



NIBIO

NORSK INSTITUTT FOR
BIOØKONOMI

Sammenhengen mellom aktiv stølsdrift og øvrig næringsliv i Nordre Buskerud

NIBIO RAPPORT | VOL. 7 | NR. 91 | 2021



Birger Vennesland, Asbjørn Veidal
Divisjon for kart og statistikk

TITTEL/TITLE

Sammenhengen mellom aktiv stølsdrift og øvrig næringsliv i Nordre Buskerud

FORFATTER(E)/AUTHOR(S)

Birger Vennesland og Asbjørn Veidal

DATO/DATE:	RAPPORT NR./ REPORT NO.:	TILGJENGELIGHET/AVAILABILITY:	PROSJEKTNR./PROJECT NO.:	SAKSNR./ARCHIVE NO.:
26.05.2021	7/91/2021	Åpen	52098	20/00953
ISBN:	ISSN:	ANTALL SIDER/ NO. OF PAGES:	ANTALL VEDLEGG/ NO. OF APPENDICES:	
978-82-17-02843-7	2464-1162	25	2	

OPPDRAAGSGIVER/EMPLOYER:

Hol kommune

KONTAKTPERSON/CONTACT PERSON:

Håvard Holeplass, Hol kommune

STIKKORD/KEYWORDS:

Regional verdiskaping, samarbeid og næringsliv

FAGOMRÅDE/FIELD OF WORK:

Regionaløkonomi, ressursøkonomi

SAMMENDRAG/SUMMARY:

I dette prosjektet har vi studert sammenhengen mellom aktive støler og øvrig næringsliv i Nordre Buskerud. Kommunene Nesbyen, Nore og Uvdal, Hemsedal, Hol, Gol og Ål inngår i regionen Nordre Buskerud. Vi setter søkelys på samfunnsverdien ved at det støles i regionen og at det produseres felles goder.

Det er gjennomført en survey til alle næringsaktører i regionen med søkelys på økt verdiskaping ved å samhandle med aktive stølsbedrifter. Med bakgrunn i spørreundersøkelsen inviterte vi til en digital Workshop med deltakelse fra næringslivet generelt og stølsmiljøet spesielt.

Det er en klar positiv holdning til at aktive støler bidrar positivt til verdiskaping og mangfold i regionen. Reiselivsbedriftene som svarte på undersøkelsen, ser klart at aktive støler tiltrekker seg turister. Det er en generell optimisme når det gjelder å se muligheter for utvikling av bedriftene ved å knytte seg tettere til lokale aktører uavhengig av sektortilhørighet.

Det er viktig å synliggjøre verdien av aktive støler utover det å produsere kjøtt og melk. Vi foreslår et eget fond for kommunikasjon hvor ringvirkningene av aktiv stølsdrift blir vektlagt. Spesielt er det viktig å kople aktive støler med øvrige næringsliv for å utvikle tjenester og produkter som kan inkludere både fastboende og besøkende i regionen.

**NIBIO**NORSK INSTITUTT FOR
BIOØKONOMI

LAND/COUNTRY: Norge
FYLKE/COUNTY: Viken
KOMMUNE/MUNICIPALITY: Ås
STED/LOKALITET: Ås

GODKJENT /APPROVED

Audun Korsæth

NAVN/NAME

PROSJEKTLEDER /PROJECT LEADER

Birger Vennesland

NAVN/NAME



Forord

Dette er et prosjekt finansiert av Regionalt forskningsfond i Viken (RFF-Viken). Landbruksforvaltningen i Nordre Buskerud tok sommeren 2020 kontakt med NIBIO for å diskutere mulig prosjektsamarbeid med finansiering fra RFF-Viken.

Gjennom flere møter utviklet vi en søknad med formål om å se på hvordan man kan ivareta aktive støler i regionen.

Det ble utviklet et spørreskjema rettet mot næringslivet generelt i Nordre Buskerud. Utviklingen av spørreskjema ble gjort i samarbeid mellom NIBIO, landbruksforvaltning og Buskerud næringshage. Erlend Nybakk og Beniamino Callegari fra Høgskolen i Kristiania har bidratt for å sikre metode og teoretisk forankring av spørreskjema.

Vi ønsker å takke Håvard Holeplass for tålmodig og dyktig ledelse og organisering av arbeidet med utvikling av søknad, utvikling av spørreskjema, så vel som gjennomføring av Workshop og til slutt kritisk gjennomlesing av rapporten.

Takk til alle som har svart på spørreskjema! Takk til alle som deltok på Workshop! Uten denne deltakelsen ville vi ikke kunnet gjennomføre prosjektet.

Takk til Bjørn Egil Flø (NIBIO) for gjennomlesing og kommentarer i skrivning av rapporten. Anne Bente Ellevold har ferdigstilt rapporten.

Ås, 26.05.21

Birger Vennesland

Innhold

1	Innledning.....	6
1.1	Mål og delmål.....	6
1.2	Organisering og framtidig nytte av resultater.....	7
2	Teoretisk forankring og metode.....	8
2.1	Sosial kapital og økonomisk levedyktig stølsdrift i Viken.....	8
2.2	Sosial kapital og næringsutvikling.....	9
2.3	Sosial kapital og samhandling mellom aktive støler og øvrig næringsliv i Viken.....	9
2.4	Spørreskjema og kopling til begrepet sosial kapital.....	10
2.5	Gjennomføring av survey.....	10
2.6	Gjennomføring av Workshop.....	11
3	Resultat.....	13
3.1	Oppsummert resultat fra Agri Analyse sin studie av aktive støler sommeren 2019.....	13
3.1.1	Statistikk over seterdrift i Nordre Buskerud.....	13
3.1.2	Motivasjon og utfordringer for seterdrift i regionen.....	13
3.1.3	Hva som må til for å opprettholde støling.....	13
3.2	Resultat fra Survey rettet mot næringslivet i Nordre Buskerud.....	14
3.2.1	Bakgrunnstall.....	14
3.2.2	Samarbeid og fellesskap innad mellom næringsaktører.....	15
3.2.3	Samarbeid og fellesskap mellom næringsaktører og aktive støler.....	17
3.2.4	Betydning av aktive støler for det øvrige næringsliv.....	18
3.2.5	Kjennskap til- og erfaring med landbruk og aktive støler.....	19
3.2.6	Muligheter for samarbeid med aktive støler.....	20
3.3	Workshop.....	21
3.3.1	Gjennomføring av workshop.....	21
3.3.2	Fra diskusjon i plenum.....	22
4	Diskusjon og konklusjon.....	23
4.1	Delmål 1. Overordna samfunnsøkonomiske sammenhenger.....	23
4.2	Delmål 2. Muligheter for økt verdiskaping.....	23
4.3	Delmål 3. Positive synergier og produksjon av fellesgoder.....	23
4.4	Avsluttende kommentar.....	24
	Litteraturreferanse.....	25
	Vedlegg.....	26

1 Innledning

I dette prosjektet har vi studert sammenhengen mellom aktive støler og øvrig næringsliv i Nordre Buskerud. Vi har identifisert hvilke faktorer som har størst innvirkning på økonomisk bærekraft og positive ringvirkninger, i forhold til stølsdrift i overordnet samfunnsøkonomisk perspektiv. Vi inkluderer kommunene Hol, Ål, Gol, Hemsedal, Nesbyen, Flå samt Nore og Uvdal i regionen Nordre Buskerud.

Vi setter søkelys på samfunnsverdien ved at det støles i regionen og at det produseres felles goder. Dette innebærer både kunnskapsoppbygging, forståelse og formidling av kunnskap, samt økt verdiskaping og konkurransekraft.

Tidligere forskning og annen tilgjengelig informasjon fokuserer på gårdbrukernes egne behov i forhold til stølsdrift, dvs. en praktisk tilnærming for å kartlegge status og ha verktøy for å utvikle egen stølsdrift. Vi ønsker å utvide denne tilnærmingen ved å fokusere mer på utadrettet virksomhet og betydningen av stølsdrift for samfunnet og næringslivet generelt.

For å kunne analysere og si noe om sammenhengen mellom aktive støler og det øvrige næringsliv i regionen har vi benyttet oss av sosial kapital som teoretisk rammeverk. I denne studien forstår vi sosial kapital som summen av normer, tillit og nettverk hos de som driver aktiv næringsvirksomhet i Nordre Buskerud. Det er vanlig å avgrense normer, tillit og nettverk innenfor ulike grupperinger i et samfunn. Hos oss vil aktive støler utgjøre en gruppe, mens for eksempel reiseliv kan være en annen gruppe. Ved å kople ulike grupper tettere sammen kan vi for eksempel bygge bro mellom aktive støler og reiselivet i Nordre Buskerud. Vi kommer tilbake til dette under teori- og metodekapittelet.

1.1 Mål og delmål

Vi setter søkelys på samfunnsøkonomiske ringvirkninger av stølsdrift i regionen. Dette gjør vi ved å gjennomføre en survey til næringslivet, med spesielt fokus på hvordan de ulike bedriftene i regionen vurderer nytten av å opprettholde og samarbeide med aktive støler. Videre ønsket vi å kople næringslivet i regionen sammen med utøvere av stølsdrift for å se på muligheter for å utvikle regionen videre sammen. Dette er gjort ved å invitere til et lokalt møte (workshop) mellom de ulike parter.

Vi skisserer følgende delmål med tilhørende problemstillinger:

- Delmål 1: Innsikt i overordna samfunnsøkonomiske sammenhenger, synergier og gevinster ved stølsdrift, som kan styrke denne ved å utvikle driftsforma ift. muligheter og etterspørsel i markedet
 - Hva betyr stølsdrift for øvrige næringsliv i regionen?
 - Hva tror reiselivsaktører stølsdrift betyr for gjestene?
- Delmål 2: Belyse muligheter for økt verdiskaping fra landbruk og tilleggsnæringer, knyttet til lokal småskala foredling på stølene og samarbeid med reiselivet.
 - Hvordan kan øvrig næringsliv aktivt nytte stølsdrift?
 - Hvilke produkter savner man i forhold til å utnytte stølsdrifta?
- Delmål 3: Dokumentere positive synergier og produksjon av fellesgoder, som kan øke forståelsen for landbruk og stølsdrift og dermed redusere konflikter ved sambruk av utmark og stølsområder.
 - Hvordan samarbeide om felles mål?
 - Hva kan vi gjøre bedre?
 - Hvilke nye produkter kan vi utvikle sammen?

1.2 Organisering og framtidig nytte av resultater

NIBIO har hatt ansvaret for å utforme spørreskjema i samarbeid med forvaltningen i regionen. Analyse og framstilling av resultater er gjennomført av NIBIO. Samling mellom næringsaktører og stølsbrukere er organisert i samarbeid mellom lokal forvaltning og NIBIO.

Gjennom prosjektet ønsker vi å være med å legge grunnlaget for nye aktiviteter, produksjoner og produkter som kan gi økte inntekter og skape nye arbeidsplasser i regionen.

Prosjektresultata kan gi grunnlag for økt verdiskaping for det private næringslivet ved utvikling av nye produkter og opplevelser knyttet til stølsdrift. Denne verdiskapinga vil komme både landbrukssektoren og reiselivssektoren til gode, fordi det allerede finnes sterke synergier mellom disse som kan videreutvikles i større grad enn i dag. Det finnes allerede et voksende marked for lokalmat og opplevelser knyttet til natur og kulturelle /tradisjonelle produksjonsformer i landbruket.

Dette markedet har stort potensial for vekst, både regionalt, nasjonalt og internasjonalt fordi Hallingdal er landets største reiselivsregion med mange tilreisende året rundt.

Som del av prosjektet har vi gjennomført en Workshop med formål om å utnytte fellesinteresser hos bønder som driver støl og det øvrige næringsliv som utnytter verdien av slik stølsdrift. Ved å tenke sammen mot et felles mål ønsker vi å åpne for at nye relasjoner kan oppstå, og at nye produksjoner og produkter kan utvikles. Dette er et anvendt forskningsprosjekt hvor resultatene formidles gjennom denne rapporten og nevnte Workshop.

Kommunene i Hallingdal samt Nore og Uvdal, gjennomfører et større prosjekt kalt «Stølsdrift i framtidens landbruk» i perioden 2020-2022. Prosjektet støttes økonomisk av Viken fylkeskommune og prosjektmidler fra statsforvalteren i Oslo og Viken, knyttet til satsning på fjellandbruket. Buskerud næringshage er engasjert som ekstern prosjektleder, og prosjektet omfatter fagseminar, fagturner, formidling av forskningsresultater, produksjon av informasjonsvideo, nettverksbygging, lærlingeordning /rekrutteringsarbeid og kanskje revidering av eksisterende veileder om stølsdrift. Prosjektet skal resultere i økt kunnskap og motivasjon for å fortsette med stølsdrift, og sluttrapport er ventet på nyåret 2023. Det er ønskelig å kople resultater fra andre prosjekter til dette arbeidet, for å få med flere perspektiver på aktuelle satsningsområder.



Foto: Yngve Rekdal, NIBIO

2 Teoretisk forankring og metode

Deler av teksten nedenfor er hentet fra Professor Tore Hansen (UiO) sin redegjørelse rundt Sosial kapital i *Store norske leksikon* https://snl.no/sosial_kapital

2.1 Sosial kapital og økonomisk levedyktig stølsdrift i Viken

Sosial kapital brukes i samfunnsforskningen som en betegnelse på det sivile samfunnets evne til å utvikle tillitsfulle relasjoner mellom borgerne – og dermed styrke fellesskapets evne til å løse kollektive problemer og utfordringer. Dette er den mest brukte definisjonen av sosial kapital, som særlig er knyttet til den amerikanske statsviteren Robert D. Putnams (1993, 2000) arbeider.

Putnams hovedkonklusjon var at jo sterkere den sosiale kapitalen i et lokalsamfunn var, jo bedre fungerte det lokale demokratiet både gjennom politisk deltakelse blant borgerne og gjennom bedre og mer effektiv tjenesteyting. https://snl.no/sosial_kapital

Sosiologen James Coleman bidro i boken *Foundations of Social Theory* (1990) til en forståelse av sosial kapital som et kollektivt fenomen som alle samfunnsborgere kunne nyte godt av, og der samfunnets mengde av sosial kapital ikke ble redusert gjennom forbruk eller utnyttelse av denne.

Dersom man sammenligner med andre former for kapital – som økonomisk, fysisk og human kapital – er sosial kapital en kollektiv egenskap ved samfunnet, og kan ikke direkte kontrolleres eller utnyttes av enkeltindivider slik tilfellet er for økonomisk, fysisk og human kapital. Sosial kapital har ingen identifiserbare «eiere», men er en egenskap ved relasjonene mellom borgerne i samfunnet.

I målingen av et samfunns sosiale kapital er det ofte Putnams definisjon som legges til grunn, en definisjon der vekten legges på «tillit, normer og nettverk som kan forbedre et samfunns effektivitet gjennom å gjøre det lettere å få i stand koordinerte handlinger». I kartleggingen av sosial kapital i et samfunn er det generell tillit til andre mennesker eller ens medborgere som registreres og måles, der et samfunns «mengde» av sosial kapital er bestemt ut fra andel av borgerne som sier de har stor grad av tillit til andre mennesker. Slike målinger har blant annet vist at de nordiske landene skårer meget høyt – over 60 prosent – på generell tillit til andre mennesker, og de har dermed et høyt nivå på samfunnets sosiale kapital. https://snl.no/sosial_kapital

I tillegg kan vi også se på graden av sosial kapital i måten vi snakker om hverandre på. Hvilke rykter gjelder for ulike grupperinger? Kan vi se eksempler på gjengjeldelse mellom grupperinger, da både i form av påskjønnelse og straff. Dette omtales som «rumour» hos Elinor Ostrom (1998).

I forskningen om sosial kapital er det trukket et skille mellom to hovedformer for sosial kapital. På den ene side kan sosial kapital binde individene til en bestemt gruppe i samfunnet, der den gjensidige tilliten mellom individene innen gruppen er meget høy, mens det nærmest er fravær av tillit til individer som ikke er en del av gruppen. Dette kan gjelde religiøse grupper eller supporterklubber for fotballag – eller det kan gjelde forholdsvis isolerte lokalsamfunn. På den annen side kan sosial kapital ha form av en brobygging mellom borgere fra ulike sosiale og kulturelle miljøer, en brobygging som bidrar til at man utvikler tillitsfulle relasjoner til mennesker man i utgangspunktet ikke har hatt kjennskap til. Det er først og fremst denne formen for brobyggende sosial kapital som ut fra teorien utgjør en forutsetning for en sterk og varig sosial integrering i et moderne storskalasamfunn. https://snl.no/sosial_kapital

2.2 Sosial kapital og næringsutvikling

Deler av teksten nedenfor er henta fra Professor Arne Isaksen (UiA): Sosiokulturelle forhold og næringsutvikling i Store norske leksikon på snl.no.

https://snl.no/sosiokulturelle_forhold_og_n%C3%A6ringsutvikling

Forklaringer på næringsutvikling har tradisjonelt lagt mest vekt på betydningen av 'harde' faktorer, særlig knyttet til begrepet lokaliseringsfaktorer. Utviklingen i næringslivet blir da påvirket av tilgang på naturressurser, høy kompetanse hos arbeidskraften, tilgang på kapital, godt utbygd fysisk infrastruktur osv.

Begrepet sosial kapital benyttes ofte for å vise betydningen av sosiokulturelle forhold for næringsutvikling. Det pekes da på at sosial kapital gir aktører muligheter til å benytte opparbeidede, tillitsbaserte sosiale nettverk ved innovasjonsprosesser.

https://snl.no/sosiokulturelle_forhold_og_n%C3%A6ringsutvikling

Det er imidlertid behov for sosial kapital som både er bindende (bonding) og brobyggende (bridging). I det første tilfellet bygges sterke sosiale nettverk innenfor en gruppe, for eksempel innen en bedrift, faggruppe, eller lokalsamfunn.

Det utvikles gruppespesifikke normer som letter samarbeid om innovasjonsaktivitet mellom aktører som tilhører gruppen. Det kan imidlertid lede til samarbeid mellom en fast kjerne av aktører som tenker ganske likt.

Brobyggende nettverk som går på tvers av grupper kan være viktig for å få inn helt ny informasjon og kunnskap utenfra ved innovasjonsprosesser.

Sosiokulturelle forhold som normer, vaner og konvensjoner vokser fram i et samspill mellom samfunnsutvikling og næringsutvikling. Det er forhold som utvikles over lang tid.

Noen lokaliseringsfaktorer, som tilgang på kapital og fysisk infrastruktur, kan endres raskt. Normer som for eksempel påvirker aktørers vilje til samarbeid ved innovasjonsprosesser og vilje til å ta risiko kan være langt vanskeligere å endre. Sosiokulturelle forhold vil dermed bidra til at næringslivet i en region og en nasjon beholder noen kjennetegn over lang tid.

https://snl.no/sosiokulturelle_forhold_og_n%C3%A6ringsutvikling

En utvidet forståelse av sosial kapital er utarbeidet av Emery N. Castle i artikkelen *Conceptual framework for the study of rural places* (1998). Den klassiske Marshallianske forståelsen av næringsutvikling bygger på utnyttelsen av naturressurser, menneskeskapte ressurser og de menneskelige ressursene. Emery Castle introduserte sosial kapital som en fjerde ressurs i sin definisjon av «Bygdekapital». Sosial kapital er menneskelige relasjoner som senker transaksjonskostnader og stimulerer til økt utnyttelse av de tre andre kapitalformene (natur-, menneskeskapt- og mennesker kapital). (Vennesland, 2004)

2.3 Sosial kapital og samhandling mellom aktive støler og øvrig næringsliv i Viken

Vi forstår de aktive stolene i Nordre Buskerud som en samlet gruppe som er organisert og innehar et fellesskap for eksempel gjennom medlemskap i TINE, samt del av landbruksmiljøet i regionen. Dette kan gi et sterkt fellesskap med en stor dose sosial kapital.

Det er mange næringsaktører i Nordre Buskerud som ikke er del av et organisert fellesskap slik som Buskerud næringshage AS eller Hallingdal næringshage AS. Men vi antar at de aller fleste næringsaktører i Nordre Buskerud har en tilknytning til regionen de er en del av. I reiselivet er det destinasjonsselskaper i Nore og Uvdal, Hol, Ål, Hemsedal, Gol og Flå.

I dette prosjektet har vi ønsket å styrke den sosiale kapitalen gjennom et enda sterkere fellesskap mellom aktive støler og det øvrige næringsliv. Vi ønsket å bygge bro mellom de som driver støl og det øvrige næringslivet i regionen. Spesielt har vi hatt fokus på hvordan det øvrige næringslivet oppfatter og ser på at det finnes aktive støler i regionen. Hvordan kan vi få til at flere næringsaktører kan utnytte et aktivt stølsmiljø til videre utvikling av sin virksomhet? Og hvordan kan gårdsbruk med stølsdrift knytte seg til øvrig næringsliv for økt verdiskaping på garden.

2.4 Spørreskjema og kopling til begrepet sosial kapital

Vi bygger spørreskjemaet (Vedlegg 2) basert på tanken om brobygging mellom de som driver støl og det øvrige næringslivet i Viken. Vår målgruppe med denne surveyen var næringsaktører som på ulike vis kan koples til stølsdrift i regionen. Det være seg handel, reiseliv, entreprenører, foredling osv. Vi ønsket å gå bredt ut, både i forhold til respondenter og tematikken i spørsmålene som ble stilt. I resultatkapittelet viser vi svarene fra spørreundersøkelsen med noe kopling til teori som utfyllende forklaringer.

2.5 Gjennomføring av survey

Det er i dag registrert 75 aktive støler i Nordre Buskerud. Den offentlige forvaltningen i regionen har god oversikt over denne gruppen. I tillegg har vi benyttet resultater fra Agri Analyse sin studie fra 2020 (Bunger og Haarsaker, 2020) som bakteppe for å forstå hva som opptar aktive støler i forhold til videre utvikling av stølene. I Agri Analyse sin studie er Norge delt inn i regioner. Den ene regionen er Buskerud som inneholder samtlige kommuner som denne studien er en del av. Dette muliggjør en direkte kopling mellom de to studiene. Vi presenterer hovedkonklusjoner fra Agri Analyse sin studie som del av resultatkapittelet.

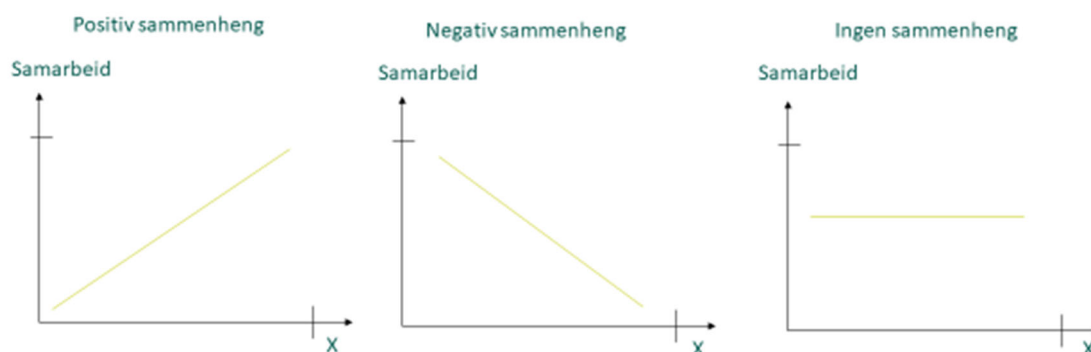
Det ble arrangert to ulike arbeidsmøter på TEAMS hvor deltakere fra NIBIO, forvaltningen i Nordre Buskerud, samt representanter for næringsorganisasjoner i Nordre Buskerud deltok. I disse møtene ble ulike spørsmål drøftet og satt inn i en sammenheng med formålet i prosjektet. Videre ble det fulgt opp med ulike eposter for å finsneke de ulike formuleringer. Spørsmålene er i hovedsak utformet som påstander som respondentene ble bedt om å vurdere på en skala fra 1 til 7, hvor 1 betyr at påstanden ikke stemmer og 7 at påstanden stemmer helt.

Ved hjelp av forvaltningen og Buskerud Næringshage fikk vi en oversikt over næringslivet i Nordre Buskerud. En liste med 960 aktive næringsaktører (respondenter) dannet grunnlag for invitasjon til å delta i spørreundersøkelse. Det reelle antallet næringsaktører vi sendte til var 803, da det var 157 epostadresser som ikke var aktive lenger.

Spørsmålene ble laget i SurveyXact fra Rambøll. Vi sendte ut spørreskjemaet på epost til 960 (803 aktive) epostadresser den 27. oktober. Dette ble fulgt opp med påminnelser om undersøkelsen den 4. november til 912 (755 aktive) epostadresser og den 10. november til 881 (724 aktive) epostadresser. Undersøkelsen ble avsluttet 15. november. Vi fikk inn 97 komplette svar og 48 ufullstendige besvarelser. Dette gir en svarandel på ca 18 %. I presentasjon av resultatene vil antall respondenter variere noe, da ikke alle ble bedt om å svare på alle spørsmål.

Presentasjon av resultater i kapittel 4 er mest av alt gjengitt i form av figurer med oversikt over fordeling og gjennomsnitt, med kommentarer til de ulike resultatene. Videre har vi gjort korrelasjonsanalyser for å avdekke samvariasjon mellom besvarelsen på i hvilken grad de var positive til samarbeid med aktive støler og de andre spørsmålene de har besvart i undersøkelsen. Korrelasjonsanalyser i seg selv påviser ingen årsakssammenhenger, men sammen med tidligere studier og erfaringer, kan slike analyser gi gode indikasjoner på faktorer som henger sammen og påvirker hverandre.

Korrelasjonsanalysen er vist i figur 2.1, hvor y-aksen viser i hvor stor grad de er positive til samarbeid med aktive støler og x-aksen er andre spørsmål/temaer fra undersøkelsen. En signifikant positiv korrelasjon viser en tendens hvor økt positivitet til samarbeid er assosiert med også økt verdi på x-variabelen. En negativ korrelasjon beskriver en situasjon hvor høy verdi på variabel x er assosiert med lav verdi på mulighet for samarbeid (y). Korrelasjonsanalysene er testet med signifikansnivå på 95%, hvor hovedhypotesen er at det ikke er noen sammenheng mellom mulighet for samarbeid og x-variabelen. Dette signifikansnivået betyr at vi ved å gjenta undersøkelsen 100 ganger, så vi få samme resultat 95 ganger, men at det ved 5 tilfeller ikke vil få det samme resultat.



Figur 2.1. Positiv, negativ og ingen sammenheng (korrelasjon) med «samarbeid (med aktive støler)» og en gitt x-variabel.

2.6 Gjennomføring av Workshop

Det var i utgangspunktet planlagt 2 Workshops. På grunn av Covid-19 pandemien var det vanskelig å gjennomføre workshops slik som planlagt. Det ble kun gjennomført en Workshop som fant sted den 13. januar 2021. (se vedlegg 1). Vi ønsket i utgangspunktet å gjennomføre workshops med fysisk tilstedeværelse. Alt var klart, med bestilling av egnede lokaler. Grunnet oppblomstring av COVID-19 i regionen ble nevnte Workshop gjennomført digitalt.

Formålet med Workshop var å kople representanter fra aktive støler med representanter fra øvrig næringsliv i regionen. Som del av workshop presenterte vi funn fra Agri Analyse sin studie og kople mot funn fra vår studie. Dette ble grunnlaget for diskusjon i plenum hvor deltakere ga uttrykk for hvordan de kunne tenke seg samarbeid på tvers og hva de så som muligheter. En oppsummering av workshop kommer i siste del av resultatkapittelet.



Foto: M.O. Furuseeth

3 Resultat

Vi presenterer først en kortfattet oppsummering av hovedresultat fra Agri Analyse sin studie. Deretter presenterer vi resultater fra survey som ble gjennomført som del av denne studien. Dette som et bakteppe for å forstå resultater fra diskusjonen som foregikk under den digitale workshopen.

3.1 Oppsummert resultat fra Agri Analyse sin studie av aktive støler sommeren 2019

Vi presenterer her en kort oppsummering av en studie som ble gjennomført av Agri Analyse sommeren 2019 (Bunger og Haarsaker, 2020). I 2018 var det 1057 registrerte aktive seterbruk i Norge. Dette er en reduksjon på 60 % fra årtusenskiftet. Denne nedgangen er mest av alt koplet til nedgangen av antall melkebruk. Andelen av melkebruk som driver seterdrift er nokså uendret siste 20 åra.

3.1.1 Statistikk over seterdrift i Nordre Buskerud

Nordre Buskerud hadde den høyeste seterandelen (bruk som setrer) i Norge, hvor 40 prosent av alle melkebruk i regionen deltar i seterdrift på sommeren. Fra studien ser vi at seterbrukene har mindre besetninger enn melkeprodusenter ellers. Det er mest vanlig å setre 6 – 7 uker på sommeren.

Ca. 1/3 av alle aktive setrer opprettholder tradisjon med egen foredling av melk. 15 prosent foredler all eller deler av melka for salg. 15 % foredler noe til eget bruk. 60 % sier at egen foredling ikke er aktuelt. 83 % sier at det er helt avgjørende at TINE henter melka uten ekstra kostnader.

13 prosent av aktive støler driver med turisme på setra. Dette tilsier at det er ca. 10 aktive støler i Nordre Buskerud som aktivt tilbyr et produkt eller en tjeneste innen turisme.

3.1.2 Motivasjon og utfordringer for seterdrift i regionen

Det er ulike motivasjoner for å drive med aktiv setring. 74 prosent oppgir at det å bruke utmarksressursene og dekke behovet for grovfor er hovedgrunnen for å ha dyra på setra. Dette passer med forståelsen av seterdrift definert av Lars Reinton i sin beskrivelse av Sæterbruket i Noreg (1955). (Litt endret forståelse siste 20 år pga høyere ytelse som også krever kraftfôr og noe tilkjørt fôr).

48 prosent sier at seterdrift er en avveksling i den vanlige drifta og at de trives med å være på setra. 46 prosent sier at det er viktig å være på setra for å opprettholde tradisjonen på garden. 41 prosent sier at det å få tømt fjøset hjemme for å vedlikeholde og vaske er god grunn for å ta dyra til seters.

Av utfordringer er det mest av alt arbeidsmengde som trekkes fram. Det er svært tidkrevende å drive seterdrift. Mangel på lønnsomhet er også en stor utfordring. Lite lønnsomhet i å drive med seterdrift er gjengangeren blant bøndene. En siste ting å nevne som en stor utfordring er mangelen på strøm. Det er mange som må drive setra på strøm fra aggregat. Dette er både kostbart og tungvint.

3.1.3 Hva som må til for å opprettholde støling

Som en konklusjon i rapporten til Agri Analyse er det satt opp anbefalinger for hva som må til for å opprettholde antallet aktive støler i Norge.

Det er foreslått å doble setertilskuddet fra 50.000 til 100.000 kroner. (Gjennomført i regionalt miljøprogram (RMP) Oslo og Viken fra og med 2020, videreført fremover). Det ble foreslått å gjeninnføre setertilskudd ved kortere setring. Det er ikke alle som har mulighet til å setre mer enn 2 – 4 uker. (Landbruks- og matdepartementet avsto dette i 2020, og fastslo endelig krav om 6 uker stølsdrift). For å styrke reiselivet er det foreslått å innføre besøkssetertilskudd. Med bakgrunn i dårlig infrastruktur er det foreslått å innføre støtteordninger for utvikling av vei, vann og kloakk. Vi vet at det

er de minste bruka som har den høyeste seterandelen. Det å styrke små og mellomstore bruk vil derfor også styrke seterdrifta. Til slutt blir det anbefalt å utvikle bedre tekniske løsninger for setring, for eksempel fossilfri drift og utvikling av melketanker.

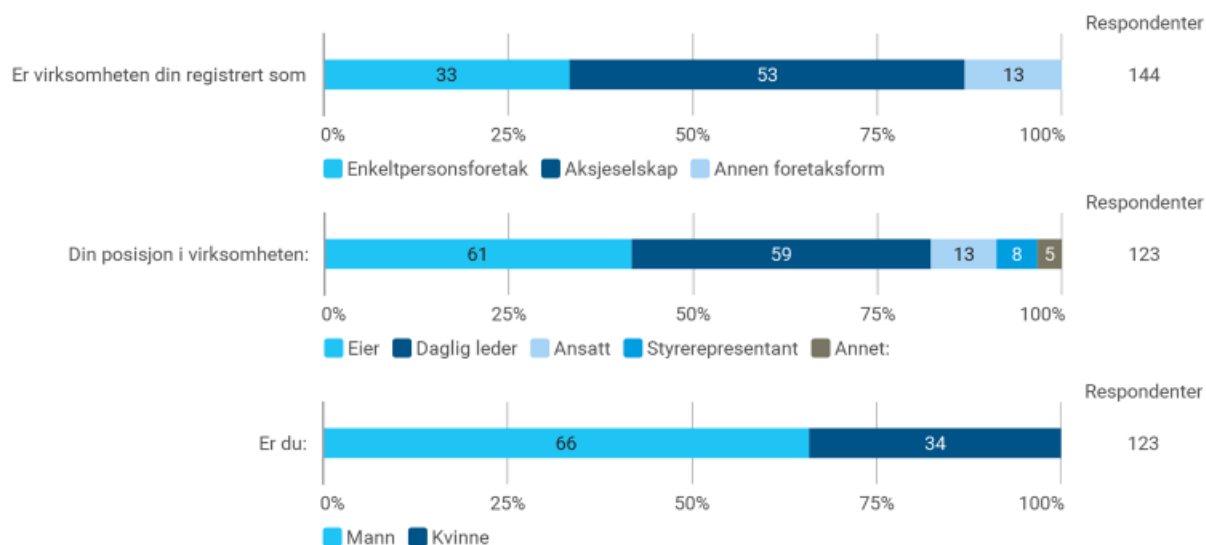
3.2 Resultat fra Survey rettet mot næringslivet i Nordre Buskerud

Med et teoretisk utgangspunkt i Sosial kapital utviklet vi spørreskjema rettet mot det generelle næringslivet i Nordre Buskerud. Nedenfor gjengir vi svar innen de ulike spørsmål ved bruk av figurer. Vi har tematisk delt inn spørsmålene i ulike kategorier:

- Bakgrunnstall
- Samarbeid og fellesskap innad mellom næringsaktører
- Samarbeid og fellesskap mellom næringsaktører og aktive støler
- Betydning av aktive støler for det øvrige næringsliv
- Kjennskap til aktive støler
- Muligheter for samarbeid med aktive støler

3.2.1 Bakgrunnstall

Hva vet vi om bedriftene som svarte?

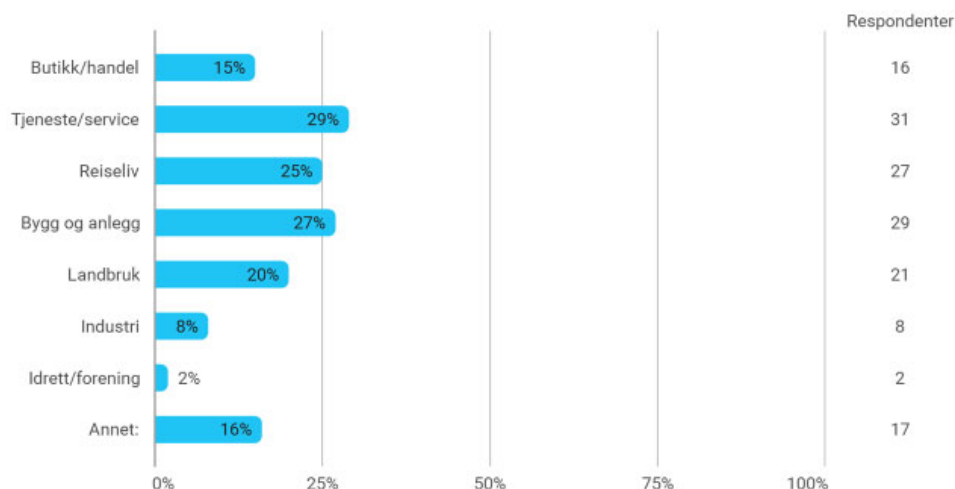


Figur 3.1. Oversikt over hvem som svarte på undersøkelsen

Invitasjonen til å delta i spørreundersøkelsen ble rettet mot eier og/eller daglig leder av virksomheten. Det var 2/3 menn som svarte på undersøkelsen. Altså 1/3 av alle svar kom fra en kvinne. Gjennomsnittsalderen var 56 år.

33 prosent av respondentene oppga at virksomheten var registrert som personlig foretak. 53 prosent oppga at virksomheten var registrert som Aksjeselskap, mens 13 prosent oppga annen virksomhet. Gjennomsnittlig tall for antall ansatte er 6,9 årsverk. Dette tallet gjenspeiler at det er noen store bedrifter i regionen som drar opp gjennomsnittet.

Hvilken bransje tilhører din virksomhet? Flere svar mulig.



Figur 3.2 Bransjetilhørighet hos respondentene

Merk at respondentene kunne oppgi flere alternativer. Altså at bedrifter kan tilhøre flere av kategoriene. Tjeneste/service har høyeste prosentandel. Dersom vi legger sammen butikk/handel, tjeneste/service og reiseliv summerer dette seg til ca. 2/3 av alle respondenter. Bygg og anlegg, landbruk samt industri summerer seg til ca. halvdel. Dette betyr at flertallet av de som har svart tilhører tjenesteytende sektor. Men samtidig ser vi at en stor del faller inn under sekundærnæringer.

3.2.2 Samarbeid og fellesskap innad mellom næringsaktører

Av alle som svarte er 30 % knyttet til et formelt næringsnettverk. Vi har tidligere nevnt at det å være del av et fellesskap er viktig for utvikling av enkeltbedriften samt utvikling av regionen i en større sammenheng.

Vi har sett på salg mellom bedriftene samt salg av varer og tjenester lokalt.

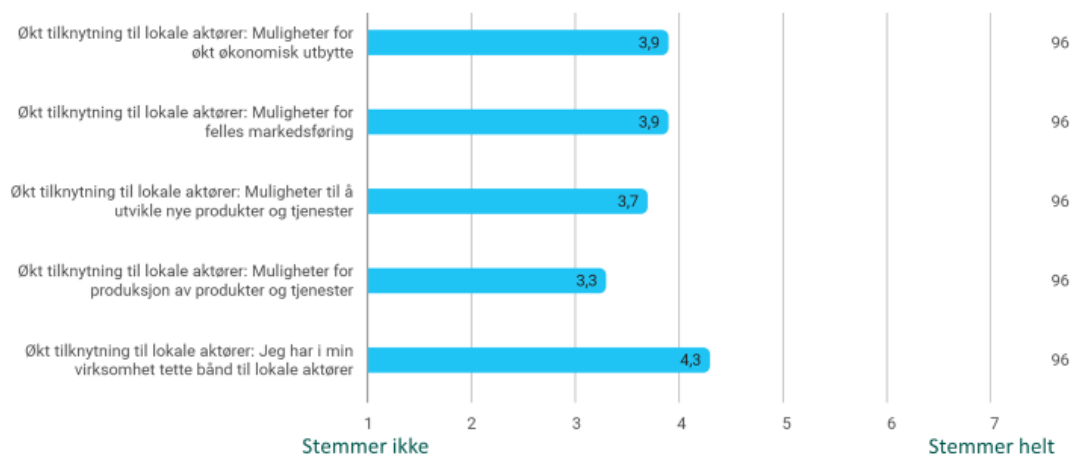
Salg til lokale virksomheter/privatpersoner



Figur 3.4. Salg av varer og tjenester lokalt

Av totalt salg av varer og tjenester i regionen kjøper det lokale næringslivet ca. 1/3. Samtidig ser vi at privatpersoner kjøper tilsvarende (ca. 1/3). Vi vet at regionen er en stor reiselivsdestinasjon, og må påregne at utenbygds etterspørsel etter varer og tjenester er stor. For eksempel knyttet til handel, reiseliv og bygg og anlegg knyttet til utbygging av hytteområder.

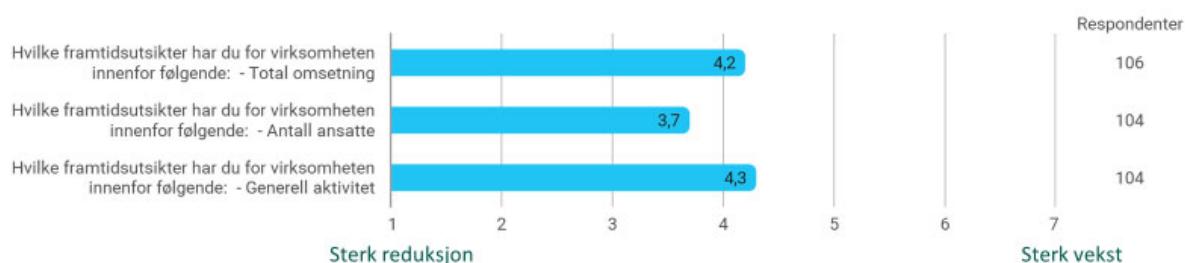
Hvilken betydning vil det ha for din virksomhet ved økt tilknytning til lokale aktører?



Figur 3.5. Betydning ved økt tilknytning til lokale aktører

Av figuren over blir respondentene bedt om å si seg helt enig (7) eller helt uenig (1) innenfor ulike påstander. Vi ser at det er en overvekt av respondenter som sier at de har tette bånd til lokale aktører. Videre er det en generell optimisme når det gjelder å se muligheter for utvikling av bedriften ved å knytte seg tettere til lokale aktører. Dette resultatet er positivt med tanke på å styrke sosial kapital i regionen.

Fremtidsutsikter

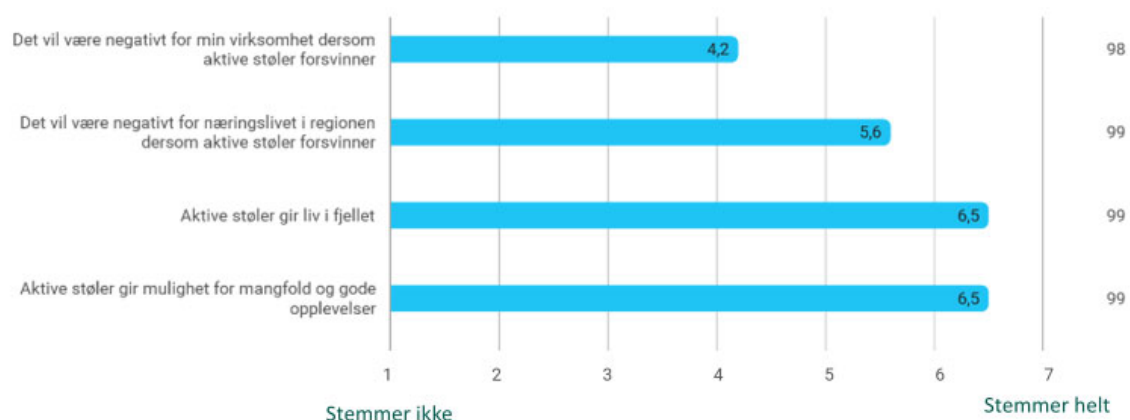


Figur 3.6. Fremtidsutsikter

På spørsmål om fremtidsutsikter ser vi at det er en viss optimisme i forhold til økt aktivitet og økt omsetning. Imidlertid ser vi at man tror på en stabil arbeidskraft. En eventuell økt aktivitet vil da ikke medføre økning i antall arbeidsplasser. Dette passer inn i den teknologiutviklingen vi ser generelt i samfunnet.

3.2.3 Samarbeid og fellesskap mellom næringsaktører og aktive støler

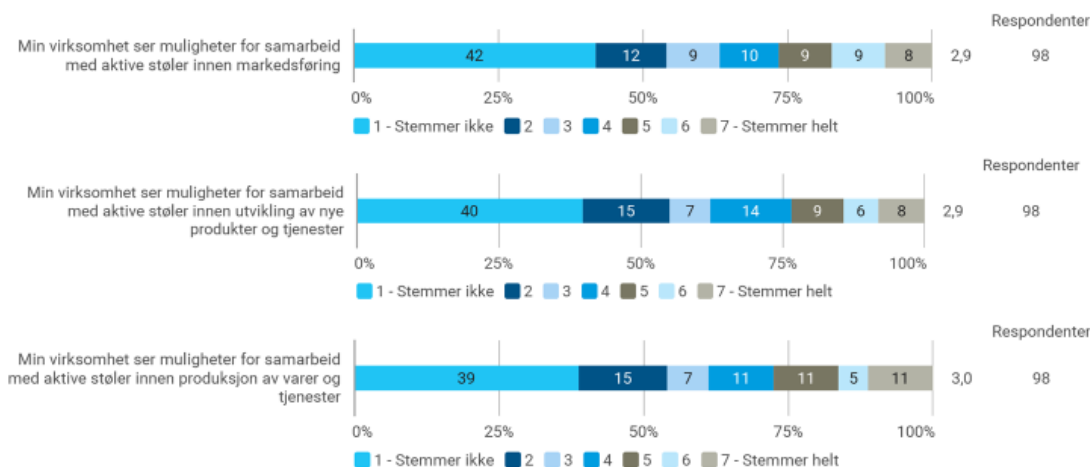
Hva mener bedriftene om aktive støler og eventuelt samarbeid?



Figur 3.7. Bedriftene og eventuelt samarbeid med aktive støler

Vi ser en tydelig trend i at aktive støler har en verdi for det generelle næringslivet i regionen. Spesielt gjelder dette liv i fjellet og muligheter for gode opplevelser. Det er flere som mener det vil være negativt for næringslivet som helhet at støler forsvinner enn hva gjelder egen virksomhet. Dette forteller oss at respondentene ser en verdi av aktive støler utover egen virksomhet.

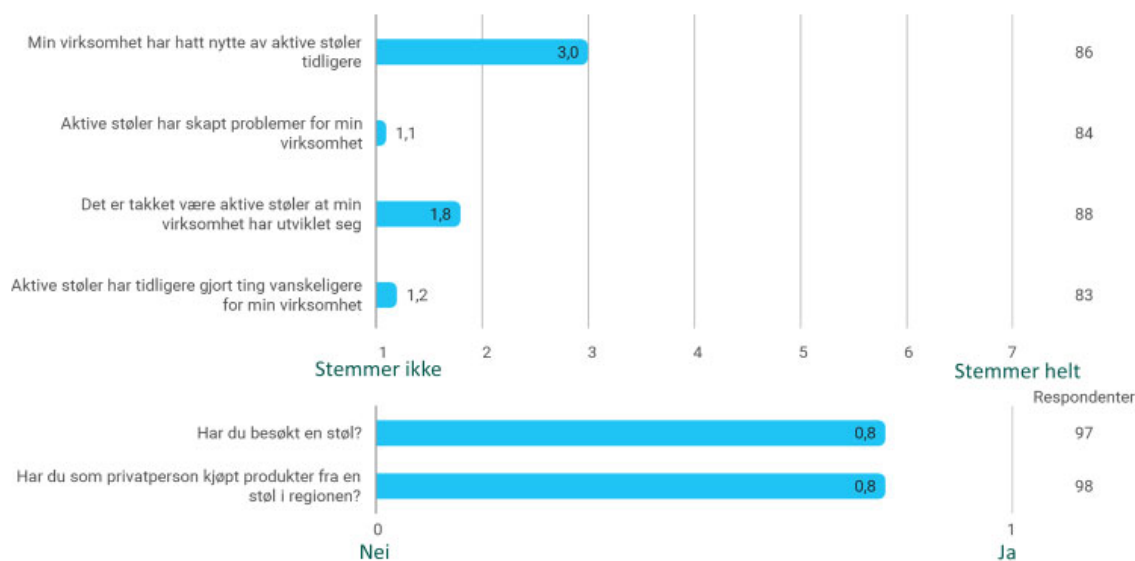
Muligheter for samarbeid med aktive støler



Figur 3.8. Muligheter for samarbeid med aktive støler.

Vi spurte bedriftene om hvor man kan se for seg muligheter for samarbeid. Det er ingen forskjell i svarene i forhold til samarbeid om markedsføring, utvikling av- eller produksjon av varer og tjenester. Faktisk oppgir over halvparten at de ikke ser muligheter for samarbeid. Ca. 1/3 oppgir at de ser muligheter for samarbeid med aktive støler i å utvikle bedriften. Disse tre spørsmålene ble summert og dannet grunnlaget for korrelasjonsanalysene som er gjengitt i kap. 4.2.6.

3.2.4 Betydning av aktive støler for det øvrige næringsliv

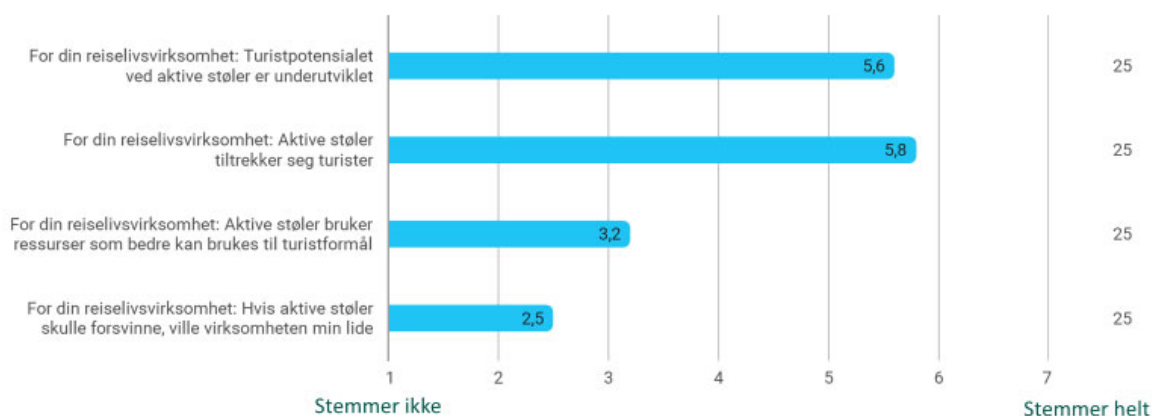


Figur 3.9 Betydning av aktive støler for det øvrige næringsliv

På direkte utfordringer i forhold til negative opplevelser med aktive støler ser vi liten eller ingen slike erfaringer. Samtidig ser vi heller ikke at det har vært noen vesentlig direkte nytte for næringslivet at man har aktive støler i regionen. Dette til tross for at 80% av respondentene oppgir å både ha besøkt en støl, samt som privatperson å ha kjøpt produkter fra en støl i regionen.

3.2.4.1 Betydningen av aktive støler for reiselivet

For reiselivsbedrifter:

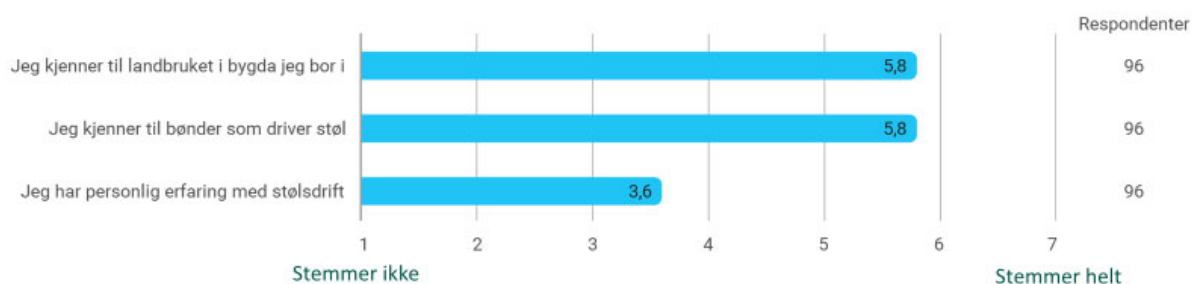


Figur 3.10. Betydning av aktive støler for reiselivet

I svarene som er direkte rettet mot reiselivsbedriftene i spørreundersøkelsen (25% av respondentene) er svarene noe delte. Vi ser en sterk forståelse for at aktive støler tiltrekker seg turister. Og at potensialet for turisme koplet til aktive støler er underutviklet. Samtidig er det liten frykt for at reiselivsvirksomhetene vil lide dersom aktive støler forsvinner. Vi ser også at enkelte reiselivsbedrifter mener ressursene som aktive støler legger beslag på bedre kunne utnyttes til turismeformål. Vi presiserer at statlige stølstilskudd er øremerket og kunne ikke alternativt gis til reiselivet. Landbrukseiendommene i Nordre Buskerud er privat eiendom regulert til landbruk, som ikke har noen alternativ bruk dersom grunneier ikke ønsker det.

3.2.5 Kjennskap til- og erfaring med landbruk og aktive støler

Kjennskap til landbruk og stølsdrift



Figur 3.11. Øvrige næringsliv sin kjennskap til landbruk og aktive støler

Det er interessant å merke seg at halvparten av de som har svart på undersøkelsen har en eller annen personlig erfaring med stølsdrift. Videre er det verdt å merke seg at svært mange oppgir at de kjenner til både landbruket i regionen, samt stølsdrift spesielt. Dette kan ha sammenheng med utvalget av de som har svart på undersøkelsen.

3.2.6 Muligheter for samarbeid med aktive støler

De tre spørsmålene «Min virksomhet ser muligheter for samarbeid med aktive støler innen markedsføring», «Min virksomhet ser muligheter for samarbeid med aktive støler innen utvikling av nye produkter og tjenester» og «Min virksomhet ser muligheter for samarbeid med aktive støler innen produksjon av varer og tjenester» ble summert til en variabel og testet mot samvariasjon med hva de ellers har svart i spørreundersøkelsen. Alle tre spørsmålene ble besvart på en skala fra 1 til 7. Dette ble gjort for å innhente mer informasjon om kjennetegn og holdninger blant de bedriftene som er mest positive til samarbeid med aktive støler. Denne sumvariabelen fikk navnet «muligheter for samarbeid med aktive støler».

De variablene som viste signifikant korrelasjon med «muligheter for samarbeid med aktive støler» er vist i tabell 3.1. Styrken på korrelasjonen går fra 0 til 1, hvor 1 er perfekt korrelasjon. Under 0,3 er svak korrelasjon.

Resultatene viser kvinner er mer positive enn menn til å samarbeide med aktive støler, det samme med de bedriftene som er medlem av et formelt næringsnettverk. Videre er det positivt for samarbeid at bedriftene anser seg selv å være i en vekstfase, enten det gjelder økt omsetning, ansatte eller generell aktivitet. De bedriftene som er innenfor butikk/handel, reiseliv og landbruk er mer positive til samarbeid, mens bygg og anlegg mer negative enn andre bransjer til et samarbeid med aktive støler. For alle disse signifikante sammenhengene er det kun en relativt svak korrelasjon.

Bedrifter som har hatt nytte av støler som kunde tidligere er positive til videre samarbeid, og de bedriftene som samarbeid med andre typer bedrifter i regionen med markedsføring, produksjon og produktutvikling er også mer tilbøyelige til å samarbeide med lokale støler. Reiselivsbedrifter er også positive til samarbeid med aktive støler og spesielt da at støler bidrar til å tiltrekke seg turister. Videre viser resultatene at de med god kjennskap til støler er mer positive til samarbeid med aktive støler enn de med mindre kjennskap.

Tabell 3.1 Variabler med signifikant korrelasjon med variabel «muligheter for samarbeid med aktive støler»

Variabler med korrelasjon med «muligheter for samarbeid med aktive støler»	Styrke på korrelasjon
Kjønn – Kvinner mer positive	0,29
Medlem av formelt næringsnettverk	0,35
Hvilke framtidssutsikter har du for virksomheten innenfor følgende: - Total omsetning	0,37
Hvilke framtidssutsikter har du for virksomheten innenfor følgende: - Antall ansatte	0,20
Hvilke framtidssutsikter har du for virksomheten innenfor følgende: - Generell aktivitet	0,38
Hvilken bransje tilhører din virksomhet - Butikk/handel	0,36
Hvilken bransje tilhører din virksomhet - Reiseliv	0,31
Hvilken bransje tilhører din virksomhet - Bygg og anlegg (*negativ korrelasjon)	-0,20
Hvilken bransje tilhører din virksomhet - Landbruk	0,20

Variabler med korrelasjon med «muligheter for samarbeid med aktive støler»	Styrke på korrelasjon
Beslutninger om utvikling av egen virksomhet blir tatt gjennom kontakt med kollegaer	0,26
Beslutninger om utvikling av egen virksomhet blir tatt gjennom kontakt med bedrifter innenfor regionen	0,33
Har du hatt en stølsbedrift som kunde?	0,21
Det vil være negativt for min virksomhet dersom aktive støler forsvinner	0,59
Det vil være negativt for næringslivet i regionen dersom aktive støler forsvinner	0,36
Økt tilknytning til lokale aktører: Muligheter for økt økonomisk utbytte	0,57
Økt tilknytning til lokale aktører: Muligheter for felles markedsføring	0,66
Økt tilknytning til lokale aktører: Muligheter til å utvikle nye produkter og tjenester	0,73
Økt tilknytning til lokale aktører: Muligheter for produksjon av produkter og tjenester	0,66
Økt tilknytning til lokale aktører: Jeg har i min virksomhet tette bånd til lokale aktører	0,43
Min virksomhet har hatt nytte av aktive støler tidligere	0,58

Variabler med korrelasjon med «muligheter for samarbeid med aktive støler»	Styrke på korrelasjon
For din reiselivsvirksomhet: Aktive støler tiltrekker seg turister	0,43
For din reiselivsvirksomhet: Aktive støler bruker ressurser som bedre kan brukes til turistformål	0,42
For din reiselivsvirksomhet: Hvis aktive støler skulle forsvinne, ville virksomheten min lide	0,23
Har du besøkt en støl?	0,23
Jeg kjenner til bønder som driver støl	0,30

3.3 Workshop

3.3.1 Gjennomføring av workshop

Det var i utgangspunktet planlagt to workshops som del av prosjektet. Vi skal være ærlige å si at pandemien i Norge har preget gjennomføringen av både survey og workshop. Vi hadde planlagt og organisert for et fysisk møte, men måtte avlyse kort tid i forveien grunnet økt smitte av COVID-19. Vi gjennomførte en digital Workshop tirsdag 19. januar 2021 (se vedlegg 1).

Vi sendte invitasjon til 174 deltakere. Dette inkluderte både aktive stølsbedrifter samt representanter fra det øvrige næringsliv. Det var 15 deltakere fra starten av møte. Det var mest av alt aktive stølsbedrifter som deltok på møte. Tre av deltakerne kom fra reiseliv og tjenesteytende sektor. Fire av deltakerne kom fra NIBIO og kommunene.

I første del av Workshopen orienterte Håvard Holeplass om ulike stølsprosjekt som foregår i regionen. Deretter presenterte NIBIO formålet med prosjektet og la fram resultater fra survey som var gjennomført høsten 2020. NIBIO presenterte også generelle funn fra Agri Analyse (Bunger og Haarsaker, 2020) sin rapport om aktive støler i Norge.

Etter en kort pause ga NIBIO et oppspill til diskusjon om aktuelle samarbeidsformer og muligheter for nye tjenester og produkter. Nedenfor er gjengitt innhold fra denne diskusjonen.

3.3.2 Fra diskusjon i plenum

Det ble stilt spørsmål om hva turisme egentlig er. Hva er reiselivet i Nordre Buskerud? Det ble presisert viktigheten av å se landbruket som del av reiselivet i regionen. Ostebygda er eksempel på opplevelsesøkonomi. Det er helt avgjørende å ta seg tid til å forankre landbruket overfor reiselivet.

Det er mange små bruk og mange som støler i regionen. Helt avgjørende å sikre opprettholdelse av aktive støler. Ostebygda viser at dette er mulig, men ikke nok.

Vi må vise effekten av at stølene er aktive. Hvordan gjør vi det? Mest av alt et spørsmål om kommunikasjon. Stølene er del av kulturarven i regionen. Et forslag er at hver støl kan få et tilskudd til kommunikasjon. Et slikt tilskudd trenger ikke være så stort, men kan være avgjørende for den enkelte stølsbedrift.

Det er en balansegang mellom turisme og landbruk. Vi må ikke glemme å ha fokus på kvaliteten på melka. Da trenger vi strøm, vann og melkeroboter. Hvordan kan vi knytte reiseliv og stølsdrift bedre sammen?

Det er ubalanse i samarbeidet mellom reiseliv/annen virksomhet og aktive støler. Vi må fokusere på muligheter. Hvor kan vi få tak i den beste hjelpa?

Budeienettverket ble nevnt som et eksempel på møteplass. Et slikt nettverk kan utvides til å gjelde en større region. Hva med en ukentlig dialog. En uformell prat. Men hvordan få dette til?

Hva med å distribuere brosjyrer i turismebedriftene. Et eksempel kan være å få den lokale osten inn på alpinanlegg.

Aktive støler er ofte en attraksjon i seg selv. Dette må utnyttes. Reiselivet kan gi et ekstra bein å stå på til den aktive stølen samtidig som de rene reiselivsaktører kan kople seg sterkere til aktive støler. Aktive støler og øvrig næringsliv må utnytte lokal melk og lokal støl i en vinn-vinn-sammenheng.



Foto: Ostebygda SA

4 Diskusjon og konklusjon

Vi har i rapporten sett på sosial kapital som et teoretisk fundament for å kople aktive støler med øvrig næringsliv i regionen. Vi gjennomførte en survey overfor næringslivet i regionen. Spørsmålene i surveyen er basert på teori, lokalkunnskap hos forvaltning og næringsnettverk i regionen samt bakgrunnsinformasjon fra Agri Analyse sin studie om aktive støler nasjonalt. Til slutt gjennomførte vi en Workshop hvor vi fokuserte på framtidige muligheter for samarbeid.

Vi vil nå blande sammen de ulike ingredienser og forsøke å si noe om de funn som vi mener kan være til hjelp for næring og forvaltning med tanke på å utvikle samarbeidet mellom aktive støler og øvrig næringsliv i Nordre Buskerud. Vi strukturerer funnene i forhold til å besvare de ulike delmål med tilhørende problemstillinger vi har satt fram innledningsvis i rapporten.

4.1 Delmål 1. Overordna samfunnsøkonomiske sammenhenger

Det er en klar positiv holdning til at aktive støler bidrar til verdiskaping og mangfold i regionen. 80 % av de som svarte på surveyen oppgir at de har besøkt en støl, samt som privatperson har kjøpt produkter fra en støl i regionen.

Vi skal likevel ta med oss at det øvrige næringsliv ikke ser noen direkte nytte ved at man har aktive støler i regionen. Under Workshopen kom det fram at man må ha et økt fokus på kommunikasjon og synliggjøre verdien av aktive støler. Et eget tilskudd til kommunikasjon ble fremmet under Workshop.

Reiselivsbedriftene som svarte på surveyen, ser klart at aktive støler tiltrekker seg turister. De peker også på at potensialet for turisme koplet til aktiv stølsdrift er underutviklet. Enkelte reiselivsbedrifter mener ressursene som aktive støler legger beslag på bedre kunne vært utnyttet til turismeformål. Mulig at et eget kommunikasjonsfond kan hjelpe også i denne sammenheng.

4.2 Delmål 2. Muligheter for økt verdiskaping

Vi vet at regionen er en stor reiselivsdestinasjon, og må påregne at utenbygds etterspørsel etter varer og tjenester er stor. For eksempel knyttet til handel, reiseliv og bygg og anlegg. Av totalt salg av varer og tjenester i regionen kjøper det lokale næringslivet ca. 1/3. Samtidig ser vi at privatpersoner kjøper tilsvarende (ca. 1/3).

På spørsmål om fremtidsutsikter ser vi at det er en viss optimisme i forhold til økt aktivitet og økt omsetning. Imidlertid ser vi at man tror på en stabil arbeidskraft. En eventuell økt aktivitet vil da ikke medføre økning i antall arbeidsplasser.

Omtrent halvparten av de som svarte på survey oppgir at de ikke ser muligheter for samarbeid om markedsføring eller utvikling av- eller produksjon av varer og tjenester. Kun 1/3 oppgir at de ser muligheter for samarbeid med aktive støler i å utvikle bedriften. Dette er i kontrast til hva som kom fram under Workshopen hvor de deltagende bønder var svært positive til samarbeid med øvrig næringsliv og reiseliv spesielt. Vi kan igjen spørre oss om dette kan dreie seg om kommunikasjon. Altså at de aktive stølene ikke når ut til øvrig næringsliv i regionen.

4.3 Delmål 3. Positive synergier og produksjon av fellesgoder

Vi ser at det er en overvekt av respondenter som sier at de har tette bånd til lokale aktører. Videre er det en generell optimisme når det gjelder å se muligheter for utvikling av bedriften ved å knytte seg tettere til lokale aktører. Dette resultatet er positivt med tanke på å styrke sosial kapital i regionen.

Vi ser en tydelig trend i at aktive støler har en verdi for det generelle næringslivet i regionen. Spesielt gjelder dette liv i fjellet og muligheter for gode opplevelser. Det er flere som mener det vil være

negativt for næringslivet som helhet at støler forsvinner enn hva gjelder egen virksomhet. Dette forteller oss at respondentene ser en verdi av aktive støler utover egen virksomhet.

Det er en goodwill og positiv holdning fra øvrig næringsliv i regionen som de aktive stølene kan utnytte. Dette passer også med det som kom fram under Workshop hvor representanter fra aktive støler ønsker seg mer samarbeid med øvrig næringsliv.

4.4 Avsluttende kommentar

Hvordan vi skal få til en sterkere kopling mellom øvrig næringsliv og bønder som driver aktiv støling kan være en spennende framtidig problemstilling. Her er det mye sosial kapital som kan utvikles videre. Ikke minst gjelder dette i å se sammenhengen mellom lokal verdiskaping hos den enkelte næringsaktør så vel som produksjon av fellesgoder for hele regionen.

Det er viktig å synliggjøre verdien av aktive støler utover det å produsere kjøtt og melk. Vi foreslår et eget fond for kommunikasjon hvor ringvirkningene av aktiv stølsdrift blir vektlagt. Spesielt er det viktig å kople aktive støler med øvrige næringsliv for å utvikle tjenester og produkter som kan inkludere både fastboende og besøkende i regionen.



Foto: Ostebygda SA

Litteraturreferanse

Bunger, Anne Austrem og Vilde Haarsaker, 2020. *Færre og større melkebruk – hva skjer med seterdrifta?* Agri Analys, Rapport 3-2020.

Castle, Emery. N. 1998. *Conceptual framework for the study of rural places.*

Coleman, James. 1990. *Foundation of Social Theory.*

Hansen, Tore: sosial kapital i Store norske leksikon på snl.no. Hentet 22. mars 2021 fra https://snl.no/sosial_kapital

Isaksen, Arne: sosiokulturelle forhold og næringsutvikling i Store norske leksikon på snl.no. Hentet 22. mars 2021 fra https://snl.no/sosiokulturelle_forhold_og_n%C3%A6ringsutvikling

Ostrom, E., 1998. A Behavioral Approach to the Rational Choice Theory of Collective Action: Presidential Address, American Political Science Association, 1997., *The American Political Science Review* 92(1): 1–22.

Putnam, Robert. D. 2000. *Bowling alone: The collapse and revival of American community.*

Putnam, Robert. D. 1993. *Making Democracy Work.*

Vennesland, Birger. 2004. *Skog og bygde- næringsutvikling.* PhD avhandling Norges landbruksvitenskapelige høgskule.

Vedlegg 1



Nore og Uvdal



Digital Workshop

Tirsdag 19. januar 10:00 – 12:00

Muligheter for samarbeid mellom aktive støler og øvrig næringsliv i Nordre Buskerud

Formålet med workshopen er å finne felles knutepunkter for framtidig nærings samarbeid mellom stølsdrift og øvrig næringsaktivitet.

I første del av samlingen vil representanter fra NIBIO redegjøre for resultater fra spørreundersøkelse som ble gjennomført høsten 2020. Videre vil vi kople resultatene fra høstens spørreundersøkelse opp mot studie rettet mot stølsbedrifter gjennomført av Agri Analyse publisert vinteren 2020.

Dette vil danne grunnlag for en dialog med formål om å finne felles muligheter for økt verdiskaping hos deltakende aktører.

Agenda:

10:00-10:10	Håvard Holeplass (Hol kommune) ønsker velkommen og orienterer om ulike stølsprosjekt i regionen
10:10-10:20	Birger Vennesland (NIBIO) presenterer formålet med dette prosjektet og ønsket utfall av dagens møte
10:20-10:40	Asbjørn Veidal (NIBIO) presenterer resultater fra spørreundersøkelse høsten 2020
10:40-10:50	Birger Vennesland presenterer aktuelle funn fra Agri Analyse sin studie av aktive støler sommeren 2019
10:50-11:00	Kort pause
11:00-11:10	Oppspill til diskusjon om aktuelle samarbeidsformer og nye tjenester og produkter
11:10-12:00	Diskusjon i plenum ved NIBIO

Det er ikke krav om påmelding, men godta gjerne innkallingen eller gi tilbakemelding om du deltar på e-post: havard.holeplass@hol.kommune.no

For kommunene i Nordre Buskerud: Håvard Holeplass, rådgiver landbruk, Hol kommune

Vedlegg 2

Spørreundersøkelse:

Potensiale for samarbeid mellom aktive støler og annet næringsliv i Nordre Buskerud

Det er i dag 75 aktive støler i Nordre Buskerud. Formålet med denne undersøkelsen er å kartlegge nåværende- og framtidig samarbeid mellom aktive støler og det øvrige næringsliv i Nordre Buskerud. Norsk institutt for bioøkonomi (NIBIO) er ansvarlig for prosjektet. Hol og Ål kommune vil bidra med å kvalitetssikre undersøkelsen. Du får tilsendt denne undersøkelsen fordi du registrert som næringsutøver eller kontaktperson for annen virksomhet i regionen.

Spørsmålene skal besvares ved å markere det svaralternativet som passer deg best. I enkelte tilfeller kan det være slik at ingen av svarmulighetene helt passer for deg eller du ikke vet helt sikkert. Kryss da for det svaralternativet som ligger nærmest. Hvis du står fast, svar så godt du kan. Undersøkelsen tar omlag 10 minutter å besvare.

Undersøkelsen er godkjent av Norsk Senter for datainnsamling (nsd.no) og all informasjon som blir samlet inn vil ikke kunne spores tilbake til enkelt svar i rapportering av undersøkelsen. Undersøkelsen er frivillig. Mer om vilkår for undersøkelsen kan leses her.

Ved spørsmål, kontakt NIBIO ved forsker Asbjørn Veidal (asbjorn.veidal@nibio.no)

Er virksomheten din registrert som

- (1) Enkeltpersonsforetak
- (2) Aksjeselskap
- (3) Annen foretaksform _____

Din posisjon i virksomheten:

- (1) Eier
- (2) Daglig leder
- (3) Ansatt
- (4) Styrerepresentant
- (5) Annet: _____

Er du:

- (0) Mann
(1) Kvinne

Din alder:

Hvilket år ble virksomheten etablert?

Omtrentlig årlig omsetning, i hele kroner.

Hvor mange årsverk sysselsetter virksomheten?

Er din virksomhet medlem av et formelt næringsnettverk?

- (0) Nei
(1) Ja, hvilket? _____

Av totalt salg til bedrifter, hvor stor andel utgjør salg til lokale virksomheter (i prosent)?

Vennligst gjør et anslag.

Av totalt salg til privatpersoner, hvor stor andel utgjør salg til personer som er bosatt lokalt (i prosent)? Vennligst gjør et anslag.

Hvilke framtidutsikter har du for virksomheten innenfor følgende:

	1 - Sterk reduksjon	2	3	4	5	6	7 - Sterk vekst
Total omsetning	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>
Antall ansatte	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>
Generell aktivitet	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>

Hvilken bransje tilhører din virksomhet Flere svar mulig.

- (1) Butikk/handel
- (2) Tjeneste/service
- (3) Reiseliv
- (4) Bygg og anlegg
- (5) Landbruk
- (6) Industri
- (7) Idrett/forening
- (8) Annet: _____

Vi ønsker å undersøke samarbeid og fellesskap mellom næringsaktører i Nordre Buskerud. I hvilken grad stemmer følgende påstander? Vennligst svar på en skala fra 1 til 7, hvor 1 er stemmer ikke og 7 er stemmer helt.

	1 - Stemmer ikke	2	3	4	5	6	7 - Stemmer helt
Folk lokalt ønsker å kjøpe produkter/tjenester fra min virksomhet	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>

	1 - Stemmer ikke	2	3	4	5	6	7 - Stemmer helt
Beslutninger om utvikling av egen bedrift blir tatt internt i virksomheten	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>
Beslutninger om utvikling av egen virksomhet blir tatt gjennom kontakt med kollegaer	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>
Beslutninger om utvikling av egen virksomhet blir tatt gjennom kontakt med bedrifter innenfor regionen	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>
Beslutninger om utvikling av egen virksomhet blir tatt gjennom kontakt med bedrifter utenfor regionen	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>

Har du hatt en stølsbedrift som kunde?

- (0) Nei
(1) Ja

Vi ønsker å undersøke muligheter for samarbeid mellom din virksomhet og aktive støler. I hvilken grad stemmer følgende påstander? Vennligst svar på en skala fra 1 til 7, hvor 1 er stemmer ikke og 7 er stemmer helt.

	1 - Stemmer ikke	2	3	4	5	6	7 - Stemmer helt
Min virksomhet ser muligheter for samarbeid med aktive støler innen markedsføring	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>

Min virksomhet ser muligheter for samarbeid med aktive støler innen utvikling av nye produkter og tjenester	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>
---	------------------------------	------------------------------	------------------------------	------------------------------	------------------------------	------------------------------	------------------------------

Min virksomhet ser muligheter for samarbeid med aktive støler innen produksjon av varer og tjenester	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>
--	------------------------------	------------------------------	------------------------------	------------------------------	------------------------------	------------------------------	------------------------------

Hva mener du må til for å øke samarbeidet mellom din virksomhet og aktive støler?

Vi ønsker å undersøke hvilken betydning du mener stølsdrift har for regionen. Vennligst svar på en skala fra 1 til 7, hvor 1 er stemmer ikke og 7 er stemmer helt.

	1 - Stemmer ikke	2	3	4	5	6	7 - Stemmer helt
Det vil være negativt for min virksomhet dersom aktive støler forsvinner	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>

	1 - Stemmer ikke	2	3	4	5	6	7 - Stemmer helt
Det vil være negativt for næringslivet i regionen dersom aktive støler forsvinner	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>

	1 - Stemmer ikke	2	3	4	5	6	7 - Stemmer helt
Aktive støler gir liv i fjellet	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>

	1 - Stemmer ikke	2	3	4	5	6	7 - Stemmer helt
Aktive støler gir mulighet for mangfold og gode opplevelser	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>

Hvilken betydning vil det ha for din virksomhet ved økt tilknytning til lokale aktører? I hvilken grad stemmer følgende påstander? Vennligst svar på en skala fra 1 til 7, hvor 1 er stemmer ikke og 7 er stemmer helt.

	1 - Stemmer ikke	2	3	4	5	6	7 - Stemmer helt
Muligheter for økt økonomisk utbytte	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>

	1 - Stemmer ikke	2	3	4	5	6	7 - Stemmer helt
Muligheter for felles markedsføring	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>

	1 - Stemmer ikke	2	3	4	5	6	7 - Stemmer helt
Muligheter til å utvikle nye produkter og tjenester	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>
Muligheter for produksjon av produkter og tjenester	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>
Jeg har i min virksomhet tette bånd til lokale aktører	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>

Hva er din erfaring fra samarbeid med aktive støler? I hvilken grad stemmer følgende påstander? Vennligst svar på en skala fra 1 til 7, hvor 1 er stemmer ikke og 7 er stemmer helt.

	1 - Stemmer ikke	2	3	4	5	6	7 - Stemmer helt	Ikke relevant
Min virksomhet har hatt nytte av aktive støler tidligere	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(0) <input type="checkbox"/>
Aktive støler har skapt problemer for min virksomhet	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(0) <input type="checkbox"/>
Det er takket være aktive støler at min virksomhet har utviklet seg	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(0) <input type="checkbox"/>
Aktive støler har tidligere gjort ting vanskeligere for min virksomhet	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(0) <input type="checkbox"/>

For din reiselivsvirksomhet, vennligst svar på følgende: I hvilken grad stemmer følgende påstander? Svar på en skala fra 1 til 7, hvor 1 er stemmer ikke og 7 er stemmer helt.

	1 - Stemmer ikke	2	3	4	5	6	7 - Stemmer helt
Turistpotensialet ved aktive støler er underutviklet	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>
Aktive støler tiltrekker seg turister	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>
Aktive støler bruker ressurser som bedre kan brukes til turistformål	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>
Hvis aktive støler skulle forsvinne, ville virksomheten min lide	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>

Har du besøkt en støl?

- (0) Nei
(1) Ja

Har du som privatperson kjøpt produkter fra en støl i regionen?

- (0) Nei
(1) Ja

Vi ønsker å undersøke din personlige kjennskap og hvilken betydning du mener stølsdrift har i regionen. I hvilken grad stemmer følgende påstander? Vennligst svar på en skala fra 1 til 7, hvor 1 er stemmer ikke og 7 er stemmer helt.

	1 - Stemmer ikke	2	3	4	5	6	7 - Stemmer helt
Jeg kjenner til landbruket i bygda jeg bor i	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>
Jeg kjenner til bønder som driver støl	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>
Jeg har personlig erfaring med stølsdrift	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>
Aktive støler bidrar til å opprettholde kulturlandskapet	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>
Aktive støler bidrar til økt biologisk mangfold	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>
Jeg opplever at folk prater positivt om aktive støler	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>

Takk for at du svarte på undersøkelsen. Kom gjerne med kommentarer eller utdyp dine svar her:

Norsk institutt for bioøkonomi (NIBIO) ble opprettet 1. juli 2015 som en fusjon av Bioforsk, Norsk institutt for landbruksøkonomisk forskning (NILF) og Norsk institutt for skog og landskap.

Bioøkonomi baserer seg på utnyttelse og forvaltning av biologiske ressurser fra jord og hav, fremfor en fossil økonomi som er basert på kull, olje og gass. NIBIO skal være nasjonalt ledende for utvikling av kunnskap om bioøkonomi.

Gjennom forskning og kunnskapsproduksjon skal instituttet bidra til matsikkerhet, bærekraftig ressursforvaltning, innovasjon og verdiskaping innenfor verdikjedene for mat, skog og andre biobaserte næringer. Instituttet skal levere forskning, forvaltningsstøtte og kunnskap til anvendelse i nasjonal beredskap, forvaltning, næringsliv og samfunnet for øvrig.

NIBIO er eid av Landbruks- og matdepartementet som et forvaltningsorgan med særskilte fullmakter og eget styre. Hovedkontoret er på Ås. Instituttet har flere regionale enheter og et avdelingskontor i Oslo.