



# Vilkår for endring og nyskaping hos småskalaforedlarar av frukt og bær

Av Eivind Brendehaug  
Snøggflørt 21 nov 2013  
Gloppen hotell

WESTERN NORWAY RESEARCH INSTITUTE  
**VESTLANDSFORSKING**  
[www.vestforsk.no](http://www.vestforsk.no)

# Metode og problemstilling

- Bedriftsundersøking frå deltakarar i programmet «Frukt og bær rundt neste sving» på Vestlandet
- Problemstillingar:
  - Kva for endring skjedde i bedriftene?
  - Kva stimulerte til endring?
  - Effekt av samarbeid på økonomi, marknadsposisjon og kompetanse
  - Utviklingsstrategi
- Nettbasert survey der alle 38 aktive deltakarar i nettverket har svart (Brendehaug, 2012)



# Kva for endring?

Type endring	N	% av bedrifter
Nye måtar å få idear og kunnskap for å utvikle bedrifta	12	31
Nye eller vidareutvikla mat/drikkeprodukt	11	28
Endring i måtar (metode) å profilere produkta på	10	26
Nye eller vidareutvikla omvising/vandringsprodukt	9	23
Endring i måten å selje produkta på til kundane	8	21
Andre endringar	7	18
Ny(e) eller vidareutvikla produksjonsprosess(ar)	6	15
Nytt eller vidareutvikla teknisk utstyr	1	3
Totalt tal responsar	64	

Både utvikle produkt/teneste og profilering/sal

# Meir synleg i marknaden

- Matbedriftene har etablert samarbeid med destinasjonsselskap for profilering på nettside.



Hardanger | Bransje Fotoservice Cruiseweb Eidfjord Odda Ulvik

HØGDEPUNKT I HARDANGER | OVERNATTING | AKTIVITETAR | ATTRAKSJONAR | ARRAN

Hardanger > Produkt > Frukt- og siderruta i Ulvik

## Frukt- og siderruta i Ulvik



### KONTAKT

Adresse:  
5730 Ulvik

📞 +47 56 52 62 80  
📧 [ulvikturist@ulvik.org](mailto:ulvikturist@ulvik.org)  
🏠 [www.siderruta.no](http://www.siderruta.no)



OM REGIONEN | OVERNATTING | AKTIVITETAR | ATTRAKSJONAR | KVA SKJER?

Sognefjord > ATTRAKSJONAR > Frukt og bær i Sogn

### ATTRAKSJONAR

Breiar  
Stavkyrkjer  
Nasjonale turistvegar  
Museum og besøkssenter  
Vakre fossar  
Nasjonalparker  
Fjordar  
Andre attraksjonar  
Galleri og kunststillingar  
Frukt og bær i Sogn  
Frukthistorisk kart for Sogn

### UTFORSK REGIONEN



Frukt og bær i Sogn | Liste | Kart

## Frukt og bær i Sogn



Fruktblomstringa i Sogn var verdskjendt blant nasjonale og Adolph Tidemand og Hans Gude, Hans Dahl, Johannes Flint Fearnley.

## Hotelldirektør:

”Vi er avhengige av lokalmatprodusentane (for å gi turistane nye opplevingar) og dei er avhengige av oss (for overnatting)”.

# Frukt- og siderrute i bygda

- Fleire funksjonar:
  - Produktdifferensiering, breitt tilbod
  - Profilering
  - Praktisk salssamarbeid (opningstid)
- Difor fungerer samarbeid mellom hotell og gardsbruka:
  - At dei (matprodusentane) er flinke og at dei utviklar seg. Vi har bedrifter som kjem att på kurs- og konferanse, då er det viktig at dei har nye produkt og opplevingar.

FRUKT- OG SIDERRUTA  
Lekve-Syse-Hakastad

HEIM

AKTIVITETAR ▾

BILETE

GARDANE ▾



# Kva stimulerar til endring?

- Kor viktig er ulike forhold for å skape desse endringane? (5 er sær viktig og 1 er lite viktig)

Faktorer som stimulerer til endring	Snitt
Mi eiga interesse for å skape noko nytt	3,9
Fagleg samarbeid/nettverk i nærområdet	3,5
Direkte kontakt med kunde	3,4
Samarbeid med reiselivsnæringa	3,4
Økonomisk støtte	3,0
Kurs/møte	2,9
Studieturer	2,6

Skaparevne vert stimulert i dynamikken mellom den individuelle drivkrafta, lokale sosiale-og faglige nettverk, kundekontakt og reiselivet

# Kvifor samarbeid?



- Dei aller fleste har ein eller anna form for samarbeid
- Styrka marknadsposisjon:
  - Felles profilering gjer ein meir synleg og styrka kundekontakt
  - Felles tilbod med større produktspekter gjer ein meir attraktiv
  - Vidare opningstid
- Lågare kostnader, f. eks ved felles:
  - Deltaking på messer, innkjøp av emballasje, felles lager
  - Produksjonsanlegg
- Auka kompetanse:
  - Utveksling av erfaringar og kunnskap bidreg til ideutvikling
    - Kollegaevaluering: tilbakemelding frå kollegaer
  - Samarbeid påverkar motivasjon, identitet og sjølvkjensle
    - Møteplassar bidreg til tru på eiga utvikling



# Utviklingsstrategi

- Kva for produksjon/produkt?
  - Betydning for samarbeid om produksjonsanlegg
- Kva er målet med bedrifta?
  - Skaffe deg deltid- eller heiltidsjobb, eller vidare vekst?
  - Leige inn hjelp?
    - «Nei, eg ville hatt ansvaret likevel. Eg vil sleppe alt ansvaret»
    - Korleis utvikle bedrifta for å kunne leige inn hjelp?
- Korleis kombinere utvikling av eiga bedrift og samarbeidet med andre?
  - Kva har andre som kan utvikle min bedrift?
  - Korleis kan eg bidra til utvikling av andre?
  - Gjensidig nytte og avhengigheit ein føresetnad
- Kva for samarbeid er aktuelt for meg?



# Oppsummert

- Type endring:
  - Både utvikle produkt/teneste og profilering/sal
  - Men, læring gir også identitet og mening
- Endring skapt av:
  - Samspelet mellom eiga drivkraft, lokale sosiale- og faglige nettverk og kontakt med kunde/reiselivet
- Kvifor samarbeid:
  - Reduserte kostnader
  - Sterkare marknadsposisjon
  - Nye idear, kunnskap, motivasjon og sjølvkjensle





Eivind Brendehaug  
Mobil: 95 19 17 52  
E-post: ebr@vestforsk.no

Vestlandsforskning  
[www.vestforsk.no](http://www.vestforsk.no)

#### Referansar:

- Brendehaug, E., Flatabø, G., & Simonsen, M. (2012). Nyskaping marknadsført mot reiselivet. Evaluering av programmet Frukt og bær rundt neste sving. VF-rap 2/12. Sogndal: Vestlandsforskning
- Brendehaug, Haukås, Milford, 2013: Gardsfordeling av frukt og bær. Utvikling av kunnskapsgrunnlaget for strategiske val i bedriftene. VF-notat 5/13. Sogndal: Vestlandsforskning.