrenset

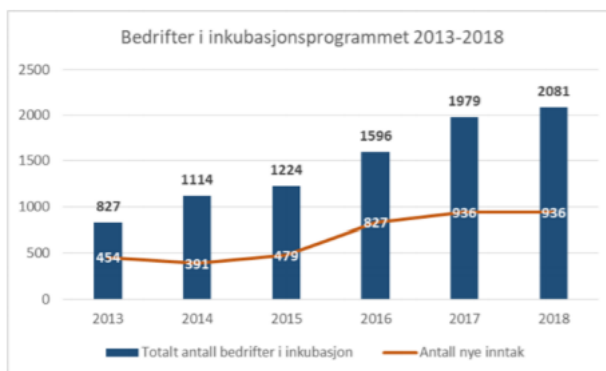
del av populasjonen, men en utvikler de teoretiske ideene om å utlede dimensjoner som ligger til grunn for fenomenet (Strauss and Corbin, 1990). Som vil si at en generaliserer en generell struktur, heller en sosial praksis som bare er et eksempel på denne strukturen (Gobo, 2008). Det er disse teoretiske ideene som gjør at en kan bruke disse funnene i casestudier fra en empirisk sammenheng til en annen (George et al., 2005).

Ettersom denne studien har tatt utgangspunkt i to inkubatorer og deres bedrifter, kan det hende at noen av funnene kan være generaliserbare. Det er da teoretisk generalisering det er snakk om i vårt tilfelle. Våre funn kan være med på å utvikle inkubasjonsteorien. Den kan både styrke og svekke funn, ved å vise at en bestemt årsaksmechanisme som er teoretisk sentral, er aktiv eller mangler i det aktuelle caset. Gjennom å utlede mønstre og generelle strukturer fra teoretiske casestudier, kan en ha som mål å kontinuerlig forbedre teorien.

## 4.0 Presentasjon av empiri

Dataen vi har benyttet oss av i analysen av denne oppgaven er samlet inn hos to ulike inkubatorer. VIS Nyskapingsparken ble opprettet i 2007, og hadde som formål å skape nytt næringsliv, nyetableringer og flere arbeidsplasser i regionen. Industriutvikling Vest AS ble opprettet i 2011, og visjonen er at selskapet skal utvikle ny forretningsvirksomhet med utgangspunkt i virksomhetene på Mongstad, Nordhordland og Bergensregionen. Begge inkubatorene er tilknyttet Siva sitt inkubasjonsprogram, og mottar årlig tilskudd for å drifte inkubatoren. Siva sitt hovedmål for satsingen er følgende: «Økt nasjonal verdiskaping gjennom effektivt å identifisere, videreutvikle og kommersialisere gode ideer til nye vekstbedrifter, og gi ny vekst i etablerte virksomheter» (SIVA, 2020).

Siva er et næringsrettet virkemiddelapparat som er en del av statens virkemidler for å tilrettelegge for utvikling av bedrifter og kunnskaps- og næringsmiljø, samt fremme vekst i distriktene. Fra Siva sin artikkel (SIVA, 2019b, SIVA, 2019c), hvor det presenteres nye tall fra inkubatorer og næringshager for 2018, kan man se en stor økning av bedrifter i inkubasjon de siste årene. Det ble tatt opp hele 936 bedrifter i Siva-støttede inkubatorer og 619 bedrifter i næringshager.



Figur 5 Bedrifter i inkubasjonsprogrammet 2013-2018

Figur 5 viser hvordan antall bedrifter i inkubasjonsprogrammet har økt, og hvor mange nye bedrifter som kommer inn hvert år (SIVA, 2019b). Dette viser helt klart at flere og flere bedrifter ser verdien av å komme seg inn i en inkubator og få nytte av kunnskapen som finnes der.

Den sterke satsingen fra Siva, kombinert med en økt interesse for gründere og entreprenører i politikken og samfunnet generelt, skaper grobunn for langt flere inkubatorbedrifter som grafen viser. Denne studien kan derfor vurderes som relevant tatt i betraktning den høye og økende interessen man nå kan se rundt temaet både i forskningsmiljø og næringsliv. Målet for alle inkubatorer vil være å kunne gi et best mulig tilbud til alle bedriftene i inkubasjon.

Det er i dag flere næringshager og inkubatorer på Vestlandet, både urbant og ruralt. Noen er knyttet opp til academia og andre opp til industri, noen er store og noen er små. Det er et stort mangfold som har som mål å nå ut til flest mulig og bidra til økt innovasjonsgrad i regionen. I

tillegg er flere av disse knyttet sammen i noe som heter «Inunet Hordaland». Dette er et innovasjonsnettverk som består av fem næringshager, tre inkubatorer, Impact Hub Bergen, Innovasjon Norge Hordaland og Hordaland Fylkeskommune. Det er VIS i Bergen som er prosjektleder for nettverket (Fjordane, 2018).

**Nettverket har som formål å:**

- Bidra til erfaringsutveksling mellom innovasjonsmiljøene lokalt, regionalt, nasjonalt og internasjonalt.
- Øke kjennskapen og samhandlingen mellom programmene i regionen og koble programmene tettere sammen (klynge-, inkubator- og næringshageprogrammene). Også på tvers av fylkesgrensene (Fjordane, 2018).

Midlene som inkubatorene mottar, skal benyttes til å tilføre sine bedrifter profesjonelle forretningsutviklings- og bransjekompetanse. En viktig del av arbeidet til inkubatorene er å utvikle sterke team, koble bedriftene opp mot strategiske samarbeidspartnere; FoU, næringsliv og kapital, og bidra til at bedriftene raskest mulig kommer ut i markedet (SF, 2019). Inkubatorene som er med i Siva sitt program, er delt inn i fem ulike tilskuddsgrupper. Her befinner VIS Nyskapingsparken seg på nivå 1 og Industriutvikling Vest AS befinner seg på nivå 5. Dette betyr at VIS Nyskapingsparken mottar årlig 5,0 millioner kroner, mens Industriutvikling Vest AS mottar årlig 1,5 millioner kroner. VIS Nyskapingsparken er lokalisert i Bergen, hvor en har flere store selskaper som driver. VIS Nyskapingsparken har spesielt god tilknytning til 4 ulike bransjer; teknologi, helse, hav og energi. Industriutvikling Vest AS ligger ute i Knarvik og har i større grad produksjonsbedrifter, og litt mer fokus på oljerelatert industri.

Begge inkubatorene er bygd opp på en ganske lik måte, etter hvilke krav Siva har til sine inkubatorer. De blir hvert år målt på en mengde parameter, for å kartlegge hvordan driften deres er. Det er noen forskjeller hos inkubatorene, med tanke på hvor lenge du har lov til å sitte i inkubatoren. VIS Nyskapingsparken har en grense på 2 år i inkubasjon hos dem, mens Industriutvikling Vest AS opererer med 3 år.

Bedriftene vi samlet inn data fra, er alle i startfasen i forbindelse med sine bedrifter. De hadde alle opprettet selskapet mellom 2017-2019, bortsett fra ett som var opprettet i 2013.

Bedriftene drev innenfor ulike bransjer, og ble ikke valgt på bakgrunn av hvilken bransje de tilhørte. De aller fleste bedriftene hadde flere ansatte, eller med-gründere som de satt sammen med i inkubatoren.

## 5.0 Analyse

I dette kapitlet vil det bli lagt vekt på en analyse av de intervjuene som er gjennomført, både av inkubatorbedrifter og inkubatorledere. Målet vil være å identifisere særtrekk i innovasjonspraksis som finnes hos bedriftene i de to inkubatorene. Vi ønsker også å analysere de to inkubatorene for å forstå hvordan de er innrettet i de to ulike geografiske kontekstene. Basert på de resultatene vi finner, ønsker vi å komme fram til mulige endringer som kan føre til at inkubatorene kan fungere enda bedre i sin geografiske kontekst. Analysekapitlet er delt opp i tre underkapitler som vil ta for seg de tre forskningsspørsmålene. I kapittel 5.1 vil vi belyse forskningsspørsmål 1, før kapittel 5.2 tar for seg forskningsspørsmål 2 og til slutt blir forskningsspørsmål 3 belyst i kapittel 5.3.

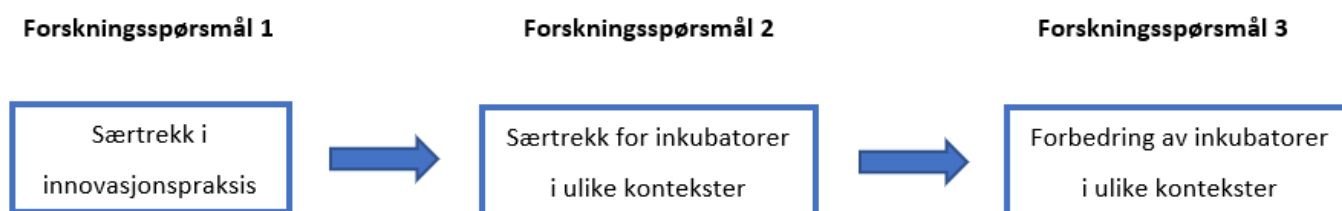
Denne studien søker svar på følgende tre forskningsspørsmål:

**Forskningsspørsmål 1:** Hva kjennetegner innovasjonspraksis i oppstartsbedrifter i urbane og rurale geografiske kontekster?

**Forskningsspørsmål 2:** Hvilke særtrekk har inkubatorer i de to ulike kontekstene?

**Forskningsspørsmål 3:** Hvordan kan inkubatorer innrettes for å bedre fange opp særtrekk i innovasjonspraksis i de ulike kontekstene?

Analysedelen er delt opp i tre deler som hver tar for seg ett av de tre forskningsspørsmålene.



Figur 6 Analysemodell

Tabell 2 Oversikt over bedrifter og deres særtrekk

Bedrift nr. (år grunnlagt)	Kontekst	Produkttype	Grunnleggers alder	Kunnskap sbase	Relevant høyere utdanning	Relevant arbeidserfaring	Tidligere entreprenøriell erfaring	Innovasjonsmodus	Dominante nettverk startfase	Dominante nettverk fremtiden	Orientering startfase (global, nasjonal, regional)	Orientering fremtiden
1 (2017)	Urban	Software	20-30	Analytisk	Ja	Noe	Noe	STI	Personlig	Profesjonell	Regional	Global
2 (2019)	Urban	Hardware	30-40	Analytisk	Ja	Begrenset	Ingen	STI	Personlig	Profesjonell	Regional	Global
3 (2018)	Urban	Hardware	50-60	Analytisk	Ja	Omfattende	Noe	STI	Profesjonell	Personlig	Regional/ Nasjonal	Global
4 (2017)	Urban	Software	20-30	Syntetisk	Nei	Begrenset	Ingen	DUI	Personlig	Profesjonell	Nasjonal	Nasjonal
5 (2019)	Urban	Software	30-40	Analytisk/ Syntetisk	Ja	Omfattende	Ingen	STI/DUI	Personlig	Profesjonell	Regional	Global
6 (2019)	Rural	Software	40-50	Syntetisk	Nei	Omfattende	Ingen	DUI	Personlig	Profesjonell	Regional	Regional
7 (2018)	Rural	Hardware	30-40	Syntetisk	Nei	Noe	Noe	DUI	Personlig	Personlig	Regional	Nasjonal
8 (2017)	Rural	Hardware	40-50	Syntetisk	Nei	Omfattende	Noe	DUI	Personlig	Personlig	Global	Global
9 (2013)	Rural	Hardware	70-80	Syntetisk	Nei	Omfattende	Ingen	DUI	Personlig	Personlig	Nasjonal	Nasjonal

## 5.1 Analyse av særtrekk i innovasjonspraksis

Første del av analysen innebærer å kartlegge de ulike særtrekkene i innovasjonspraksis blant oppstartsbedriftene som har deltatt i studiet, ut ifra teorien som ble presentert i kapittel 2. Vi har gjennomført intervju av både urbane og rurale inkubatorbedrifter, hvor det blant annet har blitt stilt spørsmål rundt hvilken kunnskapsbaser, innovasjonsmodus, geografisk orientering og nettverk de benytter seg av i sin bedrift.

### 5.1.1 Analyse av særtrekk i innovasjonspraksis for bedrifter i et urbant område

Når det kommer til hvilke særtrekk som finnes med tanke på innovasjonspraksisen for bedrifter i et urbant område, har vi gått analytisk til verks og funnet ulike faktorer hos bedriftene. Første faktor vi vil nevne her, er alderen på personene i den urbane inkubatoren. I denne inkubatoren er det flere unge personer, der aldersspennet går fra 20-30 år og 30-40 år hos de fleste av gründerne vi intervjuet. Det som kjennetegner mange av disse gründerne i denne alderen, er at de har begrenset eller ingen relevant arbeidserfaring i bransjen de skal inn i. Grunnen til dette er at det har blitt mer vanlig de siste årene at en får en ide under studietiden, og at en fortsetter og arbeide videre med denne ideen etter endt studie. Det er også blitt en del utdanninger og støtteordninger som fokuserer på å få unge mennesker interessert i å drive sin egen bedrift. Eksempel på dette er STUD-ENT, som er Forskningsrådets nasjonale konkurransearena hvor studenter i samarbeid med høyere utdanningsinstitusjoner kan søke om prosjektstøtte til studentdrevne forretningsideer (Forskningsrådet, 2020). Det er også flere masterutdanninger som fokuserer på innovasjon og entreprenørskap. Eksempel slike er HVL sin Innovasjon og Entreprenørskap og NTNU sin Entreprenørskole.

#### 5.1.1.1 Kunnskapsbaser

Når det kommer til hvilken kunnskapsbase bedriftene fra den urbane inkubatoren har, ser vi en klar tendens at forretningsideen eller teknologien baserer seg på analytisk kunnskap, som Tabell 2 viser. For bedrift 3, som befinner seg i en urban inkubator blir den analytiske kunnskapen trukket mest fram, men den syntetiske kunnskapen er også en del av miksen;

*Teknologi er jo bare faglig egentlig. Utdannelser og sånn. Salg og markedsføring er for så vidt utdanning det og, men det er en miks. (Bedrift 3)*

Dette ser vi også i de andre bedriftene i det urbane området. Den analytiske kunnskapen er den viktigste, men den syntetiske kunnskapen blir også brukt i en kombinasjon. De fleste har

en eller annen form for erfaring fra tidligere jobber og prosjekter som kan bidra til det de jobber med i dag. Det ser vi hos Bedrift 1 som sitter i en urban inkubator. De forteller at de identifiserer seg med begge deler av kunnskapen. De har snakket med potensielle kunder, for å få kartlagt hvilke problemer de opplever. De forteller også at de ser på seg selv som to stykker som har relativt bokbasert kunnskap.

Vi ser videre hos bedrift 2, at deres hovedfokus er den analytiske kunnskapen. De forteller at det viktigste for dem, er den kunnskapen som de har fått gjennom utdanning. Bedrift 5 forteller at de har både en analytisk og syntetisk kunnskap. Grunnen til dette er at han har jobbet innenfor den bransjen som han nå prøver å starte en bedrift innenfor. Han forteller samtidig at han har tatt en mastergrad, men som han sier, så har han lært veldig mye ut ifra industrien. Han forteller også at han synes det kan være litt vanskelig å sette seg selv i en av kunnskapsbasene, fordi når du er fagekspert innenfor et tema, så er det lett å tenke at det du kan er innlysende, og noe som alle vet. Han forteller at det han har lært mest av i jobber han har hatt, er det å selge inn ideene sine til folk og få dem til å tro på disse.

Som bedrift 5 beskriver over er det en kombinasjon. Hvor man tar i bruk den faglige kunnskapen som er bygget opp gjennom jobberfaring, i tillegg til kunnskap en har tilegnet seg gjennom høyere utdanning. Av de bedriftene vi intervjuet i den urbane inkubatoren var det også en bedrift som i større grad benyttet syntetisk kunnskap foran analytisk kunnskap.

*Jeg bruker litt ekstern kompetanse, men den kompetanse som jeg sitter med selv er jo selvlært på en måte og ikke minst det at jeg har en genuin interesse for det. (Bedrift 4)*

Som vi ser fra analysen over, kommer det fram at de fleste bedriftene i den urbane inkubatoren har en analytisk kunnskapsbase. Det kommer også fram at de aller fleste har litt forkunnskap innenfor det segmentet de skal inn i, men dette er noe som ikke kan betegnes som en syntetisk kunnskapsbase. Som nevnt tidligere er taus kunnskap alltid involvert i prosessen med kunnskapsskaping og innovasjon. Det at det i hovedsak er bedrifter med en analytisk kunnskapsbase som sitter i den urbane inkubatoren, er noe som inkubatorlederen bekrefter.

*Jeg synes at vi hele tiden har hatt fokus på kunnskapsintensive ideer. Vi vet at det er veldig høy utdanning blant de som sitter i inkubasjon. [...]. Likevel har mange av dem en erfaring ved siden av det å studere. At de har jobbet*



*med noe lignende det bedriften nå gjør. (Inkubatorleder VIS Nyskapingsparken)*

Som vi ser fra sitatet over, så bekrefter inkubatorlederen det at mange av bedriftene med en analytisk kunnskapsbase, også sitter med litt taus kunnskap, eller erfaring, som de bruker for å arbeide med sin oppstartsbedrift.

#### *5.1.2.1 Innovasjonsmodus*

Innenfor innovasjonsmodus skiller man hovedsakelig mellom to ulike former. Dette er som nevnt i kapittel 2.2.2, STI-modus og DUI-modus. Ofte kan man plassere bedrifter i en av disse to modusene, men det skjer også at bedrifter har en grad av begge modusene som de opererer etter. Innovasjonsmodusen til bedriftene i urbane områder var ikke like tydelig å finne, som det vi hadde trodd ut ifra litteraturen rundt temaet.

Ut ifra litteraturen kom det klart fram at det i urbane områder var en større grad av STI-bedrifter, med tanke på at det i urbane områder er en tettere tilknytning til utdanningsinstitusjoner. Dette kom også tydelig fram fra intervjuene våre, at det er større grad av STI-bedrifter i det urbane området, men noen hadde også en miks med DUI-modus når det kom til sine utviklingsaktiviteter. Grunnen til at dette var vanskelig å kartlegge var fordi mange av bedriftene er i en så tidlig fase, at de ikke har gjennomført noen store utviklingsaktiviteter.

Bedrift 1 hadde et veldig tydelig mål om at de skulle forstå sine utviklingsaktiviteter, noe som er viktig i en STI-modus. De forteller at i starten så «outsourcet» de sine programmeringstjenester, på grunn av at de ikke hadde intern kompetanse for å utvikle den.

Dette var helt i startfasen, og gründerne hadde ikke den kompetansen de trengte for å utvikle dette produktet, men de var hele tiden innstilt på at dette skulle de forstå og klare å utvikle produktet videre. Bedrift 1 forteller videre at de har også benyttet seg av en forsker fra Norges Handelshøyskole (NHH) og lest seg opp på litteratur rundt tjenesten de skal levere;

*Vi har også ganske god teoretisk forståelse av konseptualisering av informasjonsflyt. For å bruke et vanskelig begrep på en måte. Vi har brukt mye tid med blant annet en forsker på handelshøyskolen på hvordan en informasjonsflyt burde være. (Bedrift 1)*

Dette viser at bedrift 1 er opptatt av at de skal ta valg som er forankret i forskning og litteraturen noe som STI-modus betegner som viktig. Bedrift 3 forteller at de har et samarbeid

med Sintef når det kommer til utvikling av sine produkter. Bedrift 5 forteller at det er et ønske å samarbeide med FoU-miljø med tanke på sine utviklingsaktiviteter, men per nå, har bedriften ikke noe slikt samarbeid. Bedrift 2 tar også sine valg med tanke på faglitteratur, men de benytter seg også litt av en DUI-modus;

*Det er en kombinasjon av hvilke erfaringer en har gjort seg gjennom lakseoppdrett, også er det faglitteraturen sin beskrivelse av hvordan dette skal bygges. Også er det prøving og feiling, av den plassen en hadde til rådighet. (Bedrift 2)*

Som bedrift 2 nevner her, så er det prøving og feiling de må gjennom for å øke sin forståelse rundt produktet sitt. Dette kan en se fra litteraturen på STI og DUI at bedrifter som driver med STI, bare må godta at slik fungerer bare noen ting. Noe annet som kjennetegner en DUI-modus er at en får innspill fra kunder og leverandører om hva som kan endres på tjenesten eller produktet for å gjøre det bedre. Dette er noe som flere bedrifter forteller at de har fått, men det er ikke alle som er like flinke til å få innspill fra kunder og leverandører. Bedrift 2 forteller at de har etablert en dialog med den første kunden, for å tydeliggjøre hva han forventer av deres produkter. Bedrift 3 forteller at der har de vært litt svake, men at de har hatt 50 kunder inne som de har verifisert med. De forteller videre at grunnen til at de ikke har hatt så mange kunder inne er med tanke på hemmelighold av produktene. Bedrift 4 forteller at de er i dialog med deres kundegruppe. Dette er fordi det er de som skal generere en inntekt for bedriften, så derfor er det viktig å høre hva de tenker om videre fremgang og utvikling.

Vi ser fra intervjuene at noen bedrifter benytter seg av kunder for å utvikle sine produkter videre, men noen har innsett at de ikke er så sterke på dette som de kanskje hadde ønsket. Det er mange faktorer som må tas hensyn til når en skal nå ut til så mange kunder. Som Tabell 2 også forteller er det stor grad av STI-bedrifter i inkubatoren som befinner seg i et urbant område. Grunnen til at så mange av bedriftene som befinner seg i en STI-modus snakker med kunder, handler om Lean Start-up metodikken. Denne sier at det er viktig å komme i kontakt med kunder på et tidlig stadium, for å finne ut hva kunden ønsker av produktet.

### *5.1.1.3 Geografisk orientering*

Den geografiske orienteringen til bedriftene var noe som var interessant å finne ut av. Dette handler om hvor, og hvordan bedriftene planlegger å drive selskapet sitt. Vi hadde en hypotese om at bedriftene som tilhørte den urbane regionen, tenkte mer nasjonalt og globalt

rundt sine virksomheter. Det viste seg imidlertid at mange bedrifter i den urbane regionen også tenkte regionalt.

Når bedriftene fikk spørsmål om hvor de viktigste kundene deres var lokalisert, var dette noen av svarene som ble gitt. Bedrift 1, 2 og 5 har alle en ganske lik tankegang om at de skal starte lokalt, deretter bli nasjonale, før de til slutt blir internasjonale. To av bedriftene har allerede den tankegangen som de også tenker å ha i fremtiden. Dette er bedrift 3, som forteller at de er internasjonale og bedrift 4 som forteller at de er nasjonale.

Som vi ser over er de fleste bedriftene på nåværende tidspunkt avhengige av regionen som sin kunde, eller at de tenker nasjonalt i startfase. De aller fleste har derimot planer om å bli globale selskaper. Dette er også noe som gjenspeiler inkubatoren sine krav når de skal ta inn bedrifter til inkubasjon.

*De fleste hos oss har pilotkunder, [...]. Det ser vi er regionale kunder. [...].*

*De får fort nasjonale kunder, også noen har jo bare nasjonalt fokus. De fleste her har et internasjonalt fokus. Dette er jo et av kriteriene for å komme inn her, at en har et skaleringspotensiale internasjonalt.*

*(Inkubatorleder VIS Nyskapingsparken)*

Vi spurte også bedriftene om de var avhengig av regionen de befinner seg for å utvikle bedriften sin videre. Her svarte flere bedrifter at de var avhengige av regionen for å utvikle bedriften videre, på grunn av at flere samarbeidspartnere befant seg i Bergen. Bedrift 4 fortalte at deres bedrift var ikke avhengig av regionen med tanke på videre utvikling av sin bedrift. Det bedrift 5 forteller, er litt oppsummerende for flere av selskapene;

*[...] Jeg tenker at det er en stor fordel å være i Bergen, men den største fordel er å være i Norge. (Bedrift 5)*

Som vi ser fra sitatet over, så er det de bedriftene som driver med noe som regionen har mye kunnskap rundt, som ser det som positivt å sitte i regionen. De andre forteller at de like gjerne kunne sittede en annen plass. Til slutt stilte vi et spørsmål som handlet om hvor de så for seg å ha hovedkontoret i framtiden, dersom det var opp til dem. Da svarte alle bedriftene utenom bedrift 4, at hovedkontoret ville ligge i nærheten av deres viktigste markeder, en storby i Europa, eller i samme område som lignende næringer har sine kontorer. Bedrift 4 fortalte at dersom det er opp til han, blir hovedkontoret i Bergen. Noen av de urbane bedriftene er

avhengig av sin region for å vokse, og benytter regionen aktivt i sin drift. Bedriftene forteller også at de skal satse globalt, og at de ikke blir værende i regionen.

#### *5.1.1.4 Nettverk*

Nettverk er en viktig del av det produktet som inkubatoren tilbyr sine leietakere. Nettverk står veldig sentralt i teorien rundt det å starte egen bedrift, og er nødvendig for både entreprenøren og bedriftens utvikling. Derfor er det også et viktig fokus for en inkubator som har som hovedoppgave å bistå entreprenøren og bedriften med den videre utviklingen.

Arbeid med nettverk står også sentralt i Siva sine retningslinjer for sine inkubatorer, og det er ønskelig at inkubatoren skal kunne koble bedrifter sammen med andre bedrifter, FoU-miljøer, akademia og investorer (SIVA, 2020).

Fra vår intervju-runde med inkubatorbedriftene hadde vi fokus på å se hvilke nettverk som var det viktigste for bedriften. Vi skilte mellom personlige og profesjonelle nettverk. Personlige nettverk, var nettverk som bedriften hadde tatt med seg inn i inkubatoren, mens profesjonelle nettverk, var inkubatorens nettverk som bedriften benytter seg av.

Under intervjuene vi hadde med inkubatorbedriftene ble det blant annet spurt om hvordan fokuset til bedriften var på nettverk. Ser man i Tabell 2 kan vi se at det er veldig stor likhet mellom de urbane og rurale inkubatorbedriftene, nesten alle har sitt personlige nettverk som det dominante nettverket i startfasen, noe som stemmer bra med hva inkubator teorien sier om dette temaet. For bedrift 1 har mye av nettverket kommet fra personlige relasjoner. De har fått et større profesjonelt nettverk etter de kom i kontakt med inkubatoren.

For bedrift 2 har det vært mer fokus på det profesjonelle nettverket fra start. Dette er en bedrift som er opprettet av studenter, noe som kan forklare at de personlige nettverkene ikke er så store. Fra intervjuet ser vi at det nettverket de startet med, var det de hadde rundt seg på universitet, og at det videre har utviklet seg til å være tilkoblet flere institusjoner. De forteller også at de hadde med seg en person i bedriften i startfasen som hadde et personlig nettverk innenfor bransjen, som de brukte for å skaffe seg leverandører.

Bedrift 4 startet også med et personlige nettverk, men som gradvis har økt og blitt mer profesjonelt etter at bedriften har gått inn i inkubatoren. Dette er en tendens vi ser hos flere av bedriftene som er blitt intervjuet. De starter med et personlig nettverk, men gradvis opparbeider de seg et mer profesjonelt nettverk gjennom oppholdet hos inkubatoren.

Når man spør mer konkret rundt inkubatorens bidrag får man litt forskjellige svar, men en del av svarene går på at inkubatoren ikke jobber noe særlig målrettet for å skaffe bedriftene større nettverk. Det er også flere av bedriftene som føler at inkubatoren ikke har nok tid til å hjelpe dem slik de ønsker. Bedrift 5 forteller at de har hatt mest effekt av nettverksbygging på ting som ikke er kritiske for bedriften, altså på andre ting enn hva som er kjernevirksomheten til bedriften. Det kommer tydelig fram fra intervjuene med bedriftene, at det er mye ansvar på hver enkelt bedrift. De må være opptatte av å bygge nettverk for at de skal få nytte av inkubatorens bidrag.

Her ser vi at nettverket i stor grad er opparbeidet selv, men at inkubatoren og miljøet har en påvirkning. Det som blir utfordrende å måle, er nettverk som blir skapt ved at man befinner seg i rett miljø. Ved å sitte i en inkubator vil man bli del av et større miljø som potensielt kan gi nye og større nettverk. Man ser likevel en del likhetstrekk mellom bedriftene. Man starter med et personlig nettverk, og etter hvert erverver man seg mer profesjonelle nettverk gjennom miljøet de befinner seg i.

Når vi intervjuet inkubatorleder for den urbane inkubatoren spurte vi om det var bedriftens personlige nettverk eller inkubatorens nettverk som var viktig. Fra inkubatorleder kommer det fram at det varierer. Hun legger til, at i de tilfeller hvor bedriftens personlige nettverk er viktig, så kan inkubatoren bidra til å utnytte dette nettverket bedre.

*Det er litt forskjellig. Det er nok vanskelig å si helt klart. De gründerne som har personlig nettverk som er relevant for caset, så er dette viktig. Så kan vi være utfyllende på det, eller utfordre på å bruke det nettverket en har fra før strategisk. (Inkubatorleder VIS Nyskapingsparken)*

I tillegg legges det til at inkubatorens nettverk kan benyttes som et supplement eller erstatte deler av bedriftens personlige nettverk for å gjøre det bedre.

*Prøve å utvide horisonten. Kanskje kan noen i vårt nettverk være en erstatning eller komplementering til gründerens eget. Koble på vårt eget nettverk slik at det passer, men vi presser ikke på vårt eget nettverk uten at det passer. (Inkubatorleder VIS Nyskapingsparken)*

Videre stilte vi spørsmål rundt forskjeller på nettverksbruk mellom bedrifter som kommer fra næringsliv og de som kommer fra FoU miljø.

*Ja, jeg vil si at som regel er det noe forskjell. Dersom de har nettverk på det de skal gjøre, så er det veldig styrke for bedriftene. Det å bruke det helt konkret til å få kunder, er noe som er nyttig. Det er vanskelig å være helt kategorisk siden folk er så forskjellige. (Inkubatorleder VIS Nyskapingsparken)*

Her kommer det fram at det er en forskjell, men at det er vanskelig å kategorisere. Personer er ulike, og inkubatoren må tilpasse seg for å best mulig kunne hjelpe alle bedriftene. Det er en utfordrende oppgave, og det vil være viktig for inkubatoren å ha et bredt og godt nettverk.

### 5.1.2 Analyse av særtrekk i innovasjonspraksis for bedrifter i et ruralt område

Når det kommer til hvilke særtrekk som finnes med tanke på innovasjonspraksis for bedrifter i et ruralt område, har vi gått analytisk til verks. Noe som bedriftene i den rurale inkubatoren skiller seg fra den urbane inkubatoren, er hvilken produkttype de selger. De fleste bedriftene i den rurale inkubatoren selger hardware, mens i den urbane inkubatoren er det flere bedrifter som driver innenfor software. Videre i kapittelet vil det bli gått inn på kunnskapsbaser, innovasjonsmodus, geografisk orientering og nettverk for bedriftene i den rurale inkubatoren.

#### 5.1.2.1 Kunnskapsbaser

Når vi analyserer de bedriftene vi har intervjuet fra den rurale inkubatoren ser vi en motsatt tendens sammenlignet med den urbane inkubatoren når det kommer til kunnskapsbase. Fra Tabell 2 kan man se at det er en større majoritet som benytter syntetisk kunnskap, fremfor analytisk kunnskap når det kommer til utvikling av bedriften deres. Bedrift 6 forteller at de bygger sin tjeneste på tidligere erfaringer fra arbeidslivet, men at de også har benyttet seg av omskolering og kurs.

For bedrift 6 er produktet at de selger en tjeneste, som baserer seg på tredjeparts teknologi. Det er derfor normalt å ta kurs og holde seg oppdatert med nye kurs for å sikre en bred kunnskap rundt emnet, og for å kunne levere en konkurransedyktig tjeneste.

Bedrift 7 hadde også lignende erfaring med bakgrunn i samme bransje som de hadde startet opp ny bedrift i. Sammen med den kunnskapen deler av teamet hadde opparbeidet seg gjennom tidligere ansettelsesforhold, hadde de også et nettverk som de benytter under utviklingen av bedriften.

Bedrift 7 driver med import og salg i Norge og benytter seg i stor grad av tidligere erfaringer, altså syntetisk kunnskap. Videre ser vi på bedrift 8 som jobber med salg og utvikling av

spesifikke produkter. Det kommer fram i intervjuet at bedriften i stor grad er basert på syntetisk kunnskap, med tanke på at personen har hatt en yrkeskarriere innenfor bransjen han nå selger til.

Videre stilte vi spørsmål om bedrift 8 har hatt nytte av personens arbeidserfaring, på det fikk vi følgende svar;

*Utelukkende positivt. Det er jo der jeg har fått alle ideer fra. Ikke fra analytisk kunnskap eller utdanning. Det her er ren erfaring. (Bedrift 8)*

Igjen ser vi at det er den syntetiske kunnskapen som står sterkest for bakgrunnen for selskapet og dens utvikling. Kjernekompetansen som bedriften bygger på, er skapt gjennom syntetisk kunnskap. Samme likheter finner vi hos bedrift 9 som tidligere har oppholdt seg i den rurale inkubatoren. Han forteller at det er gjennom jobb og erfaring han har fått kunnskap. Gjennom en lang karriere i arbeid, så har han fått mye kunnskap slik. I tillegg forteller han at han har lest seg opp og tilegnet seg tekniske kunnskaper.

Det kommer fram fra analysen over, at bedriftene i den rurale inkubatoren har en syntetisk kunnskapsbase. Alle har en form for erfaring innenfor det de holder på med. Det at de bedriftene som sitter i den rurale inkubatoren har en syntetisk kunnskapsbase, er også noe som en kan forstå ut ifra hvilke tanker inkubatorlederen har.

*Jeg vil jo si at de som har fagkompetanse står mye sterkere. [...]. Det er noe med å ha bransjeinnsikt. (Inkubatorleder Industriutvikling Vest AS)*

Inkubatorlederen forteller at det er viktig med erfaring, i og med at det jobbes mye ut mot etablert næringsliv og industri i regionen.

#### *5.1.2.2 Innovasjonsmodus*

I litteraturen står det at det er mer vanlig at bedrifter i et ruralt område er mer rettet inn mot en DUI-modus når de skal innovere. Innovasjonsmodusen til bedrifter som befinner seg i et ruralt område kom tydelig fram fra intervjuene, at bedriftene benyttet seg av en DUI-modus. Innovasjonsmodus er som nevnt tidligere det som betegner hvordan innovasjonen skjer hos bedriftene. Ingen av bedriftene som befinner seg i den rurale regionen har noe samarbeid med FoU-miljøer i forbindelse med sine utviklingsaktiviteter, som er et tegn på en STI-modus.

*Vi har heller et samarbeid med de som har produktene. Vi har mer dialog med dem, vi har fått tillatelse til å være med å videre utvikle og komme med nye ideer og sånt. (Bedrift 7)*

*Jeg kommuniserer spesielt med det profesjonelle markedet. Jeg lar de teste ut mine teorier og praktiske innovative produkter. Så tar jeg tilbakemeldingen fra dem. Også gjør jeg noe videre med det. (Bedrift 8)*

Som vi ser fra bedrift 7 og bedrift 8, så samarbeider de med leverandører og kunder for å utvikle sine produkter. Ansatte i disse to bedriftene har erfaringer fra bransjen, og benytter denne erfaringen for å utvikle sine produkter. Dette er også noe som bedrift 6 forteller, at de har kontakt med kunder, slik at kunder kan legge inn ønsker hos dem. Bedrift 9 forteller at de har reist rundt til kunder, men at dette var mer som en form for markedsføring de gjennomførte. Bedrift 9 sa også at produktet deres er egenutviklet gjennom erfaringsbasert kunnskap. Etter å ha vist prototypen til potensielle kunder gikk han videre med produktet og startet et selskap.

Ut ifra denne analysen er det tydelig at bedriftene som befinner seg i en rural region er DUI-bedrifter. Fra litteraturen kan en lese at det innenfor DUI-modusen, oppstår hovedsakelig inkrementelle innovasjoner, og dette er noe som stemmer bra med våre funn.

### *5.1.2.3 Geografisk orientering*

Før vi startet å kartlegge den geografiske orienteringen til bedriftene som tilhørte den rurale inkubatoren, hadde vi noen tanker rundt dette. Geografisk orientering er det som handler om hvor, og hvordan bedriftene planlegger å drive selskapet sitt. Her hadde vi en hypotese om at de bedriftene som satt i inkubatoren, var i større grad opptatt av å tilføre nærmiljøet noen form for verdi, enn nødvendigvis å gå globalt med en gang. Dette viste seg å stemme for noen, men ikke for alle.

Vi spurte alle bedriftene hvor kundene deres var lokalisert. Her svarte to av bedriftene at det var nasjonalt, en sa at det var i nærmiljøet og en sa at det var i hele verden. Som vi ser fra svarene vi fikk på spørsmålet, viser det at bare en av de fire bedriftene vi snakket med, som hadde nærmiljøet som sitt hovedmarked. Vi spurte inkubatorlederen hos IUV om hvor kundene til bedriftene som sitter i inkubasjon hos dem, befant seg. Da fikk vi til svar at de befant seg hovedsakelig i regionen. Forretningsutvikleren sa også følgende:



*Gründerne i inkubatorer, har det typiske trekket at de tenker for lokalt. [...] Det å tenke USA og hele Europa med en gang er, det er ikke sånn gründerne umiddelbart tenker. De tenker organisk vekst og Norge. Det er litt sånn kjennetegn. (Forretningsutvikler IUV)*

Inkubatorlederen forteller at det kommer litt an på hvilken bransje oppstartsbedriftene skal satse i. Han sa at dersom du satser innenfor en bransje som er store i regionen, så er det et stort marked i regionen. Det vil si om du lykkes med selskapene som befinner seg i regionen, så blir du nærmest en automatisk vinner, eller du får større muligheter internasjonalt. Han sa også at innenfor noen bransjer, kan markedet i regionen være så lite, at man automatisk må ut.

Når vi spurte om bedriftene var avhengig av regionen de befant seg i, svarte alle utenom bedrift 8, at de var avhengige av regionen med tanke på utviklingen av bedriften. Vi spurte også bedriftene om hvor de så for seg å ha hovedkontoret i framtiden, og da kom det veldig tydelig fram at de var mer knyttet til regionen. Alle bedriftene svarte at de ønsket å ha hovedkontor i regionen i fremtiden og at de ønsket å støtte opp det lokale næringslivet. Som vi ser fra svarene om hvor hovedkontoret skulle ligge i framtiden, så er de aller fleste innstilt på at de vil ha kontoret i regionen de befinner seg i nå.

Fra denne analysen kommer det fram at nesten alle bedriftene var avhengige av regionen de befant seg i. Det kommer også fram gjennom intervjuene, at det er ikke alle som har så store planer om å ekspandere bedriften til utlandet. Dette er en stor forskjell sammenlignet med de urbane bedriftene.

#### *5.1.2.4 Nettverk*

Når vi ser på nettverk i de rurale områdene ser vi en klar tendens til at inkubatorbedriftene bruker enda mer lokale, og personlige nettverk sammenlignet med det urbane området. I motsetning til bedriftene i den urbane inkubatoren, kan man ut ifra intervjuene se at det personlige nettverket blir viktigst for de rurale bedriftene i fremtiden. Dette kan forklares ved at man sammenligner deres fremtidige geografiske orientering med bedrifter fra den urbane inkubatoren, hvor det er færre bedrifter fra den rurale inkubatoren som ønsker å satse globalt. Nettverket som behøves for å gå globalt med bedriften sin er sjeldent personlig, siden man vil trenge nye kontakter, som kan befinne seg i utlandet.

Fra intervjuene ser vi at de personlige nettverkene, på lik linje med de urbane bedriftene, har vært de viktigste for oppstarten av selskapet. Fra intervjuet med bedrift 6 kom det fram følgende:

*Personlige nettverk passer veldig godt til hva vi har hatt bruk for i bedriften vår. (Bedrift 6)*

De poengterer også, at det nettverket som inkubatoren har kommet med har vært svært viktig for den videre driften av selskapet. Både gjennom direkte kontakt, men også gjennom arrangement og lignende hvor bedriften kan bygge videre på nettverket. Ser vi på intervjuet av bedrift 7 er også det private nettverket det dominerende, men det er et ønske om å kunne få på et mer profesjonelt nettverk etter hvert.

*Til nå kan vi jo si at det har vært privat. Det er noe vi håper vi kan få mer den andre veien og, men til nå har det vært privat. (Bedrift 7)*

Når vi videre spør om hvilket nettverk som vil bli benyttet for fremtiden er det et klart fokus på begge.

*Jeg vil egentlig si begge deler hvis det går an å svare der. Jeg tror vi absolutt skal benytte oss av begge deler hele veien. (Bedrift 7)*

En annen bedrift i den rurale inkubatoren, bedrift 9, hadde generelt lite fokus på nettverksbygging, noe som kan skyldes behovet eller stadiet som bedriften var i under oppholdet i inkubatoren.

*Jeg har vel egentlig ikke hatt så veldig mye fokus på det. [...] det er jo haugevis med arrangementer som de kommer med tilbud om, men det har ikke vært aktuelt i den situasjonen med mitt firma som jeg er inne i nå. [...] (Bedrift 9)*

Ser vi på bedrift 8 er det allerede et stort fokus på et globalt nettverk siden produktene kan selges over hele verden. Man har derfor en god blanding i den rurale inkubatoren, når det kommer til bedriftene og deres forhold til nettverk. Likevel ser vi et større fokus på personlige nettverk i den rurale inkubatoren. Bedrift 8 hadde i tillegg ekstra fokus på marked og den videre nettverksbyggingen for å bygge selskapet videre.

*Fokuset på nettverksbygging er jo det viktigste jeg holder på med, for å distribuere og å få ut mine produkter. Så jeg er avhengig av et godt nettverk og marked (Bedrift 8)*

Oppsummert så ser vi tendenser til at det personlige nettverket står sterkt i den rurale inkubatoren. Det blir også i større grad sett på som det nettverket de ønsker å benytte seg av i

fremtiden. Inkubatorlederen hos Industriutvikling Vest AS svarer dette på spørsmål om personlige og profesjonelle nettverk:

*Vi bør jo si at vårt nettverk er det viktigste, og det tror jeg. For det som jeg begrunner det med, er at vi igjen dette jeg sa tidligere at vi har helheten [...]. (Inkubatorleder Industriutvikling Vest AS)*

Som vi ser fra sitatet over, så er ikke inkubatorlederen helt enig med bedriftene som sitter i inkubasjon. Han mener at de har det beste nettverket til bedriftene, og kan sørge for at bedriftene får kontakt med relevante personer eller fagmiljøer.

### 5.1.3 Oppsummering av særtrekk i innovasjonspraksis blant bedrifter i urbane og rurale områder

I kapitlene over har vi sett på innovasjonspraksis for oppstartsbedrifter i ulike geografiske kontekster. Her kommer det fram at oppstartsbedriftene i den urbane inkubatoren er i gjennomsnitt yngre enn gründerne i den rurale inkubatoren. Dette kan ha noe med at gründerne i rurale områder har mer arbeidserfaring, som gjør at de er eldre når de kommer inn i inkubatoren. Det kan også ha en sammenheng med at den urbane inkubatoren har sterk tilknytning til høyskoler og universitet, og at det derfor kommer en del studenter inn i inkubatoren. Vi fant også ut at bedriftene i den urbane inkubatoren hovedsakelig benytter seg av en analytisk kunnskapsbase, men det er også litt syntetisk kunnskap hos noen av bedriftene. Dette skiller seg fra den rurale inkubatoren hvor det var syntetisk kunnskap bedriftene hadde. Videre fant vi at det er hovedsakelig STI-modus hos bedriftene i den urbane inkubatoren, men også litt DUI. I den rurale inkubatoren var det en DUI-modus bedriftene benyttet. Når det kom til geografisk orientering fant vi at bedriftene i den urbane regionen tenkte regionalt i starten, men at de etter hvert skulle bli nasjonale og internasjonale. Hos bedriftene i den rurale inkubatoren var alle bedriftene tydelige på at de ønsket å bli i nærmiljøet, men markedet var nasjonalt hos mange. Bedriftene i den urbane inkubatoren var tydelige på at i startfasen var det et personlig nettverk som var viktigst for dem, men at det fremover kommer til å være profesjonelle nettverk som blir viktigst. Her skilte bedriftene i den rurale inkubatoren seg fra bedriftene i den urbane. Bedriftene i den rurale sa at personlig nettverk var viktigst nå, men også det viktigste i fremtiden for bedriften. Som vi ser er det noen ulikheter med tanke på oppstartsbedriftene i den rurale og urbane konteksten. Videre vil det bli sett på hvilke særtrekk inkubatorene har i de to ulike kontekstene.

## 5.2 Særtrekk for inkubatorer i ulike kontekster

I denne delen av analysen vil det bli sett på inkubatorene, og hvilke særtrekk som finnes hos dem. Begge inkubatorene følger Siva sine regler for inkubatorer, og har visse krav som må oppfylles for å motta støtte. Gjennom intervjuene våre har vi forsøkt å kartlegge hvordan inkubatoren er bygd opp. Vi har strukturert denne analysedelen etter Bergek og Norrmann (2008) sine fire komponenter som en ofte finner i en inkubator, som ble lansert i kapittel 2.1.3:

- (1) Delt kontorplass, som har lav leiekostnad for inkubatorbedrifter
- (2) Delte støttetjenester for å redusere overhengende kostnader
- (3) Profesjonell forretningsrådgivning eller støtte
- (4) Nettverksbygging, både internt og eksternt

I tillegg til disse punktene, ser vi også på hvilke bedrifter de tar inn og hvordan de finner dem.

### 5.2.1 Særtrekk i en urban inkubator

Inkubatorlederen hos VIS Nyskapingsparken forteller at det er fire bransjer som de tiltrekker seg flere oppstartsselskap fra. Dette er teknologi, helse, hav og energi. De har tilknyttet seg til klynger innenfor disse bransjene, og fra dette samarbeidet får de gründere inn til inkubatoren. Inkubatorlederen forteller videre at gründerne, kommer til dem på grunn av at VIS har holdt på en stund, og opparbeidet seg et godt rykte og tillit blant kundene. De har også en tett kobling til universitets- og høyskole-miljø for å tiltrekke seg nyutdannede med en forretningside. Videre blir det fortalt at inkubatoren i Bergen, skal gjenspeile de bransjene som bergensregionen er sterke på. Det er viktig for regionen å ta vare på næringene som finnes i regionen. Gjennom kontorlokalet som inkubatoren tilbyr får bedriftene tilgang på et bredt kompetansemiljø med mange andre bedrifter, som er i samme situasjon som dem selv. Leiekostnaden er lav på grunn av Siva finansiering, og er derfor ofte ettertraktet av mange oppstartsbedrifter. Inkubatoren stiller noen krav til bedriftene som skal bli tatt opp hos dem. De må ha et vekstpotensial, noe som kan skaleres. I tillegg må inkubatoren ha tro på teamet. Hos VIS Nyskapingsparken har de en grense på to år for en kontorplass i inkubatoren. Etter dette må man finne seg nye kontorlokaler, men man kan fremdeles motta rådgivning fra inkubatoren, dersom man ønsker det.

Vi har spurt informantene hva de mener har styrket deres bedrift med tanke på deres tilknytning til inkubatoren. Her trekker mange av bedriftene fram et godt miljø, og det å sitte i et kontorfellesskap, med lav leie og med andre oppstartsbedrifter i nærheten som positivt.

Flere bedrifter trekker også fram godene de får av å sitte sammen med andre oppstartsbedrifter, ved at det er lettere å få inkubatoren til å arrangere nyttige kurs og det er lettere å få kontakt med toppekspertise innenfor fagfeltet til bedriften. Det er en styrke for bedriften at den er tilknyttet en inkubator med tanke på deres rykte. Bedrift 5 sa også følgende om delte støttetjenester og billig leie:

*Det å ha en kaffemaskin å gå til er jo en fordel. Og i tillegg til det du får igjen, det er jo en billig kontorplass. (Bedrift 5)*

VIS Nyskapingsparken tilbyr mange tjenester til bedrifter som sitter i inkubasjon hos dem. De tilbyr rådgivning innen forretningsutvikling, strategi, økonomi, markedsføring og salg, rekruttering, kommunikasjon og kapitalinnhenting. De tilbyr også tilgang til et bredt nettverk innenfor ulike miljø. I tillegg til dette tilbyr de også tilgang til verktøy, maler og rabatterte priser hos sine samarbeidspartnere. Vi spurte inkubatorlederen om disse tjenestene var noe som bedriftene benyttet seg av, og om de var fornøyde med de tjenestene som ble tilbudt. Da sa hun at det er veldig sjelden at en bedrift ikke benytter seg av tjenestene de tilbyr. Hun sa videre at dersom det var noen bedrifter som ikke benyttet noen av tjenestene, hadde de ingenting å gjøre hos dem. Hun forteller at de stort sett har gjort det bra i kundetilfredshetsundersøkelser og at de retter tjenestene etter hva bedriftene ønsker.

Vi har spurt bedriftene hvor ofte de benyttet seg av rådgivningen som inkubatoren tilbyr, og hvor fornøyd de er med denne rådgivningen. Bedrift 1 forteller at de var flinke å bruke det i startfasen, men at det har blitt litt mindre brukt etter det. De forteller at de fikk god effekt av denne rådgivningen i startfasen og at de har brukt mye av rådgivningen til selskapsstrukturelle ting. Videre forteller de at det føles ut som dette ikke er et satsingsområde for inkubatoren lenger. Bedrift 2 fortalte at de har vært med på det meste av aktiviteter som er arrangert av inkubatoren, men de forteller at det er litt tidlig for dem å se om dette er noe de får effekt av for bedriften. De forteller videre at de nå nylig har hatt bruk for spesifikke råd til sin bedrift. I inkubatoren har de flere ulike rådgivere med ulik kompetanse som bedriftene kan benytte seg av. Dette kan skape litt problemer for bedriftene dersom rådgiverne ikke er samkjørte med tanke på hvilke råd de får. Bedrift 2 forteller at de føler at noen råd de får, er ulike ut ifra hvem de får rådet fra. Dette gjør det vanskelig å finne ut hvilket råd de bør følge, og de ender opp med å bruke mer tid på problemet. Bedrift 3 forteller at de ikke har benyttet seg så mye av rådgivning på grunn av at de har opplevd at rådene ikke er gode nok. Bedrift 4 og bedrift 5 forteller at de har brukt litt rådgivning, men at de ansatte i inkubatoren blir mer brukt som en

samtalepartner om uformelle ting. Noen av bedriftene forteller at de synes det er for lite rådgivning i inkubatoren, og at de skulle ønske det var mer spesifikke råd – rettet mot deres problemer. Det er noen bedrifter som foretrekker at forretningsrådgiverne kommer til dem for å ta en prat, mens det er andre bedrifter som heller ønsker å ta kontakt selv. Slik som bedrift 5 forteller:

*Jeg trives veldig godt med at jeg kan få input på ting uformelt og fortløpende, og at det er jeg som tar kontakt med dem, heller enn at de tar så mye kontakt med meg. (Bedrift 5)*

Vi stilte bedriftene spørsmål om hva som er det viktigste for dem av rådgivning fra inkubatoren, eller om det er dialogen mellom bedriftene. Da fortalte flere bedrifter at det er dialogen mellom bedriftene som er i inkubatoren som er det viktigste.

*Det er de som har hånden på pulsen. Det er de som opplever disse tingene, og som virkelig har en skikkelig forståelse for de tingene vi står i. (Bedrift 1)*

Som vi ser fra sitatet over, så er det behovet for at andre skal forstå hvilken situasjon du er i, som er grunnen til at mange av bedriftene foretrekker delingen mellom bedriftene som den viktigste.

Inkubatorlederen forteller at det varierer hvor mye råd hver enkelt bedrift trenger, og at de ikke har noen grense for hvor mye rådgivning en bedrift får. Inkubatorlederen forteller videre at de som arbeider i inkubatoren sitter i gangen, og at de snakker med bedriftene daglig.

Inkubatorlederen trekker også fram fordelene ved at de kan tilby mange ulike aktører som sitter under samme tak. De har knyttet til seg ulike klynger, investeringsmiljø, utdanninger og ulike fond som sitter hos dem. Connect Vest har en plass hos inkubatoren, og de bidrar til å få kontakt mellom oppstartsbedrifter og investorer. I intervjuet ble det spurt om en praksis, med bruk av FoU-miljø som pådriver i inkubatoren, var en Siva strategi. Da fikk vi til svar at det handler mer om den regionale innovasjonsstrategien. Det er den motoren Bergen er, og at den koblingen som Bergen har til FoU-miljø ikke finnes hos andre inkubatorer. Inkubatorlederen forteller også videre at de har tatt dette ansvaret, og at de dermed har et regionalt ansvar. Når inkubatoren tilhører Siva, er det noen regelsett som må følges. Det at Siva har et regelsett som legger føringer for hvordan inkubatoren skal driftes, er noe som inkubatorlederen hos VIS Nyskapingsparken trekker frem.

*Siva har jo et ganske strukturert oppfølgingssystem, så vi blir målt på 7 variabler hvert år. [...]* (Inkubatorleder VIS Nyskapingsparken)

Vi spurte inkubatorlederen hvilket nettverk som hun syntes var det viktigste for bedriftene som sitter i deres inkubator, om det er inkubatorens nettverk (profesjonelle) eller bedriftenes nettverk (personlig). Da svarte hun følgende:

*Det er litt forskjellig. [...]. De gründerne som har et personlig nettverk som er relevant for caset, så er dette viktig. [...]. Kanskje kan noen i vårt nettverk være en erstatning eller komplementering til gründerens eget nettverk.* (Inkubatorleder VIS Nyskapingsparken)

Dette svaret som inkubatorlederen kom med, er også noe som gjenspeiler seg i hva bedriftene forteller om deres opplevelse av nettverket til inkubatoren. Flere bedrifter forteller at de føler at inkubatoren er tilrettelagt for dem med tanke på å skaffe seg nye kontakter, men det er opp til hver enkelt bedrift hvordan de vil utnytte dette nettverket.

*Det er jo litt initiativ fra dem, det skal de få. Også er det vi som har vært litt opptatte av det. Vår strategi har vært der.* (Bedrift 3)

Alle bedriftene som vi var i kontakt med i den urbane inkubatoren har mottatt offentlig støtte til sine bedrifter. De forteller at denne støtten er noe de har undersøkt selv, og funnet ut hvordan de kan søke for å oppnå støtte. Bedrift 1 forteller følgende:

*Mentorordningen fant vi på Innovasjon Norge sine nettsider, og vi ble tipset om dette fra en annen bedrift som satt i inkubasjon tidligere. Innovasjonslånet googlet vi oss fram til, men det kan godt være at noen har sagt dette til oss.* (Bedrift 1)

Som vi ser fra sitatet over, så kommer det fram at de har fått informasjon om støtteordninger fra en annen bedrift som satt i inkubatoren. Dette er en fordel ved å samle oppstartsbedrifter ved samme lokasjon, at de kan gi tips og hjelp til hverandre. Dette er noe som inkubatoren kan ta litt ære for, siden de har skapt en delingskultur i sin inkubator – slik at alle bedriftene kan dra nytte av hverandre.

Oppsummert kan vi si at den urbane inkubatoren har en tett kobling opp mot universitet og høyskoler i Bergen. De får inn oppstartsbedrifter som befinner seg hovedsakelig innenfor fire bransjer; teknologi, helse, hav og energi. Det er også mange nyutdannede som sitter i den

urbane inkubatoren. Bedriftene forteller at de synes miljøet og kontorlokalene er gode. Det som går igjen på tjenestene til inkubatoren, er at bedriftene ikke er så fornøyde med rådgivningen de mottar, og flere bedrifter ønsker seg råd rettet til problemer som oppstår underveis. Når det kommer til nettverk inkubatoren tilbyr, er dette et nettverk som de kan benytte seg av, og som de har behov for.

### 5.2.2 Særtrekk i en rural inkubator

Inkubatoren tar inn veldig mange forskjellige bedrifter, men er også klar over sine begrensinger. Ser de at bedriften har stort behov for bistand rundt internasjonalisering så tar de kontakt med VIS for å komme fram til den beste løsningen for bedriften. Det samme gjelder dersom bedriften har et stort behov for et sterkt akademisk FoU-miljø. Bedrifter som har behov for regionen de befinner seg i, vil mest sannsynlig ha stor nytte av den rurale inkubatoren. Ser vi på de bedriftene som er intervjuet i denne studien, er fokuset på det regionale større, sammenlignet med bedriftene i den urbane inkubatoren. Når vi gikk inn på hvordan inkubatoren gikk fram for å skaffe nye bedrifter til sin inkubator fikk vi tilbakemelding på at mange av bedriftene kom gjennom hjemmesiden deres. Der har inkubatoren en søkefunksjon for opptak i inkubator. Inkubatoren er også aktiv med markedsføring på nett både gjennom Google og Facebook. Videre jobber de også aktivt mot lokal presse og knytter det opp mot de arrangementene de har i inkubatoren, både rettet mot gründere og lokalt næringsliv. I tillegg jobber de ansatte aktivt med innhenting av bedrifter, ved å følge med i media på nye oppstartselskap og andre spennende prosjekter. Da ringer de til bedriften og presenterer seg og de tjenestene de kan tilby. Inkubatoren har en grense på rundt 3 år, for et opphold i inkubatoren. Denne grensen er de ikke så nøye med å håndheve, på grunn av at de ser positive effekter av å ha eldre bedrifter som har erfaring som kan hjelpe nye bedrifter hos dem.

Videre ser vi på lokalet og det miljøet inkubatoren tilbyr sine leietakere. Her er det flere positive tilbakemeldinger fra bedriftene vi har intervjuet. Fra intervjuene kan vi si at inkubatoren har klart å skape et miljø som bedriftene setter pris på å være i. Fra bedrift 9 kommer dette tydelig fram;

*Det å komme inn i det miljøet der, betydde veldig mye for meg. Alternativ var å sitte hjemme alene på hjemmekontor, var ikke særlig mye inspirasjon å hente der. (Bedrift 9)*



Bedriftene har hatt nytte av å være en del av et sosialt miljø og en arbeidsplass, med andre i lignende situasjon. Generelt blir dette sett på som svært positivt og på spørsmål rundt det sosiale miljøet kommer det kommentarer som;

*Det må være det beste. Det er fantastisk bra. Jeg er så positiv til dette her.*

*(Bedrift 6)*

Når vi følger opp med spørsmål om hva som deles mellom bedriftene får vi tilbakemeldinger som erfaringsdeling, mulige kunder og godt samhold. Vi spurte også bedriftene om hva som styrket deres bedrift ved å være en del av inkubatoren. Da trekker flere fram det å sitte sammen i et kontorfellesskap, og at en kan få hjelp av andre bedrifter. Noen forteller også at det har styrket deres bedrift med flere samlinger, hvor de har kommet i kontakt med kunder. Flere forteller at de får veldig mye igjen for å leie en kontor plass, ved at de har fått god hjelp i startfasen med strategier og markedsanalyser. Som vi kan se fra bedrift 8, så er de veldig fornøyde.

*Det er jo en god del ting. Du får jo hjelp med struktur, strategi, kontakter og nettverk. (Bedrift 8)*

Når vi går videre og ser på rådgivningen inkubatoren gir er dette tett knyttet opp til det nettverket som inkubatoren har. I den rurale inkubatoren er det ikke noe strukturell timeplan, men bedriftene får oppfølging etter behov. Dette kan bli initiert av bedriften selv eller forretningsutviklerne i inkubatoren. I intervju med bedriftene har vi spurt hvordan de benytter seg av inkubatorens rådgivning, fra bedrift 7 fikk vi følgende svar;

*Jeg vil si at vi bruker det egentlig hele tiden, [...], og i markedsføring så har vi en som sitter her på huset som jeg benytter meg veldig mye av.*

*(Bedrift 7)*

Dette ser vi er gjennomgående for alle de rurale bedriftene vi har intervjuet, de benytter seg av rådgivningen og opplever stor nytte av denne. Rådgivningen er regelmessig, og forretningsutviklerne er også tilgjengelig for mer ad-hoc møter og samtaler. Når vi spør bedrift 8 om hvordan de benytter rådgivningen kommer det samme fram her.

*Det er hver uke. Det er både offisielle og uoffisielle møter her i lokalene.*

*(Bedrift 8)*

Bedriftene er også klar på at den rådgivingen de har mottatt har bidratt i positiv grad til utviklingen av bedriften. Det kommer helt klart fram at samtlige bedrifter er svært fornøyde med denne delen av tjenestene. Bedriftene snakker både generelt, men peker også på konkrete hendelser som bedrift 9:

*Ja, det var en del ganger jeg gjorde det. For å ta et eksempel var i søknadsprosessen til Innovasjon Norge så fikk jeg veldig god rådgivning og støtte. (Bedrift 9)*

Her har bedriften fått bistand med søknader rettet mot det offentlige, for å kunne skaffe finansering til prosjektet sitt. Dette er en viktig oppgave som inkubatoren har, noe som kan være ekstra viktig i en inkubator som ligger i et ruralt område, med lite FoU-aktivitet og kjennskap til offentlige støtteordninger.

Nettverksbygging er en viktig ressurs som Siva har som krav at inkubatoren skal bistå sine bedrifter med. Når vi går inn på dette under intervjuet med den rurale inkubatoren stiller vi spørsmål til inkubatorleder om hvilket nettverk som er viktigst, inkubatorens nettverk (profesjonell) eller gründerens nettverk (personlig).

*Vi bør jo si at vårt nettverk er det viktigste, og det tror jeg. For det som jeg begrunner det med, er at vi igjen dette jeg sa tidligere at vi har helheten, mens de nettverkene som gjerne gründeren selv har kan være færre og det er mer i en sektor. (Inkubatorleder IUV)*

Fra svaret kan man se at inkubatorleder for den rurale inkubatoren setter nettverket til inkubatoren som svært viktig, og har erfart dette gjennom mange år. Ser vi videre på intervjuene med bedriftene som sitter i inkubatoren, får vi tilbakemelding rundt hvordan de opplever inkubatorens nettverk. Bedrift 6 er svært positiv og legger til at inkubatoren også får veldig mye skryt av andre. Bedrift 7 sier at både det personlige nettverket og det nettverket inkubatoren kommer med er viktig, og at de kan benytte seg av begge i tiden fremover. Ser vi på bedrift 8 og 9 er de mer negativ til inkubatorens nettverk, og sier blant annet at de benytter det i liten grad. Bedrift 8 legger til at de har gjort jobben med nettverk 100% selv.

Svarene som kommer fra bedriftene i inkubatoren, gir en blandet tilbakemelding. For noen har nettverket til inkubatoren vært svært nyttig, mens for andre har det vært liten eller ingen nytte. Som nevnt tidligere i oppgaven har forskning vist at det personlige nettverket ofte står sterkest for en gründer, derfor vil man få veldig varierende svar fra de ulike bedriftene.

Vi spurte den rurale inkubatoren hvordan Siva bidrar til å styrke inkubatoren, og da fikk vi følgende svar:

*De har jo økonomi, altså tilskudd som skal ut til virksomhetene då.  
(Inkubatorleder IUV)*

Oppsummert kan en si at inkubatoren tilbyr gode tjenester når det kommer til rådgivning, lokaler/miljø og nettverk. Dette er tjenester som bedriftene i inkubatoren er fornøyde med. De får inn mange bedrifter gjennom sine nettsider, men de er også aktive i regionen for å komme i kontakt med potensielle oppstartsbedrifter som kan ha behov for de tjenestene som inkubatoren kan tilby. De jobber aktivt mot industrien i regionen, men de er samtidig klare over sine egne begrensinger mot et internasjonalt marked. Dersom det er noen som skal satse internasjonalt, så tar inkubatoren kontakt med VIS for å hjelpe dem videre.

### 5.3 Ulike innovasjonsbarrierer og utvikling av et differensiert inkubatorvirkemiddel

Utgangspunktet til de to inkubatorene er ganske forskjellig grunnet deres geografiske plassering, noe vi også ser på de bedriftene som de har inne i inkubasjon. Bedriftene har ulike behov og inkubatoren må derfor tilpasse seg for å best mulig kunne dekke disse behovene. Inkubatorene bør differensieres for å bedre treffe særtrekkene i innovasjonspraksis i de to geografiske kontekstene.

#### 5.3.1 Innovasjonsbarrierer i en urban kontekst

Når det kommer til bedriftene i en urban inkubator, dominerer en analytisk kunnskapsbase, en STI innovasjonsmodus og de er mer rettet mot det nasjonale og globale markedet med sine bedrifter. Disse bedriftene kan møte flere ulike innovasjonsbarrierer når de skal vokse. Inkubatoren kan spille en rolle i å sørge for at disse innovasjonsbarrierene påvirker bedriftene på en så liten måte som mulig. De innovasjonsbarrierene vi har funnet som bedrifter i en urban region kan møte er følgende.

- (1) For lite kundekontakt
- (2) Fragmentering
- (3) Dårlig selskapsstruktur på bedriften

Det at bedriftene kan møte på problemer ved at de ikke snakker med kundene sine om produktet sitt er en kjent årsak til at mange oppstartsbedrifter må avslutte sin satsing. Under intervjuene med bedriftene kom det fram at dette er et problem som de er klare over, og

nesten alle bedriftene hadde vært i kontakt med kunder. Under intervjuet med inkubatorlederen forteller hun at etter Lean Start-up metodikken kom, har det blitt mer normalt at bedriftene kommer i kontakt med kunder.

*Så kom jo Lean metodikken som har hjulpet til at det har blitt mer likt, siden den er veldig på at en skal ut å teste. Det har blitt mer fokus på denne utviklingen der da. (Inkubatorleder VIS Nyskapingsparken)*

Som vi ser fra sitatet over, er det tydelig at denne metodikken er noe som inkubatoren fører, og gir bedriftene opplæring i hvordan de skal arbeide for å ha størst sjanse for å lykkes med sin ide. Inkubatorlederen forteller at de utfordrer bedriftene til å være markedsfokuserte. De hjelper bedriftene med å få inn noen som kan forstå markedet, dersom bedriftene er produktfokuserte.

*Vi mener at du må ha begge deler i et team, noen som er produktfokuserert og noen som er markedsfokuserert. (Inkubatorleder VIS Nyskapingsparken)*

Når det kommer til punkt 2 som handler om fragmentering, er dette noe en kan koble opp mot systemsvikt i regionen. Som nevnt tidligere, handler dette om hvordan det offentlige bidrar til at aktører blir koblet sammen, og bidrar til spredning av informasjon og kunnskap. Her tilbyr VIS Nyskapingsparken flere tjenester som motvirker systemsvikt. De tilbyr tilgang til et bredt nettverk innen FoU-miljø, investormiljø, industri, samarbeidspartnere og næringsklynger og støtteapparat. De har også flere faglige og sosiale arrangement som en kan være til stede på. Administrerende direktør hos VIS, som også sitter i styret til IUUV forteller følgende om deres satsing på regionen:

*Derfor har vi laget dette INUNET som er en sånn kompetanseutveksling mellom disse næringshagene og inkubatorene her vest. Hvor vi har arrangementer og annethvert år er det sånn at vi møtes i regionen hos en av aktørene og alle aktørene er like viktig så det er ikke sånn at det alltid er hos oss, eller vi er viktigst. (Administrerende direktør VIS)*

Inkubatorlederen forteller også om deres satsing på regionen. Hun forteller at de kobler på FoU, industri og det som bedriftene ellers har behov for. De prøver å ha et system som gir bedrifter samme mulighet, om de er plassert i by eller distrikt. De vil finne beste praksis, og dele denne med alle. Som hun sier:

*Det skal ikke bare være de store med ressurser som kan det, vi må få med oss alle. (Inkubatorleder VIS Nyskapingsparken)*

Dette som inkubatorlederen forteller her, er noe som en også finner i litteraturen. Tödting og Trippel (2005) skriver om fire punkt som er viktige for innovasjon og regional politikk. Det må være fokus på høy-teknologi, kunnskapsbasert eller kreative industrier. Fokus på å bygge forskningskompetanse, tiltrekke seg globale selskaper og stimulere til spin-off bedrifter. Dette er noe som VIS er gode på, som vi kan se fra VIS Nyskapingsparken har mange av bedriftene folk med analytisk kunnskapsbase. VIS er også eid av UiB, NHH og HVL som er universitet og høyskoler som driver med forskning.

Administrerende direktør hos VIS forteller også om hvordan de som er eid av det offentlige, tar et ansvar for at oppstartsbedrifter skal få muligheten til å teste ut sine ideer og produksjon, uten å måtte investere i dyrt utstyr. Dette har de gjort ved å opprette katapulter.

*Det disse katapultene gjør er å investere i infrastrukturen. [...]. Det er en enorm investering om hver av oss skal gjøre det selv. Det er hele poenget med katapulten. Det er planen å lage 4 katapulter i Norge så du har maks 9. (Administrerende direktør VIS)*

Dette viser at VIS gjør en innsats i hele regionen, for å koble bedrifter til miljø der de kan få prøve ut sine løsninger. VIS Nyskapingsparken er klar over at fragmentering kan oppstå, og arbeider med nettverk og interaktiv læring for å hindre at en slik innovasjonsbarriere oppstår.

Det tredje punktet som handler om at bedriftene har en dårlig struktur på sine selskaper, er noe som inkubatoren kan jobbe mot og forbedre seg på. Her forteller flere av bedriftene at de ønsker at det hadde vært mer hjelp rettet mot struktur rundt selskapet. Bedrift 1 forteller at de mener at den første tiden du er i inkubatoren skal alle avtaler og struktur for selskapet jobbes med, slik at bedriftene er klare for å vokse. Han forteller videre at dersom alle bedriftene har orden i sakene sine, så er det også lettere for investorer å investere i selskaper. Dette er også noe som bedrift 3 sier seg enig i:

*Det begynner når du kommer inn. Få maler på alt som skal gjøres av due diligence. Sånn som vi ikke kan. (Bedrift 3)*

Det er litt ulikt hvordan bedriftene oppfatter inkubatorens arbeid om dette. Bedrift 4 og bedrift 5 forteller at de synes inkubatoren er tilrettelagt for deres mål med bedriften. Dette kan ha

sammenheng med at disse bedriftene bare består av en person, og de har heller ikke fått inn noen investorer – som kan forklare hvorfor de ikke har hatt behov for hjelp til avtaler.

*Jeg tror det er så godt tilrettelagt som det kan, igjen er caset mitt så spesielt, [...] men for mitt formål så har jeg god nytte av sånn som ting er bygd opp. (Bedrift 5)*

Som vi ser fra analysen over, kommer det fram at den urbane inkubatoren er bygd opp for å hindre noen av innovasjonsbarrierene som kan oppstå for bedrifter. De har implementert Lean Start-up metodikken for å sørge for at bedrifter kommer i kontakt med kunder i en tidlig fase. For å motvirke fragmentering har de flere arrangementer, og de har dannet et samarbeidsnettverk i regionen som bedriftene kan benytte seg av. De har også seminarer for å sørge for at interaktiv læring skal foregå. Inkubatoren er opptatt av å være en koblingsboks til industri og investorer i regionen. Dette gjør de for å skape en arena hvor oppstartsbedrifter enkelt kan komme i kontakt med de rette personene, slik at de kan få produktene sine raskt ut til potensielle kunder. Det som den urbane inkubatoren kan bli bedre på er å tilrettelegge mer for å skape en god struktur i selskapene til bedriftene som er en del av inkubatoren.

### 5.3.2 Innovasjonsbarrierer i en rural inkubator

Hos bedrifter i en rural inkubator er det en hovedvekt av bedrifter med en syntetisk kunnskapsbase, en DUI innovasjonsmodus og de har en mer regional orientering. I en rural region er det litt andre innovasjonsbarrierer bedriftene møter på. Det er inkubatoren sin jobb å sørge for at disse innovasjonsbarrierene blir så små som mulig, slik at bedriftene kan fortsette sin utvikling. De innovasjonsbarrierene vi har funnet som bedrifter i en rural region kan møte, er følgende.

- (1) Lite kapital
- (2) Liten tilgang til FoU og akademia
- (3) Organisatorisk tynnhet

Innovasjonsbarrieren som handler om kapital, er en vanskelig oppgave for en inkubator å gjøre noe med. Inkubatorlederen forteller at dette er et punkt som de blir målt på av Siva. Han forteller videre at det ikke er like lett å hente inn kapital fra private investorer, og at det er mange andre mål som blir prioritert av inkubatoren. Bedriftene i inkubatoren ble spurt om de hadde mottatt offentlig støtte til sin bedrift. Av de bedriftene som hadde mottatt støtte til bedriften, svarte alle at de hadde fått info fra inkubatoren i forbindelse med søknader om støtte. Som bedrift 6 sier på spørsmålet om offentlig støtte:

*Ja, via inkubatoren har vi gjort det. (Bedrift 6)*

Det som er skrevet over gjelder offentlig støtte. Her viser inkubatoren at de gjør en god jobb med å opplyse bedrifter om hvilke støtteordninger de kan søke om. Inkubatorlederen forteller også at de har et bånd til Connect Vest som jobber med å skaffe investorer til oppstartsbedrifter. Dette er selskap som kobler mennesker, kunnskap og kapital, og er en viktig aktør for gründere i regionen. Inkubatorlederen forteller at de har en samarbeidsavtale med VIS, for å sikre seg muligheter for bedriftene sine med tanke på internasjonalisering, investorer og kapitalmiljøer.

Når det kommer til punkt to som er at det er liten tilgang til FoU og akademia for bedrifter i en rural region, er dette vanskelig for inkubatoren å gjøre noe med. Her forteller inkubatorlederen at siden de ligger tilknyttet olje og gass, og det som har med leverandørindustri så blir bedriftene påvirket av dette. Dette er også noe som bedrift 8 forteller om, de føler at det er vanskelig å komme i kontakt med de rette folkene med tanke på sin bedrift.

*De har jo forsøkt, men denne inkubatoren er mer innrettet mot industri, [...], men de har hjulpet meg på veien. Slik at jeg kan finne ut beste måten å ta kontakt med aktuelle mennesker videre. (Bedrift 8)*

Det virker heller ikke som dette er et klart satsingsområde for inkubatoren. Vi snakket med administrerende direktør for VIS, som sitter i styret til IUV. Han forteller at den rurale inkubatoren har en tett kobling til industrien i regionen. Siden industrien står sterkt i Nordhordland har inkubatoren en viktig rolle som informasjonsformidler og kunnskapssenter, ved å bidra til ytterligere vekst for industrien gjennom innovasjon og fornying.

*[...] det viktigste for IUV sett i fra mine øyne, er jo den støtte de gir til det etablerte næringslivet. [...] Så er det jo sånn at det er masse spennende industri hvor IUV holder til, Noen av de mest robotiserte virksomhetene er jo der oppe. (Administrerende direktør VIS)*

Inkubatorlederen forteller at det er ikke et mål i seg selv at de skal ha så mye FoU-aktiviteter i regionen, men inkubatoren kan fungere som et mellomledd for bedrifter slik at de kan komme i kontakt med VIS og det store akademiske miljøet i Bergen. Dette viser at inkubatoren er klar over innovasjonsbarrieren som handler om liten tilgang til FoU og akademia, og jobber for å legge til rette for bedrifter som har behov for dette.

Når det kommer til den siste innovasjonsbarrieren som handler om organisatorisk tynnhet, er dette noe som en kan si er systemsvikt. Dette kan oppstå ved mangel av dynamiske klynger og støtteorganisasjoner. I regioner hvor det er organisatorisk tynnhet, er det ofte lavere innovasjonsaktivitet. Vi ser fra kontakten vår med bedriftene i den rurale inkubatoren, at de i større grad gjennomfører inkrementelle innovasjoner, noe som forsterker inntrykket av en organisatorisk tynnhet i regionen. Det inkubatoren skal fungere som for å motvirke effekten av den organisatoriske tynnheten, er å være en kunnskapsformidler og en part som kobler ulike aktører sammen for å øke det samfunnsøkonomiske potensialet. I tillegg går inkubatoren inn i bedrifter og bistår med blant annet kunnskap rundt offentlige midler og støtte som bedriften kan søke på. Disse midlene kan være med på å realisere nye ideer og prosjekter, om det går på økt effektivitet eller nye produkter. Slik hjelp kan bidra til at bedriftene står sterkere og klarer å vokse videre, bedriftene blir mer konkurransedyktige og får ut mer av potensialet sitt.

Den rurale inkubatoren trekker nettverk fram som en svært viktig del av det tilbudet de kan gi gründere og bedrifter. Nettverk står sentralt når det kommer til å motvirke organisatorisk tynnhet og det er et godt verktøy for å øke potensialet til bedriftene. Under intervjuet med inkubatorledere kom det fram svært mange gode eksempler som viser hvordan inkubatoren bruker nettverket sitt for å bistå sine gründere. Inkubatorlederen sier blant annet at den klassiske gründer kan komme til dem med en ide og si at de har hørt om Innovasjon Norge, men det er ikke sikkert at de vet hvordan de får investorer i nærregionen. Videre sier han at de mye lettere kan koble bedriftene opp mot store aktører i industrien som for eksempel Equinor og Well Connection. I tillegg har de tilknytting til katapulter innenfor Siva og mange forskjellige klynger fra ulike bransjer.

Når vi videre spør inkubatorleder om hvilken grad gründerne benytter seg av dette nettverket får vi følgende svar.

*De fleste pleier å lytte til det, og sånt. De er på søken etter å lykkes med noe, så vil jo hvert fall være åpen for nettverk vi har. De er ikke alltid åpne for alle rådene og hvordan de skal gjøre ting, men nettverk og finansiering og å søke muligheter og sånt, er jo de fleste åpen for. (Inkubatorleder IUV)*

Som vi ser fra svaret er også interessen fra gründerne stor rundt nettverket som inkubatoren tilbyr, noe som er viktig dersom man skal forhindre både markedssvikt og systemsvikt i regionen. Her er det også positivt at finansiering blir nevnt, siden dette er en sentral og viktig



del for en gründer som ønsker å vokse med sin forretningside og bedrift. Dette viser at inkubatoren jobber aktivt for å hindre at bedriftene blir påvirket av en organisatorisk tynnhet.

Som vi ser fra analysen over, er det klart at inkubatoren arbeider for å gjøre innovasjonsbarrierene som bedriftene møter på, så små som mulig. De er klar over at det er færre investorer i regionen, og hjelper derfor til med å søke om offentlig støtte til bedriftene. Innovasjonsbarrieren som handler om liten tilgang til FoU og akademia, er noe som inkubatoren kunne vært flinkere på. Inkubatoren må jobbe for å tiltrekke seg folk fra disse miljøene slik at bedriftene kan få nytte av dette i inkubatoren. I og med at de har en tilknytning til bergensregionen og VIS, kan en forstå at dette ikke er et problem de ser selv. Den siste innovasjonsbarrieren som handler om organisatorisk tynnhet, er et problem som inkubatoren er klar over, og prøver å legge til rette for bedriftene. De lager til arrangement for både næringsliv og gründermiljø, men her kunne nok fokuset vært enda større på å få med seg klynger og FoU institusjoner for å kunne tilby en bedre tjeneste til bedriftene i inkubasjon.

## 6.0 Konklusjon

I denne studien har vi undersøkt hvilke særtrekk bedrifter i ulike geografiske kontekster har med tanke på innovasjonspraksisen sin. Vi har også undersøkt de viktigste særtrekkene inkubatorene har, grunnet sin geografiske kontekst. I vårt møte med disse inkubatorene har vi fått et lite innblikk i hvordan de tilrettelegger for at oppstartsselskapene skal lykkes. Vi har sett hvilke tjenester inkubatoren tilbyr, og hvordan bedriftene i inkubasjon opplever tjenestene. Både inkubatoren Industriutvikling Vest i Knarvik og VIS Nyskapingsparken i Bergen tilbyr tjenester til sine oppstartsbedrifter som skal hjelpe dem til å bli suksessfulle.

Studiens første forskningsspørsmål var: Hva kjennetegner innovasjonspraksis i oppstartsbedrifter i urbane og rurale geografiske kontekster? Vi har undersøkt hva som kjennetegner innovasjonspraksis i oppstartsbedriftene for den urbane og rurale inkubatoren. Når vi sammenlignet bedriftene i inkubatorene fant vi blant annet ut at bedriftene i den urbane inkubatoren hovedsakelig benytter seg av en analytisk kunnskapsbase. Noe som skiller seg fra den rurale inkubatoren hvor det hovedsakelig var syntetisk kunnskap bedriftene hadde. Innovasjonsmodusen vi fant hos bedriftene i den urbane inkubatoren var hovedsakelig STI-modus, men også litt DUI. I den rurale inkubatoren var det i stor grad en DUI-modus bedriftene benyttet. Når det kom til geografisk orientering fant vi at bedriftene i den urbane regionen var i større grad fokusert på det globale potensialet bedriften hadde. Dermed ser vi klare forskjeller mellom oppstartsbedrifter i de to geografiske kontekstene, hvor de bedriftene som befant seg i den rurale inkubatoren var mer avhengig av regionen de befant seg i. Når det kom til nettverksforskjeller hos bedriftene i den urbane og rurale inkubatoren, kom det fram at de fleste bedriftene var avhengig av et personlig nettverk i startfasen. Med tanke på bedriftens videre utvikling var det flere bedrifter i den urbane inkubatoren som så på profesjonelle nettverk som det viktigste, mens for bedriftene i den rurale inkubatoren var det personlige nettverk som var viktige.

Studiens andre forskningsspørsmål var: Hvilke særtrekk har inkubatorer i de to ulike kontekstene? Vi ser at den urbane inkubatoren har en tett tilknytning til akademisk og FoU-miljøer. I motsetning til den rurale inkubatoren som i større grad har tilknytning til næringslivet i regionen de befinner seg i. Begge inkubatorene har klart å skape et godt miljø for bedriftene, men vi ser klare forskjeller på oppfølging og rådgivning. Den rurale inkubatoren følger opp hver enkelt bedrift på en god måte, og sikrer at bedriften får den rådgivningen og veiledningen de har behov for. De er også forberedt på å sende bedriften videre dersom de ser at kompetansen deres ikke strekker til for det behovet bedriften har. For

den urbane inkubatoren kommer det fram at rådgivningen ikke står til de forventningene som bedriftene har. Det er for lite struktur i rådgivningen og rådene kommer ofte fra flere ulike rådgivere, samt at rådene ikke alltid er like, noe som fører til økt tidsbruk for bedriftene. Dette har ført til at flere av bedriften benytter seg mindre av den rådgivningstjenesten som inkubatoren tilbyr. Siden bedriftene som befinner seg i den urbane inkubatoren ofte er knyttet opp mot akademia og et globalt tanke sett, kan det bli mer utfordrende å gi råd, sammenlignet med en bedrift som fokuser mer lokalt. Dette kan være litt av grunnen til at bedriftene opplever rådgivningen ulikt.

Studiens tredje forskningsspørsmål var: Hvordan kan inkubatorer innrettes for å bedre fange opp særtrekk i innovasjonspraksis i de ulike kontekstene? I oppgaven har vi funnet ut at bedriftene i de ulike geografiske kontekstene møter på ulike innovasjonsbarrierer. For urbane bedrifter er det i hovedsak lav kundekontakt, fragmentering og dårlig selskapsstruktur hos bedriften som er de største innovasjonsbarrierene. Disse barrierene arbeider inkubatoren for å løse, og klarer å hindre to av disse med tiltak som de har satt i gang. Det inkubatoren må bli bedre på, er å hjelpe bedriftene med en god selskapsstruktur. For rurale bedrifter var det liten kapital, liten tilgang til FoU og akademia, og organisatorisk tynnhhet som var innovasjonsbarrierene. Inkubatoren er flink til å gjøre barrierene så små som mulig når det kommer til kapital og organisatorisk tynnhhet. De kunne håndtert dette med liten tilgang til FoU bedre, ved at de kunne tiltrukket seg folk som er tilknyttet FoU og akademia.

## 6.1 Teoretiske implikasjoner

Funnene vi har gjort harmonerer i stor grad med den teorien vi har benyttet i oppgaven vår. Selv om det er noen unntak og andelen bedrifter som er med i oppgaven er noe lav, klarer vi likevel å se likhetstrekk mellom teorien og funnene våre. Ser man på teorien er det et klart skille mellom bruken av analytisk kunnskap og syntetisk kunnskap for bedrifter. Dette er også noe vi kommer fram til i våre funn. Bedriftene i den urbane inkubatoren benytter seg i større grad av analytisk kunnskap, i motsetning til bedriftene i den rurale inkubatoren hvor fokuset var større på syntetisk kunnskap. Vi ser også at teorien gjenspeiler våre funn når det kommer til STI-modus og DUI-modus. Her finner vi at de fleste urbane bedriftene har en STI-modus, mens de rurale bedriftene har en DUI-modus. Vi ser også at begge inkubatorene jobber for å motvirke markedssvikt, men at den geografiske konteksten de befinner seg i skaper ulike utfordringer som vi ser igjen i teorien. Videre ser vi at systemsvikt, som følge av

organisatorisk tynnhet i den rurale regionen fungerer som en innovasjonsbarriere for de bedriftene som befinner seg i denne inkubatoren.

Vi har i denne oppgaven studert inkubasjon fra et systemperspektiv og knyttet dette opp til relevante case. Vi har både bekreftet eksisterende teori, samt klart å få fram deler av den påvirkningen den geografiske konteksten har på hvordan bedrifter innoverer. Resultatene våre kan derfor være med på å utvikle ny teori innenfor inkubatorforskning. Vi har tatt for oss geografisk kontekst i entreprenørskapsstudier, hvor det til nå finnes begrenset med teori, og har gjennom vårt opphold i inkubatoren på VIS Nyskapingsparken sett et behov for mer forskning på dette området.

## 6.2 Praktiske implikasjoner for inkubatorvirkemiddelet

Det disse funnene sier, er at det er viktig at inkubatorene tar hensyn til hvilke innovasjonsbarrierer bedriftene kan møte på, med tanke på den geografiske konteksten de tilhører. Dette vil si at inkubatorene må prøve å motvirke disse barrierene, og må derfor gå bort fra den «vanlige» måten å drive en inkubator på. Her kan det være nyttig for inkubatorene å ha tydelige maler på hvordan et selskap skal se ut, og snakke med bedriftene om hva de forventer å få ut av sitt opphold i inkubatoren. Funnene i denne oppgaven vil kunne hjelpe de aktuelle inkubatorene til å rette fokus på de områdene hvor de ikke leverer godt nok. Klarer inkubatoren å forbedre seg på de områdene hvor de ikke er gode nok, vil tilbudet for bedriftene i regionen bli bedre, og inkubatorene vil jobbe mot å motvirke de innovasjonsbarrierene de har som følge av sin geografiske kontekst.

## 6.3 Studiens begrensinger

Alle studier vil til en viss grad ha noen svakheter, og vi ser det som hensiktsmessig å være åpne om hvilke svakheter som er knyttet til vår studie for å ivareta dens kredibilitet. Vi kunne ha snakket med flere av bedriftene som befant seg i inkubatorene vi besøkte, men med tanke på at vi har sett på to inkubatorer og gjennomført fem og seks intervju i hver inkubator, tror vi det tidsmessig kunne blitt vanskelig å intervju flere bedrifter og inkubatorer. Dette kunne gått på bekostning av at vi ikke hadde hatt så lange intervju, og gått glipp av nyttig info fra informantene.

## Litteraturliste

- ARROW, K. 1962. Economic Welfare and the Allocation of Resources for Invention. *1962*, 5.
- ASHEIM, B. T. & GERTLER, M. S. 2005. The geography of innovation: regional innovation systems. *The Oxford handbook of innovation*.
- ASHEIM, B. T., MOODYSSON, J. & TÖDTLING, F. 2011. Constructing regional advantage: Towards state-of-the-art regional innovation system policies in Europe? *European Planning Studies*, 19, 1133-1139.
- BERGEK, A. & NORRMAN, C. 2008. Incubator best practice: A framework. *Technovation*, 28, 20-28.
- BJERKE, L., JOHANSSON, S. & PETTERSSON, L. 2012. Arbeta och liv på landsbygden: Landsbygdens förutsättningar i kunskapsekonomin. Jordbruksverket.
- BOSCHMA, R. 2005. Proximity and innovation: a critical assessment. *Regional studies*, 39, 61-74.
- BØLLINGTOFT, A. & ULHØI, J. P. 2005. The networked business incubator—leveraging entrepreneurial agency? *Journal of Business Venturing*, 20, 265-290.
- CARLINO, G. A. 2001. Knowledge spillovers: cities' role in the new economy. *Business Review Q*, 4, 17-24.
- CARTER, A. P. 1989. Knowhow trading as economic exchange. *Research Policy*, 18, 155-163.
- CHEN, M. H. & WANG, M. C. 2008. Social networks and a new venture's innovative capability: the role of trust within entrepreneurial teams. *R&D Management*, 38, 253-264.
- CLAUSEN, T., VINOGRADOV, E. & WALDAL, R. H. 2013. Brukerevaluering av Inkubatorprogram for mat- og naturbasert næring. 64.
- CLAUSEN, T. H. & RASMUSSEN, E. 2008. Resultatevaluering av SIVAs industri-inkubatorprogram. *Bodø: NF-rapport*.
- COOKE, P. 2002. *Knowledge economies: Clusters, learning and cooperative advantage*, Routledge.
- EASTERBY-SMITH, M., THORPE, R. & JACKSON, P. R. 2015. *Management and business research*, Los Angeles, Sage.
- FAGERBERG, J. 2004. Innovation: A Guide to the Literature.
- FJORDANE, K. S. O. 2018. *Samling med innovasjonsnettverk på Vestlandet* [Online]. kpsf.no: kpsf.no. Available: <https://www.kpsf.no/samling-med-innovasjonsnettverk-pa-vestlandet/?fbclid=IwAR280hzgatjHa6zHoEtqTZkZgWyMiQ8oNBSF4wvNHx5doACXZkXfLZrxNgc> [Accessed 06.04 2020].
- FLORIDA, R. 1995. Toward the learning region. *Futures*, 27, 527-536.
- FORSKNINGSRÅDET. 2020. *Studententreprenørskap - STUD-ENT* [Online]. Available: <https://www.forskningsradet.no/sok-om-finansiering/midler-fra-forskningsradet/studententreprenorskap/> [Accessed 14.05 2020].
- FRITSCH, M. 2003. Does R&D-cooperation behavior differ between regions? *Industry and innovation*, 10, 25-39.
- GEORGE, A. L., BENNETT, A., BELFER CENTER FOR, S. & INTERNATIONAL, A. 2005. *Case studies and theory development in the social sciences*, Cambridge, Mass, MIT Press.
- GIARDINO, C., UNTERKALMSTEINER, M., PATERNOSTER, N., GORSCHKE, T. & ABRAHAMSSON, P. 2014. What Do We Know about Software Development in Startups? *IEEE Software*, 31, 28-32.
- GOBO, G. 2008. Re-conceptualizing generalization: Old issues in a new frame. *The Sage handbook of social research methods*, 193-213.
- GODIN, B. 2006. The Linear Model of Innovation: The Historical Construction of an Analytical Framework. *Science, Technology, & Human Values*, 31, 639-667.
- GRIPSRUD, G., OLSSON, U. H. & SILKOSET, R. 2016. *Metode og dataanalyse : beslutningsstøtte for bedrifter ved bruk av JMP, Excel og SPSS*, Oslo, Cappelen Damm akademisk.
- HACKETT, S. M. & DILTS, D. M. 2004. A Systematic Review of Business Incubation Research. *The Journal of Technology Transfer*, 29, 55-82.
- HALL, B. H. 2002. The financing of research and development. *Oxford review of economic policy*, 18, 35-51.

- HERRIOTT, R. E. & FIRESTONE, W. A. 1983. Multisite qualitative policy research: Optimizing description and generalizability. *Educational researcher*, 12, 14-19.
- HOSPERS, G.-J. 2003. From Schumpeter to the Economics of Innovation ❖.
- HOSPERS, G.-J. 2006. Silicon Somewhere?: Assessing the usefulness of best practices in regional policy. *Policy Studies*, 27, 1-15.
- ISAKSEN, A. & KARLSEN, J. 2012. What is regional in regional clusters? The case of the globally oriented oil and gas cluster in Agder, Norway. *Industry and innovation*, 19, 249-263.
- ISAKSEN, A. & TRIPPL, M. 2014. Regional industrial path development in different regional innovation systems: A conceptual analysis. Lund University, CIRCLE-Center for Innovation, Research and Competences in ....
- JACOBSEN, D. I. 2015. *Hvordan gjennomføre undersøkelser? : innføring i samfunnsvitenskapelig metode*, Oslo, Cappelen Damm akademisk.
- JAKOBSEN, S.-E., ENGESÆTER, P., KVITASTEIN, O., MÆHLE, N., NESHEIM, T. & AARSTAD, J. 2017. Midtveiseevaluering av Sivas Inkubatorprogram og Næringshageprogram.
- JENSEN, M. B., JOHNSON, B., LORENZ, E. & LUNDEVALL, B. Å. 2007. Forms of knowledge and modes of innovation. *Research Policy*, 36, 680-693.
- JOHANNESSEN, A., CHRISTOFFERSEN, L. & TUFTE, P. A. 2011. *Forskningsmetode for økonomisk-administrative fag*, Oslo, Abstrakt forl.
- JOHNSON, B., LORENZ, E. & LUNDEVALL, B. Å. 2002. Why all this fuss about codified and tacit knowledge? *Industrial and corporate change*, 11, 245-262.
- KALOUDIS, A. 2003. Ringvirkninger av direkte innovasjonsvirkemidler: En drøfting.
- KLINE, S. J. & ROSENBERG, N. 1986. An overview of innovation. The positive sum strategy: Harnessing technology for economic growth. *The National Academy of Science, USA*.
- KLOFSTEN, M. & SCHEELE, J. 2005. Academic entrepreneurship: University spin-offs and wealth creation. *Int. Small Bus. J.*
- LAGENDIJK, A. 2006. Learning from conceptual flow in regional studies: Framing present debates, unbracketing past debates. *Regional Studies*, 40, 385-399.
- LECHNER, C. & DOWLING, M. 2003. Firm networks: external relationships as sources for the growth and competitiveness of entrepreneurial firms. *Entrepreneurship & Regional Development*, 15, 1-26.
- LINDELÖF, P. & LÖFSTEN, H. 2004. Proximity as a Resource Base for Competitive Advantage: University-Industry Links for Technology Transfer. *The Journal of Technology Transfer*, 29, 311-326.
- LUNDEVALL, B.-Å. 2010. Scope, style, and theme of research on knowledge and learning societies. *Journal of the Knowledge Economy*, 1, 18-23.
- MERRIFIELD, D. B. 1987. New business incubators. *Journal of business venturing*, 2, 277-284.
- MOODYSSON, J. 2008. Principles and practices of knowledge creation: On the organization of "buzz" and "pipelines" in life science communities. *Economic Geography*, 84, 449-469.
- PETERS, L., RICE, M. & SUNDARARAJAN, M. 2004. The Role of Incubators in the Entrepreneurial Process. *The Journal of Technology Transfer*, 29, 83-91.
- PETTERSEN, I., AARSTAD, J., HØVIG, Ø. & TOBIASSEN, A. 2015. Business incubation and the network resources of start-ups. *A Systems View Across Time and Space*, 5, 1-17.
- REGJERINGEN 2015. Gode ideer - fremtidens arbeidsplasser. regjeringen.no: Nærings- og fiskeridepartementet.
- RIES, E. 2011. *The lean startup : how today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses*, New York, Crown Business.
- RINGSTAD, V. 2011. *Samfunnsøkonomi og økonomisk politikk for turbulente tider*, Oslo, Cappelen Damm akademisk.
- ROBINSON, O. C. 2014. Sampling in interview-based qualitative research: A theoretical and practical guide. *Qualitative research in psychology*, 11, 25-41.

- SCHUMPETER, J. A. 1982. The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle (1912/1934). *Transaction Publishers.*—1982.—January, 1, 244.
- SEALE, C., GOBO, G., GUBRIUM, J. F. & SILVERMAN, D. 2004. *Qualitative research practice*, Sage.
- SF, S. 2019. Årsrapport 2018. siva.no: SIVA.
- SHAH, R., GAO, Z. & MITTAL, H. 2014. *Innovation, entrepreneurship, and the economy in the US, China, and India: Historical perspectives and future trends*, Academic Press.
- SIVA 2013. Ny nasjonal inkubasjonsatsing: Programbeskrivelse
- SIVA. 2019a. *Om oss* [Online]. Available: [https://siva.no/om-oss/vi-utvikler-oppstartsmiljo-og-bedriftsfelleskap/?fbclid=IwAR3FeAtazNiUB8cqkzQ5ZdxangCN48u73u9X5LqoQkWs7\\_cP5YyQZj\\_mGRE](https://siva.no/om-oss/vi-utvikler-oppstartsmiljo-og-bedriftsfelleskap/?fbclid=IwAR3FeAtazNiUB8cqkzQ5ZdxangCN48u73u9X5LqoQkWs7_cP5YyQZj_mGRE) [Accessed 28. 2019].
- SIVA 2019b. Sivas inkubasjonsprogram (2012-2022). *In: SIVA* (ed.). siva.no: SIVA.
- SIVA 2019c. Sivas næringshageprogram (2011-juni 2021). *In: SIVA* (ed.). siva.no: SIVA.
- SIVA 2020. Inkubasjonsprogrammet.
- STRAUSS, A. & CORBIN, J. 1990. *Basics of qualitative research*, Sage publications.
- SULLIVAN, D. M. & MARVEL, M. R. 2011. Knowledge Acquisition, Network Reliance, and Early-Stage Technology Venture Outcomes. *Journal of Management Studies*, 48, 1169.
- THAGAARD, T. 2018. *Systematikk og innlevelse : en innføring i kvalitative metoder*, Bergen, Fagbokforl.
- TÖDTLING, F. 1992. Technological change at the regional level: the role of location, firm structure, and strategy. *Environment and Planning A*, 24, 1565-1584.
- TÖDTLING, F. & TRIPPL, M. 2005. One size fits all? Towards a differentiated regional innovation policy approach. *Research policy : policy, management and economic studies of science, technology and innovation*, 34, 1203-1219.
- VON KROGH, G., ICHIO, K. & NONAKA, I. 2000. *Enabling knowledge creation: How to unlock the mystery of tacit knowledge and release the power of innovation*, Oxford University Press on Demand.
- WALTER, A., AUER, M. & RITTER, T. 2006. The impact of network capabilities and entrepreneurial orientation on university spin-off performance. *Journal of Business Venturing*, 21, 541-567.
- WELTER, F. 2011. Contextualizing Entrepreneurship—Conceptual Challenges and Ways Forward. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35, 165-184.
- YIN, R. K. 2003. Design and methods. *Case study research*, 3.
- YIN, R. K. 2014. *Case study research : design and methods*, Los Angeles, Calif, SAGE.
- ZAHRA, S. A., WRIGHT, M. & ABDELGAWAD, S. G. 2014. Contextualization and the advancement of entrepreneurship research. *International Small Business Journal*, 32, 479-500.

## Vedlegg

### Vedlegg 1: Intervjuguide oppstartsbedrifter

#### Generelt

- 1. Først skal vi starte med litt info om deg.**
  - a. Navn, stilling og bakgrunn (utdanning, erfaring), alder på intervjuobjekt.
- 2. Hva gjør bedriften deres?**
  - a. Hva er viktigste produkt? Hvilken bransje tilhører dere?
  - b. Hvem er de viktigste kundene? Regionalt, nasjonalt, internasjonalt?
  - c. Hvorfor startet dere dette selskapet? Hvor stammer idéen fra?
  - d. Hvor mange er dere i teamet? (Antall ansatte og antall årsverk siste år)
  - e. Er gründerne i bedriften deres førstegangsentreprenører, eller serieentreprenører? Dersom serieentreprenør, var dette i eller utenfor inkubator? Positivt eller negativt utfall for tidligere prosjekt?
  - f. Hvilken type kunnskap sitter deres bedrift på? Har dere mest bransjespesifikk kunnskap som dere har lært gjennom jobb og erfaring eller mer faglig kunnskap som er lært på skolen eller gjennom utdanning, eller hentet fra forskningsmiljøer?
- 3. Hvor lenge har dere vært en del av inkubatoren?**
  - a. På hvilke måter styrker det bedriften at den er tilknyttet en inkubator? (nettverk, kompetanse)
  - b. Har dere noen eksempler hvor inkubatoren har bidratt med utviklingen av deres bedrift?

#### Kunnskapsbasert vs. Erfaringsbasert kunnskap

Et av områdene vi skal se nærmere på handler om hvorvidt oppstartsbedriftene har en mer formell akademisk/bokkunnskap eller har erfaringsbasert kunnskap. I faglitteraturen skiller en ofte mellom FoU-basert og erfaringsbasert kunnskap. Med det første menes mer formell analytisk 'bokkunnskap' mens med det andre menes kunnskap som vokser fram gjennom praksis og erfaringer, f.eks. gjennom industri og arbeidsliv.

- 1. Hvilken bakgrunn har dere?**
  - a. Utdanningsbakgrunn?
  - b. Fagfelt, tidligere arbeidserfaringer etc. sammensatt team med komplementær eller homogen bakgrunn?
  - c. Hvilken kjernekompetanse benytter dere for utvikling av produktet/tjenesten?
  - d. Innehar gründerne denne kompetansen selv eller må den kjøpes inn? Hvor henvender dere dere i så fall for å finne denne kompetansen? Universitet og høyskoler, eller industri? Regionalt, nasjonalt eller internasjonalt?
- 2. Har dere tidligere erfaring med bransjen dere skal inn i?**



- a. Vil du/dere si at forretningsideen deres er bygget på erfaringsbasert kunnskap fra tidligere jobb/erfaringer eller fra observasjon gjennom studier eller lignende opplevelser?
- b. Hadde dere noen markedskunnskaper før dere startet prosjektet?
- c. Bygger noen av teknologien deres på lokal kunnskap eller teknologi?
- d. Er utviklingen av bedriften deres avhengig av regionen dere befinner dere i? (med andre ord har dere gjort dere avhengig av regionen i løpet av utviklingsperioden?)
  - i. Leverandører
  - ii. Kunder
  - iii. Andre samarbeidspartnere
- e. Hvordan fant/finner dere ut om dette produktet er noe som skal/skulle satses videre på?
- f. Samarbeider dere med FoU-miljø i deres utviklingsaktiviteter?
- g. Samarbeider dere/har dere dialog med industrien/kunder i forbindelse med deres utviklingsaktiviteter?

## **Profesjonelle nettverk vs personlige nettverk**

Profesjonelle nettverk har vi valgt i denne sammenheng å definere som kontakt med relevante personer som bedriften har fått både internt og eksternt av inkubatoren. Personlige nettverk er at grunderne kjenner flere relevante personer fra før som de har benyttet seg av i forbindelse med sin bedrift.

### **1. Hvordan er fokuset deres på nettverk?**

- a. Har dere fått større nettverk etter dere ble med i inkubatoren?
- b. Har inkubatoren jobbet bevisst mot at dere skal få et større nettverk?
- c. Dersom dere skulle sammenligne nettverket dere har opparbeidet dere selv og det som inkubatoren har bidratt med, hvilke har vært mest kritisk?
- d. Hvilket nettverk er viktigst for den videre utviklingen av bedriften din?
  - i. Forskjell på tidlig fase og mer moden fase?
- e. Hvilken type nettverk har inkubatoren bidratt med?
- f. Opplever dere at inkubatoren har et stort nettverk i regionen deres? I så fall hvilken type, industri eller FoU miljø?

### **2. Hvor ofte benytter dere rådgivning eller andre virkemiddel som inkubatoren tilbyr?**

- a. Har dere fått god effekt av dette for bedriften? Hvorfor? Hvorfor ikke?
- b. Er det for mye eller for lite rådgivning? Hvorfor? Hvorfor ikke?
- c. Hva er viktigst for bedriften deres, dialogen mellom bedriftene eller rådgivning fra inkubatorens forretningsrådgivere?
- d. Har dere kontakt med lokale bedrifter i regionen som befinner seg i samme bransje som dere? I så fall hvordan kom dere i kontakt med dem?
- e. Hvordan opplever dere det sosiale miljøet i inkubatoren?
  - i. Hvorfor/Hvorfor ikke?

- ii. Hvor ofte samles dere som sitter i inkubatoren? Profesjonelt eller fritid?
- f. Hvordan er kommunikasjonen mellom bedriftene i inkubatoren?
  - i. I hvilken grad?
  - ii. Hva deles?
- g. Har dere mottatt offentlig støtte til bedriften? (kommunalt næringslivfond, Innovasjon Norge, Norges forskningsråd)
  - i. Hvordan fikk dere informasjon om støtteordninger?
  - ii. Hvordan bidro inkubator til at dere fikk støtte?
- h. Hvorfor ville dere inn i denne inkubatoren?
- i. Hvordan føler dere at inkubatoren er tilrettelagt for at dere skal nå deres mål med bedriften? Virkemidler

### **Global tankegang vs lokal tankegang**

I oppgaven ser vi på forskjeller som omhandler oppstartsbedriftens tankegang, hvor vi har laget to kategorier. Den første er en global tankegang, hvor både salg og produksjon i stor grad er rettet mot utlandet. Den andre er en lokal tankegang, hvor man i større grad ønsker å tilføre regionen noe av verdi. Hovedvekten av bedriftens salg skjer lokalt, og det er også lokal produksjon.

- 1. Hvor befinner kundene deres seg? Norge, verden, regionen**
  - a. Hvor utvikler dere produktet deres? Evt. Koding – outsourcing?
  - b. Hvor har dere planer om å produsere produktet deres?
  - c. I hvilke land har eller planlegger dere patent, eller beskyttelse for deres produkt/ide?
- 2. Hvor ser dere dere selv om 10 år?**
  - a. Hvilke ambisjoner har dere?
    - i. Kommer dere til å ha hovedkontor i regionen dere befinner dere i nå?

### **Avslutning**

Er det noe du ønsker å legge til?

### **Vedlegg 2: Intervjuguide inkubatorleder**

#### **Generelt**

- 1. Først skal vi starte litt om deg, og din bakgrunn.**
  - a. Hva heter du?
  - b. Kan du fortelle litt om din bakgrunn?
  - c. Når startet du å arbeide i inkubatoren?

**2. Kan du si litt om bakgrunnen for etableringen av inkubatoren i Industriutvikling Vest/VIS Nyskapingsparken?**

- a. Hvor mange bedrifter sitter i inkubasjon hos dere?
- b. Hvilket stadie er bedriftene som sitter hos dere i?
- c. Hvilke krav stilles til nye bedrifter som tas opp i inkubatoren?
- d. Hvordan finner dere bedrifter som kan sitte i inkubatoren?
  - i. Hvor rekrutterer dere fra?
  - ii. Industribakgrunn eller annen bakgrunn?
- e. Hvor lenge kan bedriftene sitte hos dere?
- f. Hva ser du på som spesielt viktige faktorer for å lykkes med inkubator drift?
- g. Har dere noe samarbeid med andre inkubatorer for utvikling av inkubatorprogram og lignende?
  - i. Erfaringsutveksling med andre inkubatorer, inkubatornettverk, samlinger, kurs etc?
- h. På hvilken måte bidrar SIVA til å styrke inkubatoren?
- i. Hvem er de typiske kundene til deres bedrifter? (Har de kunder i regionen, eller er det et større marked de henvender seg til?)

**3. Hvilke tjenester tilbyr dere bedriftene som sitter hos dere?**

- a. Er det noe grense for antall timer per bedrift?
- b. Er disse tjenestene noe bedriftene utnytter seg av? I hvor stor grad?
- c. Hvordan opplever du at bedriftene er fornøyde med tjenestene dere tilbyr?

**Kunnskapsbasert vs erfaringsbasert kunnskap**

Et av områdene vi skal se nærmere på handler om hvorvidt oppstartsbedriftene er kunnskapsbasert eller har erfaringsbasert kunnskap. I faglitteraturen skiller en ofte mellom FoU-basert og erfaringsbasert kunnskap. Med det første menes mer formell analytisk 'bokkunnskap' mens med det andre menes kunnskap som vokser fram gjennom praksis og erfaringer, f.eks. gjennom industri og arbeidsliv.

**1. Har du noen tanker om hvilken av disse kategoriene som er majoriteten i inkubatoren deres, og eventuelt hvorfor det er sånn?**

- a. Ser dere noen forskjell på disse oppstartsbedriftene med tanke på hvordan de utvikler seg?
  - i. Kundecontact?
  - ii. Fokus?
  - iii. Produktfokusert eller markedsfokusert?
- b. Håndterer dere disse type bedriften ulikt, eller følger de det samme programmet?

**2. Er inkubatoren i større eller mindre grad mer tilrettelagt for en av disse typene?**

- a. Påvirker eierskapet i inkubatoren hvilke typer oppstartsbedrifter dere får inn?
- b. Påvirker geografien som inkubatoren befinner seg i, hvilke typer oppstartsbedrifter en får inn?

## **Profesjonelle nettverk vs personlige nettverk**

Profesjonelle nettverk har vi valgt i denne sammenheng å definere som kontakt med relevante personer som bedriften har fått både internt og eksternt av inkubatoren. Personlige nettverk er at grunderne kjenner flere relevante personer fra før som de har benyttet seg av i forbindelse med sin bedrift.

### **1. Hva er viktigst for oppstartsbedriftene? Inkubatorens nettverk eller gründerens eget nettverk?**

- a. I hvilken grad benytter oppstartsbedriftene seg av inkubatorens nettverk?
- b. Hvor stort er fokuset på nettverksbygging i inkubatoren?
- c. Ser dere forskjell på nettverksbruk blant bedrifter som kommer fra henholdsvis industri og FoU-miljø?

## **Global tankegang vs lokal tankegang**

I oppgaven ser vi på forskjeller som omhandler oppstartsbedriftens tankegang, hvor vi har laget to kategorier. Den første er en global tankegang, hvor både salg og produksjon i stor grad er rettet mot utlandet. Den andre er en lokal tankegang, hvor man i større grad ønsker å tilføre regionen noe av verdi. Hovedvekten av bedriftens salg skjer lokalt, og det er også lokal produksjon.

### **1. Hvilke av disse tankegangene opplever dere at oppstartsbedriftene i inkubatoren har?**

- a. Hvordan er fokuset fra deres side for å hjelpe bedriftene?
- b. Hvordan tilrettelegger dere fagplan og virkemiddel for bedriftene?

## **Avslutning**

Er det noe du ønsker å legge til?

[Vedlegg 3: Informasjonsskriv og samtykkeskjema](#)

## **Vil du delta i mastergradsprosjektet**

### **“Inkubasjon i urbane og rurale områder”?**

Dette er et spørsmål til deg om å delta i et prosjekt hvor formålet er å undersøke oppstartsbedrifter og inkubatorer i ulike geografiske områder. Vi ønsker i vår masteroppgave å studere eventuelle særtrekk i innovasjonspraksis til oppstartsbedrifter i ulike geografiske kontekster, og da med særlig fokus på urbane og rurale områder. Vi ønsker også å studere hvordan inkubatorer kan innrettes for å styrke innovasjon i disse kontekstene.

I dette skrivet gir vi deg informasjon om målene for prosjektet og hva deltakelse vil innebære for deg.

### **Formål**

Studiet har som formål å undersøke hvordan inkubatorer er knyttet opp mot regionen den ligger i.

Dette prosjektet inngår i vår masteroppgave innen innovasjon og entreprenørskap.

### **Hvem er ansvarlig for forskningsprosjektet?**

Høgskulen på Vestlandet er ansvarlig for prosjektet.

### **Hvorfor får du spørsmål om å delta?**

Du får spørsmål om å delta ettersom vi ønsker å komme i kontakt med personer som har kjennskap til inkubatoren, og hvordan disse er knyttet opp mot konteksten.

### **Hva innebærer det for deg å delta?**

Som metode for dette prosjektet vil intervjuer bli gjennomført. Hvis du velger å delta i prosjektet, innebærer det at du stiller til intervju. Dette vil ta deg ca. 1 time. Med ditt samtykke

vil vi også benytte lydopptak under intervjuet.

### **Det er frivillig å delta**

Det er frivillig å delta i prosjektet. Hvis du velger å delta, kan du når som helst trekke samtykke tilbake uten å oppgi noen grunn. Alle opplysninger om deg vil da bli anonymisert.

Det vil ikke ha noen negative konsekvenser for deg hvis du ikke vil delta eller senere velger å trekke deg.

### **Ditt personvern – hvordan vi oppbevarer og bruker dine opplysninger**

Vi vil bare bruke opplysningene om deg til formålene vi har fortalt om i dette skrivet. Vi behandler opplysningene konfidensielt og i samsvar med personvernregelverket.

- Opplysningene innhentet fra intervjuet vil kun være tilgjengelig for Mats Kleppe og Jørgen Dybdahl, samt vår veileder Øystein Stavø Høvig.
- Lyddopptaker og datamaskin med lagrede opplysninger vil være beskyttet med passord og vil alltid, når ikke i bruk, være oppbevart bak låste dører.

### **Hva skjer med opplysningene dine når vi avslutter forskningsprosjektet?**

Prosjektet skal etter planen avsluttes 14.06.2020. Ved prosjektslutt vil alle opplysninger fra intervjuet samt eventuelle opptak bli slettet og ikke kunne gjenopprettes.

### **Dine rettigheter**

Så lenge du kan identifiseres i datamaterialet, har du rett til:

- innsyn i hvilke personopplysninger som er registrert om deg,
- å få rettet personopplysninger om deg,
- få slettet personopplysninger om deg,
- få utlevert en kopi av dine personopplysninger (dataportabilitet), og
- å sende klage til personvernombudet eller Datatilsynet om behandlingen av dine personopplysninger.

### **Hva gir oss rett til å behandle personopplysninger om deg?**

Vi behandler opplysninger om deg basert på ditt samtykke.

### **Hvor kan jeg finne ut mer?**

Hvis du har spørsmål til studien, eller ønsker å benytte deg av dine rettigheter, ta kontakt med:

- Høgskulen på Vestlandet ved veileder

Øystein Stavø Høvig

[Oystein.stavo.hovig@hvl.no](mailto:Oystein.stavo.hovig@hvl.no)

Tlf.: 55 58 71 42

- Høgskulen på Vestlandet ved

Mats Kleppe

[141533@stud.hvl.no](mailto:141533@stud.hvl.no)

Tlf.: 47 24 08 81

Jørgen Dybdahl

[150026@stud.hvl.no](mailto:150026@stud.hvl.no)

Tlf.: 98 44 82 01

### **Samtykkeerklæring**

Jeg har mottatt og forstått informasjon om prosjektet “Inkubasjon i urbane og rurale områder”, og har fått anledning til å stille spørsmål. Jeg samtykker til:

- å delta i intervju
- bruk av lydopptak under intervju

Jeg samtykker til at mine opplysninger behandles fram til prosjektet er avsluttet, ca.  
14.06.2020

-----

(Signert av prosjektdeltaker, dato)