

Forankring i næringslivs- og stedsutvikling

- En studie av næringslivsaktører i Stryn kommune



Masteroppgave i samfunnsgeografi

Beate Mæsel



Høsten 2005

Institutt for Geografi

Universitetet i Bergen

Forord

Endelig!

Etter en lang, noen ganger frustrerende, men samtidig svært lærerik periode av livet er resultatet av arbeidet med masteroppgaven ferdig. Når jeg ser tilbake på tiden i oppstarten av arbeidet, var det i utgangspunktet ikke lett å velge tema. Geografi fremstår for meg som et variert fag det er lett å bli glad i og ikke minst fascinert av. Til tross for disse valgets kvaler er jeg nå godt fornøyd med valget som ble gjort.

Det er en rekke personer som har betydd mye for meg underveis i arbeidet og som det er naturlig å rekke en stor takk til. Oppgaven hadde ikke vært mulig å få til uten *Arnt Fløysand* som har vært min faglige veileder. Uten bidrag, hjelp og imøtekommenhet fra personer i Stryn kommune, blant annet *Lars Birger Holmøyvik* og *Jon Rune Heimlid* hadde oppgaven vært mye tøffere å ta tak i. Jeg vil også takke *studenter som var på feltkurs i Stryn høsten 2003 og høsten 2004* for de muligheter Dere har gitt meg til å skaffe til veie informasjon om det valgte temaet.

Jeg vil også takke alle mine *medstudenter* og de *ansatte ved institutt for geografi i Bergen* for noen fine år. Underveis i arbeidet har jeg som student gjennomgått flere faser av et studieliv jeg i utgangspunktet ikke trodde kunne forekomme. Mine to gode venninner *Camilla Gaarn Røed* og *Gro Koppen* har sammen med min kjære samboer *Leif Olav Sætenes* hatt en spesiell betydning for meg i denne tiden. De har hele tiden vært der for meg når jeg har trengt dem. Jeg skylder Leif Olav og Camilla en stor takk for hjelp med redigering og korrekturlesing i ferdigstillelsen av oppgaven.

Bergen, 25.11.2005

Beate Mæsel

INNHALDSFORTEGNELSE

FORORD	I
FIGUR- OG TABELLOVERSIKT	V
FIGURER:.....	V
TABELLER:	V
1 UTGANGSPUNKTET FOR OPPGAVEN	1
1.1 INNLEDNING	1
1.2 MOTIVASJON FOR VALG AV TEMA	3
1.3 PRESENTASJON AV PROBLEMSTILLINGER	4
1.4 TIDLIGERE FORSKNING PÅ TEMAET	5
1.5 OPPGAVENS STRUKTUR OG OPPBYGNING.....	6
2 TEORETISKE PERSPEKTIVER PÅ FORANKRING I NÆRINGS- OG STEDSUTVIKLING	7
2.1 INNLEDNING	7
2.2 ET NIVÅ AV STORPERS TEORI	7
2.2.1 Læringsøkonomien og utviklingen mot en refleksiv økonomi	7
2.2.2 Det heterodokse paradigmet - En relasjonell vending i regional økonomi	9
2.2.3 Konvensjoner.....	10
2.2.4 Refleksive konvensjoner, produkter og produksjonsverdener.....	12
2.3 NÆRINGS- OG BEDRIFTERS FORANKRING	15
2.3.1 Økonomiske aktører og globalisering	15
2.3.2 Geografisk forankring	16
2.3.3 Kulturell og historisk forankring.....	17
2.4 STED OG NÆRINGS- OG STEDSUTVIKLING	19
2.5 AKTØRERS HANDLINGER OG DELTAKELSE I SOSIALE FELT.....	23
2.6 OPPSUMMERING	26
3 METODISK TEORI OG GJENNOMFØRING	29
3.1 INNLEDNING	29
3.2 VALG AV METODE	30
3.2.1 En metodetriangulering.....	31
3.3 DEN KVANTITATIVT ORIENTERTE DELEN AV UNDERSØKELSEN.....	33
3.3.1 Gjennomføringen av surveyen.....	33
3.4 DEN KVALITATIVT ORIENTERTE DELEN AV UNDERSØKELSEN	35
3.4.1 Utførelsen av intervjuer i felt	36
3.5 VALIDITET, RELIABILITET OG METODISKE PROBLEMER	38
3.6 OPPSUMMERING	39
4 ET VARIERT NÆRINGS- OG STEDSUTVIKLING I OMSTILLING	43
4.1 INNLEDNING	43
4.2 SÆRTREKK VED STRYN KOMMUNE	43
4.2.1 Kommuneutvikling.....	43
4.2.2 Industriell utvikling	44
4.2.3 Folketallsutvikling.....	45
4.2.4 Sysselsetting	47
4.3 NÆRINGS- OG STEDSUTVIKLINGSSTRUKTUR, TILTAKSPOLITIKK OG SAMARBEIDSARENAER.....	49
4.3.1 Nærings- og stedsutviklingsstruktur	49

4.3.2	<i>Kommunens tilrettelegging og bistand til næringslivet</i>	51
4.3.3	<i>Ulike samhandlings- og samarbeidsarenaer</i>	52
4.3.4	<i>Eksempler på felles samarbeidsområder</i>	55
4.4	OPPSUMMERING	57
5	BEDRIFTERS GEOGRAFISKE FORANKRING MED UTGANGSPUNKT I	
	KVANTITATIVE DATA	59
5.1	INNLEDNING	59
5.2	KARTLEGGING AV GEOGRAFISK FORANKRING	59
5.2.1	<i>Eiere og daglige lederes geografiske bakgrunn, og ansattes bosted</i>	59
5.2.2	<i>Geografisk utstrekning av markedsforhold</i>	62
5.2.3	<i>Geografisk utstrekning av bedriftenes samarbeidsforhold</i>	66
5.3	OPPSUMMERING	69
6	BEDRIFTERS KULTURELLE FORANKRING - MILJØET I STRYN MED	
	UTGANGSPUNKT I KVALITATIVE INTERVJU OG SURVEY	71
6.1	INNLEDNING	71
6.2	HELT GREIT Å VILLE NOE?	71
6.3	UFORMELLE FORVENTNINGER MELLOM NÆRINGSLIVSAKTØRER	73
6.3.1	<i>Forventninger og samarbeid</i>	74
6.3.2	<i>Næringsliv og politiske aktører</i>	75
6.3.3	<i>Sted og næring</i>	78
6.4	UFORMELL KUNNSKAP OG LÆREPROSESSER	79
6.5	OPPSUMMERING	81
7	BEDRIFTERS FORANKRING OG STEDSUTVIKLING	83
7.1	INNLEDNING	83
7.2	ØKONOMISKE AKTØRER OG FORANKRING	83
7.2.1	<i>Geografisk forankring</i>	83
7.2.2	<i>Kulturell forankring</i>	84
7.3	BEDRIFTERS FORANKRING OG STEDSUTVIKLING.....	86
7.3.1	<i>Utvikling i lys av Storper</i>	86
7.3.2	<i>Sosiale felt</i>	88
7.3.3	<i>Forankring og stedsutvikling</i>	91
7.4	OPPSUMMERING	93
8	KONKLUSJON.....	95
	REFERANSER.....	98
	VEDLEGG	102
	VEDLEGG 1: FØLGEKORT TIL BEDRIFTENE I FORBINDELSE MED SURVEY	102
	VEDLEGG 2: FØLGEKORT TIL BEDRIFTENE VED PURRING PÅ RETUR AV SPØRRESKJEMA	103
	VEDLEGG 3: SPØRRESKJEMA	104
	VEDLEGG 4: INFORMANT OG RESPONDENTLISTE	113
	VEDLEGG 5: INTERVJUGUIDE FOR NØKKELINFORMANTER.....	114
	VEDLEGG 6: INTERVJUGUIDE FOR RESPONDENTER	114
	VEDLEGG 7: OPPGAVER LAGET FOR FELTKURS I STRYN HØSTEN 2004.....	115

Figur- og tabelloversikt

Figurer:

FIGUR 1.1: STRYN KOMMUNES PLASSERING I NORGE	2
FIGUR 2.1: FREMSTILLING AV DEN HELLEGE TREENIGHET	9
FIGUR 4.1: STRYN KOMMUNES PLASSERING PÅ VESTLANDET	44
FIGUR 4.2: FOLKETALLSUTVIKLINGEN I STRYN KOMMUNE, 1900-2001	46
FIGUR 4.3: BEFOLKNING ETTER KJØNN OG ALDER.	47

Tabeller:

TABELL 2.1: STORPERS PRODUKSJONSVERDENER	12
TABELL 4.1: SYSSELSATTE MED BOSTED I STRYN KOMMUNE 1980, 1990 OG 2001	48
TABELL 4.2: OPPSTARTSÅR FOR BEDRIFTENE I SURVEYEN	50
TABELL 4.3: HIERARKISK INNDELING AV BEDRIFTENE I SURVEYEN.....	50
TABELL 5.1: GEOGRAFISK BAKGRUNN TIL BEDRIFTENS STØRSTE EIER	60
TABELL 5.2: GEOGRAFISK BAKGRUNN TIL BEDRIFTENES DAGLIGE LEDERE.....	60
TABELL 5.3: BEDRIFTENES ANDEL ANSATTE BOSATT I STRYN.....	61
TABELL 5.4: BEDRIFTENS ØVRIGE ANSATTES BOSTED	62
TABELL 5.5: GEOGRAFISK OMRÅDE FOR VIKTIGSTE LEVERANDØR AV VARER.....	62
TABELL 5.6: GEOGRAFISK OMRÅDE FOR VIKTIGSTE LEVERANDØR AV STANDARDISERTE TJENESTER.....	64
TABELL 5.7: GEOGRAFISK OMRÅDE FOR VIKTIGSTE LEVERANDØR AV AVANSERTE TJENESTER	65
TABELL 5.8: ROMLIG UTSTREKNING AV VIKTIGSTE MARKED	65
TABELL 5.9: BEDRIFTENES DELTAGELSE I SAMARBEID MED ANDRE AKTØRER	67
TABELL 5.10: LOKALISERING AV BEDRIFTENES SAMARBEIDSPARTNERE	67
TABELL 5.11: BEDRIFTSREPRESENTANTERS DELTAKELSE I ANDRE BEDRIFTERS STYRE.....	68
TABELL 5.12: LOKALISERING AV ANDRE BEDRIFTSSTYRER AKTØRENE HAR VÆRT REPRESENTERT	68
TABELL 5.13: ROMLIG UTBREDELSE AV BEDRIFTSREPRESENTANTERS STYREDELTAGELSE ...	69
TABELL 6.1: ETABLERING AV KONTAKT MED AKTUELLE SAMARBEIDSPARTNERE	75
TABELL 6.2: HVORDAN BEDRIFTSSAMARBEID HAR VÆRT ORGANISERT	75
TABELL 6.3: TILFREDSHETSGRAD MED KOMMUNALE ORGANERS TILRETTELEGGING FOR NÆRINGSVIRKSOMHET.....	76
TABELL 6.4: MANGELER REGIONEN TILBUD INNEN ENKELTE VIKTIGE TJENESTEOMRÅDER ...	76
TABELL 6.5: AKTØRERS VURDERINGER AV MÅTER KOMMUNALE OG REGIONALE MYNDIGHETER KAN GJØRE STRYN MER ATTRAKTIV FOR NÆRINGSVIRKSOMHET	77
TABELL 6.6: BEDRIFTENES EGENVURDERING AV BETYDNING FOR STRYNS STEDSUTVIKLING	78
TABELL 6.7: STEDSUTVIKLING OG DELTAKELSE I NÆRINGSLIVSORGANISASJONER (%).....	78
TABELL 6.8: GRAD AV ERFARINGSUTVEKSLING MED ANDRE NÆRINGSLIVSLEDERE I NÆRINGSLIVSORGANISASJONER	80

1 Utgangspunktet for oppgaven

1.1 Innledning

Steder og regioner utvikler seg i forskjellige retninger og på ulike måter. Dette gjelder også bedrifter og industrimiljø. Det hevdes at ulike samfunnsprosesser og steds næringslivsutvikling er forankret i geografien, kulturen og i historien. For å kunne gripe forankring i næringsliv og sted, vil fokuset i masteroppgaven være rettet mot økonomiske aktørers nettverk, handlinger og praksiser. Et slikt fokus vil implisitt føre med seg informasjon om det politiske liv og lokalbefolkningens stedsidentitet. Dette er interessant fordi aktørers nettverk, praksiser og stedsidentitet utvikler seg forskjellig og dermed påvirker næringslivs- og stedsutvikling på ulike måter. Deler av disse faktorene er knyttet til underliggende prosesser det med det første ikke er så enkelt å avdekke. Likevel er det fellestrekk i disse prosessene som gjentar seg i ulike regioner. Ofte er det ikke nok for bedrifter å være samlokalisert for å oppnå nyskaping og innovasjon. Anders Malmberg (1996) hevder det gjennom empiriske studier er påvist at relasjonene mellom samlokaliserte bedrifter ofte er svake og tynne. Studiene har vist at en stor andel bedrifter ikke har noen handels- eller samarbeidsforbindelser til tross for at de befinner seg i et og samme område og drives godt ut i fra et økonomisk driftsperspektiv.

Det blir fra flere teoretikere hevdet at dersom entreprenøriell virksomhet skal kunne fungere på et sted, eller i en region, må befolkningen og dens kultur være positiv til nytenking og nyskaping. Økonomiske aktører må være åpne for impulser utenfra for å hindre en "lock-in" situasjon. Eksempler på steder i slike situasjoner er steder som over tid følger bestemte "utviklingsbaner". Dermed utvikles en særegen og dyp, kanskje til og med ensidig kompetanse, som ofte ikke er tilpasset nye utfordringer og rammebetingelser som for eksempel oppstår i en internasjonal konkurransesituasjon (Jakobsen, 2004).

Her kan man blant annet trekke inn et argument om at også ulike former for forankring påvirker næringslivs- og stedsutviklingen i lokale samfunn. Samtidig kan det i følge Fløysand (1999) ikke på forhånd sies noe om hvor sterk en slik påvirkning er. Økonomiske aktørers forankring er heller ikke nødvendigvis kun av lokal karakter. Det er viktig å være klar over at økonomiske aktørers forankring kan ha ulik utbredelse og geografisk utstrekning. På grunn av

dette må forankring og eventuelle sammenhenger mellom kulturell og geografisk forankring i næringslivs- og stedsutvikling oppdages gjennom empiriske studier (Fløysand, 1999). Det interessante er om nettverk som understøtter næringslivs- og stedsutvikling, først og fremst er forankret i lokale nettverk, med tilhørende verdier, rolleforventninger, uformelle kunnskap og læreprosesser. Kanskje kan en positiv eller negativ næringslivs- og stedsutvikling forklares ved at foretakene deltar i nettverk som også strekker seg ut over lokalsamfunnet.

Kontakter som skapes mellom mennesker som er delaktige i ulike, både formelle og uformelle nettverk er ofte en forutsetning for å få i gang innovasjonsprosesser. I en stadig mer globalisert og kompleks verden spiller bedrifters nettverk og sosiale interaksjon en sentral rolle. (Stabæk, 2000). Det er viktig at økonomiske aktører er åpne for samarbeid og dialog med andre for å finne gode løsninger. Dermed kan enkelte steder og lokalsamfunn ha bedre forutsetninger for en positiv utvikling enn andre.

Det vil i denne oppgaven bli rettet fokus mot den økonomiske geografien i Stryn, nærmere bestemt bedrifters historiske, geografiske og kulturelle forankring. Det interessante er hvordan slik forankring påvirker økonomiske aktørers praksiser, muligheter for innovasjon og utvikling og stedsutvikling. Dette studeres ved at økonomiske aktører, deres praksiser og interaksjon sees ut i fra forankring og deltakelse i ulike sosiale felt.



Figur 1.1: Stryn kommunes plassering i Norge
(kilde: Norgesglasset, Eniro).

Stryn er en forholdsvis liten til middels stor kommune i Sogn og Fjordane. Kommunens fysiske beskaffenhet inviterer i seg selv mengder av turister til å besøke kommunen hvert år. I Stryn befinner man seg blant høye fjell, dype daler, fjorden, isbreer og Jostedalsskogen nasjonalpark. Kombinasjonen av dette er i seg selv unike produkter som i over hundre år har skapt grunnlag for turistnæringen med naturopplevelser som trekkplaster. Naturgrunnlaget kan også være et godt utgangspunkt for annen økonomisk virksomhet. I nyere tid har det i området blitt satset stort opp mot nasjonalparken og breene. Produktet Olden som baserer seg på drikkevann på flaske er blant annet nasjonalt kjent. I forhold til sin størrelse har kommunen et stort næringsmessig mangfold preget av mange små og mellomstore bedrifter. Mye tyder på at den i stor grad har lyktes med å tilrettelegge for det eksisterende næringslivet, og for utvikling og nyetableringer av bedrifter. I 1996 hevdet Bukve blant annet at Stryn kommune kunne kjennetegnes av å ha en variert næringsstruktur, og av å ha gode samhandlingsarenaer mellom ulike næringer og mellom næringslivet og kommunen.

Videre i kapitlet vil jeg gjøre rede for hvilke motiver som ligger bak valget av oppgavetema, presentere problemstillingene og redegjøre for hvordan oppgaven er disponert.

1.2 Motivasjon for valg av tema

Geografi er et allsidig fag med mange muligheter når det gjelder faglige vinklinger på det som foregår i samfunnet og i naturen rundt oss. Det har derfor vært utfordrende å finne et tema for masteroppgaven. Jeg valgte et økonomisk og kulturelt vinklet tema i forhold til næringslivs- og stedsutviklingen i vestlandskommunen Stryn. Det valgte temaet kan ha stor betydning for forståelsen av det som skjer på ulike steder og er man dette mer bevisst, kan det om mulig benyttes innen planlegging av steds- og regionutvikling.

Rent personlig har geografi alltid hatt en sentral plass blant mine interessefelt. Helt siden jeg var liten har turer ute i naturen sammen med familien lagt premisser for utviklingen av den personen jeg er i dag. Det stedsspesifikke og særegne ved omgivelsene i min oppvekst vekket interessen for det naturgitte i våre omgivelser og for hvordan dette kan gi muligheter og begrensninger for ulike aktørers praksiser. Samtidig har jeg helt siden de første årene på barne- og ungdomsskolen og videre gjennom elev- og ungdomspolitikken, hatt stor interesse for hvordan ulike samfunnsforhold utvikler seg og blir påvirket gjennom blant annet

menneskelige relasjoner. Geografi har for meg på denne måten blitt det ideelle fagområdet der man kan kombinere disse perspektivene i blant annet studier av steder og næringslivs utvikling.

Videre har jeg gjennom geografistudiene gradvis blitt kjent med den økonomiske geografien gjennom pensum –men også gjennom ulike feltkurs. Det siste blant annet gjennom arbeidet med å utvikle en forståelse for ulike relasjoners påvirkning av innovasjonsprosesser i industriparken *Rio do Pozo* i byen Ferrol, nordvest i Spania våren 2002. Rapporten fra dette feltkurset resulterte til slutt i min bachelor-oppgave.

Høsten 2003/2004 fikk jeg i tillegg anledning til å være med som assistent på feltkurs til Stryn i Sogn og fjordane. Dette åpnet på mange måter for flere muligheter for meg som masterstudent. Jeg fikk anledning til å gjøre meg ”kjent” i området, med ulike aktører både fra kommunen og med det aktuelle næringslivet. Samtidig sonderte studentene gjennom arbeidet med sine temaer og oppgaver terrenget for meg og ga meg mye nyttig informasjon gjennom rapportene som ble utformet. Disse faktorene medførte at jeg valgte å jobbe med den økonomiske geografien og næringslivs- og stedsutvikling i Stryn.

1.3 Presentasjon av problemstillinger

For å få kunnskap om hvordan ulike former for forankring er koblet til næringslivs og stedsutvikling, har jeg valgt å fokusere på en hovedproblemstilling og tre underproblemstillinger. Hovedproblemstillingen er som følger:

Hvordan innvirker geografisk og kulturell forankring på forholdet mellom økonomiske aktører, (her; bedrifter), og i hvilken grad bidrar slik forankring til næringslivs og dermed implisitt også til steders utvikling ?

For å analysere aktørenes relasjoner, vil fokuset være rettet mot de økonomiske aktørenes nettverk, handlinger og praksiser. Dette vil igjen implisitt, føre med seg informasjon om det politiske liv og lokalbefolkningens stedsidentitet. For å få dette til har jeg formulert tre underproblemstillinger. Den første er:

1. Hva kjennetegner bedriftenes geografiske forankring?

I denne sammenheng vil jeg kartlegge sosiale nettverk og relasjonelle forbindelser til bedriftene. Kjennetegnes disse av en lokal utstrekning i Stryn, eller har de en videre, regional eller internasjonal, utstrekning? Deretter tar jeg sikte på å diskutere aktørenes kulturelle forankring ved hjelp av den andre underproblemstillingen:

2. Hva kjennetegner bedriftenes kulturelle forankring?

I denne sammenheng vil jeg se nærmere på hvilke verdier, rolleforventninger, kunnskaps- og læreprosesser, som finnes i de ulike nettverkene. Er det spesifikke eller generelle verdier, rolleforventninger, kunnskap og læreprosesser som dominerer lokalsamfunnsutviklingen? En tredje underproblemstilling vil da være:

3. Hvordan arter dynamikken mellom økonomiske aktørers geografiske og kulturelle forankring og stedsutvikling seg?

Dette er interessant fordi man kan spørre seg om hvorvidt nettverkene som støtter opp under næringsutviklingen først og fremst er kulturelt forankret i lokale nettverk, eller om en forklaring på næringsutvikling, både positiv og negativ, kan forklares ved at foretak deltar i nettverk som også strekker seg utover lokalsamfunnet.

1.4 Tidligere forskning på temaet

Det ville blitt alt for omfattende i forhold til oppgavens retningslinjer å skulle gå inn på alle bidrag som på en eller annen måte har tatt opp temaene i denne oppgaven. Likevel ønsker jeg å komme inn på bidrag som har hatt mye å si for utviklingen av oppgaven. Det har i løpet av de siste årene ved institutt for geografi blitt skrevet flere forskningsrelaterte artikler innen økonomisk geografi, med fokus på samspillet mellom geografisk og kulturell forankring og økonomisk praksis. Spesielt har disse arbeidene vært rettet mot fiskerinæringen i Norge. Ulike tema som omhandler forhold mellom entreprenørskap, næringslivs- og stedsutvikling har også blitt viet oppmerksomhet i andre arbeider. Et eksempel er undersøkelser foretatt og gjengitt av Hansen & Selstad i deres bok "Regional omstilling" fra 1999. Gjennom innholdet i boken

belyser de to forfatterne ulike sider ved lokale og regionale omstillingsprosesser. Dette gjøres ved at de tar utgangspunkt i eksempelstudier av omstillinger som har foregått i norsk næringsliv siden 1970-tallet. Ved hjelp av eksempelstudiene beskriver de hvordan utfordringer som følger med slike prosesser har blitt møtt på lokalt eller regionalt nivå.

1.5 Oppgavens struktur og oppbygning

Hovedproblemstillingen og underproblemstillingene krever en diskusjon av teoretiske perspektiver som fremhever ulike typer forankring, territorier, konvensjoner, mellommenneskelige relasjoner og nettverk som sentrale for å forstå bedrifter, steder og regioners utvikling. *Kapittel 2* vil derfor omhandle teoretiske perspektiver innenfor økonomisk geografi som er relevante for å kunne drøfte de ulike problemstillingene.

Problemstillingene åpner også for ulike metodologiske perspektiver. I *kapittel 3* vil jeg redegjøre for hvilke fremgangsmåter jeg har benyttet i innsamling av informasjon og analyse og tolking av data. Tredje kapittel vil på bakgrunn av dette sentreres rundt bruk av metodologisk teori og praktisk gjennomføring av metode, samt en drøfting av validitet og reliabilitet.

Fjerde kapittel er en presentasjon av Stryn kommune som feltområde og av Stryns antatte særstilling i forhold til andre lignende steder når det gjelder næringslivsutvikling. Dette kapittelet vil gi et innblikk i aktørenes historiske forankring. I de to påfølgende kapitlene, *kapittel 5 og 6*, vil kvantitative og kvalitative data presenteres. De kvantitative dataene vil i *kapittel 5* ta utgangspunkt i den første underproblemstillingen og kartleggingen av ulike nettverks utstrekning. Noen av de kvantitative dataene vil i tillegg benyttes i *kapittel 6*, der de sammen med kvalitative data, fra datamateriale samlet inn ved hjelp av intervju og samtaler, belyser den kulturelle og historiske forankringen til næringslivet i Stryn. Det sjettede kapittelet er med andre ord ment å gi svar på den andre underproblemstillingen. *Kapittel 5 og 6* vil videre fungere som opptrapping mot selve analysen i *kapittel 7*, der empiri og teori blir koblet sammen. Avslutningsvis vil *kapittel 8* fungere som et oppsummerende og konkluderende kapittel.

2 Teoretiske perspektiver på forankring i næringslivs- og stedsutvikling

2.1 Innledning

Det finnes en rekke teoretiske perspektiver på forholdet mellom forankring og næringslivs- og stedsutvikling. Dette kapittelet er bygget opp slik at jeg først presenterer de mest generelle og abstrakte teoriene. Lenger ut i kapittelet senkes abstraksjonsnivået og diskusjonen tilspisses mer direkte og empirinært mot teori og begrepsavklaring i forhold til oppgavens tema og problemstillinger. Først vil jeg i avsnitt 2.2 presentere teori som diskuterer utviklingen av en økt refleksiv økonomi og teorier om konvensjoners, relasjoners og produksjonsverdeners betydning i denne økonomien. Dette omtales i Michael Storper sin bok, *The Regional World* fra 1997. Deler av disse teoriene kan benyttes som forklaring på hvordan en positiv eller negativ næringslivs- og stedsutvikling kan henge sammen med forholdet mellom ulike aktører, konvensjoner og steders betydning i en stadig mer globalisert verden med alt det medfører av nye utfordringer for økonomiske aktører. Deretter vil jeg i avsnitt 2.3 presentere teori som går nærmere inn på næringslivs og bedrifters forankring. Forholdet mellom økonomiske aktører og globalisering vil her stå sentralt sammen med en nærmere avklaring av begrepene geografisk, kulturell og historisk forankring. I avsnitt 2.4 presenteres teori om forholdet mellom sted og næringslivsutvikling. I dette avsnittet legges det spesielt vekt på hvordan miljø og aktørenes stedsidentitet og oppfattelse av stedet har betydning for næringslivs- og stedsutvikling. Deretter vil jeg i avsnitt 2.5 presentere teori som diskuterer aktørers handlinger og deres deltakelse i ulike tidrom. I dette avsnittet kobles teori om bedrifters geografiske og kulturelle forankring til næringslivs- og stedsutvikling.

2.2 Et nivå av Storpers teori

2.2.1 Læringsøkonomien og utviklingen mot en refleksiv økonomi

Storper (1997) hevder at man gjennom utviklingen av læringsøkonomien har tatt et stort steg mot en mer refleksiv økonomi. Siden 1970- tallet har det skjedd flere endringer innenfor økonomi og det er flere viktige punkter i moderne kapitalisme som i følge Storper

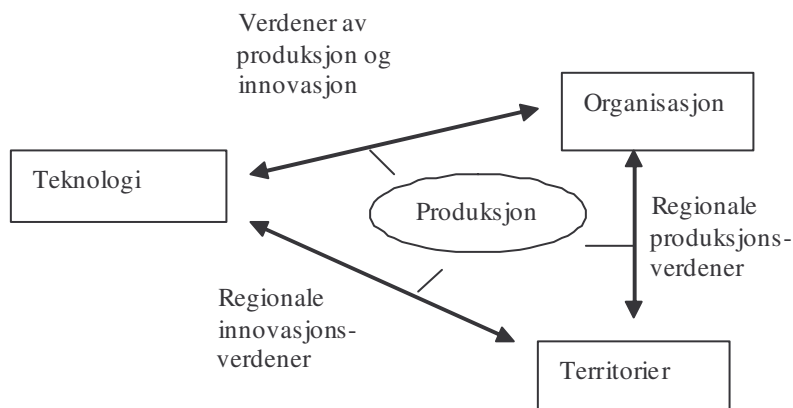
kjennetegner denne endringen. For det første har det vært en revolusjon i produksjons-, informasjons- og kommunikasjonsteknologier, som har gitt den kapitalistiske økonomien større innflytelse på både menneske og samfunnet for øvrig. Videre har man etter en lang moderniseringsprosess fått utvidet den romlige utbredelse og sosiale avhengigheten til kapitalistiske markedsrelasjoner. Effektene av disse endringene har ført til en generalisering av livsformen og levesettet som er vanlig i industrielle markedssamfunn. Den økte refleksiviteten kan sees som læreprosesser der aktører lærer av og imiterer hverandre og som refleksjon over endringene vi som samfunnsaktører gjennomgår. Den økte økonomiske refleksiviteten gir aktørene større muligheter til å påvirke den økonomiske utviklingen, men til tross for de nye mulighetene, får de også nye begrensninger å forholde seg til (Storper, 1997).

Innen læringsøkonomien får aktørene som lærer raskere og bedre enn andre aktører et konkurransefortrinn. Læring blir sett som et resultat av økt refleksivitet, eller en økt evne til å tenke over mulighetene for nye tiltak. Ny læring eller innsikt gir da et forsprang for foretak og regioner i konkurranse med andre, fordi kunnskapen er knapp og ennå ikke kodifisert. Med det menes at den ikke er kjent av andre aktører, eller formalisert. Dette gjør det vanskelig for aktører å imitere kunnskapen. Den knappe kunnskapen gjør det mulig å opprettholde høye priser, lønninger, sysselsetting og kvasirenter (den høye fortjenesten eller gevinsten man oppnår ved å være først ute med et produkt). Selvfølgelig kan aktører miste et eventuelt forsprang dersom de for eksempel ikke drar inn ny teknologi, eller gjennom politiske vedtak. Blir kunnskapen imitert eller standardisert, må økonomiske aktører finne på noe nytt for å bli i stand til å holde konkurrenter på avstand (Storper, 1997).

Skal den refleksive økonomien undersøkes, kreves et fokus på hvordan individuell og kollektiv refleksivitet opererer i økonomien gjennom kognitive, fortolkende og kommunikative prosesser. Ved hjelp av et slikt fokus kan man forstå hvordan aktiviteter mellom refleksive aktører og organisasjoner koordineres relasjonelt (Storper, 1997). Dette nye fokuset blir omtalt som den relasjonelle vendingen.

2.2.2 Det heterodokse paradigmet - En relasjonell vending i regional økonomi

Utgangspunktet for den relasjonelle vendingen var at man ville forstå revitaliseringen av regionale økonomier, fremveksten av høyteknologi-industrier og høyteknologi-regioner, innflytelsen til de nye asiatiske tigrene og globalisering. I stedet for å se på produksjon som flere ledd med maskiner, der et produkt og resultat var avhengig av hva man puttet inn, ble produksjon betraktet som del av noe større, - som et sett av relasjoner. Det vil si at økonomisk praksis sees som mer komplekst og at det ikke bare er kun én eller få forklaringer på den økonomiske utviklingen (Storper, 1997). Det kan snakkes om tre ulike sfærer i den relasjonelle økonomien. Dette er teknologisfæren, organisasjonssfæren og den territorielle sfæren som hos Storper til sammen utgjør *Den Hellige Treenighet*.



Figur 2.1: Fremstilling av den hellige treenighet (etter Storper, 1997:42).

Teknologisfæren defineres som kunnskap og teknologi, for eksempel produksjons- og kommunikasjonsteknologi. Teknologi er en hovedmotor bak territorielle og økonomiske utviklingsprosesser. Den økte romlige integreringen av markedene for standardiserte produkter, kan føre til kreativ destruksjon. Derfor må økonomiske aktører hele tiden søke å gjenskape den ufullstendige konkurransen ved å skape "kunnskapsmonopol" med muligheter for å skape en større teknologisk variasjon. Kun aktørene i relasjonene får adgang til kunnskapen og dermed en enerett til å forstå den, fortolke den og benytte den effektivt når man slår sammen flere personers kunnskap. Asymetrisk kunnskap, destandardisering av produksjon og organisatoriske, geografiske dimensjoner ved ikke-kodifisert, taus kunnskap blir dermed sentralt (Storper, 1997). Dette er i følge Vatne (2004), kunnskap som utvikles ved

at aktørene lærer mens de gjør eller utfører noe, eller ved imitasjon av andre aktører. Den tause kunnskapen overleveres ofte fra aktør til aktør, fra kollega til kollega eller mellom venner.

Innenfor den organisatoriske sfæren blir en fleksibel økonomi nødvendig for å lykkes. Med dette menes at produksjonen, med bakgrunn i kunnskapen aktørene opparbeider seg, kontinuerlig må endres og organiseres på en måte som til en hver tid er mest hensiktsmessig. Dette kan for eksempel gjøres gjennom nye nettverk, og nye former for koordinering og arbeidsdeling mellom selskaper. Dette krever ofte felles forståelse basert på ikke kodifisert kunnskap og informasjon om transaksjoner og om omverdenen. Det må være tillit mellom aktørene og generelt et "løst" miljø der det er flere veier å gå. Her virker den relasjonelle vendingen inn ved en overgang fra formelle gjensidige relasjoner (traded interdependencies), til mer uformelle relasjoner (untraded interdependencies) og til de konvensjonelle og relasjonelle kvalitetene ved disse. Dette kan for eksempel komme til uttrykk gjennom ulike sosiale forbindelser og nettverk mellom aktører, der den lokale kulturen, eller den til en hver tid gjeldende kulturen innad i nettverkene spiller en avgjørende rolle for hvordan aktørene handler.

Undersøkelser av bedrifters lokalisering i bestemte territorer har vist at territorier har stor betydning for utviklingsprosesser. Det er kanskje mest opplagt at en romlig arbeidsdeling og dialektikken mellom nærhet og avstand mellom steder og aktører har betydning. Men også geografien av mer uformelle relasjoner og de konvensjoner og relasjoner som er til stede i ulike regioner spiller en viktig rolle. Også samspill mellom teknologi og organisasjon finner sted i territorier (Storper, 1997). Regionen blir ikke lenger sett som passiv i utviklingen av økonomiske prosesser. Den tillegges betydning blant annet på grunn av det særegne som finner sted som følge av konvensjoner og aktørers samhandling. Regionen er dermed blitt en aktiv bidragsyter til dynamikken som utspiller seg i moderne kapitalisme.

2.2.3 Konvensjoner

De ulike koblingene mellom sfærene i *Den Hellige Treenighet* er i følge Storper, skapt av konvensjoner. Konvensjoner forklarer koordineringen av økonomiske aktører i produksjonssystemene. Konvensjonene gir grunnlag for å øke det økonomiske effektivitetsnivået og de spesielle og særegne produktkvalitetene de kan gi grunnlag for. Men

hva er så konvensjoner? I følge Storper (1997) kan konvensjoner sies å være kognitive, kulturelle og psykologiske ferdigheter som gjør det mulig å overleve i markedene. Konvensjoner kan sees som praktisk fornuft og forstås ut i fra hvor lett de gir, eller hindrer tilgang til ulike former for handling. Det kan sies at lokale økonomier har fordeler siden lokale relasjoner og konvensjoner kan være vanskelige å imitere.

De ulike aktørenes handlinger skjer innenfor referanserammer de deler med andre aktører, og de reagerer på gjensidige måter når det gjelder usikkerhet. Storper skriver om *handlingsmiljøer* som består av to hovedelementer. Først utgjør et handlingsmiljø et rammeverk som utgjør den relasjonelle konteksten for handlingene. Videre er det et praktisk, materielt og institusjonelt miljø bestående av tilgjengelig teknologi, eksisterende kunnskap, materielle og eksterne betingelser som aktørene må tilpasse seg. Disse handlingsmiljøene kan fremstå med flere ulike kombinasjoner av rammeverk og miljø, noe Storper kaller *mulige handlingsverdener*. Med dette mener Storper det åpnes for tre aspekter relatert til de dynamiske, kollektive prosessene i økonomien. For det første fremheves mangfoldet i handlingsrammeverk som innebærer at det i en gitt situasjon er flere enn en effektiv økonomisk løsning. Det neste aspektet er knyttet til rasjonalitet. Med dette menes at økonomiske handlinger ikke kun er motivert av ønske om nyttemaksimering eller av ønske om å få tilfredsstilt personlige, individuelle behov, men også viljen til å lage eller utøve effektive handlinger. Dette gir to fundamentale karakteristikker ved handling. På den ene siden er handling preget av særegenhet. På den andre siden er handling preget av en kollektiv karakter. Det siste aspektet han trekker frem er usikkerheten ved handling (Storper, 1997).

Storper hevder at konvensjoner og territorier henger sammen for eksempel ved hjelp av formelle, men først og fremst uformelle spilleregler om hvordan ting skal gjøres. Konvensjoner utvikles gjennom kultur, kommunikasjon, samhandling og så videre. Aktører utvikler ofte et felles handlingsmønster i territorier preget av fysisk nærhet. Dette kommer jeg nærmere inn på i avsnitt 2.4. som omhandler sted og næringslivsutvikling.

Som forklart er det et mangfold av muligheter når det gjelder økonomiske løsninger i enhver situasjon. Storper mener man ved hjelp av teori ikke kan definere, eller finne den beste løsningen til en hver tid, men man kan finne generelle og mulige grupper av konvensjoner som vanligvis opptrer og fungerer.

2.2.4 Refleksive konvensjoner, produkter og produksjonsverdener

Skal man forstå hvordan konvensjoner og relasjoner fungerer for å utvikle en økonomi preget av refleksivitet, bør det Storper kaller produksjonsverdener studeres. Med produksjonsverdener forstår jeg her et bestemt sett av konvensjoner eller form for handlende overenskomster som utgjør et rammeverk for handling, for eksempel valg av produksjonsstrategi og teknologi for en bestemt type varer, goder, tjenester og lignende. Produksjonsverdener rettleder for hva som må gjøres og er kognitive kunnskapsverdener, hvor i aktørene eksisterer (Storper, 1997:112). I følge Storper finnes det fire ulike generaliserte produksjonsverdener med tilhørende konvensjoner og produkttyper. Disse er gjengitt i tabell 2.1:

Tabell 2.1: Storpers produksjonsverdener
(Storper, 1997)

		Produksjonsegenskaper/ produksjonsstrategi	
		Standardisering	Spesialisering
Produktets egenskaper	Generisk	Den industrielle verden	Kunnskapsverden
	Dedikert	Markedsverden	Den mellommenneskelige/ relasjonelle verden

Som skissert i tabellen skilles det mellom *generiske* produkter og *dedikerte* produkter. De *generiske produktene* er generelle likeartede produkter innenfor bestemte varegrupper, som alltid vil være etterspurt. Det er de ulike produsentenes kunnskap om markedet og deres evne til å forutsi den kommende etterspørselen, planlegging av investeringer og fordelinger av ressursene som er avgjørende for om de skal klare seg i konkurranse med andre produsenter.

Dersom økonomiske aktører baserer seg på en standardisering av produktene og serieproduksjon der produktene er produsert ved hjelp av velkjent, utbredt produksjonsteknologi og kvaliteten på produktet som regel er lettere å få til og å imitere, opererer de innenfor *Den Industrielle Produksjonsverden*. I denne verden har aktørene først å fremst å gjøre med store aktører som flerregionale, multinasjonale selskap i et globalt marked. For å overleve i den industrielle verden, er det nødvendig å operere med lave lønninger og kontinuerlig finne opp nye generiske produktkvaliteter det kan være vanskelig å imitere. Det blir som en spiral der man finner opp et produkt som konkurrenter etter en stund etteraper. Dette resulterer i at det blir nødvendig å finne opp nye kvaliteter eller produkter som ikke

konkurrenter har. I tillegg bør man alliere seg med andre produksjonsverdener for å få en utvikling for eksempel gjennom forskning og utvikling. Utfordringene når det gjelder innovasjon i denne verden ligger i å være raskt ute med å finne nye generiske produkter som kan standardiseres. Er aktørene tidlig ute, kan de senke prisene raskt og dra nytte av kvasirenter før andre produsenter tar etter.

Dersom produksjonen av generiske produkter baseres på spesialisering i form av spesialisert teknologi, kunnskap som produsentene er alene om, eller kun spesialister behersker, kommer man inn under *Kunnskapsverden*. Innenfor denne verden står den kodifiserte kunnskapen og vitenskapen sterkt. Det benyttes spesialiserte intellektuelle ressurser for å utvikle ny og generisk kunnskap (generisk fordi den er et produkt av bred forskning). Det er også lite å standardisere siden basiskunnskapen ennå ikke er utviklet. Det er flere grunner til at det drives produktinnovasjon innenfor denne verden. Det gjøres blant annet for å finne ny generisk kunnskap, for å utvide markedene, og for å redusere høye arbeidskraft- og investeringskostnader som følger med bruken av spesialiserte intellektuelle ressurser. Denne verdenen kjennetegnes i tillegg av at det drives prosessinnovasjoner i form av produksjon av generiske kunnskapsfordeler hos de spesialiserte produsentene. Dette øker skalaen for produksjonen slik at langsiktige kostnader reduseres.

Dedikerte (tilegnede) produkter er nisjeprodukter med en smalere etterspørsel, der alt i større grad avhenger av om produsenten makter å gjøre produktet kjent og etterspurt. Standardiseres produksjonen av dedikerte produkter befinner aktørene seg i *Markedsverden*. Det er markedet som først og fremst styrer produksjonen. Bedriftene i denne produksjonsverdenen har en differensiert eller fleksibel produksjonsprosess, slik at forandringer raskt kan foretas dersom det skulle være nødvendig. Andre utfordringer er å finne frem til nye spesialtilpassede produkter som kan standardiseres og å utvikle ny generisk kunnskap. Som produsent må man hele tiden være tidlig ute for å tilpasse seg svingningene i markedet. For å klare seg i denne verdenen stilles det ulike krav til innovasjonssystemene. Det er en stor fordel med territoriell, fysisk, nærhet til kundene og markedet, siden det da kan være lettere å få tilbakemelding på produktene.

Den *Mellom- Menneskelige* verden er karakterisert ved en spesialisert produksjon av dedikerte produkter. Her styrer nettverk produksjonen ved at folk møtes og får en utveksling av kunnskap, ofte taus eller ikke-kodifiserbar kunnskap. Utfordringene ligger i å finne nye spesialiserte og spesialtilpassede produkter som for å fremstilles krever spesielle ressurser i

form av taus kunnskap. Ved å øke kapasiteten, utbredelse og skala, gjennom effektive og fleksible produksjonssystemer kan disse produktene øke produsentenes marginer og veie opp for høye lønninger og lav verdiskaping. Den tause kunnskapen er ikke lett å overføre og ofte kreves det geografisk nærhet. Dette stimulerer til at produksjonssystemet blir konsentrert i et område. Innovasjonssystemene i denne verden avhenger av at aktørene kommer sammen og i fellesskap finner frem til nye produkter og teknologier. Relasjonene mellom aktørene kan være både formelle, arbeids- eller bedriftsrelaterte, eller de kan være uformelle i form av relasjoner mellom for eksempel venner eller naboer. En tro på samarbeid og gjensidig tillit mellom økonomiske aktører er svært viktig for å få til nyskaping i denne verdenen. (Storper1997, Lindkvist 2004).

Med dette som utgangspunkt, knytter produksjonsverdnene til seg ulike typer konvensjoner og relasjoner som er nødvendig for at de økonomiske aktørene skal kunne oppnå større grad av refleksivitet og læring som de kan dra nytte av i den refleksive økonomien. Noe av det man sitter igjen med er at territoriene har blitt viktigere, spesielt i *markedsverdenen* og i den *mellom-menneskelige* verden. Samtidig har den mentale delen av økonomien blitt viktigere. Med dette forstår jeg at tillit til andre aktører og en økt forståelse av at samarbeid med andre økonomiske institusjoner kan forenkle hverdagen, blir stadig mer sentralt, men også det å takle nye utfordringer, spesielt dersom det ikke er sammenheng mellom en regions konvensjoner og de økonomiske institusjonene.

Storpers oppfatninger om ulike relasjoner, territoriernes økende betydning for næringslivsutvikling og hans ideer om den mellommenneskelige verden, hvor aktører samhandler, kan videreføres ved hjelp av en feltanalytisk tilnærming. Som nevnt i innledningen blir vi som følge av tid-rom-kompresjon påvirket av mer utstrakte relasjoner i en globalisert verden. Dette gjelder også økonomiske aktører. Med bakgrunn i dette vil jeg i det videre redegjøre for teori om bedrifters geografiske og kulturelle forankring, og om hvordan dette kan påvirke næringslivs- og stedsutvikling.

2.3 Næringslivs og bedrifiers forankring

2.3.1 Økonomiske aktører og globalisering

I følge Fløysand (2004), finner økonomisk praksis sted i geografiske mikro- makro- samspill. Handlinger og prosesser omfattes av ulik skala og forholdet mellom mennesker eller ulike typer aktører og steder påvirkes av både moderniserings- og globaliseringsprosesser. En bedrifts eller et industrimiljøes forankring kan derfor like gjerne være av internasjonal som lokal karakter. Siden fokuset i masteroppgaven er på næringslivs- og stedsutvikling, vil det være nødvendig med en kort diskusjon av hvordan en globaliseringsprosess kan virke inn på økonomisk virksomhet og dens forhold til det lokale eller regionale.

Ofte forstås en globaliseringsprosess som en homogenisering av økonomiske aktiviteter som fører til at regionale forskjeller og territorielle grenser brytes ned. Økonomiske, teknologiske, sosiale og kulturelle prosesser fører til flere sammenkoblinger mellom aktører, institusjoner og regioner på tvers av landegrenser. I geografifaget er globalisering definert som tid- rom-kompresjon (Harvey, 1989). Sammentrekning av tid og rom medfører at materielle goder, meninger i form av tegn og symboler, sosiale og økonomiske relasjoner krysser etablerte grenser mellom lokalsamfunn, regioner og nasjoner i et stadig voksende tempo og ikke minst i omfang (Fløysand, 2003, 2004). Globaliseringsprosesser påvirker på denne måten en lokal utvikling gjennom verdensomfattende integreringsprosesser (Harvey, 1989). Giddens (1997) hevder at dette bidrar til en frikobling fra geografiske og kulturelle forankringer slik at for eksempel internasjonale og multinasjonale selskaper og deres konkurranse i større grad tar over styringen av økonomien på et sted. Ut i fra denne tankegangen vil steders næringslivsutvikling, aktørers hverdag og andre samfunnsprosesser påvirkes av nye og videre politiske, økonomiske og sosiale relasjoner enn tidligere. Gjennom en globaliseringsprosess blir ikke steder kun påvirket av for eksempel de omstillingsprosessene som finner sted i næringslivet og av endringer i de politiske rammevilkårene. Globaliseringsprosesser fører også til at steder påvirkes av aktørers stadig nye måter å tenke og å leve på (Berg, 2002).

På den annen side kan en globaliseringsprosess også ha motsatt virkning i form av at en tid-rom-kompresjon medfører økt betydning av geografisk og kulturelt forankrede forhold. Dette fordi de særegne og spesielle faktorer ved det lokale, det som skiller steder fra hverandre, som regel vil virke inn på for eksempel bedrifiers konkurransekraft, (jamfør Storpers nevnte

aktuelle produksjonsverdener (Storper, 1997)). Det kan da sies at samspillet mellom en tid-rom-kompresjon og de lokale forholdene, både de geografiske og de kulturelle, på denne måten også kan virke heterogeniserende. Regionale forskjeller opprettholdes, rekonstrueres og produseres i møtet mellom lokale hendelser og prosesser og med videre globale prosesser (Fløysand, 1999, 2004).

2.3.2 Geografisk forankring

Den første underproblemstillingen setter opp spørsmålet om hva som kjennetegner bedriftenes geografiske forankring. Det er flere teoretiske tilnærminger innen økonomisk geografi som vektlegger bedrifters og økonomiske aktørers geografiske forankring i forbindelse med omstilling, spesielt av utkantsamfunn i distriktene (Hansen & Selstad, 1999). Eksempler er teorier om industrielle distrikter, regionale næringsklynger og lokale miljøer. I teorier om nye industrielle rom (new industrial districts) er begrepet også sterkt representert (Storper, 1997).

I forbindelse med problemstillingene i denne oppgaven forstås geografisk forankring som romlig utbredelse og utstrekning av økonomiske aktørers sosiale nettverk. Siden bedrifter ikke er enkeltpersoner, men fremstår som en enhet til tross for at de ofte er en ansamling av flere individer som arbeider i et fellesskap, kan bedrifter være geografisk forankret på mange måter. Den geografiske forankringen kan sees ut i fra ledelsens, eieres og ansattes geografiske bakgrunn og bosted, men kan også måles ved hjelp av rekkevidden til bedrifters relasjoner i ulike markeder, kunde- og leverandørforhold og lignende.

Sees det nærmere på bedrifters geografiske forankring er det flere elementer som fremstår som sentrale. En aktør er alltid en del av det miljøet som omgir han eller henne. Milliat (1991) fokuserer på geografisk nærhet i et industrielt miljø for å forklare mønstre i økonomisk vekst. Aktørenes geografiske forankring kan være avgjørende eller ha betydning for næringslivs- og steders utvikling. Dette kan avhenge av om forankringen på et sted, eller stedet, preges av sosiale felt av lokal, regional, nasjonal eller internasjonal utstrekning. Ofte kan en lokal forankring og en eventuelt fysisk nærhet mellom ulike bedrifter ha flere positive virkninger. Det kan stimulere til samarbeid og dermed mulig føre med seg stordriftsfordeler og minskede kostnader i forbindelse med infrastrukturelle utgifter. Samtidig kan en lokal geografisk forankring føre med seg en situasjon der de ulike aktørene lettere kan sammenligne seg med andre. Dette kan ofte føre til en konkurransesituasjon som kan være positiv med tanke på

utvikling av nye produkter og spredning av kunnskap. Spesielt gjelder dette om det finner sted en kunnskapsoverføring som medfører at aktører tar etter andre aktører som har opplevd suksess.

På en annen side kan det likevel oppstå mer negative sider dersom et sted har mange aktører som kun opererer med en lokal geografisk forankring av økonomisk virksomhet. Den betydning en bedrifts geografiske forankring har på forholdet mellom ulike økonomiske aktører, kan endres over tid. Det som på et tidspunkt har ført med seg positive ringvirkninger i forhold til konkurransekraft og lignende som følge av en geografisk nærhet, kan over tid utvikle seg til sti-avhengighet og problemer med å opprettholde posisjoner i en endret situasjon for økonomisk praksis (Vatne 2004).

Det er de muligheter og særegne egenskaper aktørene utvikler innen deres geografiske forankring som først og fremst skiller aktørene fra deres konkurrenter og som over tid gir føringer for deres konkurranseevne. Ulike ressurser i et industrielt miljø blir til slike muligheter og egenskaper når de bidrar til å skape og opprettholde konkurransemessige fordeler. Det er derfor viktig å ikke se økonomisk virksomhet på et sted, for eksempel i Stryn isolert fra omverdenen. Den er også en del av konkurransen i og avhengig av eksterne markeder og ressurser. Bedrifters geografiske forankring kan i tilfeller skape kollektive muligheter innen et miljø, men dette avhenger av hvordan den kulturelle forankringen arter seg i nettverkene som omfatter de lokale bedriftene for eksempel i Stryn.

2.3.3 Kulturell og historisk forankring

Den andre underproblemstillingen stiller spørsmål med hva som kjennetegner bedriftenes kulturelle forankring. Denne type forankring forstås i denne oppgaven som de verdier, rolleforventninger, uformelle kunnskap og læreprosesser man finner i de sosiale nettverkene økonomiske aktører inngår i. Den kulturelle forankringen kan forstås ved at det fokuseres på kunnskapssystemer og institusjonaliserte handlingsregler, som normer og konvensjoner. Østerberg & Engelstad (1995: 17,18) hevder normer ikke bare uttrykker hva som er riktige og gale handlinger, men også hva som ansees som godt og verifullt. De hevder videre at normer i et forholdsvis integrert samfunn vil innvirke på og styre den sosiale interaksjonen. Det er etter hvert blitt vanlig å se slike faktorer som konstruerte i sosio-kulturelle settinger og prosesser som utvikles over tid. Med dette menes den kulturen som til en hver tid er til stede og som

påvirker aktørenes måte å handle på. Denne kulturen er konvensjonell og normgivende for hvordan det er ”lov” å handle. Den kulturelle forankringen er videre i følge Fløysand (1997) først og fremst immateriell. En slik forståelse av kultur kan defineres som:

”...kunnskapssystemer sammensatt av kategorier og adferdsregler som enkeltindivider tilegner seg gjennom læring, og som de bruker for å tolke erfaring og handling og for å konstruere ny handling” (Fløysand, 2004: 95).

Det kan dermed hevdes at kunnskapssystemer som til en hver tid er dominerende i de sosiale nettverk ulike aktører opererer innenfor, også de økonomiske, vil ligge til grunn for deres handlinger og påvirke dem i forskjellige beslutninger de treffer. Defineres kultur slik, fremstår begrepet som et hjelpebegrep for å tolke økonomisk praksis, både i forhold til kulturell forankring og for å belyse forholdet mellom kulturell forankring og økonomisk praksis. I følge Eide og Fløysand (2001), blir det sentrale ved å se økonomisk handling som kulturelt forankret at det for eksempel innen en bedrift skapes en felles tenkemåte, felles normer og forståelse som igjen gir føringer for hvordan økonomisk atferd skal arte seg. Utviklingen av kulturelt forankret kunnskap, som regel den tause, ukodifiserte kunnskapen, forklares ofte med utgangspunkt i en geografisk og historisk forankring. Denne type kunnskap er i mange tilfeller kun tilgjengelig for et begrenset antall aktører, som regel muntlig overført, ubevisst, geografisk forankret og vanskelig å kopiere av andre utenfra det eksakte miljøet (Storper, 1997). Samtidig er det viktig å ikke kun fokusere på en forankring, hverken den geografiske eller den kulturelle, som et lokalt fenomen. Kulturell forankring utvikles også innen sosiale kontekster som strekker seg ut over det enkelte sted, region, land, etc.

Eksempler om stivhengighet der aktører følger bestemte spor, blir ofte benyttet til å belyse hvordan økonomisk virksomhet kan bli påvirket av en geografisk og historisk forankret kultur. Tid-rom-kompresjon kan kreve at bedrifters etablerte geografiske og kulturelle forankringer må justeres for å unngå stagnasjon i et industrielt miljø. Bedrifters fremtreden og næringslivsmiljøets evne til å lykkes avhenger av hvor godt de er i stand til å koordinere seg i møte med nye utfordringer.

2.4 Sted og næringslivsutvikling

I tredje underproblemstilling stilles spørsmålet om hvordan dynamikken mellom økonomiske aktørers geografiske og kulturelle forankring, og stedsutvikling arter seg. Siden det tidligere i kapitlet er redegjort for hva som forstås med geografisk og kulturell forankring, fokuseres det derfor i dette avsnittet på sted og stedsutvikling.

Betegnelsen og begrepet sted har lenge blitt diskutert på en rekke måter og må i en sammenheng med næringslivs- og stedsutvikling sees som et multidimensjonelt begrep (Foss, Berg 2002: 171). Bedrifter som økonomiske aktører vil til en hver tid praktisere på en måte de mener fungerer profitt- og nyttemaksimerende. Aspekter som lokaliseringsvalg med hensyn til næringsstruktur, markeds- og infrastrukturelle forhold, som kan bidra til en kostnadsminimalisering blir prioriteringer ut i fra et rent økonomisk synspunkt. Spesielt innen den tradisjonelle økonomiske geografien har dette fokuset på sted som *"location"* (lokalisering) stått sentralt (Berg, 2002, Peet, 1998). Lokale rammebetingelser og markedsforhold har blitt fremhevet i forsøk på å gi objektive beskrivelser av ulike steders egnethet for lokalisering. Likevel kan det ikke være tilstrekkelig å se steder som kun rene lokaliseringer. Det er også andre grunner til at mennesker bosetter seg, blir boende og bedriver økonomisk praksis på et sted. Et eksempel på dette er økonomiske aktører som vurderer valg av lokalisering av økonomisk virksomhet ut i fra at de opplever bostedet eller stedet på en så positiv måte at de føler tilknytning til det. Selve valget av virksomhetstype kan i enkelte tilfeller være et resultat av hva aktørene mener er til beste for stedet og ikke kun etter hva som er best for dem selv (Foss, Berg, 2002).

Steder har betydning for de personene som har en eller annen form for tilknytning til dem. Spesielt innen den humanistiske geografien har fokus vært rettet mot steders betydning for aktørers personlige og emosjonelle aspekter (Peet, 1998). Det fokuseres da på den opplevelsesmessige dimensjonen ved steder, fremfor å se på steder kun som fysiske punkter i rommet (Entrikin, Peet, 1998). Økonomiske aktører opplever og tolker steder forskjellig fordi steder har ulik betydning for oss mennesker. Aktørene kan føle tilknytning til dem i form av at de har en *"sense of place"*. Det vil si at de har en opplevelse eller følelse av stedet (Holt Jensen, 1999). Eksempler på dette er at entreprenører, eiere, bedriftsledere, ansatte og lignende kan føle tilknytning til stedet de praktiserer sitt entreprenørskap, yrkesaktive liv og

sitt sosiale liv. En sterk tilknytning til et sted kan føre til eller være medvirkende til at aktører for eksempel ikke kan tenke seg å flytte økonomisk virksomhet til et annet sted (Berg, 2002). Identitet spiller i denne forbindelse en viktig rolle. Dette fordi opplevelser og hendelser aktørene enten har blitt utsatt for eller har tatt del i, i forbindelse med stedet, kan medføre at de identifiserer seg med eller mot stedet. Dette kan avhenge av om opplevelsene har vært gode eller ikke, eller om det stedet tilbyr samsvarer med det livet de ønsker seg, eller ikke (Tuan, 1974, Berg, 2002).

Dette synet på sted har imidlertid vært utsatt for kritikk på grunn av sitt noe voluntaristiske syn. Det vil si at det kan oppfattes som at aktørene settes utenfor eller fungerer løsrevet fra de strukturene som finnes i samfunnet (Hansen, Selstad, 1999: 21). Det å starte økonomisk virksomhet, eller å etablere seg som entreprenør skjer ikke uavhengig av en sosial kontekst. På grunn av dette bør steder sees som *"locale"* (en kontekst) som kontinuerlig reproduseres på grunn av stadig påvirkning av de aktørene som til en hver tid er i kontakt med stedet gjennom deres handlinger. Samtidig påvirkes aktørenes handlinger av stedet de blir utført på (Holt Jensen, 1999, Peet, 1998, Berg, 2002). Fokuset i denne stedsoppfattelsen sees ut i fra de dagligdagse hendelser og praksiser med de vaner, rutiner og konvensjoner som opptrer på stedet. Aktører som opptrer på samme sted utvikler over tid ofte en lignende måte å oppleve og å tolke stedet på. Deres handlinger sees ikke løsrevet fra den konteksten de utøves i men heller i lys av den samfunnsmessige konteksten de er en del av. Berg 2002 synes å ha en forklarende kommentar på dette fenomenet:

"Entreprenørånden/ viljen ser ut til å variere fra sted til sted. Der denne er til stede blir entreprenøren en av mange likesinnede. Der den ikke er til stede, blir etablereren/entreprenørskap en aktivitet som stikker seg for mye ut i den lokale kulturen" (Berg, 2002: 311).

Innen denne dimensjonen sees stedsutvikling og økonomisk praksis i følge Berg (2002) i sammenheng med blant annet steders lokale kultur og befolkningens holdning til for eksempel innovative aktører, nyskaping og entreprenørskap. Faktorer som her spiller inn er aktørenes støtte fra og hvordan de tilpasser virksomheten i forhold til andre aktører, familieforhold og annet som er en del av det daglige livet. Hvordan dette innvirker resulteres ut i fra den statusen som for eksempel entreprenørskap og nytenking har i lokalmiljøet. Et eksempel kan være jantelov i motsetning til antijantelov –om det er akseptert og legitimt å etablere egen

virksomhet og lykkes med noe nytt, eller ikke. Stedsutvikling kan sees i sammenheng med at økonomiske aktører over tid kan endre eller påvirke steder gjennom deres grad av nytenkning som finner sted, gjennom for eksempel endringer i konvensjonelle holdninger til hvor legitimt det er å praktisere som entreprenør. Entreprenører og økonomiske aktører må sees som delaktige i endringen av steder fordi steder kontinuerlig endres av de aktørene som bor der, eller som er i kontakt med aktører på stedet. De økonomiske aktørenes praksiser blir samtidig påvirket av stedet (Foss, Berg, 2002). Denne vinklingen, det å se stedsutvikling i lys av et slikt kontekstuel steds perspektiv, kritiseres fordi det i liten grad fokuseres på det planlagte og intensjonelle i steders utvikling.

Foss og Berg (2002) hevder det er viktig at de ulike stedsdefinisjonene eller dimensjonene av begrepet sted bør sees og behandles som komplementære og utfyllende overfor hverandre i stedet for som konkurrerende. Dette fordi de er med på å belyse ulike nyanser av begrepet. De hevder det er sammen og gjennom begrepet sted at sted som location, sense of place og locale, eller kontekst kan bidra til økt forståelse for økonomisk virksomhet og entreprenørskap (Foss, Berg, 2002). Det kan sies at steder har betydning gjennom menneskene som lever der, deres handlinger og verdier. En lokal steds- og næringslivsutvikling vil ofte være et resultat av et komplisert samspill, der lokale tiltak kan være en av mange faktorer. Likevel kan en lokal mobilisering gjennom tiltak ha stor betydning og i enkelte tilfeller være avgjørende for å sikre lokalsamfunnets fremtid.

Samtidig er det viktig å være klar over at aktører ikke kun må forholde seg til rommet og deres aktiviteters romlige plassering, men som nevnt tidligere, også til tid – gjennom fortid, nåtid og fremtid. Dette fordi økonomisk aktivitet finner sted i sammenheng med aktørers roller, statuser og de handlinger som over tid utøves i deres omgivelser. I følge Doreen Massey (1995) kan næringslivsutvikling på et sted, eller i en region forstås som en prosess der tidligere investeringsrunder påvirker hvordan steder eller regioner utvikler seg. Steder som for eksempel er utsatt for samme type politisk deregulering kan utvikle seg i svært ulike retninger. Investeringsrundene skaper perioder eller faser i kapitalismens utvikling og historie. De påvirker regioner og områder på forskjellig måte. For hver gang man kommer inn i en ny fase vil kunnskap og erfaringer sitte igjen på stedet eller i regionen fra den foregående fasen. Massey sammenligner dette med sedimentene som avsettes på havbunnen. For hver nye fase vil det legges et nytt lag med kunnskap og kompetanse som forankres i regionen. Johannisson og Spilling (1986) mener den eksisterende næringsstrukturen på et sted på et gitt tidspunkt,

kan sees som et resultat av den entreprenørielle aktivitet som tidligere har funnet sted. Samtidig mener de eksisterende aktivitet delvis kan sees som en adferdsmessig refleksjon av de materielle forholdene på stedet, som for eksempel infrastrukturelle forhold. Eide og Fløysand (2001) beskriver også et lokalt miljø som den totale summen av historiske avleiringer eller investeringer som preger lokale aktører og deres forståelse og oppfattelse av situasjoner og utvikling (Eide, Fløysand, 2001 : 4).

Robert Camagni snakker på sin side om bedrifters "miljø" som forankret i sosiale og økonomiske prosesser. Han definerer miljø i denne sammenheng som;

"...et sett av territorielle forhold som konsekvent rammer inn produksjonssystemet, de ulike økonomiske og sosiale aktørene, en spesifikk kultur og et representasjonssystem og dermed genererer en kollektiv og dynamisk læreprosess" (Camagni, 1991:130).

I tillegg kan det lokale miljøet bidra til å forsterke de lokale bedriftenes muligheter til å fungere på en effektiv måte og til mulig å styrke deres evne til innovasjon. Camagni hevder evnen til innovasjon ligger forankret i selve miljøet, eller at det er iboende forhold ved det territoriale der innovasjoner finner sted. Det lokale miljøet setter på denne måten rammen for de ulike aktørene, de sosiale forutsetningene, for en dynamisk økonomisk aktivitet og for selve produksjonen (Camagni, 1991).

Johannisson og Spilling (1986) hevder videre at et næringsliv er mer enn produkter, tjenester og foretak. Det er også en livsform bestående av sosiale, kulturelle og politiske konsekvenser. En næringslivsutvikling må i deres øyne derfor sees som samfunnsutvikling i bred forstand og en endret næringsstruktur medfører ofte politisk endring gjennom omstillingsprosesser. Lokalsamfunnsmessige forhold kan ha stor betydning for slike omstillinger. Derfor må ofte lokalsamfunn utvikle strategier som er tilpasset egne eksisterende forutsetninger. Dette kan for eksempel være sosiale og politiske forutsetninger som kan videreutvikles i stedet for at myndigheter og andre skal gå på tvers av eller i mot dem. På denne måten kan "gamle" tradisjoner for organisering i for eksempel næringsliv, "gjenoppdages" og tilpasses nye utfordringer (Johannisson, Spilling, 1986).

Det kan dermed hevdes at bedrifter, selv når de ønsker å omstille seg for å bedre tilpasses endrede rammevilkår, tar beslutninger som bygger på allerede eksisterende kunnskap og

rutiner. De ulike bedriftenes handlingsstrategier og tilpasninger må sees på som resultat av et hele tiden pågående samspill mellom bedriftenes egne ressurser og muligheter og de forhold som finnes i deres omgivelser. Dette kan blant annet være materielle ressurser, individer, andre bedrifter, og diverse offentlige og private instanser. Kulturelt forankret kunnskap kan på denne måten bidra til både å fremme og hindre ny utvikling og omstillingsevne når globale og internasjonale prosesser endrer næringslivs og steders rammevilkår. Dermed kan det hevdes at all økonomisk aktivitet er forankret i økonomiske, politiske, sosiale og kulturelle systemer og at økonomisk handling må forstås som en form for sosial handling som er sosio- kulturelt betinget. I følge Fløysand (1999) kan ikke økonomisk handling sees separat fra andre samfunnsmessige forhold som for eksempel sosiale verdier, kollektiv kunnskap og maktrelasjoner, til tross for at den er økonomisk motivert.

Som forklart tidligere, må dette sees i sammenheng med en immateriell forståelse av kultur som påvirker og påvirkes av handlinger som utføres av de ulike aktørene. Derfor blir det viktig å forstå bedriftenes strategier ut i fra det de virkelig foretar seg og ikke ut i fra hva de planlegger å gjøre (Eide, Fløysand 2001). Det hevdes at mønsteret i bedriftenes beslutninger på sikt ofte vil være påvirket av bestemte langsiktige valg i bedriften og av de relasjonelle og kulturelle settingene disse valgene finner sted i. I følge Fløysand, (1999) kan bedriftenes strategi på denne måten forstås som den ”retningen” bedriftene beveger seg i. Denne ”retningen” kan sees som et resultat av en serie med hendelser og vil i større eller i mindre grad være påvirket av spesifikke meningssystemer. En stedsutvikling kan dermed implisitt påvirkes av de samme meningssystemene som næringslivet og dets utvikling blir påvirket av. Likevel avhenger en slik utvikling blant annet av bedriftenes materielle utstrekning - deres geografiske forankring og deltakelse i ulike relasjonelle tid-rom, som her vil kalles sosiale felt.

2.5 Aktørers handlinger og deltakelse i sosiale felt

For å forstå forholdet mellom ulike typer forankring og næringslivs- og stedsutvikling, fokuseres det i denne oppgaven på at aktører handler, samhandler og tar del i sosiale felt. Aktørene opererer i en kontekst av (flere) nettverk av aktører. Nettverkene kan ha forskjellig geografisk forankring og er satt sammen av og tilhører forskjellige sosioromlige virkeligheter. Verden sees i dette perspektivet som en kontekst bestående av en stadig pågående prosess av

handlinger som henger sammen med hverandre. Handlinger i ulike sosiale felt påvirkes av hverandre og det oppstår dagligdagse situasjoner og rutiner som igjen påvirker aktørens praksiser. Disse praksisene vil ofte være kulturelt betinget og opprettholdes og endres av blant annet konvensjoner. Et sosialt felt defineres av Reidar Grønhaug (1978) som:

”...et empirisk avgrenset felt som løser bestemte oppgaver og har en egendynamikk som produserer, vedlikeholder eller endrer deler ved den sosiale personen og samfunnssystemer som helhet”(Grønhaug 1978).

Denne definisjonen forstås lettere dersom den sees i lys av at bedriftene fremstår som enkeltaktører som tar del i ulike sosiale felt ved at de tar del i nettverk av ulikt omfang og utbredelse i tid og rom. Et sosialt felts geografiske og historiske rekkevidde eller skala defineres av Fløysand (2004) som antall aktører i et sosialt nettverk og deres distribusjon i tid og rom. Bedriftenes deltakelse i slike felt påvirker aktørene samtidig som de samme aktørene bidrar til å påvirke andre aktører som inngår i de felles feltene. Dette skjer spesielt fordi aktørene har med seg ulike mentale forestillinger som er aktive når aktørene samhandler og kommuniserer. Definisjonen er likevel ikke fullgod, men blir mer operativ dersom sosiale felt i tillegg sees som *geografisk og sosialt distribuerte nettverk som koordineres av iboende formelle og uformelle handlingsregler og konvensjoner* (Fløysand, 2004). Et viktig perspektiv er at man i følge Fossåskaret (1997), ikke vil forstå handling dersom man ikke forstår den som samhandling mellom aktører. Slik samhandling kjennetegnes ofte ved at individer møter ulike uformelle og uskrevne forventninger knyttet til deres atferd i situasjoner, eller posisjoner, de befinner seg i. Disse forventningene er det man kaller rolleforventninger (Østerberg, 1997), som igjen knytter til seg en del rettigheter som individet har. For å forstå dette må det fokuseres på at en aktør kan betegnes som en sosial person, som defineres som summen av personens statuser.

I forbindelse med dette resonnementet defineres en persons status som et sett av rettigheter og plikter som fungerer som muligheter og begrensninger for rolleatferd. Aase (1997) hevder det er de formaliserte rettigheter og plikter som konstituerer en status. Statuser kan på denne måten sees som kategorier hvor ulike posisjoner eller handlingsområder kan plasseres. En persons status gir dermed rom for ulik rolleatferd avhengig av hvordan statusen oppfattes. Dette er ikke en statisk situasjon, men kan endres over tid og rom. I følge Fløysand (2004) vil atferdsregler som er knyttet til en status, for eksempel til statusen bedriftsleder, kunne variere

over tid og rom. Dette betyr at to personer som begge har status som bedriftsleder, ikke nødvendigvis utøver rollen som leder av bedriften på identisk vis. Å utøve en rolle dreier seg om en persons faktiske og valgte atferd ut i fra han eller hennes status. Man kan ikke gå ut i fra at en status medfører kun en' bestemt type atferd i en gitt situasjon, men heller at statusen fungerer grensesettende for et handlingsrom (ibid).

Dette handlingsrommet er over tid blitt legitimert ut i fra gjeldene regler for hvordan det skal være lov å oppføre seg når man utøver de ulike rollene. Gjeldende regler baseres på intersubjektive meninger om hva som er passende atferd for utøvelsen av en bestemt rolle, for eksempel av rollen som bedriftsleder. De intersubjektive meningene representerer derfor rolleforventninger og plikter det er forventet at den sosiale personen skal fylle i sin posisjon, og i utøvelsen av sin rolle som bedriftsleder. En rolle er dermed summen av de forventninger om rettigheter og plikter som knytter seg til en spesiell situasjon eller funksjon som for eksempel det å lede en bedrift. Som Cato Wadel har hevdet, kan det dermed sies at vår status er det vi er, mens rollen er det vi ser (Wadel, 1990:72, Fossåskaret 1997).

Det er samtidig viktig å være klar over at menneskelig handling ikke skjer i et vakuum. Hendelser på makronivå kan ha påvirkning på mikronivå i samfunnet og dermed medføre at det kan bli nødvendig å endre etablerte konvensjoner for hvordan ting skal gjøres (jamfør Storpers refleksive læring). Dersom aktører ikke er bevisst denne makro- mikro påvirkningen kan det ende med stiavhengighet og lock- in situasjon (Vatne, 2004, Jakobsen, 2004). Endrede holdninger i forhold til hvordan man bør opptre i bestemte situasjoner kan medføre endrede vilkår for innovasjonsprosesser, læring, næringslivsutvikling og dermed også stedsutvikling. Gjennom uformelle relasjoner i sosiale felt av ulik skala er det muligheter for at bedrifter gjennom sine praksiser kan ta del i og akkumulere ny kunnskap. Spesielt gjelder dette kunnskap om for eksempel hvordan de bør opptre overfor andre aktører som kunder, leverandører, eventuelle samarbeidspartnere og lignende. Slik læring oppstår gjerne i følge Fløysand (2004) når bedrifter deltar i flere sosiale felt enn tidligere og i felt med ulik skala og utstrekning, for en bedrift kan på samme tid operere innen flere felt. Noen bedrifter vil kun delta i lokale felt mens andre krysser grenser ut over en lokal rekkevidde. Det er et viktig poeng at slike felt må avdekkes gjennom empiriske studier.

I en næringslivssammenheng vil sosiale felt være preget av lokal forankring og skala dersom det er stor grad av lokalt eierskap i bedriftene, mange selvstendige enheter (som for eksempel

bedrifter som ikke er datterselskaper eller med i større konsern), eller ved at bedriftene har hjemkommunen som sin viktigste underleverandør av for eksempel råstoff. Sosiale felt preget av en videre, internasjonal skala, kjennetegnes derimot av at bedriftene for eksempel inngår i eksportrelasjoner til utlandet. Slike nettverk kan fort bli geografisk og kulturelt forankret da det kan være dyrt å etablere kontakt med nye markeder. Ofte lønner det seg å dra nytte av allerede etablerte nettverk og felt. Regioner som skiller seg ut som eksportorienterte kan da forklares ved at det er etablert relasjonelle felt med rekkevidde innen bestemte markeder, som det kan være vanskelig for andre aktører å bli en del av.

Videre vil det ofte oppstå dominansforhold blant systemer av sosiale felt. Omstillingsevnen til et steds næringsliv kan i mange tilfeller tilbakeføres til bestemte, atferdsregler, dominansforhold og hendelser i spesifikke sosiale felt. Interaksjonen mellom økonomiske, politiske, sosiokulturelle og institusjonelle aktører kan endre aktørers mulighet til å modifisere atferd og dermed til mulig å finne nye løsninger dersom deres omgivelser skulle endres.

Tilførsel av kompetanseinnhavende aktører, eller andre, såkalt akkvisisjon, kan i enkelte tilfeller medføre overføring av både kodifisert kunnskap og annen humankapital fra andre steder og felt. Dette kan medføre moderering av etablerte konvensjoner og handlingsregler og forhindre for tette relasjoner mellom de økonomiske aktørene på et sted. For tette relasjoner og stagnasjon kan føre til manglende evne til å se behov for nye synspunkter. Dette kan igjen føre til et lite innovativt og konservativt miljø som kan få problemer dersom det blir nødvendig å gjennomføre omstillinger i næringslivet. Innen sosiale felt kan det derfor ofte tilbys et miljø for utvikling av et felles ”språk”, sosiale bånd, normer, verdier og institusjoner –en slags sosial og kulturell kapital som kan bidra til næringsliv- og stedsutvikling (Fløysand, 2004, Malmberg, 1996).

2.6 Oppsummering

I dette kapittelet har jeg redegjort for ulike teoretiske perspektiver som kan belyse forholdet mellom ulike former for forankring og næringslivs- og stedsutvikling. Diskusjonen har vist at utviklingen av en mer refleksiv økonomi, betydning av relasjonelle kontakter i samfunnet, konvensjoner og territoriers betydning er viktige elementer som er vektlagt i teoribidragene. Gjennom utviklingen av en mer refleksiv økonomi har fokus på å oppnå fordeler i

konkurransen med andre økonomiske aktører blant annet ved hjelp av læreprosesser og innovasjoner fått økt oppmerksomhet. Dette fordi det i konkurransen med andre, så og si alltid er om å gjøre å være først ute med å tilegne seg ny kunnskap og anvende den på den til enhver tid mest effektive måten for å oppnå fordeler. Storper vektlegger samspillet mellom territorier, konvensjoner og de ulike produksjonsverdenene. Territoriell nærhet blir tillagt stor betydning, spesielt siden både uformelle og formelle spilleregler, normer for hvordan ting skal gjøres, gjør at territorier og konvensjoner henger sammen.

Videre i kapittelet har jeg fokusert på ulike former for forankring og deres betydning for næringslivs- og stedsutvikling. Diskusjonen har dreid seg både om bedrifters utstrekning i det geografiske rom, og kulturelle forankring med de immaterielle sidene ved kultur som fokus. Geografisk og kulturell forankring blir så koblet med utgangspunkt i et feltanalytisk perspektiv. I dette perspektivet antas det at bedriftene deltar i ulike geografisk og historisk avgrensede sosiale felt, med ulik utstrekning fra lokalt og regionalt til nasjonalt og internasjonalt. Feltene blir vedlikeholdt og endret ved hjelp av atferdsspesifikke adferdsregler. Selv om en geografisk, kulturell og historisk forankring vil være avgrenset i både tid og rom, vil utstrekningen ikke nødvendigvis være av lokal karakter fordi enkeltindivider, sosiale grupper og de ulike bedriftene deltar i relasjoner både av lokal, regional, nasjonal og internasjonal skala.

Det er viktig å være klar over at betydningen geografisk, kulturell og historisk forankring har for steds og næringslivsutvikling, kan endres over tid. Konkurransefortrinn som en gang ble skapt av de lokale, geografiske, kulturelle og historiske forhold kan skape lock-in-situasjoner som følge av treghet og stivhengighet. Geografisk, kulturell og historisk forankring kan både bidra til å fremme og til å hemme næringslivs- og stedsutvikling når globale prosesser endrer rammene rundt et steds næringsliv.

3 Metodisk teori og gjennomføring

3.1 Innledning

Å være en samfunnsvitenskapelig student er ikke alltid så enkelt. Det er ikke nødvendigvis et enkelt svar på det en lurer på og på hvordan man skal gå frem for å løse utfordringer. For å kunne gripe fatt i ulike problemstillinger er det derfor nødvendig å ta i bruk ulike *metoder*. Ordet *metode* stammer opprinnelig fra gresk og betyr egentlig å følge en viss vei mot et mål, (av *meta*, etter og *hodos*, vei), en systematisk fremgangsmåte, en plan, et system, eller prinsipp. I følge Taule (1996) er metodikk en metode eller en fremgangsmåte i et bestemt fag, -i dette tilfellet innenfor samfunnsgeografi og den samfunnsvitenskapelige retningen. Samfunnsvitenskapens primæroppgave vil alltid være å bidra til en større forståelse av sosiale fenomener. Avhengig av hva man ønsker å finne svar på eller få mer kunnskap om, er det derfor flere fremgangsmåter å velge mellom. En student må til en hver tid velge en fremgangsmåte han eller hun tror er velegnet for å kunne gå fra eksempler i abstrakte teorier til å kjenne dem igjen i den virkelige, empiriske verden. Målet er å forsøke å veksle mellom teori og empiri for å kunne belyse oppgavens problemstillinger.

Som masterstudent og ”forsker” tar jeg del i en kontinuerlig prosess der jeg prøver å sette meg inn i og forstå aktørers forankring sammen med næringslivs og stedsutvikling i Stryn kommune. For å oppnå dette prøver jeg å forstå de ulike tradisjonene og tankemønstrene som aktørene i undersøkelsen opererer innenfor og tar del i. Dette betegnes ofte som en hermeneutisk prosess som innebærer at allmenne trekk og sammenhenger fortolkes og leses inn i konkrete observasjoner som gjøres (Repstad, 1998: 101). Det som observeres tillegges mening ut over de umiddelbare betydningene og på denne måten veksles det mellom en helhets- og delforståelse av det som studeres. Det ideelle i en hermeneutisk prosess er å kunne veksle mellom teori om hvilke prosesser som er virksomme i lokalsamfunnet og de konkrete delforståelsene som man etter hvert får tilgang til. Det kan være lett å ta for gitt at det vil være konsistens i informantens utsagn til tross for at det ofte finner sted en innebygget skjevhet mellom utsagn (Repstad, 1998:102). Det bør i møtet med andre mennesker reflekteres over at vi som mennesker er forskjellige og derfor tenker og responderer ulikt på ulike stimuli og situasjoner. Det er derfor viktig å være klar over at det kan være motsetninger mellom informasjonen du mottar og det du forstår eller tolker ut i fra hva du observerer.

Innen samfunnsvitenskapen skilles det ofte mellom kvantitativt og kvalitativt orienterte metoder. I følge fossåskaret (1997) disponerer kvantitativt og kvalitativt orientert samfunnsforskning hver sine metodetradisjoner. De to tradisjonene representerer to ulike ”retninger” som ikke skal konkurrere med hverandre, men heller utfylle hverandre siden de gir svar på ulike typer spørsmål som kan stilles til ulike sosiale fenomener. Til tross for at det til tider har blitt kraftig debattert rundt bruken av kvalitativt og kvantitativt orienterte metodetradisjoner, kan det nå virke som om forskere forsøker å forene dem. Fossåskaret (1997:11) hevder for eksempel at brukt sammen gir de to metodologiske ”retningene” den innsikt samfunnsforskningen har som ansvar å utvikle. Samtidig vil det være viktig å ikke glemme forskjellene ved dem, for eksempel at de bidrar med hver sine kunnskapsdimensjoner. At de representerer ulike veier om enn mot samme mål. Jeg vil hevde at det er nødvendig å være bevisst det sentrale i hver retning for ikke å havne i faglige fallgruver.

I dette kapitlet presenteres og diskuteres fremgangsmåtene jeg har benyttet for å finne svar på mine problemstillinger. I avsnitt 3.2 presenteres mitt valg av metode, i avsnitt 3.3 den kvantitative delen av undersøkelsen, mens avsnitt 3.4 tar for seg den kvalitative delen av undersøkelsen. Videre diskuterer jeg validitet og reliabilitet i forbindelse med undersøkelsen i avsnitt 3.5, før kapitlet oppsummeres i avsnitt 3.6.

3.2 Valg av metode

For å få svar på mine problemstillinger har jeg valgt å foreta et casestudie der jeg vil studere økonomiske aktører i Stryn kommune. Ordet *case* stammer opprinnelig fra det latinske ordet *casus* som i et tilfelle som dette betyr ”betydningen av det enkelte tilfelle”. Det dreier seg derfor om å gjøre et eller noen få tilfeller til gjenstand for dyperegående studier eller undersøkelser. Det finnes egentlig ingen fellesforståelse av hva et case-studie egentlig er. I følge Andersen (1997), er det hovedsakelig snakk om to hovedbolker med forståelser av fenomenet. For det første kan casestudier sees som en støttedisiplin for ”virkelig” vitenskap, mens andre ser det som et alternativ til konvensjonell vitenskapelighet ved å være en vitenskap som er en kritisk, kvalitativ tilnærming som gjør det mulig å gripe særegenheter ved mennesker og de samfunn de lever i. Det sentrale i begge disse ”bolkene” er at forholdet mellom empirien og teoretiske modeller som regel har fokus i case-studier.

Case-studier og deres muligheter for generalisering er som regel ikke særlig gode. Dette fordi denne type studier kun har begrenset verdi når det er om å gjøre å generalisere. Det er overordnede teoretiske hensyn fremfor statistiske prosedyrer som står sentralt. I følge Andersen (ed.)(1997) er det ikke statistisk, men analytisk eller teoretisk representativitet som case-studiene generaliseringsmuligheter er tuftet på. Dette casestudiet fungerer for eksempel som et eksempel på hvordan økonomiske aktører og deres forankring gjensidig kan ha påvirkning på næringslivs- og stedsutvikling. Virkeligheten som studeres kan ikke manipuleres, men det kan gjøres tankeeksperimenter der forhold man er interessert i maksimeres i cases”, samtidig som andre forhold varierer minst mulig. I mitt tilfelle gjøres dette i den grad det fokuseres på økonomiske aktørers forankring i forhold til næringslivs og stedsutvikling. Faktorer som ikke berører temaet holdes utenfor.

3.2.1 En metodetriangulering

Med utgangspunkt i problemstillingene bestemte jeg meg for å foreta en metodetriangulering, i caset, der jeg ønsket å benytte både kvantitative tilnærminger for å kartlegge bedriftenes geografiske forankring, og en mer kvalitativ tilnærming i form av semistrukturerte intervjuer og samtaler med ulike aktører, for å få innsyn i bedriftenes kulturelle forankring. Dette for å bli i stand til å si noe mer om hva som kjennetegner de ulike relasjonene til bedriftene og hvordan dynamikken mellom økonomiske aktørers forankring og stedsutvikling arter seg.

I praksis er ikke forskeren, eller jeg som student tvunget til å velge mellom kvantitativt- eller kvalitativt orientert forskning. Det er heller slik at det velges ulike fremgangsmåter som kan ”plasseres” på en flytende tenkt skala mellom de to tilnærmingene. Disse valgene plasserer undersøkeren dermed i en kvalitativt eller kvantitativt orientert retning. Det er heller ingenting i veien for at man kan velge å kombinere de to retningene. Kjelstadli (1997), hevder at det kan være nødvendig å telle det som telles kan. Å kombinere kvantitative og kvalitative data eller metoder, eller å benytte seg av flere ulike metoder blir kalt metodetriangulering. Dette kan skje ved at en av de metodologiske tilnærmingene er underordnet den andre, eller ved at de benyttes på en likestilt måte (Ringdal, 2001). Grønmo (1996) konkluderer i sin artikkel, *”forholdet mellom kvalitative og kvantitative tilnærminger i samfunnsforskningen”*, med at mange av kvantitative datas svakheter i stor grad kan oppveies av kvalitative datas sterke sider og omvendt. Han hevder videre at dette skulle tilsi at det er mye å hente på å kombinere de to tilnærmingene i samfunnsvitenskapelige undersøkelser.

Å kombinere kvalitativt og kvantitativt tilnærmede metoder eller data, innebærer i følge Grønmo (1996), at man ønsker å belyse en problemstilling eller sosiale fenomen, vanligvis innen rammen av ett og samme forskningsopplegg, ved hjelp av forskjellige metoder. I sosiologisk forstand innebærer en triangulering at sosiale fenomener studeres ut fra ulike synspunkter og synsvinkler. Siden kvalitative og kvantitative data representerer hver sine retninger, kan de bidra til å synliggjøre flere aspekter ved ett og samme fenomen. Det aktuelle fenomenet kan bli bedre belyst ved hjelp av en kombinasjon av kvalitative og kvantitative tilnærminger, enn kun ved bruk av enten det kvalitative eller det kvantitative (Grønmo 1996, Korsnes et al. 1997). Jick (1979) fremhever andre fordeler ved å benytte metodetriangulering: For det første kan metodens validitet testes, ved at et høyt samsvar mellom data om samme fenomen oppnådd ved hjelp av ulike metoder tyder på at disse metodene har tilfredsstillende ekstern validitet. På denne måten styrkes tilliten til analyseresultatene. Dersom ulike metoder fører til like analyseresultater, kan man anta at resultatene ikke skyldes særegenheter ved de metodene som er benyttet. Er det derimot avvik mellom analyseresultater ved bruk av ulike metoder, kan dette bidra til nye tolkninger og om mulig nye perspektiver.

Totalt kan triangulering bidra til en mer nyansert og muligens mer helhetlig belysning av de sosiale fenomenene som studeres. Siden fenomenene blir studert ved hjelp av flere metoder, blir de også belyst under forskjellige synsvinkler. Jick (1979) hevder dermed at metodetriangulering kan fremme teoretisk integrasjon og syntesedannelse. Samtidig kan triangulering fungere motsatt, fordi bruk av ulike metoder kan være effektivt om man ønsker å gjennomføre strategiske tester av konkurrerende teorier.

I mitt tilfelle har jeg valgt å først utføre en kvantitativ undersøkelse ved hjelp av en survey, for så å følge opp med kvalitative intervjuer. Dette valget underbygger jeg med følgende resonnement: På den ene siden kan det være nødvendig å supplere kvantitative undersøkelser med mer kvalitative tilnærminger for lettere å forstå de generelle resultatene av de kvantitative analysene. Benyttes begge datatyper samtidig i den samme undersøkelsen, kan de to datatypene på den andre siden supplere hverandre gjensidig om de kvantitative dataene gir grunnlag for en oversiktlig fremstilling av frekvenser, fordelinger og sammenhenger i tilknytning til de fenomenene som undersøkes. Denne fremstillingen kan utdypes og konkretiseres ved hjelp av kvalitative data. Disse dataene kan i følge Grønmo (1996) veie opp for begrensninger ved ulike måleinstrumenter og analyseteknikker som ligger til grunn for de

kvantitative resultatene. Samtidig kan kvalitative data gi nyttige erfaringer av empirien når man skal tolke analyseresultatene.

3.3 Den kvantitativt orienterte delen av undersøkelsen

Innen en kvantitativ orientert tilnærming er forskeren ofte interessert i fenomeners utbredelse, mengde og omfang, og enheter -grupper eller individer sammenlignes gjerne i målbare kategorier. Fossåskaret hevder det i kvantitative undersøkelser gir mening å si at den minste enheten man kan studere er en person, mens bedrifter, byer, land, etc., er eksempler på "større" enheter på et "høyere nivå", siden de kan betegnes som summen av individene. Dette samsvarer godt med første underproblemstilling som krever en kartlegging av *bedriftens* geografiske forankring. Skal man kunne trekke slutninger fra utvalg til populasjon, må utvalget være representativt. Lar det seg ikke gjøre å generalisere fra utvalg til populasjon, vil det ikke være hensiktsmessig å sammenligne enheter, gjennom deres verdier på de ulike variablene (egenskaper ved de ulike enhetene det er ønskelig å få kunnskap om).

3.3.1 Gjennomføringen av surveyen

En survey er en standardisert utspørring av et stort utvalg personer eller grupper der informasjon registreres som data. En slik utspørring skjer vanligvis ved hjelp av personlige intervju, telefonintervju eller ved bruk av spørreskjema til selvutfylling. I følge Ringdal (2001) er surveyundersøkelser ofte tverrsnittsundersøkelser, der datainnsamlingen (produksjon av data), foregår på ett tidspunkt. I mitt tilfelle benyttet jeg meg av et standardisert spørreskjema til selvutfylling av representanter fra de ulike bedriftene. Skjemaene ble utsendt i brevform 22.03.2004 og vedlagt et forklarende følgebrev. I hvert brev ble det også medsendt frankerte og adresserte svarconvolutter for å gjøre det praktisk for respondentene å svare uten at det skulle koste dem noe. Svarfristen var 30. April 2004.

Min survey tok sikte på å undersøke den geografiske og kulturelle forankringen til økonomiske aktører i Stryn. For å få oversikt over økonomiske aktører tok jeg kontakt med plan og næringskonsulenten i kommunen som gav meg en liste over de aktuelle aktørene. På grunn av tids- og ressursmessig begrensning på oppgavens omfang var det ikke mulig at oppgaven kunne omfatte alle økonomiske aktører i kommunen. På bakgrunn av dette ble det foretatt et utvalg. Det var på denne listen valgt å se bort i fra aktører som bønder, drivere av

campingplasser og, eller -hytter, deler av tjenesteytende sektor som for eksempel bank og forsikring, butikker/detaljhandel og lignende. Selv om disse også må ansees som økonomiske aktører. I tillegg ble det valgt å se bort i fra aktører med liten eller ingen drift, som var slått konkurs eller under konkursbehandling på det aktuelle tidspunktet. Jeg valgte også å se bort fra bedrifter som ble ansett å være "rene papirforetak" og de som hadde mer enn en oppføring. Dermed endte listen på 92 aktører.

Det ble i dette tilfelle valgt å utføre en ikke-sansynlighetsutvelging der man i følge Hellevik (2002), likevel kan oppnå utvalg som er rimelig representative for populasjonen. Minuset ved denne type utvalg er at man ikke ut i fra sannsynlighetsteori kan beregne hvor store tilfeldige avvik man må regne med, og at det kan oppstå systematiske skjevheter. Tross i dette mener jeg det ikke er overlatt til tilfeldighetene hvilke enheter som skulle komme med i utvalget. Enhetene er valgt ut etter en vurdering av hvor typiske de er for hele populasjonen av enheter, jamfør Hellevik (2002).

Spørreskjemaet består av 34 spørsmål fordelt på 9 sider. Selve spørsmålene er fordelt på tema angående fakta om den enkelte bedrift, lokaliseringsfaktorer, markeds-, samarbeids- og nettverksforhold og utvikling av sted og næringsliv. I tillegg stilles spørsmål angående politisk tilrettelegging for næringslivet. I mange tilfeller kan det ansees som en kjensgjerning at enheter ikke svarer på spørreskjemaer de får tilsendt, spesielt når de ikke kjenner til formålet og hvem som foretar undersøkelsen. For å gjøre undersøkelsen kjent i lokalmiljøet ble jeg derfor intervjuet i lokalavisen "*Fjordingen*" i forkant av utsendelsene. Dette for å informere om forholdene rundt undersøkelsen og for å forhåpentlig vis få flere til å svare.

Hvert av skjemaene som ble sendt ut var merket med et respondentnummer som gjorde det mulig for meg å kontrollere hvilke respondenter som svarte. For hvert besvarte spørreskjema, ble det krysset av i en liste over enhetenes adresse og telefonnummer med tilhørende respondentnummer. Som antatt svarte ikke alle respondentene ved første svarfrist og det ble nødvendig med muntlige purringer over telefon. I disse tilfellene ble det for hver gang satt kortere svarfrister. Det ble også gjort avtale med den enkelte respondent før spørreskjemaet ble sendt ut for eventuelt 2., 3., eller 4 gang, med nytt følgebrev som henviste til den enkelte telefonsamtalen. I to tilfeller ble det gjennomført telefonintervju med den aktuelle respondenten, der jeg leste opp spørsmålene og krysset av svarene i spørreskjemaet. Totalt måtte listen gjennomgås fire ganger for å oppnå en svarprosent som kunne godtas. Til slutt

endte jeg opp med en bruttosvarprosent på 74 prosent. Fire av skjemaene var så mangelfullt utfylt at de måtte forkastes. I noen tilfeller kan forkastelse av skjemaer være kompliserende. Utelates enheter med manglende data for minst en variabel kan utfallet bli systematisk og skjevheter kan oppstå. På grunn av dette så jeg det som nødvendig å etterstrebe å "berge" så mange skjema som mulig. I tillegg kom to i retur med en beskjed om at respondentene av prinsipp ikke ønsket å delta i undersøkelsen. På grunn av dette endte det opp med 62 enheter, tilsvarende en nettosvarprosent på 67 prosent. Til tross for et lavt utvalg vil jeg hevde at utvalget i surveyen er representativt. NSDStad ble valgt til gjennomførelsen av den statistiske analysen og beskrivelsen av enkeltvariabler, fordi jeg gjennom studier i sosiologi har benyttet programmet i forbindelse med oppgaveløsning og sett de muligheter programmet representerer. For eksempel muligheter til å benytte statistiske mål i analyse av ulike variabler.

3.4 Den kvalitativt orienterte delen av undersøkelsen

Ved bruk av kvalitativt orientert metode sammenlignes også informasjon, bare ikke forskjeller i mengde. Sammenligningene har i stedet som formål å utdype forståelsen av fenomenet som studeres. På en annen måte kan det sies at enhetenes karakter skifter betydning når man går over fra en kvantitativ- til en kvalitativ tilnærming. Innen kvalitativt orientert metode rettes fokus mer mot sosiale fenomenenes meningsdimensjon; deres karakter og beskaffenhet. Roller, relasjoner og symboler analyseres og som regel settes samspillet mellom personer i fokus. Det kan derfor være enklere å få forståelse av handling og samhandling ved å fokusere på de roller en aktør opptrer i, enn ved å fokusere på hele individet som en enhet. Enhetene er de samspill som knytter personer sammen til sosiale systemer. Et sentralt perspektiv blir at den minste enheten i kvalitativ forskning er noe mer enn en person, nemlig relasjonene mellom to personer. Finner det sted en samhandling mellom to personer, snakkes det om en enhet. Over tid vil det i følge fossåskaret (1997) tre i kraft et langt høyere antall relasjoner enn antallet individer.

Sentralt i en analyse av data i kvalitativt orientert forskning, står termene begreper og kategorier. Fossåskaret hevder at mening skapes for forskeren ved å koble observasjon til begreper (Fossåskaret 1997: 35). Dette kan uttrykkes ved hjelp av Wadels formel, der han hevder at data er begrepsfestet observasjon:

Observasjon + begrep = data

Men også kartlegging står sentralt. Kartlegging kan være en viktig del i prosesser der man ønsker å skaffe kunnskap om materielle og sosiale strukturer; rett og slett kunnskap om de forhold som kan sies å ha et grafisk og spatiale, eller romlig uttrykk (Rudie 1997). Det er dette som er ønskelig å oppnå i kartleggingen av bedriftenes kulturelle forankring.

3.4.1 Utførelsen av intervjuer i felt

Årsakene til at jeg ønsket å benytte metodetriangulering og en kvalitativ tilnærming i tillegg til den kvantitative kartleggingen er sammensatte. Selvfølgelig er de primære årsakene åpenlyse siden problemstillingene legger opp til en metodetriangulering, men bruk av intervjuer gir også andre fordeler. Gjennom en analytisk beskrivelse og bruk av intervjuer i tillegg til en kvantitativ kartlegging, kan det oppnås en mer helhetlig og dypere forklaring på hvorfor situasjonen i Stryn er som den er. Dette fordi det ved bruk av intervju ofte åpner for mer fleksibilitet og nærhet mellom partene i en intervjusituasjon enn ved en utfylling av for eksempel spørreskjema. En intervjusituasjon kan derfor gjøre det lettere å få tilgang til spesiell informasjon. Ved bruk av intervjuer er ikke behovet for mange respondenter så stort som ved bruk av spørreskjema i en survey. I stedet for et representativt utvalg som i surveyer, foregår intervjuer til du som intervjuer når et ”metningspunkt” i tilgangen av ny informasjon. Samtidig får du i en ”ansikt til ansikt – situasjon” mulighet til fortløpende å kontrollere informasjon og utsagn som informantene gir. Et eksempel på dette er at en representant fra en bedrift kan føle et press, eller rolleforventninger, som gjør at han eller henne føler det kreves at de er lojale overfor bedriften. Dermed svarer representanten på intervjuerens spørsmål på en måte som setter bedriften i et godt lys. I tillegg åpner bruk av intervju for en fleksibilitet i intervjusituasjonen som gjør at du underveis i intervjuet kan komme med oppfølgings spørsmål. Totalt kan det være lettere å spore opp relevant informasjon som kan knyttes til problemstillingene.

Intervjuene ble utført i flere etapper. Høsten 2003 ble jeg som forklart i innledningskapitlet, med grunnfagsstudentene på deres ekskursjon til Stryn. Der ble jeg med gruppene som hadde aktuelle tema, på deres intervjuer med bedriftsledere. Det ble i disse tilfellene benyttet semi-strukturerte intervjuer som gir et større spillerom for oppfølgings spørsmål enn ved et fastsatt, strukturert intervju som for eksempel slik det var i tilfellet med de to telefonintervjuene som ble utført i forbindelse med purrerundene på spørreskjemaene. Arbeidsfordelingen under intervjuene ble slik at en intervjuet og de andre noterte. Jeg hadde på forhånd notert en liste

over tema og enkle spørsmål jeg ønsket å ha svar på i forhold til oppgavetemaet mitt. På den måten ble det lettere å holde oversikt over det som kom frem. Når jeg følte jeg trengte tilleggsinformasjon, eller ønsket å følge opp et spørsmål stilte jeg spørsmål slik at jeg fikk svar på det jeg ønsket. Den semistrukturerte intervjuguiden følger vedlagt bak i appendiks. Høsten 2004 ble jeg igjen med et nytt kull av førsteårsstudenter til Stryn. Denne gangen ble jeg med som assistent for gruppene som jobbet med oppgaver knyttet til økonomisk geografi. I forkant av feltkurset hadde jeg fått være med å utforme gruppens oppgavetema. På denne måten kunne jeg siden knytte deres oppgaver opp mot mitt eget arbeid. Dermed ble gruppene fra både høsten 2003 og 2004 en slags ”feltassistenter” som gjennom deres feltkurs-rapporter skaffet til veie informasjon jeg kunne benytte meg av. Jeg fortalte studentene hva jeg arbeidet med og ga dem lokale navn og telefonnummer til aktuelle informanter og respondenter de kunne intervju for sine oppgaver. Dette førte til at vi kom i et gjensidig utvekslingsforhold der vi utvekslet informasjon. Sammen med informasjon fra surveyen gir intervjuene grunnlag for analysen. Som supplement har jeg hatt flere samtaler med plan og næringskonsulenten i kommunen og andre i lokalsamfunnet i løpet av 2004.

Etter feltkurset høsten 2003 ble studentenes rapporter samlet i en fellesrapport. Denne rapporten var jeg med på å sette sammen og å redigere. Arbeidet med feltkursrapporten ga meg derfor også informasjon om andre problemstillinger og vinklinger på Stryn som kontekst enn kun den direkte økonomiske geografien.

Det var i tillegg behov for å oppdatere meg på historisk informasjon og på det som skjer til daglig. Derfor ble internett benyttet i tillegg til å abonnere på ”*Fjordingen*”, som er den lokale avisen i Stryn. Artikkene i *Fjordingen* har ikke blitt brukt direkte som datamateriale for analysen, men behandles som bakgrunnsinformasjon. Også hyllene med lokalhistorie i det lokale biblioteket i Stryn har vært gjenstand for min søken etter informasjon om Stryns næringslivs- og stedsutvikling.

For å bli i stand til å analysere alt materialet fra intervjuene skrev jeg ut notater til tekst i en skrivebok. Jeg fulgte Ringdals (2001) råd om å ”skrelle vekk” individuelle detaljer og legge vekt på faktorer som går igjen. Dette betyr at jeg abstraherte fra utsagn som ga mening for informantene til utsagn som ga mening for meg som student med tanke på mine problemstillinger. På denne måten ble det lettere å gå frem for å analysere dataene.

3.5 Validitet, reliabilitet og metodiske problemer

Med validitet menes datas relevans for problemstillingene i oppgaven. Validitet handler derfor i store trekk om hvordan begrepene i problemstillingene operasjonaliseres. I denne oppgaven dreier problemstillingene seg om bedriftenes geografiske og kulturelle forankring i forhold til næringslivs- og stedsutvikling. Det er både i surveyen og gjennom intervjuene lagt vekt på at de ulike begrepene operasjonaliseres innenfor rammen av tidligere forskning. I tillegg inneholder spørreskjemaet spørsmål angående bedriftenes bakgrunn, lokalisering, forhold mellom bedrifter, kunde og leverandørforhold, marked, utvikling av næringsliv og sted og tilrettelegging fra det offentlige. På grunn av dette mener jeg dataene i stor grad er relevante for problemstillingene.

Problemstillingene er av ulik karakter og krever følgelig ulike typer data for å kunne besvares på en fullgod måte. For å besvare underproblemstilling nummer en, der det spørres om hva som kjennetegner bedriftenes geografiske forankring, mener jeg data fra surveyen i stor grad er relevante. Dette fordi disse dataene er av en slik karakter at det blir enklere å sammenligne og kategorisere bedriftenes geografiske forankring. I tillegg er noe data fra intervjuene benyttet til å utdype tendenser i dataene fra surveyen.

Den andre underproblemstillingen spør hva som kjennetegner bedriftenes kulturelle forankring. Kultur og også kulturell forankring kan være vanskelig å fange opp kun ved hjelp av data fra en survey. Derfor har jeg i forbindelse med denne underproblemstillingen først og fremst tatt utgangspunkt i data fra de kvalitative intervjuene. Noe data fra surveyen har imidlertid blitt sett som relevante og blitt benyttet fordi de kunne belyse faktorer som kom frem i forbindelse med intervjuene.

I tillegg er reliabilitet viktig. Med reliabilitet forstås den grad av nøyaktighet som ligger til grunn i utførelsen av de ulike operasjonene som fører til dataene i undersøkelsen. Er reliabiliteten høy, vil det være større mulighet for å få samme resultat om undersøkelsen for eksempel gjennomføres på nytt ved en annen anledning eller av en annen person, –vel og merke dersom det taes høyde for eventuelle kontekstuelle endringer ved stedet som undersøkes. Reliabiliteten er spesielt viktig i denne oppgaven, siden svarene fra spørreskjemaene ble tastet manuelt inn i NSDSStadt. Det kan fort snike seg inn tastefeil i slike tilfeller. Dette ble imidlertid gjort så nøyaktig som mulig og kodene sjekket flere ganger. En

annen viktig kilde til unøyaktigheter er at mennesker oppfatter ting ulikt. Dette er faktorer som det dessverre er vanskelig å måle. På grunn av dette kan det være mulig at ikke alle respondentene har oppfattet det samme med spørsmålene i spørreskjemaet, eller tillagt dem ulik betydning. Spesielt var det viktig at jeg presenterte spørsmålene på en nøytral og lik måte under de to telefonintervjuene som ble gjennomført. Samtidig kan utfyllingen av slike skjema lett bli "offer" for den såkalte "ja-effekten", som kan komme som en følge av mangel på motivasjon for å fylle ut skjemaene. Spesielt kan dette være tilfelle når spørreskjema består av relativt mange spørsmål.

Både ved bruk av kvantitative og kvalitative metoder kan det i enkelte tilfeller forekomme at respondentene ikke husker det korrekte svaret på spørsmålet og derfor krysser av for, eller forteller det de tror er riktig, eller det kan hende de mangler kunnskap om sin bedrift angående det aktuelle temaet. I dette tilfellet har 50 av de 62 som fylte ut spørreskjemaet tittelen adm. dir. eller daglig leder i bedriften. Dette bør være en indikator på at informasjonen de har oppgitt i skjemaene stort sett stemmer overens med virkeligheten. Likevel kan det være mulig at respondenter krysser av for, eller forteller det de tror undersøkeren vil, eller de ønsker å fremstå i et bedre lys enn hva som er reelt. Fossåskaret (1997:41) sier i denne forbindelse at *"forskeren tolker allerede informanttolket materiale"*. Selvsagt er dette faktorer som det er vanskelig å måle, men som likevel bør reflekteres over. I en forskningsprosess kan ulike forhold som personlig bakgrunn og kulturelle forståelser påvirke på flere måter. Det at jeg som student fra universitetet ønsker informasjon fra bedriftsledere kan muligens påvirke informasjonen jeg får av dem. Det er ganske trolig jeg ville fått en annen informasjon dersom jeg for eksempel var politiker eller bedriftsleder i en annen bedrift. Samtidig som vi som mennesker samhandler med andre, leser vi hverandre og vår interaksjon med utgangspunkt i vår egen forståelse og bakgrunn. Jeg har alltid med meg forutsetninger som farger samhandlingen som observeres og tolkes.

3.6 Oppsummering

I løpet av dette kapittelet har mitt valg og bruk av metode blitt presentert. Jeg har valgt å utføre et casestudie av næringslivsaktører i Stryn for å gi et eksempel på hvordan økonomiske aktører og deres forankring kan ha påvirkning på næringslivs- og stedsutvikling. For å få svar på problemstillingene har jeg valgt å benytte meg av en metodetriangulering. Det vil si at jeg

utfører en kvantitativ undersøkelse i form av en survey og benytter meg av informasjon opparbeidet gjennom kvalitative intervjuer. Dette valget grunner i at det i forhold til problemstillingene vil være nødvendig å supplere den kvantitative undersøkelsen med mer kvalitative tilnærminger for å forstå de generelle resultatene av den kvantitative analysen.

Surveyen i den kvantitative delen av oppgaven bygger på en ikke-sannsynlighetsutvelgning der enhetene, det vil si bedriftene, som fikk tilsendt spørreskjemaet er valgt ut etter en vurdering av hvor typiske de er for hele populasjonen av enheter. Sentrale temaer i surveyen er fakta om den enkelte bedrift, lokaliseringsfaktorer, markeds-, samarbeids- og nettverksforhold, og utvikling av sted og næringsliv. Før utsending av spørreskjemaene ble surveyen og dens formål omtalt i lokalavisen Fjordingen. Dette ble gjort med den hensikt å gjøre surveyen kjent i lokalsamfunnet og for mulig å oppnå en høyere svarprosent. Etter innsendinger og resultater fra purringer var talt opp viste det seg at 62 av 92 bedrifter hadde svart. Dermed endte jeg opp med en svarprosent på 67 prosent. For å analysere svarene fra spørreskjemaene benyttet jeg meg av statistikkprogrammet NSDStadt.

Ved hjelp av semistrukturerte, kvalitative intervju og samtaler dreier fokuset i studiet mer mot de sosiale, fenomenenes meningsdimensjon, karakter og beskaffenhet. Det vil si at roller, relasjoner og symboler analyseres slik at samspillet mellom personer settes i fokus. Intervjuene ble utført høsten 2003 og våren og høsten 2004, der jeg benyttet meg av laveregradsstudenter som "feltassistenter" ved intervjugjennomføring. I tillegg gjennomførte jeg egne intervju og samtaler med nøkkelinformanter og noen respondenter. I analysen av data fra intervjuene legges det vekt på å skrelle vekk individuelle detaljer og i stedet vektlegge faktorer som går igjen. Det vil si at jeg forsøker å abstrahere fra utsagn som gir mening for informantene til utsagn som gir mening for meg med tanke på problemstillingene.

Min oppfattelse av datas validitet og operasjonenes reliabilitet, samt min rolle som student er også gjennomgått. Av dette mener jeg det kommer frem at casestudiet bygger på data som er både valide og reliable. At dataene er valide underbygger jeg for det første ved at begrepene i problemstillingene operasjonaliseres ut i fra tidligere forskning og at spørsmålene som belyses ved hjelp av surveyen har ført til data som jeg mener er relevante. For det andre er problemstillingene av ulik karakter som gjør at de til en viss grad krever ulike typer data for å besvares. Dette imøtekommes ved å ta i bruk både kvantitativt og kvalitativt tilnærmede metoder. Med bakgrunn i at det i stor grad ble fokusert på å være nøyaktig ved inntasting av

informasjon i NSDStadt og ved telefonintervjuene som ble gjennomført mener jeg å kunne hevde at undersøkelsens data også er reliable. Dette også fordi så mange som 50 av de 62 spørreskjemaene som ble besvart var utfylt av direktører eller daglige ledere i bedriftene.

Likevel var det viktig å være klar over at flere faktorer kan påvirke informasjonen jeg mottar. Det kan være mulig at informasjon ikke alltid samsvarer med virkeligheten. Enten fordi bedriftslederne ønsker å fremstå i et godt lys eller fordi de tolker spørsmålene på forskjellig måte. Min status som student kan også ha påvirkning på det informantene og respondentene ønsker å gi meg av informasjon.

4 Et variert næringsliv i omstilling

4.1 Innledning

For å kunne diskutere problemstillingene, er det nødvendig med informasjon om blant annet stedets og næringslivets historie, folketalls- og sysselsettingsutvikling, næringsveier og om kommunens tiltakspolitikk. Dette er også et godt utgangspunkt for å få innblikk i de økonomiske aktørenes historiske og kulturelle forankring. I det følgende avsnittet, 4.2, vil jeg derfor presentere særtrekk ved Stryn kommune. I avsnittet kommer jeg inn på kommuneutvikling, industriell utvikling folketallsutvikling og sysselsetting. I avsnitt 4.3 presenteres kommunens næringslivsstruktur, kommunens tilrettelegging og bistand til næringslivet, ulike samarbeidsarenaer og eksempler på felles samarbeidsområder. Avsnitt 4.4 tar utgangspunkt i hva jeg har presentert i en oppsummering av hovedpunktene i kapittelet.

4.2 Særtrekk ved Stryn kommune ¹

4.2.1 Kommuneutvikling

Stryn ble i 1843 et eget herred ved at kommunen ble skilt fra Indvigen herred. Senere, i 1965, ble Stryn slått sammen med Innvik og det meste av Hornindal og Gloppen, noe som førte til at Stryn fremsto som en storkommune. I 1977 ble imidlertid Hornindal kommune skilt fra Stryn storkommune. I 2001 grenset Stryn kommune til kommunene Hornindal, Eid, Gloppen, Jølster og Luster i Sogn og Fjordane, Skjåk i Oppland og Stranda kommune i Møre og Romsdal. Kartet i figur 4.1 viser Stryn kommunes plassering på vestlandet.

Videre består Stryn kommune av flere bygder, blant annet Tønning, Olden og Innvik. Tønning handelssted, ved utløpet av Stryneelva, er et av de eldste handelssteder i Nordford og helt siden tidlig på 1600-tallet har store handelsslekter holdt til i området. Dette har medført at Stryn har fungert som en møteplass for handlende fra ulike steder. Andre og mindre bygder er Markane, Oppstryn, Hjelledalen, Loen, Oldedalen, Utvik og "Nordsida," som består av Randabygda, Fjelli og Blakset. Totalt brer Stryn kommune seg over et areal på 1382 km², inklusiv 428 km² som inngår i Jostedalsbreen nasjonalpark.

¹ Avsnitt 4.2 bygger på Fløysand, Sjøholt & Mæsel (2005).



Figur 4.1: Stryn kommunes plassering på vestlandet
(Kilde: Eniro)

4.2.2 Industriell utvikling

Allerede før 1900 startet en restrukturering fra substansiell til kommersielt jordbruk i Stryn. Denne prosessen medførte den første industrielle produksjonen basert på lokale råvarer. Produksjonen var lokalt forankret, men utviklet seg etter hvert til å dekke et regionalt og senere et nasjonalt marked. Så sent som i 1960 var 50% av den arbeidsføre befolkningen i industrien sysselsatt innen jordbruket. Den industrielle produksjonen lå fortsatt i startgropen, da ca. 200 personer arbeidet innen denne sektoren i 1963. Disse arbeidet spesielt innen ullforedling, blant annet representert ved en spinne- og vevefabrikk som startet i 1890 årene basert på lokale initiativ, meieri, små sagbruk og noen trevare-fabrikker. Til tross for at dette bidro til salg av varer ut av lokalsamfunnet, var industrisektoren fortsatt lokalt forankret. Etter hvert oppsto en vekst av industrielle aktiviteter som hovedsakelig besto av tjenester for lokalbefolkningen.

På slutten av 1960-årene var fortsatt industriell produksjon og turisme under vekst som hovednæringer, men nye typer aktiviteter hadde kommet til spesielt innen industrien hvor det dukket opp en rekke nye varettyper som delvis komplementerte hverandre. Eksempler på dette er industriproduksjon og jordbruket i matvareproduksjonen og sagbruk sammen med møbelproduksjon. Mer enn 35% av innskuddet til industrien ble nå skaffet til veie fra de lokale områdene. Denne veksten skyltes delvis statlige subsidieringer og støtteordninger som nokså systematisk ble fulgt opp i kommunen.

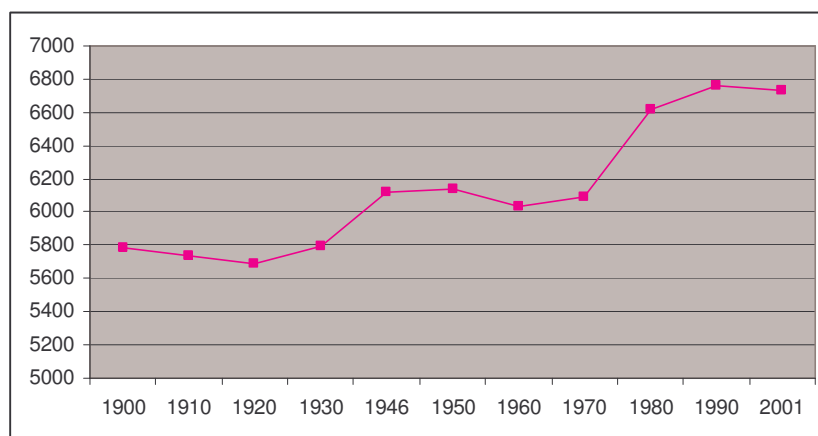
På 1970-tallet fremsto transport og kommunikasjon som en stor sektor, der både produksjon og opprettholdelse av utstyr og service begynte å smelte sammen. Vender vi tilbake til teoridrøftingen kan det sies at de industrielle aktivitetene som utspant seg på denne tiden var sterkt forankret i et lokalsamfunnsfelt. Dette inkluderte alle industrielle firma i Stryn og andre viktige aktører i den lokale verdikjeden (innskuddsprodusenter, importører, detaljister), men også innen lokalsamfunnet generelt, (lokale politiske myndigheter, naboer og lignende). Denne forankringen omfattet både driften av de økonomiske virksomhetene og aktørens investeringsformål. Legger man til etableringen av foretak og de nettverk av forbindelser som utviklet seg mellom dem, blir forankringen i det lokale enda mer synlig. Ikke overraskende har uformelle normer, konvensjoner og rolleforventninger som regulerer interaksjonen mellom deltakerne innen lokalsamfunnsfeltet blitt utviklet. Feltdynamikken ser i dette tilfellet ut til å ha hatt en positiv påvirkning på økonomiske aktørers opptreden og på lokal økonomisk utvikling. Spesielt markedsorienteringen har begynt å bli forankret ut over det lokale, og bedriftene har etter hvert blitt situert i et system av ulike handelsfelt av nasjonal og internasjonal skala. (Fløysand, Sjøholt & Mæsel, 2005).

Stryn skiller seg videre ut historisk sett ved at kommunen var blant de første i landet som innførte 9-årig ungdomsskole i 1956, og den første som tilsatte en kommunal tiltakssekretær (1967) og en egen reiselivssjef (1978) i Sogn og Fjordane. Stillingen som tiltakssekretær ble på 1970-tallet omgjort til en næringskonsulentstilling, som igjen ble endret til en næringssjefsstilling på 1980-tallet (NRK.no- fylkesleksikon, Fløysand et al. 2003, Bukve 1996). Denne stillingen opphørte å eksistere ved tusenårs-skiftet. I stedet ble det etablert en stillingsbetegnelse som leder for plan og utvikling. Nå (2005), er landbruk og næring organisert under plan- og utviklingsavdelingen, som har sine viktigste oppgaver knyttet til overordnet planlegging, næringsutvikling og miljøvern.

4.2.3 Folketallsutvikling

I Figur 4.2 fremstilles folketallsutviklingen i kommunen i perioden 1960-2001. Befolkningsutviklingen i kommunen har i det 20. århundre vært preget av at perioder med svak stagnasjon (1900-1920, 1946-1960) som har blitt avløst av perioder med relativt sterkere vekst (1921-1946, 1970-1990). I perioden 1990-2001 har kommunens folketall stagnert (6760 i 1990, 6734 i 2001). Per 31.10.03 bodde det 6 843 personer i Stryn. Veksten i folketallet

siden 2001 skyldes blant annet netto innflytting fra utlandet. I følge Stryn Kommune ser man for seg en svak økning i folketallet i tiden fremover, og det forventes å være en befolkning på 7000 innbyggere i 2010. I selve Stryn sentrum (Tonning) bor det i dag (2004) ca. 2000 mennesker.



Figur 4.2: Folketallsutviklingen i Stryn kommune, 1900-2001.

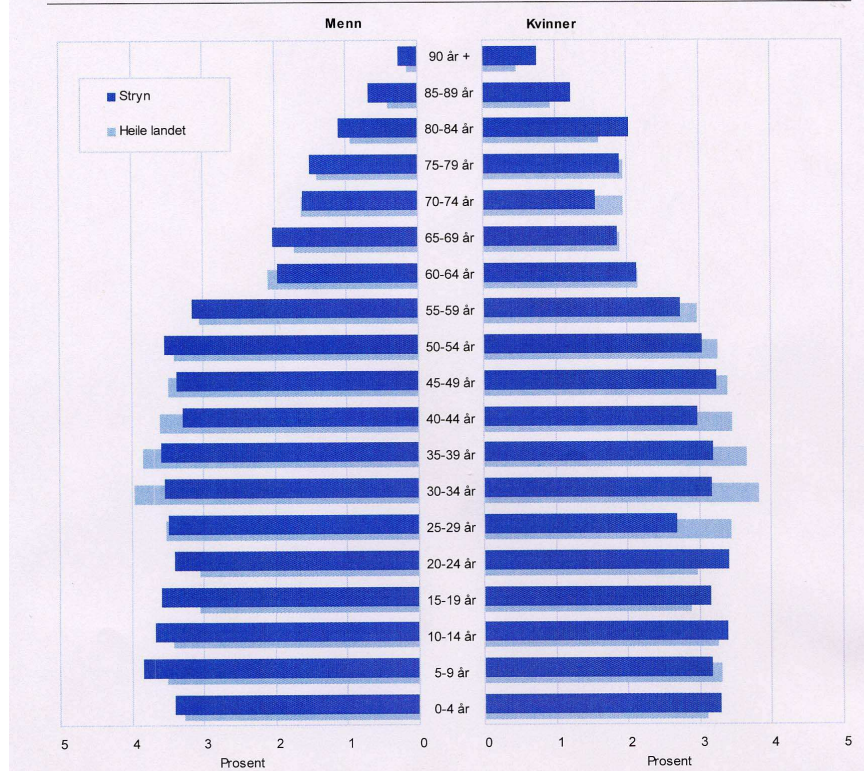
Folketallet gjelder til enhver tid de som bor innenfor kommunegrensen slik den var 1. januar 2002.

Kilde: Statistisk sentralbyrå, Fløysand et al. 2003.

Figur 4.3 viser Stryns og Norges befolkning 3. november 2001 fordelt etter kjønn og alder. Sammenlignet med landet for øvrig var det prosentvis færre innbyggere i alderen 25-44 år i Stryn enn i Norge. Tallene for kvinnene i denne gruppen indikerer at unge kvinner i større grad enn unge menn flytter fra kommunen. Ellers er det mindre forskjeller i hvordan Stryns og Norges befolkning fordeler seg etter kjønn og alder (Fløysand et al. 2003, stryn.kommune.no).

I Stryn jobber de nå aktivt med å få unge og særlig jenter til å etablere eller bosette seg i kommunen. Kommunen og Stryn Næringshage har opprettet en internettside der utflyttet ungdom og andre kan registrere CV'en sin. På denne måten kan bedrifter og andre interessenter komme i kontakt med aktuelle kandidater i forbindelse med blant annet utlysning av stillinger. Et annet tiltak er en julesamling i romjulen hvert år. Da møtes studenter og annen ungdom som er hjemme på ferie og representanter fra næringslivet for å diskutere fremtidsvisjoner og muligheter. På denne måten kan de unge se hvilke muligheter de har i hjemkommunen.

Folkemengd, etter kjønn og alder. Heile landet og kommunen. 3. november 2001. Prosent



Figur 4.3: Befolkning etter kjønn og alder.

Stryn kommune og hele landet.

Kilde: Statistisk sentralbyrå, Fløysand et al. 2003

4.2.4 Sysselsetting

Tabell 4.1 viser sysselsatt befolkning i kommunen etter næring. Tallene viser at antallet sysselsatte stryninger økte med 356 fra 1980 til 1990, og at det totale antall sysselsatte ikke har endret seg særlig siden den gang. I hele perioden (1980-2001) har det derimot skjedd store endringer i sysselsettingen innenfor de enkelte næringer. Antall sysselsatte i landbruket (jordbruk, skogbruk og fiske) er blitt kraftig redusert. Sysselsettingen i bygg- og anleggsvirksomhet, kraft- og vannforsyning og transport og kommunikasjon har også gått tilbake. Reduksjonen i antall sysselsatte i disse næringene er blitt kompensert gjennom økning i antall sysselsatte i industri, utvinning av olje og gass og bergverksdrift og i tjenesteytende næringer (finansiell tjenesteyting, forretningsmessig tjenesteyting og eiendomsdrift, og offentlig tjenesteyting, varehandel, hotell- og restaurantvirksomhet) (Fløysand et al. 2003).

Tabell 4.1: Sysselsatte med bosted i Stryn kommune 1980, 1990 og 2001
(01.11.79-31.10.80), (03.11.89-02.11.90), (29.10.01-04.11.01).

Kilde: Statistisk sentralbyrå, Fløysand et al. 2003.

Næring	1980	1990	2001
Jordbruk, skogbruk og fiske	798	658	409
Industri, utvinning av olje og gass og bergverksdrift	653	775	826
Bygg- og anleggsvirksomhet, kraft- og vannforsyning	365	337	302
Varehandel, hotell og restaurantvirksomhet	508	706	734
Finansiell tjenesteyting, forretningsmessig tjenesteyting og eiendomsdrift	70	107	193
Transport og kommunikasjon	245	231	201
Offentlig tjenesteyting	536	753	843
Annen tjenesteyting	97	103	93
Uoppgitt	42		21
Totalt	3314	3670	3622

I jordbruket er melkeproduksjon og sauehold de viktigste driftsformer. Nedgangen i sysselsettingen innenfor Jordbruk, skogbruk og fiske i perioden 1980-2001 skyldes i hovedsak at man driver mer effektivt. Det betyr at selv om sysselsettingen er redusert har ikke den totale produksjonen av landbruks- og skogbruksprodukter blitt redusert. Produksjonen i skogbruket har f.eks. vokst kraftig i perioden. Stryn er for eksempel den kommunen i Sogn og Fjordane som har størst leveranse av skogsvirke.

Et forhold som skiller Stryn kommune fra nasjonale utviklingstrender er at sysselsettingen i industri, utvinning av olje og gass og bergverksdrift har økt de siste tiårene. I Stryn er det utviklingen innenfor industrisektoren som forklarer dette. I denne sektoren finner vi alt fra små håndverksbedrifter til bedrifter med omkring 200 sysselsatte som f.eks. Nordfjord Kjøtt som driver næringsmiddelproduksjon og Vest Karosseri som produserer busskarosserier. Andre viktige industriaktiviteter i Stryn er knyttet til trappe-, dør-, takstol- og møbelproduksjon, konfeksjons- og tekstilproduksjon, og til skiltproduksjon.

Av tabell 4.1 går det også fram at sysselsettingen innenfor varehandel, hotell og restaurantvirksomhet har økt i perioden 1980-2001. Økningen er knyttet til utviklingen i reiselivssektoren. Stryn er i dag den største reiselivskommunen utenom de store bykommunene på Vestlandet. Mer enn 60 foretak er knyttet til bransjen. Bransjen produserer blant annet ca. 400.000 overnattinger pr. år.

I tillegg viser tabellen at Stryn hevder seg som et handelssenter i Nordfjord. Sysselsettingen innenfor tjenesteyting er i vekst. Finansiell tjenesteyting, forretningsmessig tjenesteyting og eiendomsdrift er i følge tabellen mer enn fordoblet i perioden 1980-2001. Den prosentmessige økningen i sysselsettingen har vært lavere innenfor offentlig tjenesteyting. Likevel var det i 2001 for første gang flere ansatte i offentlig tjenesteyting enn i industri, utvinning av olje og gass, og bergverksdrift.

Summeres utviklingen innen folketall og sysselsetting, ser man at folketallet i Stryn kommune er i svak vekst til tross for at et kvinneunderskudd i aldersgruppen 25-44 år. Kommunen har et variert næringsliv der reiselivet er i sterk utvikling og der industrien har klart seg bemerkelsesverdig bra (Fløysand et al. 2003).

4.3 Næringslivsstruktur, tiltakspolitikk og samarbeidsarenaer

4.3.1 Næringslivsstruktur

Som følge av en stadig pågående globaliseringsprosess møter mange bedrifter nye og vanskeligere utfordringer med tanke på konkurranse og et behov for stadig hurtigere omstillinger for å kunne ”holde hodet over vannet”. Stryn skiller seg ut som distriktskommune med tanke på at mange andre kommuner i samme situasjon ofte får problemer fordi de har et for snevert og ensidig næringsliv. Godt kjente eksempler der dette er tilfelle er Ålvik, Høyanger, Årdal og for eksempel Narvik. Det kan virke som om mange bedrifter i Stryn klarer å promotere seg i forhold til bedrifter lokalisert i andre lignende kommuner. Dette gjelder både med tanke på å bli lagt merke til og når det gjelder å overleve til tross for at nye utfordringer skulle dukke opp. Som eksempel kan man trekke frem Ricco Vero som hadde ansvaret for kolleksjonen til den norske tropen under OL i Athen sommeren 2004, leverer klær til TV2 og NRK og som har vært nominert til prisen ”Gullnålen” av motebladet Henne. Andre eksempler er Vest Busscar som den eneste bedrift i landet som fortsatt produserer busskarosseri og Tonning møbler som også har klart å skille seg ut på landsbasis. Hagen Trevare som produserer ”Strynetrappa” var videre den første i verden som begynte å produsere trapper ved hjelp av avansert datateknologi (Tveit, 1994). Det er også flere eksempler på bedrifter som har klart seg bra og skaffet seg et navn ut over regionen. Man kan spørre hvorfor en relativt liten kommune makter å gi grunnlag for et stort antall

vidtrekkende og kjente bedrifter og merkevarer. For å forstå dette kan det være nødvendig å se på den historiske utviklingen og forankringen av næringslivet i kommunen.

Tabell 4.2: Oppstartsår for bedriftene i surveyen

	antall	Alle%	Gyldige%
1910-1919	2	3,2	3,2
1920-1929	1	1,6	1,6
1930-1939	3	4,8	4,8
1940-1949	3	4,8	4,8
1950-1959	4	6,5	6,5
1960-1969	4	6,5	6,5
1970-1979	8	12,9	12,9
1980-1989	14	22,6	22,6
1990-1999	17	27,4	27,4
2000-2004	6	9,7	9,7
Sum	62	100,0	100,0

Tabell 4.2 viser at majoriteten av bedriftene i surveyen startet opp i årene fra 1970 og frem til i dag. Det er også eksempler på bedrifter som fortsatt er i drift som startet opp på begynnelsen av forrige århundre selv om dette ikke er så mange. Det har mest sannsynlig med å gjøre at Stryn i årene før 1960 til 1970 først og fremst fremsto som en primærnæringskommune med vekt på jord- og skogbruk.

Oddvar Bukve (1996) omtaler 1960- tallet som en industrialiseringsperiode i Stryn og antall sysselsatte i industrien har ligget på rundt 20 % siden ca 1970. Dette tyder på en mindre, men absolutt vekst i sysselsettingen. Man kan hevde at Stryn står i en særstilling i forhold til andre lignende steder på flere måter: Samtidig som industrien helt siden 1970- tallet har gått ned andre steder i landet, har den i Stryn holdt seg oppe. I tillegg er selve industristrukturen som tidligere omtalt svært variert. Man finner flere bedrifter innen foredling av jord- og skogbruksprodukter, innen tekstil og konfeksjonsindustri, og spesielt innen transport, trevare- og møbelindustrien. I tillegg er det varierende størrelser på bedriftene, alt fra enmannsforetak uten ansatte og helt til store bedrifter som for eksempel Nordfjord kjøtt AS og Vest Karosseri AS. Tabell 4.3 viser at så mye som 66,1 prosent av bedriftene i surveyen opererer som en selvstendig enhet. 8,1 prosent oppgir at de er morselskap i konsern mens 25,8 prosent av bedriftene er datterselskap i konsern.

Tabell 4.3: Hierarkisk inndeling av bedriftene i surveyen

	Antall	Alle%	Gyldige%
Selvstendig enhet	41	66,1	66,1
Morselskap i konsern	5	8,1	8,1
Datterselskap i konsern	16	25,8	25,8
Sum	62	100,0	100,0

Reiselivet har alltid stått sterkt i kommunen. Samtidig er turistnæringen i stor grad preget av sesongdrift, noe som medfører at kapasiteten ikke fullt ut blir utnyttet. Dette er imidlertid et område det blir satset på å utvikle. Til tross for en god utvikling kommenterte Bukve i 1996 at flere av bedriftene i Stryn hadde vært inne i en tung periode, men at bedriftene i kommunen samtidig hadde vist en stor evne til å overleve. Han viste til at både industri- og reiselivsbedriftene var lokale, da de stort sett var eid av lokale aktører. Samtidig var mange av bedriftene familiebedrifter. Dette hevdet han var medvirkende til at bedriftene i stor grad kunne være tilknyttet og involverte i lokalsamfunnsutviklingen. Man kan videre spørre seg om dette er de eneste årsakene til at Stryn i enkelte sammenhenger fremstår i en særstilling. Det offentlige hevdes også å spille en sentral rolle for næringsutviklingen i kommunen.

4.3.2 Kommunens tilrettelegging og bistand til næringslivet

Som nevnt tidligere har Stryn kommune i dag en egen avdeling som skal ta seg av rådgivning, finansiering og planarbeid overfor næringslivet. Historisk sett har det imidlertid vært mange løsninger på hvordan forholdet mellom kommune og næringsliv skal arte seg. I 1987/1988 ble det av kommunen etablert et næringsråd, der den politiske siden av kommunen hadde fem representanter og bondelagene, næringslivet og samorganisasjonen hadde en representant hver. Denne løsningen varte frem til 1995 da det ble etablert et politisk sammensatt næringsutvalg. Utenom slike fora har Stryn kommune vært kjent for å støtte økonomisk opp om næringslivet.

Kommunen disponerer i tillegg to ulike næringsfond. Et kommunalt næringsfond etablert av kommunaldepartementet i 1987 og et kraftfond etablert som erstatning for en ikke utført utbygging av Breheimen. I årene fra 1993- 1995 ble det årlig fordelt i underkant av en million kroner i økonomisk støtte til ulike prosjekter. I årene etter 1995 er det næringsutvalget som fungerer som fondsforvalter. Det kommunale næringsfondet har i følge Bukve (1996) vært benyttet til å støtte opp om nyinvesteringer, til opplæringstiltak og til utviklingsprosjekter og organisasjonsarbeid av ulikt slag i næringslivet. I 1995 mottok for eksempel Stryn Næringsssamskipnad (SNS) 200 000 kroner som støtte. Stryn kommune har også disponert større midler fra næringsfondet til ”redningsoperasjoner” av bedrifter i en vanskelig økonomisk situasjon. Disse midlene har da blitt gitt i form av ansvarlige lån, men også som rene driftsmidler.

Videre forsøker kommunen å legge til rette for næringslivet gjennom kommuneplanen. Stryns kommuneplan (1999- 2010) fremhever satsing mot etablering av flere utfordrende og interessante arbeidsplasser for ungdom, kvinner og høyere utdannede personer, som et svært prioritert område. Strategisk Næringsplan har blant annet sikring av kompetanse til næringslivet og utprøving av nye arbeids- og sysselsettingsformer som et prioritert område. Samtidig ser kommunen behovet for tilgjengelig næringsareal som en forutsetning for en positiv næringsutvikling, men også som en av hovedfaktorene for videre utvikling og bosetting i kommunen. På grunn av dette er nettopp næringsareal blitt vektlagt i Stryns kommune- og økonomiplan (1999-2010) (Stryn.kommune.no).

Oppsummert kan det sies at kommunens virksomhet overfor næringslivet spenner fra langsiktige virkemidler i form av aktiv tilrettelegging av infrastrukturelle forhold til hjelp gjennom kortsiktige tiltak i form av støtte til de enkelte bedrifter i krisesituasjon. Når Bukve (1996) i sin bok poengterer at det blir drevet lite oppfølging av de ulike bedriftene når alt ”går som det skal” mener jeg dette kan diskuteres med tanke på de ulike samhandlings og samarbeidsarenaer som etter hvert har kommet til. Neste avsnitt omhandler slike møteplasser og arenaer aktørene har på lokalt nivå. Selv om det ofte er de uformelle relasjonene som er de mest interessante, kan de formelle arenaene gi grunnlag for vennskap og uformelle relasjoner mellom aktører. Dette er faktorer som kan gi grunnlag for uformell kunnskaps- og informasjonsflyt og som kanskje kan påvirke samspillet i den geografiske forankringen.

4.3.3 Ulike samhandlings- og samarbeidsarenaer

Etter valget i 1995 ble næringsrådet omgjort til et næringsutvalg. Dette ble gjort på bakgrunn av et ønske om at blant annet fondsmidler skulle tildeles av politikere. Næringsutvalget ble et rent politisk utvalg med fem representanter kun fra kommunestyret. Før 1994 var også Stryn Næringslag (SNL), (en aktør bestående av representanter fra industri- og transportbedrifter), aktiv overfor kommune og politikere. SNL, kommunen og politikere sto i 1995 sammen bak etableringen av Stryn Næringsssamskipnad (SNS).

Ved oppstart besto SNS av bedrifter innen industri, transport og reiseliv samt handelsstanden i Stryn. Dette fordi aktørene ønsket å opprette et bredere og bedre samarbeid mellom kommunen og næringslivet. Ca to år etter oppstarten av SNS valgte medlemmene fra handelsstanden å gå ut av organisasjonen. I dag (2005) har SNS en heltidsansatt sekretær og

ca. 160 betalende medlemmer, der ca. 60 har bakgrunn fra transport og industri, og ca.100 fra reiseliv. I tillegg er Stryn Videregående skole en av organisasjonens medlemmer. Aktørene i landbruket har valgt å stå utenfor SNS. Det er dermed hovedsaklig transport-, industri- og reiselivsbedrifter som utgjør flertallet av medlemmene i organisasjonen.

Tanken bak næringsssamskipnaden er at den skal bidra til å skape dialog mellom næringslivet og kommunen, samtidig som den skal gjøre det lettere for aktører i næringslivet og stå sammen om saker de ønsker gjennomslag for. Næringsssamskipnaden skal ideelt fungere som en fellesorganisasjon for aktører i næringslivet. Andersen et al. (2004) hevder at ulike representanter både fra kommunen og medlemmer i organisasjonen omtaler SNS først og fremst som en interesseorganisasjon. Organisasjonen synes å være viktig for å gi næringslivets synspunkter tyngde i eventuelle politiske saker. Ved å stå samlet kan representantene gjennom SNS fungere som en pressgruppe. Rådmannen i kommunen hevder at bakgrunnen for SNS var å kunne ha et organ som representerte alle sektorer av næringslivet med tanke på både planlegging og fordeling av midler. SNS sin rolle som politisk aktør underbygges i den grad man kan si at den lokale kulturen legger opp til en kommunikativ planlegging.

Generelt kan det hevdes at kommunen siden slutten av 1980- tallet har forsøkt å vektlegge kompetanseutvikling i næringslivet. I 2002 bidro den til etableringen av Stryn Næringshage (SNH) i samarbeid med SIVA (Statens Industrivekstanlegg) og SND, og til etableringen av Nordfjord distriktsutvikling (NDU) i 1990.

Selve ideen bak Stryn Næringshage er at den skal tilby tjenester og utviklingsaktiviteter som kan bidra til vekst for de inkluderte bedriftene og til en videreutvikling av det eksisterende næringslivet. Næringshagen skal ideelt være en samlokalisering av aktiviteter som driver innen kunnskapsintensive og tjenesteytende næringer og man ønsker med dette å danne et faglig sosialt og utviklende miljø som skal virke tiltrekkende på personer med høyere utdanning og på gründere. Det er også ønskelig å videreutvikle potensiale i allerede eksisterende næringsliv. Visjonelt sett skal næringshagen fungere som en lokal motor for etablering og utvikling av kunnskapsarbeidsplasser og nyskaping. Næringshagen ønsker å fremstå som en innovatør og å dra med seg næringslivet i prosesser og nettverk som kan være inspirerende for nyskaping (stryn-nh.no). Thorstensen et al. (2003) hevder at næringshagen i

tillegg bidrar til å forsterke det entreprenørielle klimaet, ved å danne flere rammer for samarbeid.

Etter oppstarten av Stryn Næringshage i 2002 har det imidlertid foregått en "tapping" av oppgaver fra SNS til næringshagen. Det kommer frem fra flere av aktørene i Stryn at SNH har overtatt noen av oppgavene som primært tilfalt SNS. Samtidig har også oppgaver som tilfalt kommunens nærings sjef blitt næringshagens oppgaver. Det hevdes videre at samskipnaden har fått en stadig mer svekket rolle i lokalsamfunnet. Fra oppstarten av SNS var det ment at alt samarbeid mellom kommunen og næringslivet skulle foregå gjennom SNS. Dette har imidlertid blitt endret over tid. På midten av 1990- tallet hadde SNS en viktig rolle i tildelingen av statlig bedriftsstøtte og som felles apparat for bedrifter, samtidig som nærings sjefen tok seg av henvendelser til det offentlige når denne stillingen eksisterte. Andersen et al. (2004) hevder forholdet mellom SNS og kommunen var tettere før næringshagen ble opprettet. Eksempler på oppgaver som nå utføres av næringshagen er blant annet at næringshagen fungerer som rådgiver for nyetablerere og generelt arbeid med innovasjoner.

I tillegg til møter i de halvoffentlige organisasjonene SNS og SNH møtes ulike aktører i et "Samforum". Hver måned kommer representanter fra SNS, SNH og kommunen, med ordfører og rådmann, sammen i et samarbeidsforum hvor de bytter på å sette dagsorden. I dette forumet koordineres prosjekter, samtidig som det finner sted uformell meningsutveksling.

Nordfjord distriktsutvikling ble i 1990 etablert som aksjeselskap, der 75 % av aksjene tilfaller næringslivet og 25 % eies av Stryn kommune. NDU ble etablert som et resultat av arbeidet med strategisk næringsplan på slutten av 1980-tallet, men selv om tanken bak NDU var at næringslivet skulle styre og angi arbeidsoppgaver, har ikke kontakten opp mot næringslivet vært så sterk på dette punktet. Ellers påpekes det at forholdet mellom NDU, kommunen og sentrale aktører i næringslivet har vært god.

En annen arena hvor bedrifter har mulighet for å fungere i fellesskap er i Nordsida Næringsstove som ble etablert i 2001. En grunntanke bak etableringer av kompetansestover er noe av den samme som for næringshager, bare i mindre skala. Det sentrale er samlokalisering av bedrifter som driver innen kunnskapsintensive næringer. En etablering av en "kunnskapsstove" kan ha flere årsaker, eller utgangspunkt og i følge Inger Langvik blir

næringsstover og næringshager etablert for å utvikle eksisterende bedrifter og for å etablere nye. I Norsida næringsstove har Statens nærings- og distriktsutviklingsfond, (SND) støttet et samarbeidsprosjekt mellom fire av bedriftene. Dette samarbeidet har fokus på lokal verdiskaping i forbindelse med utvikling av hyttefelt og presentasjon og visualisering av hyttefeltene. Det hevdes at det tverrfaglige samarbeidet mellom bedriftene i næringsstovas prosjekter er en av deres største styrker (nordsida.no, bygdeutvikling.no). Det er også blitt startet regionale samarbeidsprosjekt – Næring i Nordfjord, som Bukve (1996) tidligere hevdet, har styrket interne nettverk mellom ledere i næringslivet.

Det er imidlertid viktig å erindre at aktører i næringslivet og i det politiske liv også fungerer som privatpersoner og at de ofte treffes i uformelle situasjoner. Stryn kommune er preget av et mangfoldig kulturliv med mange og differensierte møteplasser for ulike aktører. I de ulike bygdene finnes egne forsamlingshus, idrettsanlegg, idrettslag, korps, kor og skytterbaner. I tillegg er det tilrettelagt med kulturhus og svømmehall, idrettshaller med håndball- og squashbaner, klatrevegger, fotballbaner, skistadion, alpine skianlegg og hopp, samt friidrettsanlegg. (Stryn.kommune.no) De naturgitte omgivelsene i kommunen innbyr i tillegg til rekreasjon og avkobling. Dette er arenaer der man treffes og forteller hverandre ”hvordan det går på jobben” og hvor man dermed kan dele erfaringer og utfordringer.

Thorstensen et al. (2003) fremhever i sin rapport flere tilfeller der enkeltpersoner motivert av ”verdivalg” fremfor ”profittvalg”, har forlatt trygge arbeidsplasser og tort å satse for å være med å bidra til å skape bærekraftige arbeidsplasser i Stryn. Personlig tilknytning var i disse tilfellene en større faktor for valg av arbeidssted enn deres muligheter andre steder. Det kan virke som om det på flere plan er en grunnleggende interesse for at det skal gå Stryn vel. På tvers av de ulike arenaene og fora er det også flere enkeltpersoner som kan trekkes frem som pådrivere for næringslivet i kommunen. Både i SNS, SNH, NDU og i kommunen finner man igjen noen av de samme personene. Selvfølgelig vil dette forekomme oftere i distriktene der en og samme person ofte i større grad vil fungere i ulike roller.

4.3.4 Eksempler på felles samarbeidsområder

I kommunen finnes også flere eksempler på satsningsområder der aktører fra et bredt spekter samarbeider. Fyrtårnprosjektet er et samarbeidsprosjekt mellom Sogn og fjordane fylkeskommune, Stryn kommune, Stryn turn- og idrettslag, SNH, SNS (som blant annet

fungerer som sponsor og har en representant i styret) og Stryn videregående skole. Prosjektet er satt i gang av fylkeskommunen i Sogn og Fjordane. Prosjektet går ut på å forsøke å utvikle modeller for samarbeid mellom skole og næringsliv, spesielt innen tema som entreprenørskap, næring og læring og livslang læring. Det har i flere år vært et tett samarbeid mellom næringslivet og skolen og man ønsker fyrtårnprosjektet vil gi grunnlag for en ”entreprenørskole”, der entreprenørskap går igjen i flere fag.

Lenge har det vært ønskelig med en samlokalisering av den videregående skolen i Stryn. SNS og SNH har spesielt vært pådriverne for dette. Næringslivet har på denne måten vært med og forhandlet frem en avtale der fylkeskommunen overtar de gamle skolelokalene vederlagsfritt fra kommunen ved kjøp av nytt areal til et samlokalisert nybygg (Andersen et al. 2004).

Et annet prosjektområde omhandler bevisst bruk av design. Innovasjon Norge ønsker i fellesskap med Sogn og fjordane fylkeskommune å fremme design som satsingsområde i små og mellomstore bedrifter. Design kan fremstå som en stor konkurransefaktor for bedrifter og oppfattes som viktig for å øke merverdi og for å oppnå kvasirenter. Flere av bedriftene i kommunen opererer for eksempel innen produksjon av møbler, tekstiler og konfeksjon, treforedling og så videre der bruk av design kan være et viktig element i produksjonen. Stryn Næringshage arbeider blant annet med prosjektet ”*Designsatsing i Sogn og Fjordane 2004*”.

I tillegg har Stryn kommune over lang tid slitt med infrastrukturelle problemer i forbindelse med veistreknninger i området. Dette har knyttet sammen aktører fra bedrifter og det politiske liv. Videre har ulike fora fungert som pressgrupper for å fremme et sterkt ønske om bredbåndsdekning for alle bedrifter i området. Dette er noe som etter lang tid nå har fått et positivt resultat.

Et siste eksempel som kan nevnes er en ”tungbildag” som høsten 2004 ble arrangert i regi av SNS for transport-, verksteds- og industribedrifter. Formålet var å finne felles samarbeidsområder og utviklingsmuligheter. Dagen resulterte i et samarbeid mellom verksteder, tektyleringsselskap og transportselskap om en ”verkstedspakke” som kan tilbys transportbedrifter. Pakken består i at bedrifter blir tilbudt felles tjenester fra verksted, karosserimaker og tektylleverandør. Samlet viser disse eksemplene at det i Stryn eksisterer prosjekter på tvers av bransjer og ulike fora.

4.4 Oppsummering

I dette kapittelet har jeg presentert den konteksten caset utspiller seg i og som det er en del av. Dette er gjort ved at Stryns kommuneutvikling, næringslivsstruktur, kommunens tilrettelegging og bistand til næringslivet samt de økonomiske aktørenes samarbeids- og samhandlingsarenaer er presentert. Presentasjonen har vist at kommunen slik den fremstår i dag har vært gjenstand for flere kommunesammenslåinger og atskillelser. Kommunen gjennomgikk sent en industrialisering med utvikling av et næringsliv som var sterkt lokalt forankret. Over tid har dette næringslivet fremstått som sterkt og overlevelsedyktig. Det hevdes det har vært en utvikling av uformelle normer, konvensjoner og rolleforventninger som regulerer interaksjonen mellom deltakerne innen ”lokalsamfunnsfeltet”. Resultatet er at kommunen i dag har et variert næringsliv, med et reiseliv i sterk utvikling og der industrien har klart seg bemerkelsesverdig bra. Mange bedrifter klarer å promotere seg og kommunen er hjemsted for en rekke kjente merkevarer. Folketallet er samtidig i svak vekst til tross for et kvinneunderskudd i aldersgruppen 25-44 år.

Næringslivet i Stryn består av bedrifter av varierende størrelse, alt fra enmannsforetak til større bedrifter. Majoriteten av bedriftene har opprinnelse fra 1970- tallet og frem til i dag, men det finnes eksempler på bedrifter som startet opp på begynnelsen av forrige århundre. Kommunens tilrettelegging og bistand til næringslivet kan kjennetegnes av langsiktige virkemidler som tilrettelegging av infrastrukturelle forhold og av kortsiktige tiltak som hjelp og støtte i krisesituasjoner.

Siden 1990 er det opprettet flere samhandlings- og samarbeidsarenaer for aktører i næringslivet, for et faglig sosialt og utviklende miljø og for interaksjon mellom næringsaktører og lokale myndigheter. Eksempler på slike arenaer er Nordfjord distriktsutvikling, Stryn Næringsssamskipnad, Nordsida Næringsstove, Stryn Næringshage og et samforum. I tillegg finnes det en rekke uformelle arenaer i form av fritids- og kulturelle tilbud hvor muligheter for informasjonsutveksling er til stede. Det eksisterer i dag flere prosjekter på tvers bransjer og slike fora.

5 Bedrifiers geografiske forankring med utgangspunkt i kvantitative data

5.1 Innledning

Den første underproblemstillingen innebærer å kartlegge bedriftenes geografiske forankring. I teorikapittelet ble de økonomiske aktørene og bedriftenes geografiske forankring definert som romlig utbredelse og utstrekning av økonomiske aktørers sosiale nettverk. For å bli i stand til å presentere denne forankringen tas det utgangspunkt i bedriftenes romlige utstrekning av ulike faktorer. I dette tilfellet er det fokusert på geografisk utstrekning av eierskap og ledelse, ansattes bosted, markedsforhold (vare- og tjenesteleverandører og kundenettverk), og av samarbeidsforhold. Det er flere måter å fremstille den geografiske forankringen, men i dette kapitlet vil dataene fremstilles ved hjelp av tabeller. I avsnitt 5.2 presenteres kartleggingen av den geografiske forankringen til bedrifter i Stryn kommune. De ulike underavsnittene tar for seg faktorene som belyser denne forankringen. Avsnitt 5.3 avslutter kapitlet med en oppsummering.

5.2 Kartlegging av geografisk forankring

5.2.1 Eiere og daglige lederes geografiske bakgrunn, og ansattes bosted

Eiere, daglige ledere og ansattes geografiske bakgrunn og bosted kan ha stor innvirkning på næringslivs- og stedsutvikling, siden aktørers bakgrunn og opplevelser vil prege deres måte å handle og samhandle med andre aktører på. Består næringslivet av mange bedrifter med eiere og ledere med en lokalt forankret bakgrunn, kan dette medføre at disse aktørene har et ønske om en positiv utvikling ikke bare av bedriften men også av Stryn som sted. Et sted som kanskje også er hjemstedet deres.

Tabell 5.1 tar utgangspunkt i geografisk bakgrunn til den *største eier* av de aktuelle bedriftene. Generelt viser tabellen at det i stor grad er et lokalt eierskap av bedriftene i Stryn, noe som gjelder for 75,8 prosent av de aktuelle bedriftene. 16,1 prosent har bakgrunn av regional skala, mens kun 4,8 prosent kommer fra andre steder i Norge. Det vil si at tre

bedrifter har sin største eier med geografisk bakgrunn fra andre steder i Norge. Dette er en bedrift innen *industri, olje- og gassutvinning og bergverksdrift*, en innen *transport og kommunikasjon* og en bedrift innen *annen virksomhet*. Tabellen viser i tillegg at kun 3,2 prosent av bedriftenes største eiere har utenlandsk bakgrunn, nærmere bestemt fra andre land i Norden, noe som tilsvarer to bedrifter. En av disse eier virksomhet innen *transport og kommunikasjon* og en innen *annen virksomhet*.

Tabell 5.1: Geografisk bakgrunn til bedriftens største eier

	Abs.antall	%Alle	%Gyldige
Lokalt i Stryn	47	75,8	80,6
Regionalt	10	16,1	14,5
Nasjonalt	3	4,8	4,8
Andre land i Norden	2	3,2	3,2
Sum	62	100,0	100,0

Geografisk bakgrunn til bedriftenes daglige ledere kan trekkes inn som en annen indikator for geografisk forankring. Tabell 5.2 viser en oversikt over de aktuelle daglige ledernes geografiske bakgrunn.

Tabell 5.2: Geografisk bakgrunn til bedriftenes daglige ledere

	Abs.antall	%Alle	%Gyldige
Lokalt i Stryn	50	80,6	80,6
Regionalt	9	14,5	14,5
Nasjonalt	3	4,8	4,8
Sum	62	100,0	100,0

Tabellen viser at så mye som 80,6 prosent av de daglige lederne har sin geografiske bakgrunn fra Stryn, 14,5 prosent har en regional bakgrunn, mens kun 4,8 prosent har sin bakgrunn fra andre steder i Norge. Det vil si at det totalt er tre av de daglige lederne som har sin bakgrunn fra andre steder i Norge. Dette gjelder en leder innen *varehandel, hotell- og restaurantvirksomhet*, og to ledere innen kategorien *annen virksomhet*.

Alle de aktuelle bedriftene innen næringene *transport og kommunikasjon, tjenesteyting og eiendomsdrift, industri, olje- og gassutvikling og bergverksdrift* har hovedvekten av sine eiere og daglige ledere med lokal bakgrunn. Det samme har bedriftene innen *bygg, anlegg, kraft- og vannforsyning* og bedriftene innen *varehandel, hotell- og restaurantvirksomhet*. Majoriteten av bedriftenes eiere og ledere har dermed en personlig bakgrunn og geografisk forankring lokalt i Stryn. Mest sannsynlig har flere vokst opp i kommunen, studert eller lignende andre steder og kommet tilbake til kommunen i sitt yrkesaktige liv. Dette kan ha en sammenheng, som nevnt i kapittel fire, med de mange prosjektene som utføres i kommunen i

forhold til akkvisisjon og generering av entusiasme for stedet blant unge, som senere ønsker å ta del i driften av bedrifter på hjemstedet. Dette kan også ha en sammenheng med at mange av bedriftene som nevnt tidligere også er familiebedrifter, eller har bakgrunn som det.

Som nevnt i innledningen kan bedriftenes geografiske forankring også komme til uttrykk ved å undersøke *ansattes bosted*. Tabell 5.3 viser at de fleste bedriftene har så mye som fra 80-100 prosent av sine ansatte bosatt i Stryn kommune. (16,1 prosent oppgir at 80- 89 prosent av de ansatte bor i kommunen og 17,7 prosent oppgir at 90-99 prosent av de ansatte gjør det samme). 43,5 prosent av bedriftene har alle sine ansatte bosatt i Stryn. Dette viser at flesteparten av bedriftene har de ansatte bosatt i kommunen, men også at en del av de sysselsatte pendler til jobber i Stryn. Kun 3,2 prosent oppgir at de ikke har ansatte bosatt i kommunen, samtidig oppgir bare 1,6 prosent at de ikke har ansatte i bedriften.

Tabell 5.3: Bedriftenes andel ansatte bosatt i Stryn

	Abs.antall	%Alle	%Gyldige
40-49%	1	1,6	1,6
50-59%	4	6,5	6,5
60-69%	3	4,8	4,8
70-79%	3	4,8	4,8
80-89%	10	16,1	16,1
90-99%	11	17,7	17,7
100%	27	43,5	43,5
0%	2	3,2	3,2
0 ansatte	1	1,6	1,6
Sum	62	100,0	100,0

Med mange ansatte bosatt i nærheten av hverandre vil det ofte utvikles vennskaps og tillitsbånd på tvers av bedriftene. Dette fordi de ansatte i tillegg til å arbeide i næringslivet også er sosiale aktører i lokalsamfunnet som Stryn er for mange av dem. Derfor kommer de i kontakt med andre ansatte også i fritidsmessige sammenhenger. Disse interaksjonene kan føre med seg utvekslinger av informasjon og kunnskap som senere, både bevisst og ubevisst, kan benyttes i ulike jobbsammenhenger de ansatte tar del i. En høy andel ansatte bosatt i lokalsamfunnet der bedriften er lokalisert kan også medføre en større ”lojalitet” og et ønske om en positiv næringslivs- og stedsutvikling, enn dersom mange er bosatt andre steder.

Generelt har bedrifter innen de fleste næringer i Stryn majoriteten av de ansatte bosatt lokalt, men ved tilførsel av pendlere og andre utenfra vil bedriftene motta informasjon og perspektiver de kanskje vanskelig ville ha fått ellers. Dette kan bidra til å forhindre en ensproing i driften av bedriften. Tabell 5.4 inneholder derfor informasjon om de *øvrige ansattes bosted*.

Tabell 5.4: Bedriftens øvrige ansattes bosted

	Abs.antall	%Alle	%Gyldige
Regionalt	25	40,3	40,3
Nasjonalt	4	6,5	6,5
Internasjonalt	1	1,6	1,6
Ikke aktuelt	28	45,2	45,2
Nasjonalt/ internasjonalt	4	6,5	6,5
Sum	62	100,0	100,0

Tabell 5.4 viser at 40,3 prosent av bedriftene oppgir at deres øvrige ansatte er bosatt regionalt, det vil si på andre steder på Vestlandet. Dette gjelder åtte bedrifter innen *bygg, anlegg, kraft- og vannforsyning*, fem innen *transport- og kommunikasjonsnæringen* og fire innen *tjenesteyting og eiendomsdrift*. I tillegg gjelder dette fire bedrifter innen *industri, olje- og gassutvinning og bergverksdrift*, en innen *varehandel, hotell- og restaurantvirksomhet* og tre innen *annen virksomhet*. Kun 6,5 prosent av bedriftene oppgir at deres øvrige ansatte er bosatt andre steder i Norge. Dette gjelder en bedrift innen *industri, olje- og gassutvinning og bergverksdrift*, en innen *varehandel, hotell- og restaurantvirksomhet*, en innen *tjenesteyting og eiendomsdrift* og en innen *annen virksomhet*. Bare 1,6 prosent er bosatt internasjonalt. Dette gjelder en bedrift innen *varehandel, hotell- og restaurantvirksomhet*. Det er ingen andre bedrifter som oppgir dette. I tillegg oppgir 6,5 prosent av bedriftene at de har øvrige ansatte bosatt både nasjonalt og internasjonalt, noe som gjelder en bedrift innen *industri, olje- og gassutvinning og bergverksdrift*, to bedrifter innen *varehandel, hotell- og restaurantvirksomhet* og en bedrift innen *annen virksomhet*.

Tabellen viser videre at temaet ikke er aktuelt for 45,2 prosent av bedriftene. Dette tallet henger blant annet sammen med tallene i tabell 5.3, der 43,5 prosent oppgir at de har alle sine ansatte bosatt i Stryn. I tillegg oppga 1,6 prosent av bedriftene at de ikke hadde ansatte.

5.2.2 Geografisk utstrekning av markedsforhold

Tabell 5.5: Geografisk område for viktigste leverandør av varer (Råvarer, halvfabrikat, produksjonsutstyr og lignende)

	Antall	%Alle	%Gyldige
Stryn	11	17,7	17,7
Regionalt	14	22,6	22,6
Nasjonalt	24	38,7	38,7
I utlandet	11	17,7	17,7
Lokalt og nasjonalt	2	3,2	3,2
Sum	62	100,0	100,0

Tabell 5.5 viser at bedriftene i undersøkelsen først og fremst har sine leverandører av varer, som for eksempel råvarer, halvfabrikat, produksjonsutstyr og lignende, lokalisert nasjonalt –

andre steder i Norge og regionalt –andre steder på Vestlandet. 38,7 prosent av bedriftene har leverandørene lokalisert nasjonalt, mens 22,6 prosent har dem lokalisert regionalt. Videre oppgir kun 17,7 prosent at deres viktigste leverandør av disse varene er lokalisert i Stryn. Den samme prosentandelen av bedriftene oppgir at deres viktigste leverandører befinner seg i utlandet. 3,2 prosent av enhetene oppgir verdien ”lokalt og nasjonalt” på variabelen geografisk område for bedriftens viktigste leverandør av varer. Det kan være mange årsaker til denne fordelingen, men det er trolig at en stor variasjon i næringsstruktur på et lite sted som Stryn kan medføre at mange bedrifter kanskje ikke har tilgang på ønskede varer lokalt. Bedrifter i forskjellige bransjer kan ha behov for ulike varer, noe som gjør at de må søke ut i en videre geografisk skala for å få dekket sine behov. Seks bedrifter innen *tjenesteyting og eiendomsdrift*, syv innen *bygg, anlegg, kraft- og vannforsyning*, seks innen *industri, olje- og gassutvinning og bergverksdrift* og tre bedrifter innen *annen virksomhet* har et nasjonalt område for lokalisering av viktigste leverandør av varer.

Tre av bedriftene innen *varehandel, hotell- og restaurantvirksomhet* har sin viktigste leverandør av varer i utlandet. To bedrifter innen *annen virksomhet*, tre innen *industri, olje- og gassutvinning og bergverksdrift* og en innen *transport og kommunikasjon* har sine viktigste vareleverandører i samme område. Dette har i tillegg en av bedriftene innen *bygg, anlegg, kraft- og vannforsyning*. Dette viser at de fleste næringene har enkelte bedrifter med viktigste leverandør av varer lokalisert internasjonalt. En av bedriftene som har oppgitt at de opererer innen *annen virksomhet* enn de oppgitte næringene, og en av bedriftene innen *industri, olje- og gassutvinning og bergverksdrift* oppgir at deres viktigste leverandør av varer kombinert befinner seg lokalt og nasjonalt.

I utgangspunktet ville det være trolig at majoriteten av bedriftene i undersøkelsen har en lokal eller regional lokalisering for deres viktigste leverandør av standardiserte tjenester, som for eksempel rengjøring, transport og lignende. Blant annet hevder Jakobsen (2000) at det i de fleste tilfeller vil være en fordel med kort avstand mellom bedriften og leverandøren av standardiserte tjenester –spesielt fordi en kort avstand i mange tilfeller vil være kostnads- og tidsbesparende. I tillegg finnes det lokalt i Stryn egne bedrifter som tilbyr transport, noe som mulig tilsier at bedrifter kjøper slike tjenester lokalt. Tabell 5.6 viser at bedriftene i undersøkelsen først og fremst har sine leverandører av standardiserte tjenester lokalisert lokalt i Stryn. 56,5 prosent av bedriftene har slike leverandører lokalisert lokalt, mens 32,3 prosent har dem lokalisert regionalt. Videre oppgir kun 8,1 prosent at deres viktigste leverandør av

disse tjenestene er lokalisert nasjonalt – andre steder i Norge. Bare 1,6 prosent av bedriftene oppgir at deres viktigste leverandører befinner seg i utlandet. I tillegg oppgir 1,6 prosent verdien ”lokalt og regionalt” på variabelen geografisk område for bedriftens viktigste leverandør av standardiserte tjenester.

Tabell 5.6: Geografisk område for viktigste leverandør av standardiserte tjenester (Rengjøring, transport og lignende)

	Antall	%Alle	%Gyldige
Stryn	35	56,5	56,5
Regionalt	20	32,3	32,3
Nasjonalt	5	8,1	8,1
I utlandet	1	1,6	1,6
Lokalt og regionalt	1	1,6	1,6
Sum	62	100,0	100,0

Generelt har en høy andel av bedriftene innen de fleste næringene sin viktigste leverandør av standardiserte tjenester lokalisert lokalt. Bedriftene innen *varehandel, hotell og restaurantvirksomhet*, med syv bedrifter, har størst andel leverandører av standardiserte tjenester innen et regionalt område, sammenlignet med bedrifter i de andre næringene. Kun fem bedrifter oppgir å ha et nasjonalt område for lokalisering av sin viktigste leverandør av disse tjenestene. Dette gjelder to bedrifter innen *transport og kommunikasjonsnæringen*, en innen tjenesteyting og eiendomsdrift, en innen industri, olje- og gassutvinning og bergverksdrift og en innen annen virksomhet. (Det er dessverre vanskelig å si noe om hvilke konkrete steder i Norge dette gjelder) . Det er kun en av bedriftene i undersøkelsen som har sin viktigste leverandør av standardiserte tjenester lokalisert i utlandet. Bedriften som oppgir dette driver innen *industri olje- og gassutvinning og bergverksdrift*.

Tabell 5.7 viser at bedriftene i undersøkelsen først og fremst også har sine leverandører av avanserte tjenester, som for eksempel rådgiving, regnskap, data og lignende, lokalisert lokalt i Stryn. 59,7 prosent av bedriftene har slike leverandører lokalisert lokalt, 17,7 prosent regionalt, mens 21 prosent har dem lokalisert nasjonalt. Videre oppgir ingen bedrifter at deres viktigste leverandør av disse tjenestene finnes i utlandet. 1,6 prosent av enhetene oppgir verdien ”nasjonalt og i utlandet” på variabelen geografisk område for bedriftens viktigste leverandør av avanserte tjenester. Det er en noe lavere andel bedrifter med viktigste leverandør av avanserte tjenester lokalisert regionalt, enn for viktigste leverandør av spesialiserte tjenester. Samtidig er andelen leverandører lokalisert nasjonalt høyere for leverandører av avanserte tjenester enn for leverandører av de spesialiserte. Slike tilfeller kan

i følge Jakobsen (2000) komme av at avanserte tjenester er så spesielle at de ofte må innhentes fra et videre geografisk område.

Tabell 5.7: Geografisk område for viktigste leverandør av avanserte tjenester (Rådgiving, regnskap, data og lignende)

	Antall	%Alle	%Gyldige
Stryn	37	59,7	59,7
Regionalt	11	17,7	17,7
Nasjonalt	13	21,0	21,0
Lokalt /i utlandet	1	1,6	1,6
Sum	62	100,0	100,0

Generelt har bedriftene i de ulike næringene sine viktigste leverandører av avanserte tjenester lokalisert lokalt i Stryn. Det er tretten bedrifter, fordelt på alle de oppgitte næringene, som oppgir at de har sin viktigste leverandør av avanserte tjenester lokalisert nasjonalt. Kun en bedrift oppgir å ha disse leverandørene lokalisert nasjonalt og internasjonalt. Denne bedriften driver innen annen virksomhet.

Siden det til nå i avsnittet har blitt fokusert på ulike typer av leverandørvirksomhet, fokuseres det videre på bedriftenes deltagelse i ulike markeder. Stryn er et lite sted med flere små og mellomstore bedrifter. Det er derfor trolig at et lokalt og regionalt marked har stor betydning for mange av dem. Samtidig er Stryn en distriktskommune med relativt stor avstand til større handelssentra som Bergen og Oslo. I den sammenheng kan det derfor i mange tilfeller være nødvendig å rette interessen mot utvidede markeder og markedsandeler også andre steder, som for eksempel nasjonalt og internasjonalt. I tabell 5.8 er det laget en oversikt som viser den romlige utstrekningen på bedriftenes viktigste marked de tre siste årene. Dette gjør det enklere å danne et bilde av bedriftenes geografiske rekkevidde. Bedrifter som for eksempel har oppgitt viktigste marked både lokalt og regionalt vises i tabellen med en regional utstrekning av bedriftens viktigste marked. Dette betyr ikke at det utelates informasjon om at bedriften også har et viktig marked lokalt, men at bedriftenes rekkevidde markeres, da også medregnet eventuelle underliggende skalaer.

Tabell 5.8: Romlig utstrekning av viktigste marked siste tre år

	Abs.antall	%Alle	%Gyldige
Lokal utstrekn.	18	29,0	29,0
Regional utstrekn.	18	29,0	29,0
Nasjonalt utstrekn.	19	30,6	30,6
Internasjonal utstrekn.	7	11,3	11,3
Sum	62	100,0	100,0

Av tabellen kommer det frem at 29 prosent av bedriftene har en lokal utstrekning på lokalisering av sitt viktigste marked. Samtidig har 29 prosent av bedriftene som besvarte spørreskjemaet en regional utstrekning, mens 30,6 prosent av bedriftene har en nasjonal utstrekning av sine viktigste markeder de tre siste årene. *Tjenesteyting og eiendomsdrift* er næringen med flest bedrifter med regional utstrekning av sitt viktigste marked. Av næringer med høyest andel bedrifter med nasjonal utstrekning av det samme, er bedriftene innen *industri, olje- og gassutvinning og bergverksdrift* fremtredende. *Varehandel, hotell og restaurantvirksomhet* og bedrifter innen "annet" har også majoriteten av sine bedrifter med en nasjonal utstrekning av viktigste marked. Videre har 11,3 prosent av bedriftene en internasjonal utstrekning på det samme. De 11,3 prosentene grunner i fire bedrifter innen *industri, olje- og gassutvinning og bergverksdrift*, to innen *varehandel, hotell og restaurantvirksomhet* og en innen *transport og kommunikasjon*. Det er imidlertid ingen næringer som hovedsakelig har en internasjonal utstrekning på sitt viktigste marked.

Tabellen viser dermed at bedrifter i Stryn selger sine varer og tjenester til et vidt spekter av geografiske markeder. Det er så og si en jevn fordeling av bedrifter som har viktigste marked med lokal, regional og nasjonal geografisk utstrekning fra Stryn. Det vises i tillegg at Stryns næringsliv begynner å tilpasse seg og selge varer på et internasjonalt marked, noe som kan medføre positive reaksjoner i regionen. Eksempler på dette kan være økt sysselsetting og verdiskaping, selv om det ofte vil være vanskelig og ressurskrevende for mindre bedrifter å komme inn på et internasjonalt marked og å konkurrere der.

5.2.3 Geografisk utstrekning av bedriftenes samarbeidsforhold

I spørreskjemaet fikk enhetene presentert denne forståelsen av samarbeid:

"Samarbeid kan sees som forbindelser av en viss varighet og med en viss forpliktelse mellom to eller flere bedrifter, mellom bedrifter og organisasjoner, det offentlige, kunnskapsinstitusjoner med mer. Samarbeidet kan være uformelt, det kan være organisert gjennom medlemskap, gjennom skriftlige samarbeidsavtaler, for eksempel om fremtidig kjøp eller salg eller det kan være i form av samarbeidsselskap"

Bedrifters samarbeidsforhold, både formelle og ikke minst uformelle, har som regel stor betydning for deres utvikling. Å samarbeide med andre vil ofte fremtre som "veien å gå" for

bedrifter for lettere å tilpasse seg en stadig mer kompleks konkurransesituasjon. Gjennom organisasjoner som SND/ innovasjon Norge, SIVA og lignende har fokus på samarbeid også i Stryn blitt større. Ved å delta i nettverk av ulike typer, kan bedrifter få tilgang til ny kompetanse og andre goder, men de kan samtidig skaffe seg bedre tilgang til posisjoner som gjør at de får en bedre påvirkningskraft i forbindelse med ulike forhandlinger.

Tabell 5.9: Bedriftenes deltagelse i samarbeid med andre aktører siste tre år

	Abs. antall	%Alle	%Gyldige
Ikke i det hele tatt	8	12,9	12,9
Noe deltagelse	16	25,8	25,8
Deltagelse i middels grad	28	45,2	45,2
Deltagelse i stor grad	10	16,1	16,1
Sum	62	100	100

Tabell 5.9 viser at majoriteten av bedriftene i undersøkelsen har deltatt i samarbeid de tre siste årene. Videre kommer det i tabellen frem at ikke så mange bedrifter deltar i samarbeid med andre aktører i stor grad. De fleste bedriftene har noe deltagelse, eller deltagelse i middels grad. Dette er noe som er lett å forstå siden samarbeid av ulikt slag både kan virke og være tidkrevende. Det kan være at mange føler de må ofre dyrbar tid eller andre ressurser på å sette seg i kontakt med, eller inn i mulige samarbeidsmuligheter med andre aktører og derfor unnlater å begi seg ut på dette. I tillegg kan det være at bedriftene i Stryn driver virksomhet av så forskjellig art at det på forhånd kan være vanskelig å vite om det er mulig å samarbeide på tvers av bedrifter og næringer.

Tabell 5.10: Lokalisering av bedriftenes samarbeidspartnere siste tre år

	Abs.antall	%Alle	%Gyldige
Lokal utstrekning	9	14,5	14,5
Regional utstrekning	26	41,9	41,9
Nasjonal utstrekning	21	33,9	33,9
Nordisk utstrekning	1	1,6	1,6
Internasjonal utstrekning	3	4,8	4,8
Ikke deltatt i samarbeid	2	3,2	3,2
Sum	62	100,0	100,0

Siden det i dette kapittelet er fokus på geografisk forankring er lokalisering av bedriftenes samarbeidspartnere viktig. Tabell 5.10 viser en oversikt over romlig utstrekning av lokalisering av bedriftenes samarbeidspartnere de tre siste årene. 14,5 prosent har lokal, 41,9 prosent har regional og 33,9 prosent har en nasjonal utstrekning på lokalisering av bedriftenes

samarbeidspartnere de tre siste årene. Dette viser at bedrifter i Stryns næringsliv først og fremst har samarbeidspartnere regionalt, nasjonalt og lokalt, men at noen bedrifter også har opprettet samarbeid med aktører i Norden og internasjonalt. Kun 1,6 prosent har nordisk utstrekning av fenomenet, mens 4,8 prosent har en internasjonal utstrekning på lokalisering av sine samarbeidspartnere de tre siste årene.

Tabell 5.11: Bedriftsrepresentanters deltakelse i andre bedrifters styre

	Abs.antall	%Alle	%Gyldige
Ja	32	51,6	51,6
Nei	30	48,4	48,4
Sum	62	100,0	100,0

Selv om næringslivet i kommunen er variert og bredt er det ikke sikkert bedriftene finner tilstrekkelige samarbeidspartnere lokalt. I slike tilfeller søker de mulig ut til andre aktører som er lokalisert regionalt og nasjonalt. Det kan være at bedrifter gjennom samarbeid med andre regionalt og nasjonalt, kommer i kontakt med andre aktører for eksempel internasjonalt som kan være mulige samarbeidspartnere på ulike nivå. Ved for eksempel å være aktive og delta i hverandres styrerelasjoner utveksles erfaringer og synspunkter som kan bidra til nye perspektiver hos aktører i de aktuelle bedriftene. Av tabell 5.11 fremkommer det at omtrent halvparten av bedriftene i surveyen har representanter i andre bedrifters styre og at de resterende ikke har det.

Tabell 5.12 viser at bedriftene som har deltatt i andre bedriftsstyres først og fremst har slike styrerelasjoner lokalisert lokalt i Stryn, men at de samtidig orienterer seg mot bedrifter i en videre skala. Denne fordelingen av lokaliseringer kan ha en sammenheng med at aktører i lokalsamfunnet kjenner hverandre bedre og mulig derfor har lettere for å dra hverandre med i bedriftenes styre, noe som krever tillit mellom aktørene (Storper 1997). I Stryn har mest sannsynlig organisasjoner som SNS og andre sørget for større grad av interaksjon mellom aktører i ulike bedrifter.

Tabell 5.12: Lokalisering av andre bedriftsstyres aktørene har vært representert

	Antall	%Alle	%Gyldige
Lokalt	12	19,4	19,4
Lokalt/regionalt	3	4,8	4,8
Lokalt/regionalt/nasjonalt	7	11,3	11,3
Lokalt/nasjonalt	2	3,2	3,2
Regionalt	5	8,1	8,1
Nasjonalt	3	4,8	4,8
Ikke deltatt	30	48,4	48,4
Sum	62	100,0	100,0

Dette viser at bedriftene i denne sammenheng er godt lokalt forankret rent geografisk, men på grunn av de sammensatte kategoriene i tabell 5.12 er det også i dette tilfellet laget en tabell med oversikt over romlig utbredelse av bedriftsrepresentanters styredeltagelse. Dette gjøres for å lettere kunne danne et bilde av de økonomiske aktørenes geografiske rekkevidde. Fordelingen vises i tabell 5.13. Tabellen viser at 19,4 prosent av bedriftene har lokal utstrekning på slik deltagelse, samtidig som 19,4 prosent har nasjonal utstrekning på det samme. 12,9 prosent har en regional utstrekning, mens omtrent halvparten, 48,4 prosent, ikke har deltatt i andre bedrifters styre.

Tabell 5.13: Romlig utbredelse av bedriftsrepresentanters styredeltagelse

	Abs.antall	%Alle	%Gyldige
Ikke deltatt	30	48,4	48,4
Nasjonal utstrekn.	12	19,4	19,4
Lokal utstrekn.	12	19,4	19,4
Regional utstrekn.	8	12,9	12,9
Sum	62	100,0	100,0

Det er for øvrig viktig å være klar over at det ikke alltid kun er positive sider ved å delta i bedriftssamarbeid og nettverk. Bedrifter kan miste ”forspranget på eventuelle konkurrenter dersom de slipper andre utenforstående aktører for tett inn på seg. En slik ”proteksjonisme” vil i de fleste tilfeller likevel ikke lønne seg på en langsiktig basis.

5.3 Oppsummering

I dette kapitlet har det blitt fokusert på bedrifters geografiske forankring definert som romlig utbredelse og utstrekning av økonomiske aktørers sosiale nettverk. I avsnitt 5.2 har kartleggingen av den geografiske forankringen blitt presentert gjennom de ulike underavsnittene som har presentert ulike aspekter eller måter å operasjonalisere en slik forankring. Det har blitt tatt utgangspunkt i geografisk utstrekning av eierskap og ledelse, ansattes bosted, markedsforhold, (vare- og tjenesteleverandører og kundenettverk), og av samarbeidsforhold mellom ulike aktører. Forankringen er blitt fremstilt ved hjelp av tabeller. Det har blitt vist at næringslivet i Stryn i stor grad er preget av en lokal geografisk forankring.

Oppsummert eies bedriftene i surveyen i 75,8 prosent av tilfellene av personer med geografisk bakgrunn fra Stryn. Samtidig har mer enn 80 prosent av de daglige lederne denne bakgrunnen. Kun tre bedrifter har daglig leder med en videre nasjonal bakgrunn. Mer enn 70 prosent av

aktørene oppgir at de har mellom 80 og 100 prosent av sine ansatte bosatt i Stryn. Det vil si at flesteparten av bedriftene har sine ansatte bosatt i Stryn, men samtidig at en del av bedriftene har ansatte bosatt andre steder. De som ikke er bosatt i Stryn bor først og fremst regionalt (40,3 prosent oppgir dette).

Oppsummeres bedriftenes geografiske utstrekning av markedsforhold er bedriftene også i dette tilfellet i stor grad lokalt forankret, spesielt med tanke på lokalisering av bedriftenes viktigste leverandør av standardiserte og avanserte tjenester der nesten 60 prosent av bedriftene i disse tilfellene har leverandørene lokalisert lokalt. Ingen bedrifter oppgir at deres viktigste leverandør av avanserte tjenester er lokalisert i utlandet, men 1,6 prosent oppgir en kombinasjon av nasjonalt og ”i utlandet” for lokalisering av disse tjenestene. Samtidig er det en jevn fordeling mellom en lokal, regional og nasjonal geografisk utstrekning av lokalisering av bedriftenes viktigste marked de tre siste årene. Kun 11,3 prosent oppgir en internasjonal lokalisering på sitt viktigste marked. Dette viser at bedrifter i Stryn selger sine varer og tjenester til et bredt spekter av geografiske markeder. Selv om ingen næringer hovedsakelig har en internasjonal utstrekning på sitt viktigste marked, begynner næringslivet å tilpasse seg og selge varer på et internasjonalt marked.

Settes fokus på lokalisering av bedriftenes viktigste leverandør av varer brytes derimot mønsteret. Flest bedrifter oppgir å ha en nasjonal deretter en regional og til sist en lokal lokalisering av deres viktigste leverandør av varer. Like mange bedrifter har sin viktigste leverandør i utlandet som de som har dette lokalt i Stryn. Samtidig oppgir bedrifter innen de fleste næringer at deres viktigste leverandør av varer er lokalisert i utlandet. Også bedriftenes romlige utstrekning av samarbeidsforhold markerer en geografisk forankring ut over det lokale. Høyest prosentandel oppgir en regional utstrekning, deretter en nasjonal før en lokal geografisk utstrekning av lokalisering av samarbeidsrelasjoner. Samtidig har enkelte bedrifter samarbeidsrelasjoner til bedrifter i Norden og internasjonalt selv om dette heller ikke gjelder så mange. I tilfeller der aktørene deltar i andre bedrifters styre skjer dette i størst grad lokalt, men flere deltar også i styre relasjoner av videre skala.

Kapittelet viser dermed at den geografiske forankringen til bedriftene i surveyen i stor grad er lokal, men at den samtidig begynner å preges av sosiale nettverk i videre skala spesielt innen kjøp av varer og tjenester og når det gjelder lokalisering og geografisk utstrekning av samarbeidsforhold.

6 Bedrifters kulturelle forankring - Miljøet i Stryn med utgangspunkt i kvalitative intervju og survey

6.1 Innledning

Forrige kapittel gjennomgikk bedriftenes geografiske forankring, deres romlige utbredelse og utstrekning av sosiale nettverk. Dette kapitlet har derimot fokus på den andre underproblemstillingen. Det vil si et fokus på hva som kjennetegner bedriftenes kulturelle forankring. I teorikapitlet ble denne type forankring definert som;

...”de verdier, rolleforventninger og uformelle kunnskap og læreprosesser som finner sted i de sosiale nettverkene økonomiske aktører inngår i”.

Med dette forstås den kulturen som til en hver tid er til stede og som påvirker aktørenes måte å handle på. Det som menes med dette er rett og slett det mentale, immaterielle innholdet i nettverkene aktørene inngår i. På denne måten kan det sies at den kulturelle forankringen kan forstås som ”interiøret” i nettverkens geografiske forankring.

Gjennom den videre inndelingen av kapitlet presenteres forskjellige kjennetegn og sider ved aktørenes kulturelle forankring. Avsnitt 6.2 presenterer et avsnitt hvor det spørres om det er helt greit å ville noe –om verdier og konvensjoner det er mulig å kjenne igjen blant aktører i Stryn. I avsnitt 6.3 presenteres ulike forventninger mellom næringslivsaktører, mens uformelle kunnskaps- og læreprosesser er tema i avsnitt 6.4. I avsnitt 6.5 oppsummeres kapitlet.

6.2 Helt greit å ville noe?

Stryn er som kjent et relativt lite sted. Gjennom intervjuene kom det frem at dette stort sett er en faktor som blir verdsatt av aktører i samfunnet. Flere ganger ble det trukket frem at ”*Stryn er et lite sted der alle kjenner alle*”. Dette ble sett som en viktig årsak til at den uformelle nettverksbyggingen hovedsakelig foregår lokalt i Stryn. -Det er lettere å ta kontakt med dem du allerede kjenner bakgrunnen til. Videre kan dette være en faktor som spiller inn når flere aktører trekker frem at det i Stryn i stor grad ser ut til å være lite forekomst av jantelov med

tanke på entreprenørskap og næringsutvikling. Det kan i mange tilfeller være enklere å være positivt innstilt til venner eller de du tidligere har vært i kontakt med, enn de du ikke har noe forhold til. Dette ble utdypet ved at det gjennom intervjuer og samtaler flere ganger kom frem at folket i bygdene i Stryn hevder det ikke finnes jantelov i området;

”her er fri for jantelov, bygdene har ei drivkraft i seg til utvikling og nyskaping, her er pågangsmot, identitets- og fellesskapskjensle...” (respondent A).

Det vises til at det er og har vært gode tradisjoner på å hjelpe hverandre og at det ikke er noen skam i å misslykkes med noe. Det er mange ganger bedre å forsøke å prøve ut ideer enn å la være. Samtidig verner flere om hjemstedet. En aktør sier i denne sammenhengen:

”Størrelsen på stedet er ingen hindring. I dag er det hele verden som er markedet. Det handler egentlig om å finne på noe nytt der du er...” (respondent B).

Lokale og regionale, offentlige og private instanser i Stryn ser samtidig at det er viktig å støtte opp under nytenking og entreprenørskap. Det finnes mange konkrete eksempler på hvordan dette har blitt gjort i praksis. På årsmøtet i Stryn næringsssamskipnad deler Nordea og sparebanken i Sogn og Fjordane ut en nyskappingspris på 20 000 kroner. Det eksisterende næringslivet er med å påvirke hvilke satsningsområder som settes på dagsorden ved at styret i SNS, en representant fra Innovasjon Norge og en fra NHO -Sogn og Fjordane sitter i juryen. Denne nyskappingsprisen har som formål å skulle stimulere til nyskaping og til utvikling av eksisterende arbeidsplasser.

I tillegg er et Trainee-program for ”målrettet ungdom” satt i verk av Sparebanken, Alexandra Hotell og Sogn og Fjordane Energi, Domstein. Dette er gjort fordi de hevder: *”det er viktig å ta vare på lokalpatriotismen, vi kan ikke stole på alle andre...”*. Flere bedrifter har videre opprettet opplæringsstillinger for å få høyt utdannede ungdommer hjem til kommunen.

Andre eksempler på at det lokale står sterkt i aktørenes verdier og at det er lov å ta initiativ, er konfeksjonsbedriften Ricco Vero. Bedriften har en solid arbeidsstokk med lokal forankring, noe de ser som svært viktig:

”det vi presterer ikke skal være en enmannsforestilling men et lagspill der vi drar med oss lokalmiljøet [...].det vil ikke være snakk om noen utflagging, Olden vil være utgangspunktet uansett om bedriften skulle slå til internasjonalt” (respondent C).

Disse eksemplene viser at aktører og andre i lokalsamfunnet innehar verdier orientert ut i fra normer som verdsetter nytenking og entreprenørskap. Engasjementet for det lokale er stort og det blir sett på som positivt om ulike aktører lykkes med å utvikle noe nytt i det eksisterende miljøet. Samtidig vitner eksemplene om verdier der aktører verner sterkt om seg og sine.

6.3 Uformelle forventninger mellom næringslivsaktører

Økonomiske aktørers formelle og uformelle interaksjon og samhandling med andre aktører kan i mange tilfeller ha stor betydning for deres kulturelle forankring. En av årsakene til dette er at aktører som samhandler har forventninger til hverandre og til måten det opptrer på i det enkelte miljø. Spesielt kan dette kobles til forventninger som stilles til dem som en konsekvens av statusene de innehar som næringslivsaktører. Det vil i et næringsmiljø stilles rolleforventninger til aktørenes utførelse og fremtreden i de rollene de opererer innenfor. Dette kan være forventninger fra lokalbefolkningen, lokale kommunale myndigheter og fra kunder og underleverandører. I tillegg kommer ikke minst forventninger fra andre sosiale relasjoner den enkelte aktøren tar del i som for eksempel vennskaps- og familierelasjoner. Slike forventninger vil kunne påvirke de enkelte aktørene i deres daglige praksiser. Over tid kan aktører i ett og samme miljø utvikle felles forståelser og handlingsrammer for en og samme rolle, som for eksempel hvordan en bedriftsleder skal oppføre seg i ulike situasjoner.

Gjennom intervjuene kom det frem at det i mange tilfeller er sterke bånd innad i næringslivet og stor tillit til befolkningen i kommunen. To av respondentene uttalte:

”Stryn står for det trygge og solide, stabil og dugande arbeidskraft. Vi kjenner folket... det er ei styrke at næringslivet kan samlast i felles interesse.....” (respondent B).

”lokalmiljøet rundt kjernevirksomheten er en styrke for hele konsernet. Uansett ny teknologi vil den menneskelige faktoren spille ei avgjerande rolle,[...] det vil alltid være arbeid for dugande folk ...” (aktør F).

Disse uttalelsene viser at tilliten til at folk i nærmiljøet trår til er stor. Spesielt i det første sitatet ligger det en underliggende tone om at det forventes og at det er viktig å ta vare på lokalsamfunnet – det trygge og solide. Mange bedrifter har for eksempel hovedkontor i Stryn, selv om de har flyttet deler av, eller hele produksjonen til andre steder.

6.3.1 Forventninger og samarbeid

Til tross for uttalelsene om å samles i felles interesse kom det også frem at de fleste aktørene som driver samarbeid med andre, samarbeider på ulike områder og innen ulike bransjer. Det ser ut til at bedrifter som er lokalisert sammen i bygg eller områder, som for eksempel bedriftene innen Stryn næringshage samarbeider mer, eller i større grad, enn de som er lokalisert utenfor slike samlokaliseringer. Dette kan være fordi aktører som er samlokalisert i større grad forventer samarbeid med hverandre enn med de som er lokalisert utenfor.

En faktor som kom frem i intervjusammenheng og som kan være med å belyse aktørenes forventninger til hverandre er at lokale aktører i Stryn i større grad drar hverandre med i samarbeid eller kjøper varer og tjenester av hverandre fremfor å samarbeide med eller handle med andre aktører. Dette kan indikere at mange setter det lokale nettverket høyt, at de forsøker å bidra til et variert og fleksibelt næringsliv lokalt, eller at det forventes av ledelsen ved de ulike bedriftene at de drar nytte av lokale ressurser. På en annen side kan det i mange tilfeller være rimeligere å samarbeide og gjøre innkjøp hos lokale aktører fremfor andre lokalisert lenger unna – spesielt med tanke på infrastrukturelle kostnader som avstand drar med seg, både i reisetid, frakt og diverse utstyr.

Ved hjelp av surveyen ble det belyst hvordan bedriftene har etablert kontakt med aktuelle samarbeidspartnere. Tabell 6.1 viser at aktørene som har drevet samarbeid først og fremst har tatt kontakt med aktuelle samarbeidspartnere fordi de har hatt kontakt tidligere, eller fordi de kjenner bedriftslederen fra før. Dette viser at de ofte går for det de vet er trygt og stabilt. Det kan mulig indikere at bekjentskap fungerer som, eller at det er forventet at det skal fungere som, døråpner for samarbeidsforhold mellom økonomiske aktører. En årsak kan være at det i mange tilfeller vil være lettere å rådføre seg med venner og de du er fortrolig med, til tross for at andres råd og veiledning i mange tilfeller kan være fornuftige.

Tabell 6.1: Etablering av kontakt med aktuelle samarbeidspartnere

Kontaktmåte*	Antall	%-vis andel av enhetene	N
Gjennom tidligere kontakt	51	82,3	62
Fordi man kjenner bedriftslederen fra før	44	71,0	62
Gjennom møte i felles kantine	3	4,8	62
Gjennom annen uformell kontakt (på bussen, hos servicebedrifter ol.)	11	17,7	62
På andre måter	2	3,2	62

*Av andre måter kontakt med samarbeidspartnere er blitt etablert, nevnes gjennom nordsida næringsstove, mellom mor- og datterselskap og ved direkte kontakt.

Ved å se på måten bedriftssamarbeid har vært organisert kan man muligens også si noe om forventninger næringslivsaktører har til hverandre. I følge tabell 6.2 har bedriftssamarbeid de tre siste årene først og fremst vært organisert via skriftlige samarbeidsavtaler. Dette er forventet siden bedrifter fremtrer som formelle enheter i mange tilfeller. Det sentrale er at tabellen samtidig viser at en høy prosentandel av bedriftene har organisert bedriftssamarbeid ved uformelle avtaler. Dette kan være en indikator på at mange avtaler kommer til gjennom bekjenskaper der det forventes at aktørene kan stole på hverandre. Dette samsvarer med tallene i tabell 6.1 som viser at aktører tar kontakt fordi de kjenner hverandre fra før.

Tabell 6.2: Hvordan bedriftssamarbeid har vært organisert

Måte å organisere bedriftssamarbeid*	Antall	%-vis andel av enhetene	N
Ved uformelle avtaler	41	66,1	62
Ved skriftlige samarbeidsavtaler	43	69,4	62
Ved etablering av samarbeidsselskap	15	24,2	62
Gjennom franchise-avtaler	2	3,2	62
Gjennom andre alternativer	7	11,3	62

* viktig å være klar over at hver enhet kan ha krysset av for flere alternativer.

6.3.2 Næringsliv og politiske aktører.

I flere tilfeller forventer aktører i næringslivet at politiske aktører og andre myndigheter tilrettelegger og bidrar til gode rammebetingelser som for eksempel at skatter og avgifter holdes nede, god samferdsel i regionen, barnehageplasser og benyttelse av fondsmidler til bedring av infrastruktur. Et eksempel på at kommunen har forsøkt å imøtekomme noen av disse forventningene ble vist i kapittel fire, der det kom frem at det offentlige har grepet inn og reddet bedrifter ut av krisesituasjoner. Dette har bidratt til at flere av bedriftene i dag er stabile og er med og bidrar til et variert næringsliv. Til tross for denne "krisehjelpen" er mange bevisst de utfordringer som kan dukke opp. Sitatet under viser at det forventes en bevissthet rundt det faktum at aktører i næringslivet må tenke nytt og annerledes for å utvikle seg:

”Her er høy andel av industri, et reiseliv som er følsomt, internasjonale vibrasjoner, eit landbruk som krev omstilling her er liten andel tjenesteytande næring. Dette set krav til nyskaping og utvikling...” (respondent H).

Aktørenes holdninger og tilfredshet med kommunale organers tilrettelegging for næringsvirksomhet kan fremstå som en viktig faktor på bedriftenes kulturelle forankring. Dette fordi slike holdninger kan vise hvilke konvensjoner og rolleforventninger som finnes i nettverkene. Som andre forhold vil samspillet mellom ulike typer myndigheter og næringsliv være i stadig endring og det vil stilles nye krav eller forventninger til partene i samspillet. Ulike myndigheter vil som regel fremme et ønske om nye og flere arbeidsplasser for opprettholdelse av sysselsetting, bosetting og folketall. Samtidig vil næringslivet ofte fremme et ønske om forbedret infrastrukturelle og driftsrelaterte forhold. De holdninger aktører har til det offentlige ”forpliktelser” til å støtte opp under næringslivets ønsker og deres antatte behov preges av den kultur og konvensjoner som er til stede i næringsmiljøet. Dette avhenger av om konvensjonene tilsier at aktørene ”skal” forvente å få mest mulig tilpasset nye utfordringer de må håndtere, eller om de i stor grad er villig til å kjempe for egen utvikling.

Tabell 6.3 viser at omtrent halvparten av enhetene i surveyen er middels fornøyd og 14,5 prosent er svært missfornøyd med de kommunale organenes tilrettelegging. De resterende er godt fornøyd eller svært godt fornøyd.

Tabell 6.3: Tilfredshetsgrad med kommunale organers tilrettelegging for næringsvirksomhet

Grad av tilfredshet	Antall	% Alle	% Gyldige
Svært missfornøyd	9	14,5	14,5
Middels fornøyd	32	51,6	51,6
Godt fornøyd	18	29,0	29,0
Svært fornøyd	3	4,8	4,8
Sum	62	100,0	100,0

Tabell 6.4: Mangler regionen tilbud innen enkelte viktige tjenesteområder

	Antall	%Alle	%Gyldige
Ja	23	37,1	37,1
Nei	39	62,9	62,9
Sum	62	100,0	100,0

Samtidig viser tallene i tabell 6.4 at godt over halvparten av enhetene i surveyen mener det ikke er et mangelfullt tilbud i regionen innen viktige tjenesteområder. Det kan tyde på at den

daglige settingen og rammevilkårene de opererer under er god og tilfredsstillende, eller at aktørene ikke er så kravstore, til tross for at et flertall kun var middels fornøyd med den kommunale tilretteleggingen. I tabell 6.5 fremstilles enkelte punkter som likevel står på ”ønskelisten” over faktorer som kan gjøre Stryn mer attraktiv for næringsvirksomhet.

Tabell 6.5: Aktørers vurderinger av måter kommunale og regionale myndigheter kan gjøre Stryn mer attraktiv for næringsvirksomhet

Måter å øke Stryns attraktivitet for næringsvirksomhet*	Antall	%- vis andel av enhetene	N
Økt tilrettelegging av næringsareal og næringsbygg	26	41,9	62
Ved å være mer tilgjengelig for forhandlinger om lokalisering/ omlokalisering av virksomhet	6	9,7	62
Økt kommunal stimulering til kontakt med de næringsdrivende	30	48,4	62
Ved å utbedre vei og trafikkforhold	39	62,9	62
Ved å redusere kommunal saksbehandlingstid	10	16,1	62
Ved bruk av økonomiske inciamenter, (investeringstilskudd, gunstige lån ol.).	41	66,1	62
Andre måter	2	3,2	62

* Hver enhet kan ha krysset av for flere alternativer. ”Andre måter” som ble nevnt for å øke attraktivitet for næringsvirksomhet, er bolig for ansatte, bredbånd, pådriver for overordnede mål i næringslivet, initiering av nødvendige utredninger og utbedring av infrastruktur.

Spesielt fire faktorer peker seg ut i tabellen. For det første ønskes det at kommunale og regionale myndigheter i større grad kan bruke økonomiske inciamenter som for eksempel investeringstilskudd, gunstige lån og lignende. For det andre ønskes det en utbedring av vei og trafikkforhold og for det tredje er det ønskelig med en økt kommunal stimulering til kontakt med de næringsdrivende. En stor andel av bedriftene ser i tillegg et behov for økt tilrettelegging av næringsareal og næringsbygg. En økt kommunal stimulering til kontakt med de næringsdrivende kan på mange måter åpne for økt forståelse mellom de ulike instanser i næringslivet og for økt interaksjon mellom mennesker på tvers av bedrifter og det offentlige. Dette kan igjen medføre utveksling av kunnskap og erfaringer som på sikt kan danne grunnlag for en positiv utvikling der aktører på ”grassrotnivå” kan få økt innflytelse. En aktør fra de lokale myndighetene kom med en uttalelse som viser at det også forventes at myndighetene støtter lokale aktører i næringslivet. Samtidig viser sitatet at aktøren ikke ønsker en for stor grad av ”navlebeskuelse” eller selvsentrering:

”Det er viktig å skape et miljø som støtter opp under dei lokale kreftane som vil noko... samstundes som vi er opne for nye idear utanfrå...” (respondent G).

6.3.3 Sted og næring

Det kan virke som om det å være en del av lokalsamfunnet til tross for at man deltar i nettverk av videre geografisk skala, skaper forpliktelser om å skape arbeidsplasser lokalt og om å bidra til å opprettholde lokalsamfunnet. Sitatene og uttalelsene i de foregående avsnittene viser at lokalsamfunnet og miljøet er viktig for bedriftene og de som driver dem, men samtidig viser tabell 6.6 at det ikke er så mange aktører som mener deres bedrift er svært viktig for Stryns stedsutvikling. Majoriteten av aktørene har en oppfatning av at deres bedrift kun er litt viktig eller viktig for Stryns utvikling som sted. Dette kan indikere at aktørene ikke har tiltro til at deres bedrift er spesielt viktig for utviklingen, at de har følelsen av ikke å ha så mye å bidra med, eller at de tror deres påvirkningskraft ikke er så stor. Derimot kan det også være fordi aktørene opplever å møte forventninger de ikke klarer å fylle kun i lokalsamfunnet.

Tabell 6.6: Bedriftenes egenvurdering av betydning for Stryns stedsutvikling

Betydningsgrad	Antall	% Alle	% Gyldige
Ikke viktig	7	11,3	11,3
Litt viktig	23	37,1	37,1
Viktig	23	37,1	37,1
Svært viktig	9	14,5	14,5
Sum	62	100,0	100,0

På spørsmål om hva som er årsaken til denne egenvurderingen i forhold til betydning for stedsutvikling kommer det frem at det først og fremst er vanskelig å spesifisere hvorfor. Andre hevder det må være fordi de bidrar med arbeidsplasser, at de driver markedsføring for Stryn, eller at de sitter inne med lokal kompetanse på det de driver med. Enkelte er mindre oppløftende og hevder de har liten betydning i denne sammenheng fordi de er små.

”Vi er så små[...]kan ikke ha stor betydning [...]Stryn ville jo være Stryn utan oss...”
(respondent D).

Tabell 6.7: Stedsutvikling og deltakelse i næringslivsorganisasjoner (%)

	Ikke viktig	Litt viktig	Viktig	Svært viktig	Sum
Ja, i stor grad	14,3	30,4	17,4	33,3	24,2
Ja, til en viss grad	14,3	34,8	52,2	66,7	43,5
Nei, ikke i det hele tatt	71,4	34,8	30,4	0,0	32,3
Sum	100,00	100,0	100,0	100,0	100,0
N	7	23	23	9	62

(*Signifikans=0,0888)

I tabell 6.7 sees aktørenes vurdering av egen betydningsgrad for stedsutvikling opp mot variabelen ”representanter for virksomheten aktive i næringslivsorganisasjoner/ foreninger” .

Tabellen viser at aktører som ikke er aktive i næringslivsorganisasjoner i minst grad ser sin bedrift som viktig for Stryns utvikling. Dette kan være fordi de mener de ikke bidrar til å sette dagsorden i næringslivs- og stedsutviklingen. Det interessante er at aktører som til en viss grad deltar i næringslivsorganisasjoner i større grad hevder de er viktige for Stryns utvikling, enn de aktørene som i stor grad deltar i slike organisasjoner. Det kan være flere grunner til dette, men en mulig årsak kan være at aktører som i stor grad deltar i næringslivsorganisasjoner har lettere for å se flere begrensninger i sine påvirkningsmuligheter enn de som i mindre grad tar del i slike organisasjoner.

6.4 Uformell kunnskap og læreprosesser

Stabæk (2000) hevder økonomisk vekst skapes gjennom læring som igjen legger grunnlag for innovasjon. For å oppnå et innovativt næringsliv mener han det må foregå en akkumulasjon av erfaringer knyttet til utvikling av produkter, prosesser og tjenester. Han beskriver læringsprosesser som interaktive og som sosialt forankrede. Han mener derfor at ingen økonomisk sfære kan skilles fra den sosiale.

Kunnskapsutveksling skjer ofte utenom formelle fora. I Stryn ligger forholdene godt til rette for å stimulere til slik kontakt. Det er et lite lokalsamfunn og i kapittel fire ble det beskrevet at fritids- og rekreasjonsmulighetene er mange og varierte. Dette stimulerer ofte til møter mellom ulike aktører på det private plan og til utvikling av vennskaps og tillitsforhold. Videre kan dette medføre økt flyt av kunnskap og informasjon mellom aktører i ulike nettverk fordi terskelen for å ta kontakt, ikke blir så høy dersom det er tilstede en stor grad av tillit. Dette bekreftes i sitatet under:

”Vi kjenner hverandre her i Stryn. ... lite lokalsamfunn, vil man ha kontakt med noen så banker man på døra”.

SNS og SNH er på denne måten ikke avgjørende for kontakten bedriftene har med hverandre, men samtidig kan slike fora indirekte bidra til uformell informasjons- og kunnskapsflyt siden de er med å sette dagsorden i miljøet. Aktørene deltar i læreprosesser gjennom deres deltagelse i slike og andre næringslivsorganisasjoner. Gjennom surveyen oppga de aktuelle aktørene at det er vanskelig å spesifisere hvorfor de deltar i slike nettverk, men at det først og fremst er for å utveksle erfaringer, for å følge med på det som skjer og for å få

påvirkningsmulighet. Det sosiale med å komme sammen i møte med andre ansees også som en viktig årsak. At det er stimulerende og ansees som viktig å komme sammen i fellesskap utdypes i uttalelsen under:

”Tal timar som blir lagt ned på frivillig basis er stor... Slik har det vore i mange år...truleg er dette ei årsak til at Stryn er spesiell...” (respondent J).

Tabell 6.8 viser at de aktuelle aktørene hevder det til en viss grad utveksles erfaringer med andre næringslivsledere i slike organisasjoner. Representanter for 16 av 62 bedrifter hevder det i stor grad utveksles erfaringer, mens 18 hevder det ikke i det hele tatt utveksles erfaringer med andre næringslivsledere i disse organisasjonene. På spørsmål om hvilke erfaringer som utveksles oppgis erfaringer angående felles utfordringer, produksjon, markedsføring, forhandlinger og teknologiutvikling.

Tabell 6.8: Grad av erfaringsutveksling med andre næringslivsledere i næringslivsorganisasjoner

	Antall	%Alle	%Gyldige
Ja, i stor grad	16	25,8	-
Ja, til en viss grad	28	45,2	60,9
Nei, ikke i det hele tatt	18	29,0	39,1
Sum	62	100,0	100,0

*Inkludert 46 enheter av 62 Sp. 26.b erfaringer som utveksles i slike fora

Samtidig arrangerer SNS blant annet bedriftsbesøk og temadager for næringslivet i kommunen. Dette kan sees som et forsøk fra deres side på å bidra til uformell nettverksbygging og på å skape møteplasser som videre kan stimulere til utvikling og mulig økt konkurranseinstinkt som igjen vil kunne virke positivt på utvikling.

Likevel kom det frem i intervjuene at nytenkning og produktutvikling ofte finner sted innad i bedriften eller med liknende bedrifter lokalisert andre steder enn i Stryn. Flere av bedriftene har startet som en liten bedrift som etter hvert har tatt over, eller blitt med i driften av bedrifter andre steder. På denne måten har de kunnet øke sine markedsandeler og samtidig fått tilført nye perspektiver og kunnskap. Små bedrifter har på denne måten kunne skape noe sammen i stedet for å stå som konkurrenter om markedsandeler. Det følgende sitatet utdyper dette:

”Skal vi hevde oss er det heilt avgjerande at vi samarbeider... då må vi stige ned frå tuene våre” (respondent K).

Intervjuene fremmet spesielt et godt eksempel på samarbeid som foregår mellom aktører lokalt. Dooria, Hagen treindustri og Pretre, driver utveksling av arbeidskraft ved behov. Denne utvekslingen foregår i perioder da den ene bedriften er mer trengende i forhold til arbeidskraft enn den andre. Dette medfører en utveksling av informasjon og kunnskap ved at ansatte og ledelse lærer av hverandre, fordi utvekslingen fører til økt interaksjon mellom bedriftene:

”I et miljø der mange ulike haldningar og tankar møter kvarandre, blir nye idear skapte...”
(respondent L).

Videre ser aktører i Stryn det som svært viktig å ha et lokalt utdanningstilbud opp mot det lokale næringslivet gjennom den lokale skolen. Over lang tid har det vært et tett samarbeid mellom skolen og næringslivet. Dette samarbeidet har for eksempel resultert i flere ungdomsbedrifter som blant annet Moods of Norway, som er en bedrift med fokus på produksjon av klær til ulike stemningssituasjoner. Det har samtidig blitt forespeilet at skolen skal være drivkraft i lokal og regional samfunnsutvikling og for entreprenørskap. Entreprenørskap er, som nevnt i kapittel fire, tema i flere fag på skolen. Disse relasjonene som oppstår mellom aktører i næringslivet og elever kan bidra til å skape en ”identitetsfølelse” hos elevene, der det over tid blir viktig for de unge å bidra til den næringslivsmessige utviklingen av lokalsamfunnet de er en del av og som de har vokst opp i. Samtidig får de unge en pekepinn på hva det er mulig å få til på oppvekststedet.

Flere av bedriftene arbeider i tillegg med kunnskapsinstitusjoner som for eksempel BI, høyskolen i Volda, universitetet i Bergen og NTNU i Trondheim. Dette er i følge Lindkvist (2004) svært viktig i utviklingen av lokale og regionale innovasjonsmiljøer.

6.5 Oppsummering

Kapittelet viser at næringslivet i Stryn er preget av bedrifter med en kulturell forankring kjennetegnet av verdier som sterkt verdsetter lokalsamfunnet. Det er viktig å dra med seg lokalsamfunnet i ”lagspill”. Det hevdes det er drivkraft til utvikling og nyskaping, stort pågangsmot, identitets og fellesskapsfølelse blant aktørene. De innehar i stor grad verdier som tillater andre aktører å prøve seg som entreprenører og det er lov å ta initiativ. Aktører i

næringslivet støtter opp under nyskaping og entreprenørskap, samtidig innehar de verdier som i stor grad ønsker å ta vare på lokalpatrotismen. Det hevdes de ikke kan stole på alle andre, noe som viser at næringslivet værner sterkt om seg og sine.

Samtidig viser kapitlet at det er sterke bånd innad i næringslivet og stor tillit til befolkningen i kommunen. Det forventes at lokalsamfunnet skal være trygt og solid, med dugende arbeidskraft. Lokalmiljøet blir sett som en styrke, der den menneskelige faktoren er avgjørende og det forventes at folk i nærmiljøet trår til om det trengs.

Det stilles i tillegg forventninger til næringslivsaktørene om at lokalmiljøet skal tas vare på og at lokale ressurser skal dras nytte av. Samarbeid bygger ofte på allerede opparbeidede nettverk og kontaktforhold. På denne måten virker det som om bekjentskap skal fungere som døråpner for samarbeidsforhold. Det er forventet at aktører i det lokale næringslivet kan stole på hverandre. Videre stilles det forventninger til at bedriftene drives på en måte der de får til nyskaping og utvikling så nye arbeidsplasser kan opprettes og bosetting, folketall og lokalsamfunn kan opprettholdes. Motsatt forventer aktører i næringslivet at lokale myndigheter skal tilrettelegge og skape gode rammebetingelser. Det er ønskelig med økt kommunal stimulering til kontakt mellom næringsdrivende og det forventes at myndighetene støtter lokale aktører i næringslivet. Til tross for at et flertall av bedriftene i surveyen kun var middels fornøyd med den kommunale tilretteleggingen, mener over halvparten av bedriftene at det ikke er et mangelfullt tilbud i regionen innen viktige tjenestoområder.

Mønsteret i den kulturelle forankringen brytes likevel på enkelte punkter, da aktører i næringslivet oppgir at de tror deres bedrift ikke er særlig viktig for Stryns utvikling. Enkelte aktører mener de ikke har mye å bidra med, at de har liten påvirkningskraft fordi de er små, eller at lokalsamfunnet har forventninger til dem som de ikke klarer å møte. Et viktig punkt er at aktører som til en viss grad deltar i næringslivsorganisasjoner i større grad hevder de er viktige for Stryns utvikling enn de som i stor grad deltar i slike organisasjoner.

De mange formelle og uformelle møteplassene i Stryn bidrar til utvikling av vennskaps- og tillitsforhold som gjør det lettere for aktørene å ta kontakt med hverandre. Dette åpner for uformell kunnskap og læreprosesser, siden aktørene utveksler erfaringer, følger med og påvirker hverandre. I tillegg finner en stor del av nytenking og produktutvikling sted innad i den enkelte bedrift eller sammen med lignende bedrifter andre steder.

7 Bedrifters forankring og stedsutvikling

7.1 Innledning

I de to foregående kapitlene har det blitt vist hvordan økonomiske aktører i Stryns næringsliv er forankret geografisk og kulturelt. Denne forankringen benyttes i dette kapitlet som bakgrunn for å si noe om hvordan den innvirker på stedsutvikling. Kapitlet er inndelt ved at det i avsnitt 7.2 presenteres en oppsummering av den geografiske og kulturelle forankringen. Avsnitt 7.3 presenterer tredje underproblemstilling koblet opp mot storpers teori og sosiale felt i Stryn før forholdet mellom forankring og stedsutvikling belyses. Kapitlet oppsummeres i avsnitt 7.4.

7.2 Økonomiske aktører og forankring

7.2.1 Geografisk forankring

Som vist i kapittel 5 er næringslivet i Stryn i stor grad preget av en lokal geografisk forankring. Mer enn 75 prosent av eierne og 80 prosent av de daglige lederne blant bedriftene i surveyen har sin bakgrunn fra lokalsamfunnet i Stryn kommune. Samtidig har de fleste bedriftene majoriteten av sine ansatte bosatt i Stryn, men en del av bedriftene har ansatte bosatt også andre steder.

Bedriftene er i stor grad også lokalt forankret i sine markedsforhold. Nesten 60 prosent av bedriftene har sin viktigste leverandør av standardiserte og avanserte tjenester lokalisert lokalt. Ingen bedrifter oppgir at deres viktigste leverandør av avanserte tjenester er lokalisert i utlandet, men 1,6 prosent oppgir å ha disse leverandørene i en kombinasjon av nasjonalt og ”i utlandet”. Bedrifter i næringslivet selger i tillegg sine varer til et vidt geografisk spekter av markeder. Det er en jevn fordeling av bedrifter med lokal, regional og nasjonal geografisk utstrekning på sitt viktigste marked. Likevel begynner næringslivet å tilpasse seg og selge varer på et internasjonalt marked. 11,3 prosent av bedriftene oppgir en internasjonal geografisk utstrekning på sitt viktigste marked. I tilfeller der aktørene deltar i andre bedrifters styreverv skjer også dette først og fremst lokalt, men flere bedrifter deltar i styreverv regionalt og nasjonalt.

Til tross for at den geografiske forankringen i næringslivet generelt er lokal, skiller enkelte elementer seg ut. Flest bedrifter har en nasjonal, deretter en regional og til sist en lokal lokalisering av sin viktigste leverandør av varer. Like mange har sin viktigste leverandør av varer i utlandet som i Stryn. Videre markerer bedriftenes romlige utstrekning av samarbeidsforhold en geografisk forankring ut over det lokale. Flest bedrifter oppgir at de har samarbeidsrelasjoner i en regional, deretter nasjonal før en lokal geografisk utstrekning. Noen bedrifter har slike relasjoner med bedrifter i Norden og i utlandet ellers, men dette gjelder kun fire bedrifter.

Bedriftenes geografiske forankring er dermed lokal, men samtidig begynner den å preges av sosiale nettverk av videre skala. Som det ble påpekt i teorikapittelet kan en stor grad av lokal geografisk forankring medføre positive ringvirkninger som samarbeid og at det er lettere å sammenligne seg med andre aktører i næringslivet. Det er mulighetene og egenskapene aktørene utvikler innen deres geografiske forankring som skiller dem fra konkurrenter og gir føringer for deres konkurranseevne.

7.2.2 Kulturell forankring

I kapittel 6 kom det frem at næringslivet i Stryn i stor grad er preget av en kulturell forankring bestående av institusjonaliserte handlingsregler. Disse reglene er over tid blitt utviklet i den sosiale konteksten aktørene opererer innenfor. Aktørene er vokst opp med og blitt knyttet til verdier som tilsier at det er viktig å verdsette lokalsamfunnet som ansees å være en sentral ressurs for det eksisterende næringslivet. Aktørenes verdier vitner om at det er viktig å ha pågangsmot, at det er akseptert å prøve seg på noe nytt og å ta initiativ. Det er viktig å støtte opp under nyskaping og entreprenørskap. Samtidig innehar aktørene verdier der lokalpatriotismen er sentral. Det hevdes det er stor grad av identitet - og fellesskapsfølelse mellom dem, og at de ikke kan stole på alle andre. Dette er med å vise at det i Stryn eksisterer verdier som medfører et ønske om å verne sterkt om seg og sine. Disse verdiene har mest sannsynlig over tid preget aktørene og legger derfor føringer for deres praksiser og forventninger aktørene føler er rettet mot dem og deres handlinger. Det å ha status som bedriftsleder i Stryn innebærer at det forventes av deg at bedriften ledes på en måte som også tar vare på lokalsamfunnet og at lokale ressurser dras nytte av. Det forventes at næringslivet satser på nyskaping og utvikling, slik at nye arbeidsplasser kan opprettes og bosetting, folketall og sysselsetting kan opprettholdes.

Det er samtidig sterke bånd innad i næringslivet og stor tillit til befolkningen i kommunen. Lokalsamfunnet fremstår som noe aktørene forbinder med det trygge og solide, bestående av dugende arbeidskraft. Det å være en del av lokalsamfunnet betyr at det er forventet at man ”oppfører seg” og trår til dersom det trengs. Det er forventet at aktører i det lokale næringslivet kan stole på hverandre og at bekjentskap skal fungere som døråpner for samarbeidsforhold. I flere tilfeller bygger samarbeid på allerede opparbeidede nettverk og kontaktforhold. Videre forventer aktører i næringslivet at lokale myndigheter skal legge til rette og skape gode rammebetingelser for næringslivet. Flere bedrifter ønsker en økt kommunal stimulering til kontakt mellom de næringsdrivende og det forventes at myndighetene støtter lokale aktører i næringslivet.

Mønsteret i den kulturelle forankringen brytes da aktører i næringslivet i Stryn oppgir at de ikke tror deres bedrift er særlig viktig for Stryns utvikling. Enkelte aktører mener de ikke har mye å bidra med, at de har liten påvirkningskraft fordi de er små, eller at lokalsamfunnet har forventninger til dem som de ikke klarer å møte. Det spesielle er at aktører som til en viss grad deltar i næringslivsorganisasjoner i større grad oppgir at de er viktige for Stryns utvikling enn de som i stor grad deltar i slike organisasjoner.

Oppsummeringen av de økonomiske aktørenes kulturelle forankring viser at aktørene tar del i spesielle kunnskapssystemer som en konsekvens av deres deltagelse på de mange formelle og uformelle møteplassene for slike aktører i Stryn. Møteplassene bidrar til utvikling av vennskaps- og tillitsforhold som gjør det lettere for aktørene å ta kontakt med hverandre. Dette åpner igjen for formelle og uformelle kunnskap og læreprosesser angående felles utfordringer, produksjonsanliggende, markedsføring og teknologiutvikling. Aktørene utveksler og sprer på denne måten erfaringer og kunnskap, følger med og påvirker hverandre. I tillegg finner en stor del av nytenkingen og produktutviklingen sted innad i den enkelte bedrift, eller sammen med lignende bedrifter andre steder. Den lokale skolen fungerer samtidig som en drivkraft innen lokal og regional samfunnsutvikling og entreprenørskap gjennom et tett samarbeid mellom skolen og det lokale næringslivet.

7.3 Bedrifiers forankring og stedsutvikling

Den tredje underproblemstillingen som skal besvares er:

”Hvordan arter dynamikken mellom økonomiske aktørers geografiske og kulturelle forankring og stedsutvikling seg?”

I dette avsnittet kobles aktørenes forankring opp mot Storper's teori og mot sosiale felt som kan kjennes igjen caset. Deretter belyses forholdet mellom økonomiske aktørers forankring og stedsutvikling. Dette gjøres med utgangspunkt i økonomiske aktører i Stryn kommune og deres forankring.

7.3.1 Utvikling i lys av Storper

Storper hevder det siden 1970-tallet har skjedd store endringer innen økonomi og næringsliv. Generelt har det foregått store endringer innen produksjons-, informasjons-, kommunikasjons- og teknologiutvikling. Denne utviklingen har igjen fått større innflytelse på oss mennesker og de samfunn vi lever i. Disse endringene kan også kjennes igjen i næringslivet i Stryn, som siden 1970-tallet har gjennomgått en industrialiseringsperiode. Som en konsekvens av utviklingen av en mer ”refleksiv økonomi” har det i følge Storper (1997) i større grad blitt nødvendig å reflektere over hvordan økonomiske virksomheter som bedrifter blir drevet. Dette for å bli i stand til å påvirke denne utviklingen. Det er sannsynlig at Stryns plassering i et relativt vanskelig topografisk tilgjengelig område i distrikts- Norge i større grad krever et næringsliv som er tilpassnings- og omstillingsdyktig for å overleve i forhold til, og i konkurranse med aktører beliggende i mer sentrale områder. Næringslivet i Stryn har over tid tatt del i en moderniseringsprosess som har vært nødvendig for å øke dets komparative konkurransemuligheter med andre aktører i et stadig mer utfordrende marked. Dette har medført en begynnende utvidelse av bedriftenes geografiske forankring.

Rent bortsett fra det opplagte forholdet mellom avstand og for eksempel transportkostnader dette medfører, har territorielle forhold i følge Storper (1997) fått økt betydning innen det han betegner som den refleksive økonomien. Geografien av uformelle relasjoner mellom de økonomiske aktørene og de konvensjoner som legger føringer for dem har betydning for et

næringslivs muligheter. Det kan for eksempel antas at Stryns fysiske beliggenhet med nærhet til ”kjente” innovative miljøer som for eksempel Sykkylven på Mørkysten kan ha påvirkning på hvordan aktørene er kulturelt forankret. En slik påvirkning kan forekomme ved spredning av kunnskap og teknologi gjennom sosiale relasjoner og interaksjon mellom aktører i bedriftene. Storper hevder kunnskap i stor grad kun er tilgjengelig for et begrenset antall aktører, muntlig overført, ubevisst, geografisk forankret og vanskelig å kopiere av andre utenfor det eksakte miljøet aktørene som innehar den er en del av. Blant økonomiske aktører i Stryn er spesielt akkumuleringen av uformell kunnskap et resultat av faktorer som erfaringsutveksling og deltakelse på felles arenaer. Det vil si deres deltakelse på både de formelle og uformelle arenaene. Denne akkumuleringen foregår innen et territorium hvor aktørene er geografisk forankret. Samtidig er den en del av, og påvirker aktørens kulturelle forankring.

Grunnet den utsatte plasseringen og andre driftsrelaterede faktorer ofte forbundet med kostnadmessige dyre betingelser må aktørene i Stryn i stor grad fokusere på å skape varetilbud som skiller seg fra andre produsenters tilbud. Bedrifter i vestlandskommunen har på mange måter skaffet seg et ”rykte” som en kommune med mange produsenter av kjente merkevarer. I lys av Storpers (1997) synspunkter opererer aktørene innen det han kaller handlingsmiljøer. I disse miljøene må bedriftene hele tiden forholde seg til den konteksten de befinner seg i og som de er en del av. Konteksten han omtaler består av tilgjengelig teknologi, eksisterende kunnskap og materielle betingelser aktørene må tilpasse seg. Hvordan aktørene klarer å forholde seg til og dra nytte av denne konteksten avhenger i stor grad av hvordan de er forankret kulturelt. Som nevnt kjennetegnes aktørens kulturelle forankring av en verdiorientering som verdsetter det å stå på og prøve seg på noe nytt. Dette blir synlig ved at flere bedrifter i Stryn først og fremst produserer dedikerte produkter, eller ulike nisjeprodukter, innen deres bransje. For at de skal lykkes med en slik produksjon må de i følge Storper (1997) klare å gjøre produktet kjent og etterspurt på et større marked. Produksjonen av denne type produkter blir ofte markedsstyrt. Det vil si at produksjonen i stor grad må tilpasses det som etterspørres, både i mengde og design. I forhold til Storpers produksjonsverdner befinner bedriftene seg i disse tilfellene innen markedsverden. Kartleggingen av aktørens geografiske forankring har vist at det er en jevn fordeling mellom aktører med viktigste marked med en lokal, regional og nasjonal utstrekning. I tillegg viser kartleggingen at 11,3 prosent av bedriftene har en internasjonal utstrekning på sitt viktigste

marked. Dette viser at bedriftene har maktet å opparbeide seg en utvidet markedsutstrekning siden industrialiseringsprosessen i Stryn startet for fullt på 1970-tallet.

Næringslivet i Stryn kjennetegnes i tillegg av at de i stor grad opererer innen den mellommenneskelige verden. I disse tilfellene preges produksjonen i bedriftene i stor grad av nettverk mellom aktører. Utfordringen for en positiv utvikling er dermed å finne frem til nye spesialtilpassede og spesialiserte produkter. Det vil si produkter som krever aktørens ressurser i form av taus kunnskap og menneskelige egenskaper for å fremstilles. Som nevnt flere ganger tidligere krever dette at aktørene kommer sammen og finner frem til nye produkter og teknologier. Fellesprosjektene som tungbildagen, fyrtårnprosjektet og lignende, omtalt i kapittel 4, er eksempler på samarbeidsarenaer der aktørene kommer sammen på en slik måte. Likevel viser kartleggingen av aktørens forankring at aktørene driver produktutvikling innad i den enkelte bedrift, eller sammen med lignende aktører andre steder. De deltar også i bedriftsstyrer eller samarbeider med aktører lokalisert ut over det lokale. Dette viser at de mellommenneskelige relasjonene også strekker seg ut over det lokale miljøet i Stryn.

Samtidig er de økonomiske aktørene geografisk forankret lokalt i Stryn. Sammen med aktørens kulturelle forankring legger dette føringer for hvordan aktørene klarer å tilpasse seg svingninger i markedet og hvordan de er i stand til å møte nye utfordringer. Dette gjør at det særegne og spesielle ved de menneskelige relasjonene virker inn på for eksempel bedriftenes konkurransekraft i en global markedsverden. I avdekkingen av den kulturelle forankringen kom det frem at aktørene i Stryn møter rolleforventninger rettet mot bedriftsledelsen om å drive nyskaping og utvikling. Samtidig kjennetegnes aktørens kulturelle forankring av at aktørene tar del i kunnskapssystemer der det utveksles og dannes ny kunnskap i relasjonene som oppstår i nettverkene aktørene tar del i. Dette fremstår som en styrke for aktørens konkurransekraft og for deres mulighet for en positiv næringsutvikling som også positivt vil påvirke stedet Stryn.

7.3.2 Sosiale felt

Det vil empirisk sett være enklere å forstå hvordan aktørens forankring invirker på stedsutvikling ved å koble forankringen opp mot teori om sosiale felt. Sosiale felt ble i teorikapittelet definert som *”geografisk og sosialt distribuerte nettverk som koordineres av*

iboende formelle og uformelle handlingsregler og konvensjoner". Gjennom sine daglige gjøremål og praksiser deltar økonomiske aktører i Stryn i flere typer nettverk av ulik karakter og utstrekning. På denne måten tar de del i en kontekst sammensatt av sosio- romlige "virkeligheter". Det kan hevdes at bedriftene tar del i sosiale felt ved at de opererer i nettverk av ulikt omfang og utbredelse i tid og rom. Beskrivelsen av den industrielle utviklingen i kapittel 4 beskrev et næringsliv med aktører som tidligere var lokalt forankret i Stryn. Avdekkingen av aktørenes forankring gjennom deres eierskap, ledelse, ansattes bosted og praksiser viser at aktørene nå som før er geografisk forankret lokalt.

Den geografiske forankringen spiller inn når det i næringslivet oppstår nye hendelser aktørene må forholde seg til. Hendelser som økt utstrekning av markeder og konkurranse medfører nye utfordringer og krav til aktører i Stryn om å tilpasse seg. Konsekvenser av hendelser som dette kan være at aktørene i større grad må konkurrere om de samme kundene og markedsandeler som aktører i lavkostland med billigere produksjon og arbeidskraft. Slike og andre hendelser har over tid påvirket aktørene som med utgangspunkt i sin forankring har dannet rutiner og konvensjoner som legger føringer for hvordan de i dag utøver deres praksiser. Til tross for sterke normer om å ta vare på lokalsamfunnet og om å benytte lokale ressurser deltar aktører i nettverk ut over lokalsamfunnet. Noen av bedriftene i kommunen har som nevnt tidligere startet opp som en liten familiebedrift og etter hvert kjøpt opp lignende bedrifter andre steder. Slike oppkjøp har gjort det mulig å stille sterkere i konkurransen om økte markedsandeler. Dette kan indikere at verdiorienteringen mot normer som at det er lov å prøve seg og å ta initiativ har et sterkt fokus i aktørenes prioriteringer.

I Stryns næringsliv er det spesielt ett sosialt felt som er fremtredende. Dette feltet kan kalles et "*bygdeutviklingsfelt*". Feltet virker dominerende overfor eventuelle andre felt aktørene deltar i fordi aktørene i stor grad er geografisk og kulturelt forankret lokalt i Stryn. Feltet kan sies å i stor grad være preget av tillit mellom aktørene, noe som kommer frem av deres kulturelle forankring. Aktørene i dette feltet påvirker hverandre ved overføring av kunnskap som utveksles og skapes gjennom formelle og uformelle relasjoner mellom dem. Dette skjer ved kontakt mellom personer i de ulike bedriftene, mellom arbeidere som utveksles og som møtes privat og via bedrifters underleverandører, kunder og lignende. I tillegg foregår påvirkningen gjennom aktørers deltakelse i det sosiale liv utenfor den enkelte bedrift. Det kan hevdes at feltet fungerer samlende på aktører som opererer i det gjennom aktørenes ønske om å ta vare på lokalsamfunnet. Man skal "trå til" når det trengs, det er forventet at aktørene i

feltet kan stole på hverandre og nyskaping og ”oppbacking” av entreprenørskap sees som viktig. Faktorer som at aktører i lokalsamfunnet ikke kan stole på alle andre er også med å påpeke de sterke båndene mellom aktører i feltet. Bygdeutviklingsfeltet kan dermed sees som et miljø der aktørene på en bestemt måte knytter nye kontakter, utvikler sosiale bånd, danner nye normer og konvensjoner. Til tross for de nevnte faktorene og feltets lite vidtrekkende utstrekning kan det være grunnlag for å hevde at det i bygdeutviklingsfeltet ikke kan spores noen form for sti-avhengighet. Dette kan mulig underbygges ved å se nærmere på noen av verdiene som synes å være fremtredende i aktørenes kulturelle forankring.

Latent i utsagnene om at det ikke finnes jantelov og at det er lov å være kreativ og prøve seg i næringslivet kan det være grunnlag for rivalisering mellom bedriftene. Det kan være et ønske hos aktørene om å være fremtredende og ”førstemann” til å gjøre noe nytt. Ønsket om å lykkes innen sin nisje kan være normativt sterkt og førende i aktørenes kulturelle forankring. Det å ville fremstå i et godt lys overfor andre aktører i feltet kan medvirke til en positiv utvikling blant aktørene og næringslivet. Det kan hevdes at aktørene i bygdeutviklingsfeltet driver seriøst i sin virksomhet, men at de samtidig gjennom sine praksiser i deres øyne tar hensyn til lokalsamfunnet. Dynamikken som i dette sosiale feltet fører til næringsliv og stedsutvikling forstås som forholdet mellom en kulturelt forankret verdiorientering om å ta vare på lokalsamfunnet og en rivaliserende konkurranse mellom aktørene.

I kartleggingen av den geografiske forankringen kom det frem at flere aktører til tross for en lokal forankring også tar del i relasjoner ut over det lokale. Dette gjelder spesielt bedriftenes leverandører av varer, samarbeidsrelasjoner og deltakelse i andre bedrifters styrever. Disse faktorene danner grunnlag for å hevde at økonomiske aktører i Stryn i tillegg til bygdeutviklingsfeltet også deltar i andre sosiale felt. Disse kan kalles ”*intern-eksterne bedriftsfelt*”. Aktivitetene i disse feltene er likevel dominert av aktørenes deltakelse i ”bygdeutviklingsfeltet”. Suksessen i Stryns næringsliv kan dermed synes å være påvirket av at aktører deltar i sosiale felt av både lokal og videre geografisk utstrekning. På grunn av dette er det sannsynlig at de gjennom relasjoner og interaksjon med andre aktører akkumulerer og tar del i ny kunnskap som også påvirker dem i deres deltakelse i bygdeutviklingsfeltet. Evnen aktørene har til å påvirke næringslivs- og stedsutvikling kan sies å være påvirket av deres geografiske og kulturelle forankring og deltakelse i sosiale felt.

7.3.3 Forankring og stedsutvikling

Aktørenes forankring og deltakelse i bygdeutviklingsfeltet påvirker Stryns muligheter for utvikling, ikke bare for næringslivets utvikling, men også for stedets utvikling. Surveyen og intervjuene viser at den daglige praksisen i strynebedriftene preges av samvittighet overfor den enkelte bedrift, men også overfor lokalsamfunnet. De økonomiske aktørene i caset synes å inneha en holdning der de ser det som viktig å ikke "lukke seg ute fra" verden utenfor lokalsamfunnet i Stryn. Dette har i mange tilfeller vært faktorer som har ført til dannelsen av nettverk ut over lokalsamfunnet og til utviklingen av en spesiell bedriftskultur. I surveyen kom det frem at 54 av de 62 bedriftene hadde opprettet formelle samarbeid med andre aktører. Mer enn halvparten av disse relasjonene var av lokal, mens resten hovedsakelig var av nasjonal karakter. Tilsvarende forhold finnes igjen når det fokuseres på deltagelse i andre bedrifters styrever. Aktørene i bedriftenes ulike relasjoner organiserer på denne måten sin daglige praksis gjennom tette sosiale relasjoner til andre aktører, noe som også kjennetegner lokalsamfunnet for øvrig. Disse relasjonene skaper og tar i bruk de menneskelige egenskapene som finner sted i kontaktene som etableres mellom aktører.

Storper (1997) definerer konvensjoner som kognitive, kulturelle og psykologiske ferdigheter som gjør det mulig å overleve i markedene. Han ser dem som praktisk fornuft som forstås ut i fra hvor lett de gir eller hindrer tilgang til ulike former for handling. Som nevnt er det vanskelig å spore stivhet og fastgroddhet blant de økonomiske aktørene i Stryn. Det kan virke som om aktørene har en egen evne til å tilpasse seg og til å adoptere nye normer og konvensjoner som følger med nye nettverk aktørene tar del i. Flere av aktørene synes å sitte inne med kunnskap om hvordan de skal drive mest mulig fordelaktig. Mulig kan det hevdes at det i relasjonene mellom aktører kan finnes kunnskapsmonopol der aktører sitter som enerådende innen sin bransje. Et eksempel på dette i Stryn er bedriften som produserer busskarosseri. I kapittel 4 ble denne bedriften presentert som den eneste i sitt slag i Norge. Aktørenes evne til refleksivitet kommer til syne blant annet gjennom oppkjøp av virksomhet andre steder og ved at aktørene på denne måten knytter til seg relasjoner til andre aktører som sitter inne med spesiell kunnskap de kan dra nytte av. Som et resultat av dette kan produksjon i bedrifter i mange tilfeller endres med bakgrunn i kunnskap som opparbeides gjennom nye nettverk som blir til. Aktørene får på måter som dette tilgang til ny innsikt som igjen kan øke deres refleksivitet i forhold til deres praksis. Denne refleksiviteten kan igjen medføre en utvikling av ny kunnskap og teknologi.

Som en følge av den spesielle næringslivsutviklingen i Stryn utvikles stedet Stryn indirekte i samme retning. Steder som Stryn blir ikke bare påvirket av lokale omstillingsprosesser i næringslivet eller av endringer som gjøres i politiske rammevilkår. Økonomisk praksis finner samtidig sted i økonomiske mikro-makro-forhold. Både økonomiske aktører og steder påvirkes av moderniseringsprosesser som kommer til syne gjennom hendelser i disse forholdene. I Stryn er det synlig at aktørene til tross for denne mikro-makro-påvirkningen i stor grad er knyttet til særegne og spesielle faktorer ved det lokale. De økonomiske aktørenes forankring, både den geografiske og den kulturelle, preger utviklingen av Stryn som sted og lokalsamfunn ved at aktørene i den enkelte bedrift preges av nettverkene de inngår i. Dette fører til at stedet også påvirkes av aktørenes stadig nye måter å tenke og handle på. Påvirkningen skjer ikke bare på et profesjonelt plan, men også personlig og sosialt. Det kan derfor hevdes at den kulturelle forankringen er med på å definere hva som er konvensjonelt og normgivende for oppførsel i interaksjon mellom de økonomiske aktørene i Stryn.

De økonomiske aktørene i Stryn betrakter med sikkerhet Stryn som en lokalisering for deres virksomhet. Teoretisk sett ønsker aktører å praktisere på en mest mulig profitt og nyttemaksimerende måte. Til tross for dette viser aktørenes kulturelle forankring at dette ikke er de eneste faktorene som i forhold til stedet ansees som sentrale. Aktørenes deltakelse i bygdeutviklingsfeltet viser at det også er mer følelsesmessige årsaker til aktørenes forhold til Stryn. Det kan sies at den kulturelle forankringen i feltet vitner om at aktørene har en positiv "sense of place", der identitet med stedet de utøver sine daglige praksiser er viktig for dem. Både i deres yrkesmessige og private liv. Videre kan det hevdes at næringslivet og de økonomiske aktørene gjennom deres forankring legger føringer for blant annet akkumulasjon av kunnskap som finner sted i lokalsamfunnet. Samtidig legger stedet og dets beliggenhet føringer for næringslivet. Stryn kan på denne måten sees som en kontekst som kontinuerlig reproduseres som følge av påvirkning av aktørene som opererer på stedet. Det viktige er samtidig å være klar over det faktum at de økonomiske aktørenes handlinger påvirkes av deres tilstedeværelse i Stryn. Ved å se aktørene og deres forankring i lys av deres deltakelse i de sosiale feltene blir det åpenbart at aktørene som inngår i bygdeutviklingsfeltet har utviklet en lignende måte å se "virkeligheten" på. Dette viser at det er viktig å forstå de økonomiske aktørenes praksiser som en del av den konteksten de befinner seg i.

Disse noe ulike vinklingene på forholdet mellom økonomiske aktører og sted representerer i følge Berg & Foss (2002) ulike dimensjoner av dette forholdet. De mener som nevnt i

teorikapittelet at steder har betydning gjennom mennesker som lever der deres handlinger og verdier. Dette samsvarer med forståelsen av aktørenes forankring.

Næringsliv og stedsutvikling kan i Stryn sees som et resultat av hverandre. Det vil være slik at den eksisterende næringsstrukturen er et resultat av entreprenøriell aktivitet som tidligere har funnet sted i Stryn. Det kan hevdes at næringslivsutvikling også kan sees som stedsutvikling. De spesifikke meningsystemene i aktørenes kulturelle forankring påvirker også stedsutviklingen. Spesielt gjelder dette i Stryn siden de økonomiske aktørene i så stor grad er forankret lokalt.

Når aktører i næringslivet hevder de ikke har mye å si for Stryns utvikling som sted, kan det hevdes at de tar litt feil. Det kan være deres antakelser stemmer med tanke på økonomisk verditilførsel, men jeg vil hevde de i stor grad er med å påvirke utviklingen gjennom deres interaksjon med andre aktører, også medregnet deres deltakelse i relasjoner på det sosiale plan. Det kan sies at næringslivet og forankringen som preger det, er med og former lokalsamfunnets tankesett. Oppførselen som belønnes eller sanksjoneres vil avhenge av de førende normene som til en hver tid er gjeldene i nettverkene som også de økonomiske aktørene deltar i.

7.4 Oppsummering

I dette kapittelet har empiri fra caset blitt koblet opp mot aktuell teori. Kapittelet begynner med en kort presentasjon av de økonomiske aktørenes geografiske og kulturelle forankring. Denne forankringen kobles så opp mot Storpers teori som ble presentert i teorikapittelet. Det har i denne koblingen blitt fokusert på hvordan Storper hevder territorier stadig blir viktigere. Det fokuseres på hvilken betydning Stryns plassering i et vanskelig topografisk område av distrikts-Norge kan påvirke næringslivs- og stedsutviklingen i Stryn. Videre settes fokus på hvordan den geografiske og kulturelle forankringen bidrar til at bedriftene opererer innen det storper betegner som markedsverden og den mellompersonlige verden. Dette viser hvordan de økonomiske aktørenes forankring legger føringer for hvordan de klarer å tilpasse seg stadig vanskeligere markedsforhold. Avsnittet viser at kunnskapssystemer i den kulturelle forankringen fremstår som en styrke for aktørenes konkurransekraft og for deres mulighet for en positiv næringslivs- og stedsutvikling.

Videre kobles aktørenes forankring opp mot teori om sosiale felt. Ulike hendelser i aktørenes hverdag har over tid påvirket aktørene som med utgangspunkt i deres forankring har dannet rutiner og konvensjoner som legger føringer for hvordan de utøver deres praksiser. Det avdekkes at aktører i Stryn inngår i et sosialt felt som kan kalles et bygdeutviklingsfelt. Aktørene i feltet påvirker hverandre og ved overføring av kunnskap som utveksles og skapes gjennom uformelle og formelle relasjoner mellom aktørene. Det er forventet at aktørene som inngår i feltet skal være der for hverandre og ta vare på lokalsamfunnet. Likevel ligger det latent et rivaliserende element mellom aktørene. Dynamikken som i feltet fører til næringslivs- og stedsutvikling forstås som en kulturelt forankret verdiorientering om å ta vare på lokalsamfunnet og en rivaliserende konkurranse mellom aktørene. Det kan i tillegg sies at aktører i bygdeutviklingsfeltet tar del også i andre felt gjennom deres relasjoner til aktører andre steder. Derimot er disse feltene dominert av den kulturelle forankringen som utspiller seg i bygdeutviklingsfeltet.

Neste avsnitt tok opp forholdet mellom forankring og stedsutvikling. Det trekkes frem at aktørenes deltakelse i bygdeutviklingsfeltet påvirker Stryns muligheter for næringslivs- og stedsutvikling. Forhold som konvensjoner i miljøet og aktørenes evne til refleksivitet trekkes frem som viktige elementer i utviklingen. Videre presiseres det at økonomiske aktører og deres praksiser finner sted i et mikro-makro samspill av moderniseringsprosesser. Likevel er det i Stryn synlig at aktørene i stor grad er knyttet til særegne og spesielle faktorer ved det lokale. Det kommer frem at aktørenes forankring preger utviklingen av Stryn som sted og lokalsamfunn ved at aktørene i den enkelte bedrift preges av nettverkene de inngår i. Samtidig påvirkes stedet av aktørenes stadig nye måter å tenke og handle på som en konsekvens av deres deltakelse i nye nettverk. De økonomiske aktørene legger føringer for akkumulasjon av kunnskap som finner sted i lokalsamfunnet. Samtidig legger stedet og dets beliggenhet føringer for næringslivet. Stryn kan dermed sees som en kontekst som kontinuerlig reproduseres som følge av påvirkning fra aktørene som opererer på stedet.

Det kan dermed sies at dynamikken mellom økonomiske aktørers geografiske og kulturelle forankring og stedsutvikling i Stryn kan kjennetegnes av at næringsliv og stedsutvikling kan sees som et resultat av hverandre. Næringslivet og forankringen som preger det er med og former lokalsamfunnets tankesett. De spesifikke meningssystemene i aktørenes kulturelle forankring påvirker også stedsutviklingen. Likevel må man være oppmerksom på at den kulturelle forankringen påvirkes av den geografiske.

8 Konklusjon

I første kapittel presenteres oppgavens problemstillinger. For å belyse disse har jeg valgt å benytte meg av teoretiske perspektiver innen økonomisk geografi. Det vil si teori om hvordan økonomiske aktører kan forholde seg til utviklingen av en refleksiv økonomi, og teori om den økte betydningen av relasjoner og territorier i aktørenes tilstedeværelse i produksjonsverdner. Deretter trekkes inn teori mer empirisk rettet mot næringslivs og bedrifters forankring og mot sted og næringslivsutvikling. Disse perspektivene tilspisses i teori om aktørenes handlinger og deltakelse i sosiale felt.

For å bli i stand til å svare på problemstillingene har jeg benyttet et case –studie av Stryn kommune. Jeg har valgt å gjennomføre en metodetriangulering bestående av en survey og semistrukturerte intervjuer. Jeg mener dette vil gi mer valide svar på problemstillingene fordi underproblemstillingene er av ulik karakter og i mine øyne dermed krever bruk av ulike metoder.

I fjerde kapittelet presenteres caset Stryn som et variert næringsliv i omstilling. Det presenteres særtrekk ved kommunen, næringslivsstruktur, tiltakspolitikk og samarbeidsarenaer.

Videre presenteres bedriftenes geografiske forankring i kapittel 5, mens det i kapittel 6 rettes fokus på bedriftenes kulturelle forankring. Disse to kapitlene er ment som en presentasjon og avklaring av empiri i forhold til de to første underproblemstillingene.

I kapittel 7 kobles teori og empiri. I tillegg diskuteres forholdet mellom bedriftenes forankring og stedsutvikling. Dette gjøres ved at det innledningsvis presenteres en kort oppsummering over de økonomiske aktørenes geografiske og kulturelle forankring. Deretter kobles denne forankringen opp mot de teoretiske bidragene i oppgaven. Til slutt diskuteres forholdet mellom bedriftenes forankring og stedsutvikling.

Denne oppsummeringen viser at jeg skal være i stand til å besvare problemstillingene i oppgaven.

Første underproblemstilling:

”Hva kjennetegner bedriftenes geografiske forankring?”

Den geografiske forankringen er blitt godt dokumentert gjennom surveyen i undersøkelsen og er i stor grad er lokal, men samtidig begynner den å preges av sosiale nettverk i videre skala spesielt innen kjøp av varer og tjenester og når det gjelder lokalisering og geografisk utstrekning av samarbeidsforhold.

Andre underproblemstilling:

”Hva kjennetegner bedriftenes kulturelle forankring?”

På dette punktet har jeg nok vært litt ambisiøs og lykkes ikke helt med å avdekke aktørenes fulle kulturelle forankring. Innenfor de begrensede rammene en masteroppgave gir mener jeg det likevel er nok til å kunne besvare problemstillingene. Det som kan bemerkes er at bedriftenes kulturelle forankring kjennetegnes av verdier som sterkt verdsetter lokalsamfunnet. Det er viktig å dra med seg lokalsamfunnet i ”lagspill”. Det hevdes det er drivkraft til utvikling og nyskaping, stort pågangsmot, identitets og fellesskapsfølelse blant aktørene. De innehar i stor grad verdier som tillater andre aktører å prøve seg som entreprenører og det er lov å ta initiativ. Aktører i næringslivet støtter opp under nyskaping og entreprenørskap, samtidig innehar de verdier som i stor grad ønsker å ta vare på lokalpatriotismen. Det hevdes de ikke kan stole på alle andre, noe som viser at næringslivet værner sterkt om seg og sine.

Det stilles i tillegg forventninger til næringslivsaktørene om at lokalmiljøet skal tas vare på og at lokale ressurser skal dras nytte av. Samarbeid bygger ofte på allerede opparbeidede nettverk og kontakthold. På denne måten virker det som om bekjentskap skal fungere som døråpner for samarbeidsforhold. Det er forventet at aktører i det lokale næringslivet kan stole på hverandre. Videre stilles det forventninger til at bedriftene drives på en måte der de får til nyskaping og utvikling så nye arbeidsplasser kan opprettes og bosetting, folketall og lokalsamfunn kan opprettholdes.

De mange formelle og uformelle møteplassene i Stryn bidrar videre til utvikling av venns- og tillitsforhold som gjør det lettere for aktørene å ta kontakt med hverandre. Dette åpner for uformell kunnskap og læreprosesser, siden aktørene utveksler erfaringer,

følger med og påvirker hverandre. I tillegg finner en stor del av nytenking og produktutvikling sted innad i den enkelte bedrift eller sammen med lignende bedrifter andre steder.

Tredje underproblemstilling:

”Hvordan arter dynamikken mellom økonomiske aktørers geografiske og kulturelle forankring og stedsutvikling seg?”

Det kan sies at dynamikken mellom økonomiske aktørers geografiske og kulturelle forankring og stedsutvikling i Stryn kan kjennetegnes av at næringsliv og stedsutvikling kan sees som et resultat av hverandre. Næringslivet og forankringen som preger det er med og former lokalsamfunnets tankesett. De spesifikke meningssystemene i aktørenes kulturelle forankring påvirker også stedsutviklingen. Likevel må man være oppmerksom på at den kulturelle forankringen påvirkes av den geografiske.

Med utgangspunkt i de tre underproblemstillingene mener jeg å være i stand til å besvare hovedproblemstillingen som spesielt den tredje underproblemstillingen legger opp til.

Hovedproblemstillingen er som følger:

”Hvordan innvirker geografisk og kulturell forankring på forholdet mellom økonomiske aktører, (her bedrifter), og i hvilken grad bidrar slik forankring til næringslivs- og dermed også implisitt til steders utvikling?”

Med utgangspunkt i case- studiet gjennomført i Stryn mener jeg å hevde at geografisk og kulturell forankring i stor grad påvirker forholdet mellom økonomiske aktører, da disse type forankringer legger føringer for aktørenes daglige praksiser. Forankring bidrar på denne måten i stor grad også til næringslivs- og dermed også implisitt til steders utvikling.

Referanser

- Aase T.H. (1997) *En status som passer for meg? Deltagende observasjon i Pakistan*, i Fossåskaret, Fuglestad og Aase (red.) (1997) *Metodisk feltarbeid, produksjon og tolkning av kvalitative data*, Universitetsforlaget, Oslo
- Andersen, S.S. (1997) *Case-studier og generalisering. Forskningsstrategi og design*, Fagbokforlaget (s.8-33, 61-93).I: SOS 102/AORG 102/SAMPOL 102 (2003), Samfunnsvitenskapelig metode, Det samfunnsvitenskapelige fakultet, Universitetet i Bergen
- Andersen, T. . (2004) *Stryn næringsssamskipnad, En viktig aktør for næringsutvikling i Stryn kommune?* Feltkursrapport i Samfunnsgeografi høsten 2004, insitutt for geografi, universitetet i Bergen
- Berg N.G.& Foss L.(2002) *Entreprenørskap: Kjønn, livsløp og sted*, Abstrakt forlag AS, Oslo
- Bukve, O.(1996) *Lokale utviklingsnettverk og kommunalt tiltaksarbeid*, VF-rapport 11/96, Vestlandsforskning, Sogndal.
- Camagni R.P. (1991) *Local milieu, uncertainty and innovation networks: toward a new dynamic theory of economic space*. I: Camagni R. P. (ed.) *Innovation networks: spatial perspectives*. Belhaven press, London
- Eide, H.P. og Fløysand, A. (2001) *Kulturell forankring og markedsstrategi. En dybdestudie av fiskeindustrien i Måløy i Vågsøy kommune*, Arbeider fra Institutt for geografi, nr. 242-2001, Bergen
- Fløysand, A., Sjøholdt P., Mæsel B. (2005) *Community Development and Embeddedness. Industrial Development in Stryn municipality in Western Norway*. Paper to the 18th ISSMR Conference in the Faroes 3.-10 August 2005, Universitetet I Bergen og Norges Handelshøyskole
- Fløysand, A. (2004) *Omstilling i norsk fiskeriindustri; et tidsgeografisk perspektiv*. I Lindkvist K.B. (red.) (2004) *Resursser og omstilling - et geografisk perspektiv på regional omstilling i Norge*, Fagbokforlaget, Bergen
- Fløysand, A., Nesje L.M. & Mæsel B. (red.) (2003) *Lokalsamfunnsutvikling i Stryn kommune, Samfunnsgeografisk feltkursrapport høsten 2003*, Institutt for geografi, Universitetet i Bergen
- Fløysand, A. (1999) *A theoretical framework on how to approach globalization and social practice*, Geografi I Bergen: Meddelelser fra Institutt for Geografi nr. 231 (Institutt for geografi, Norges Handelshøyskole og Universitetet i bergen, Bergen/ <http://www.nhh.no/geo/>)
- Fløysand, A. (1997) *Hvordan kan kultur integreres i geografiske analyser av regional og lokal endring*, Geografi i Bergen Seria A: Meddelelser fra Institutt for geografi 218 (Institutt for geografi, Norges Handelshøyskole og Universitetet i Bergen, Bergen /<http://www.nhh.no/geo/>)

Fløysand, A. (1999) *Kulturell forankring og markedsstrategi, en dybdestudie av samspillet mellom taus kunnskap og markedsorientering i norske fiskeriforetak*. <http://www.nhh.no/geo/prosjekt/af/arnt-soek-99.html>

Fløysand, A. Muntlige meddelelser og forelesningsnotater fra forelesningsrekke i regionalgeografi høsten 2003

Fossåskaret E. (1997) *Ustrukturerte intervjuer med få informanter gir i seg selv ikke noen kvalitativ undersøkelse*, I: Fossåskaret, Fuglestad og Aase (red.) (1997) *Metodisk feltarbeid, produksjon og tolkning av kvalitative data*, Universitetsforlaget, Oslo

Freemann, C. & Soete, L. (1997) *The Dynamics of Industrial Innovation*, 3ed., MIT Press, Cambridge, I: Stabæk, T. (2000) *Erfaringsutveksling og læring I regionale utviklingstiltak*, Prudentia AS, <http://www.odin.dep.no/filarkiv/126267/sluttrapport3.pdf>

Giddens, A. (1997) *Modernitetens konsekvenser*, Pax forlag, Oslo

Grønhaug, R. (1978) *Scale is a Variable in Analysis: Fields in Social Organization in Herat, NorthWest Afghanistan*. I: *Scale and social Organization*, ed. F. Barth, Universitetsforlaget, Oslo

Grønmo S. (1996) *Forholdet mellom kvalitative og kvantitative tilnærminger i samfunnsforskningen*, i Holter H. og Kalleberg R. (Eds.), *kvalitative metoder i samfunnsforskningen*, Universitetsforlaget, Oslo

Hansen & Selstad (1999) *Regional omstilling -strukturbestemt eller styrbar?*, Universitetsforlaget, Oslo

Harvey D. (1989) *The condition of postmodernity. An enquiry into the origins of cultural change*. Blackwell, Oxford

Hellevik O. (2002) *Forskningsmetode i sosiologi og statsvitenskap*, Universitetsforlaget, Oslo

Holt-Jensen A. (1999) *Geography, History & Concepts, A Students Guide*, third edition, Sage Publications Ltd, London

Jakobsen S.E. (2004) *Virker virkemidlene? Teori og praksis for omstillingsarbeidet*, I: Lindkvist K.B. (red.) (2004) *Ressurser og omstilling - et geografisk perspektiv på regional omstilling i Norge*, Fagbokforlaget, Bergen

Jakobsen S.E. (2000) *Verdikjedekoblinger og nettverk blant bedrifter i Bergensregionen*, SNF-Rapport nr. 22/00, Stiftelsen for samfunns- og næringslivsforskning, Bergen

Jick T. D. (1979) *Mixing qualitative and quantitative methods, Triangulation in action*, Administrative Science Quarterly

Johannisson B. & Spilling O.R. (1986) *Lokal næringsutvikling: entreprenørskap og nettverksstrategier i noen norske og svenske kommuner*, kap 8: *Lokal Selvutvikling-*

begrensninger og muligheter. I: Kompendium samfunnsgeografi 3, 2000, universitetet i Bergen, Institutt for geografi, Bergen

Kjelstadli K. (1997) *Å analysere skriftlige kilder*, i Fossåskaret, Fuglestad og Aase (red.) (1997) *Metodisk feltarbeid, produksjon og tolkning av kvalitative data*, Universitetsforlaget, Oslo

Korsnes O., Andersen H. & Brante T. (red.) (1997) *Sosiologisk leksikon*, universitetsforlaget AS, Oslo

Laumann, E.O., Galskeiwicz, L. og Marsden, P.V. (1978) *Community structure and interorganisational linkages*. Annual Review of Sociology, vol.4 (445-484) I: Jakobsen, S.E. (2000) SNF- rapport nr.22/00, Verdikjedekoblinger og nettverk blant bedrifter i bergensregionen, Stiftelsen for samfunns- og næringslivsforskning, Bergen

Lindkvist, K.B. (2004) *Regionale innovasjonssystemer i norsk saltfiskindustri, om nyskaping i en ressursbasert næring*. I: Lindkvist K.B. (red.) (2004) *Resursser og omstilling - et geografisk perspektiv på regional omstilling i Norge*, Fagbokforlaget, Bergen

Malmberg, A. (1996) *Industrial geography: Agglomeration and local milieu*. I: Progress in Human geography 20,3 s.392-403

Massey, D. (1995) Massey D. & Jess P. (1995) *A place in the world? Places, cultures and globalization*. The open university, Oxford University Press

Peet, R. (1998) *Modern geographical thought*, Blackwell Publishing Ltd, UK

Repstad P. (1998) *Mellom nærhet og distanse, Kvalitative metoder i samfunnsfag*, (3utg.) Universitetsforlaget, Oslo

Ringdal K. (2001) *Enhet og mangfold, samfunnsvitenskapelig forskning og kvantitativ metode*, Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke A/S, Bergen

Rudie I. (1997) *Feltarbeid som møteplass: kartlegging eller tekstlesing?* i Fossåskaret, Fuglestad og Aase (red.) (1997) *Metodisk feltarbeid, produksjon og tolkning av kvalitative data*, Universitetsforlaget, Oslo. (20s.)

Stabæk, T. (2000) *Erfaringsutveksling og læring i regionale utviklingstiltak*, Prudentia AS, <http://odin.dep.no/filarkiv/126267/sluttrapport3.pdf>

Storper, M. (1997) *The regional world, The territorial Development in a Global Economy*. The Guilford Press, New York

Stryn Kommune og økonomiplan (1999- 2010) Stryn kommune

Taule R. (1996) *Escolas ordbok, bokmål*, Escola forlag, Indre Arna

Thorstensen, S.M. Garnes S.L. Aasmundrud A.R. (2003) *Stryn Næringshage A/S –En motor for nyskaping?*. I: Fløysand, A. m.fl. (2003) *Lokalsamfunnsutvikling i Stryn kommune, Samfunnsgeografisk feltkursrapport, høsten 2003*

Tuan Y-F.(1974): *Topophilia: A study of Enviromental Perception, Attitudes and Values*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall

Tveit O. J. (1994): *Indre Nordfjord, Stryn, Loen, Olden*, Lunde Forlag, Oslo

Vatne E. (2004) *Lokalisering av næringsaktivitet. Fra naturressurser til kunnskapskapital. I: Lindkvist K.B. (red.) (2004) Resursser og omstilling - et geografisk perspektiv på regional omstilling i Norge*, Fagbokforlaget, Bergen

Wadel C. (1990) *Den samfunnsvitenskapelige konstruksjon av virkeligheten. 2.utgave*, SEEK A/S, Flekkefjord

Østerberg D. (1997) *Sosiologiens nøkkelbegreper og deres opprinnelse, 5.utgave*, Cappelen Akademisk Forlag, Oslo

Østerberg D. & Engelstad F. (1995) *Samfunnsformasjonen. En innføring i Sosiologi*, Pax Forlag A/S, Oslo

<http://www.bygdeutvikling.no/index.php?f=08050120&sid=4&eid=10&spid=268&id>

<http://www.nordsida.no/index.php?f=08050124&sid=2&eid=2&spid=268&id=137>

<http://www.nrk.no/fylkesleksikon/>

<http://www.stryn-nh.no/index.php?f=08050001&sid=3&eid=131&spid=268&frm=1>

<http://www.stryn.kommune.no/fakta.htm>

<http://odin.dep.no/filarkiv/126267/sluttrapport3.pdf>

Vedlegg

Vedlegg 1: Følgebrev til bedriftene i forbindelse med survey

Bergen, 22.03.2004

Bedrifters geografiske forankring; Bedriftssamarbeid, næringslokalisering og næringsutvikling i Stryn kommune

Kjære bedriftsleder

I forbindelse med en masteroppgave i økonomisk geografi ved institutt for geografi, **Universitetet i Bergen**, vil det utføres en undersøkelse av næringsforholdene i Stryn kommune. Målet med undersøkelsen er blant annet å kartlegge hvordan den geografiske og kulturelle forankringen innvirker på forholdet mellom økonomiske aktører, her bedrifter, og i hvilken grad denne forankringen bidrar til næringslivets og Stryns utvikling. Vedlagt følger et spørreskjema med spørsmål som omhandler bedriftenes virksomhet, lokalisering, samarbeidsrelasjoner m.m.

For at resultatet skal bli best mulig er det viktig at du tar deg tid til å svare på dette spørreskjemaet. Det er også viktig at du forsøker å besvare spørsmålene så fullstendig som mulig for at det skal være mulig å kartlegge den faktiske situasjonen i kommunen.

Utfylling av skjemaet vil ta ca. **10 minutter** og alle de innkomne opplysningene vil bli behandlet **konfidensielt**. Av hensyn til tidsplanen for undersøkelsen bes det om at skjemaet returneres, i vedlagt konvolutt, innen **30. April 2004** til:

Beate Mæsel
c/o Institutt for Geografi
Universitetet i Bergen
Breiviksveien 40
5045 Bergen

Eventuelle spørsmål angående undersøkelsen kan rettes til Beate Mæsel (tlf.95914242/55941623).

På forhånd takk for hjelpen.
Med vennlig hilsen

Beate Mæsel
Masterstudent

Vedlegg 2: Følgebrev til bedriftene ved puring på retur av spørreskjema

Bergen, 24.05.2004

Bedrifters geografiske forankring; Bedriftssamarbeid, næringslokalisering og næringsutvikling i Stryn kommune

Kjære bedriftsleder

Viser til telefonsamtale der vi ble enige om at jeg via mail skulle sende deg ett eksemplar av spørreundersøkelsen som jeg sender ut til bedriftene i Stryn i forbindelse med min masteroppgave i økonomisk geografi ved institutt for geografi, **Universitetet i Bergen**.

Som tidligere fortalt, vil jeg i min masteroppgave utføre en undersøkelse av næringsforholdene i Stryn kommune. Målet med undersøkelsen er blant annet å kartlegge hvordan den geografiske og kulturelle forankringen innvirker på forholdet mellom økonomiske aktører, her bedrifter, og i hvilken grad denne forankringen bidrar til næringslivets og Stryns utvikling. Vedlagt følger spørreskjemaet med spørsmål som omhandler bedriftenes virksomhet, lokalisering, samarbeidsrelasjoner m.m.

For at resultatet skal bli best mulig er det viktig at du tar deg tid til å svare på dette. (Jeg er som nevnt avhengig av en viss svarprosent for å kunne benytte skjemaene i analysen). Det er også viktig at du forsøker å besvare spørsmålene så fullstendig som mulig for at det skal være mulig å kartlegge den faktiske situasjonen i kommunen.

Utfylling av skjemaet vil ta ca. **10 minutter** og alle de innkomne opplysningene vil bli behandlet **konfidensielt- det vil ikke være mulig å spore informasjon tilbake til den enkelte bedrift**. Av hensyn til tidsplanen for undersøkelsen bes det vennligst om at skjemaet returneres snarest til:

Beate Mæsel
c/o Institutt for Geografi, Universitetet i Bergen
Breiviksveien 40
5045 Bergen

Eventuelle spørsmål angående undersøkelsen kan rettes til Beate Mæsel (tlf.95914242/55941623).

På forhånd takk for hjelpen.
Med vennlig hilsen

Beate Mæsel
Masterstudent

Vedlegg 3: Spørreskjema²

Spørreundersøkelse om bedrifters geografiske forankring

Om bedriften

1. I hvilken næring vil du hovedsakelig plassere din bedrift?

1. Jordbruk, skogbruk og fiske
2. Industri, utvinning av olje og gass, og bergverksdrift
3. Bygge- og anleggsvirksomhet, kraft og vannforsyning
4. Varehandel, hotell og restaurantvirksomhet
5. Finansiell tjenesteyting, forretningsmessig tjenesteyting og eiendomsdrift
6. Transport og kommunikasjon
7. Offentlig tjenesteyting
8. Annen tjenesteyting
9. Annet

2. Hvilket år ble virksomheten startet opp? _____

3. Hvor stor omsetning hadde bedriften i 2003? _____

4. Hvor mange årsverk hadde bedriften i 2003? _____

5. Er din bedrift en selvstendig enhet, eller del av et større selskap/konsern?

1. Selvstendig enhet
2. Morselskap i konsern
3. Datterselskap i konsern

6. Fra hvilket geografiske område har bedriftens største eier sin bakgrunn?

1. Lokalt i Stryn
2. Regionalt (fylket/Vestlandet)
3. Nasjonalt (andre steder i Norge)
4. Fra andre land i Norden
5. Globalt/Internasjonalt

² (Spørsmålene i spørreskjemaet er inspirert av spørsmål fra tidligere undersøkelser)

7. Fra hvilket geografiske område har daglig leder av bedriften sin bakgrunn?

1. Lokalt i Stryn
2. Regionalt (fylket/Vestlandet)
3. Nasjonalt (andre steder i Norge)
4. Fra andre land i Norden
5. Globalt/Internasjonalt

8. *Hvor viktig er høyt kvalifisert arbeidskraft for din virksomhet? (Angi svar på en skala fra 1 til 4, hvor en er uviktig, mens 4 er svært viktig).*

1	2	3	4
1	2	3	4

9. *Hvordan er tilgangen på høyt kvalifisert arbeidskraft på Vestlandet? (Angi svar på en skala fra 1 til 4, hvor 1 er svært dårlig, mens 4 er svært god).*

1	2	3	4
1	2	3	4

10. a) Hvor stor andel av de ansatte i din bedrift bor i Stryn? _____ (%)

b) Hvor kommer de øvrige ansatte fra?

1. Regionalt (fylket/Vestlandet)
2. Nasjonalt
3. Fra andre land i Norden
4. Globalt/Internasjonalt

Lokalisering

11. Hvordan er din bedrift alt i alt tilfreds med den nåværende lokaliseringen?

1. Misfornøyd
2. Middels fornøyd
3. Godt fornøyd
4. Svært godt fornøyd

12. Hvilken betydning har beliggenheten i Stryn kommune, for bedriftens konkurranseevne?

1. Ingen betydning
2. Liten betydning
3. Middels betydning
4. Stor betydning

13. Hvor viktig var følgende betingelser ved valg av lokalisering for bedriften? (Angi svar på en skala fra 1 til 4, hvor 1 = ikke viktig og 4 = svært viktig).

	Ikke viktig	2	3	4	svært viktig
1. Nærhet til utdanningsinstitusjoner	1	2	3	4	5
2. Nærhet til spesialiserte tjenesteleverandører, ulike konsultantselskaper o.l	1	2	3	4	5
2. Nærhet til generelle servicefunksjoner (post, bank o.l)	1	2	3	4	5
3. Nærhet til et aktivt foretningsmiljø	1	2	3	4	5
4. Gir gode muligheter for å etablere uformelle kontakter med foretningsforbindelser	1	2	3	4	5
5. Gir status i næringslivet å være lokalisert på dette stedet	1	2	3	4	5
6. Nærhet til sentrale politiske myndigheter.	1	2	3	4	5
7. God infrastruktur (veiforbindelse/kommunikasjon)	1	2	3	4	5
8. Nærhet til marked	1	2	3	4	5
9. Trettelegging fra kommunale/regionale myndigheter	1	2	3	4	5
10. Nøkkelpersoner i bedriften hadde tilknytning til stedet	1	2	3	4	5

Forhold mellom bedrifter, kunde-/leverandørforhold, marked o.l.

14. I hvilke geografiske områder finner man bedriftens viktigste leverandører av følgende innsatsfaktorer?

	Stryn	Regionalt	Nasjonalt	I utlandet
1. Varer (råvarer, halvfabrikat, produksjonsutstyr)	1	2	3	4
2. Standardiserte tjenester, (rengjøring, transport, o.l)	1	2	3	4
3. Avanserte tjenester (rådgivning, regnskap,data, o.l)	1	2	3	4

15. Hvor er denne bedriftens viktigste marked?

1. Lokalt i Stryn
2. Regionalt (fylket/Vestlandet)
3. Nasjonalt
4. Globalt/Internasjonalt

Samarbeid; deltagelse i nettverkstiltak, foreninger o.s.v.

Samarbeid kan sees som forbindelser av en viss varighet og med en viss forpliktelse mellom to eller flere bedrifter, mellom bedrifter og organisasjoner, det offentlige, kunnskapsinstitusjoner med mer. Samarbeidet kan være *uformelt*, det kan være organisert gjennom medlemskap, gjennom skriftlige samarbeidsavtaler, f.eks. om fremtidig kjøp eller salg eller det kan være i form av samarbeidsselskap.

16. I hvilken grad har din virksomhet deltatt i slikt samarbeid de tre siste årene? (Angi svar på en skala der 1er ikke i det hele tatt, og 4 er i svært stor grad).

Ikke i det hele tatt	2	3	I stor grad
1	2	3	4

17. Hvordan har bedriftssamarbeid vært organisert?

	Ja	Nei
1. Uformelle avtaler	1	2
2. Skriftlige samarbeidsavtaler	1	2
3. Etablering av samarbeidsselskap	1	2
4. Franchise-avtaler	1	2
5. Annet	1	2

18. Hvem har bedriften hatt samarbeid med de tre siste årene?

	Ikke i det hele tatt	2	3	I stor grad	
1. Leverandører	1	2	3	4	
2. Konkurrenter	1	2	3	4	
3. Kunder	1	2	3	4	
4. Forskningsmiljøer/ kunnskapsinstitusjoner	1	2	3	4	
5. Det offentlige Næringshagen	1	2	3	4	6.
7. Andre	1	2	3	4	

19. På hvilke områder har din bedrift vært involvert i bedriftssamarbeid med andre bedrifter de tre siste årene?

	Ja	Nei
1. Innkjøp (kjøp av varer og tjenester).	1	2
2. Produksjon (underleverandør-avtaler, felles produksjon o.l)	1	2
3. Salg, (felles salg, markedsføring, eller distribusjon).	1	2
4. Utvikling av nye produkter/tjenester.	1	2
5. Utvikling av produksjonsprosessen.	1	2

20. Hvordan har din bedrift etablert kontakt med aktuelle samarbeidspartnere?

	Ja	Nei
1. Gjennom tidligere kontakt med den aktuelle samarbeidspartneren.	1	2
2. Kjenner bedriftslederen fra før	1	2
3. Gjennom møte i felles kantine	1	2
4. Gjennom annen uformell kontakt, (på bussen, hos servicebedrifter o.l.	1	2
5. Annet? Spesifiser: _____		

21. Hvor har samarbeidspartnerne de tre siste årene hovedsaklig vært lokalisert?

1. Lokalt i Stryn
2. Regionalt (fylket/Vestlandet)
3. Nasjonalt
4. I Norden
5. Globalt/Internasjonalt

22. Hvilke gevinster har din bedrift oppnådd ved å delta i bedriftssamarbeid/relasjoner med andre bedrifter? (Angi svar på en skala fra 1 til 4, hvor 1 = ikke i det hele tatt og 4 = i svært stor grad).

	Ikke i det tatt			I svært stor grad
1. Bedret forhandlingsposisjon ovenfor leverandører	1	2	3	4
2. Reduserte innkjøpskostander.	1	2	3	4
3. Reduserte produksjonskostnader.	1	2	3	4
4. Tilgang på ny kompetanse.	1	2	3	4
5. Tilgang til ny teknologi	1	2	3	4
6. Bedret markedsadgang	1	2	3	4
7. Utviklet nye produkter eller produksjonsmetoder	1	2	3	4
8. Utviklet nye distribusjonsmetoder.	1	2	3	4
9. Felles markedsføring/ profilering i media	1	2	3	4
10. Tilgang til økt produksjonskapasitet.	1	2	3	4

23. Hva vurderer du som de største hindringene for å oppnå mer samarbeid med andre bedrifter/aktører? (Si deg enig eller uenig på en skala fra 1 til 4 hvor 1 er helt uenig og 4 er helt enig).

	Helt uenig			Helt enig
1. Manglende kunnskap i bedriftene om hva de kan bidra med.	1	2	3	4
2. Manglende kontakter med de aktuelle.	1	2	3	4
3. Det er tidkrevende å samarbeide med andre bedrifter.	1	2	3	4
4. Bedriftene snakker ikke samme språk.	1	2	3	4
5. Andre aktører har ikke relevant kunnskap.	1	2	3	4
6. Andre hindringer:	_____			

24. a) Har personer fra din bedrift vært representert i styret til andre bedrifter?
Ja Nei
1 2

b) Dersom ja, hvor har disse vært lokalisert?

- | | | |
|----|-------------------------------|---|
| 1. | Lokalt i Stryn | 1 |
| 2. | Regionalt (fylket/Vestlandet) | 1 |
| 3. | Nasjonalt | 1 |
| 4. | Globalt/Internasjonalt | 1 |

25. a). Deltar representanter for din virksomhet aktivt i næringsorganisasjoner/foreninger?

1. Ja, i stor grad
2. Ja, til en viss grad
3. Nei, ikke i det hele tatt

b). Om ja, hvilke næringsorganisasjoner/foreninger deltar de i?

26. a). Utveksles det i slike organisasjoner erfaringer med andre næringslivsledere i regionen?

1. Ja, i stor grad
2. Ja, til en viss grad
3. Nei, ikke i det hele tatt

b). Om ja, hvilke erfaringer utveksles?

27. Hvorfor delta i slike nettverk?

Utvikling; næringsliv/sted (Stryn) og tilrettelegging

28. Hvor viktig vil du si at din bedrift er for utviklingen av Stryn som sted? (Angi svar på en skala fra 1 til 5, der 1 er ikke viktig, 4 er svært viktig)

Ikke viktig	2	3	Svært viktig
1	2	3	4

29. Spesifiser kort hvorfor du mener din bedrift har denne graden av betydning for Stryns stedsutvikling:

30. Hvor fornøyd er din bedrift med de kommunale organenes tilrettelegging for næringsvirksomhet? (Angi svar på en skala fra 1 til 4, der 1 er svært misfornøyd og 4 er svært godt fornøyd).

Misfornøyd	middels fornøyd	godt fornøyd	Svært godt fornøyd
1	2	3	4

31. På hvilke måter kan de kommunale, politiske, myndigheter gjøre Stryn mer attraktiv for næringsvirksomhet?

1. Økt tilrettelegging av næringsareal/næringsbygg
2. Være mer tilgjengelig for forhandlinger om lokalisering/omlokalisering
3. I større grad stimulere til kontakt med de næringsdrivende
4. Utbedre vei og trafikkforhold
5. Redusere den kommunale saksbehandlingstiden
6. Bruk av økonomiske innciamenter (investeringstilskudd, gunstige lån ol.)
7. Annet, spesifiser:

32. Er det et mangelfullt tilbud i din region innenfor enkelte viktige tjenesteområder?

1. Nei, området har svært god dekning innenfor viktige tjenesteområder
2. Ja

33. Om du svarte ja på spørsmål 32; nevntil to viktige tjenesteområder hvor det er et mangelfullt tjenestetilbud innenfor din region.

1. Juridiske tjenester
 2. Finansiell tjenesteyting/forsikringstjenester
 3. Informasjonsrådgivning/bedriftsrådgivning
 4. IKT tjenester
 5. Markedsføringstjenester
 6. Rekrutteringstjenester
 7. Annet, spesifiser:
-

Til slutt

34. Hva er din stilling i bedriften?

1. Adm.dir/daglig leder
2. Avdelingsleder
3. Annet

TAKK FOR HJELPEN.

Vedlegg 4: Informant og respondentliste

Nøkkelinformant:	Leder for Plan og Utvikling, Lars Birger Holmøyvik
Nøkkelinformant:	Forhenværende daglig leder Stryn Næringshage, Jon Rune Heimlid
Respondent A:	Nordsida Næringsstove
Respondent B:	Miljøservice AS
Respondent C:	Ricco Vero AS
Respondent D:	Sico Data AS
Respondent E:	Hagen Treindustri AS
Respondent G:	Tenden Container og Gjenvinning AS
Respondent H:	Lokal bank
Respondent I:	Hagen Treindustri AS
Respondent J:	SNS
Respondent K:	SPV
Respondent L:	Norske Pre-Tre AS
Andre respondenter:	Sekretær SNS, daglig leder NDU Olav Tenden Transport AS Stryn Videregående Skole Vest Busscar AS Skogstad AS Doria Utvik AS Fjordingen AS Bibliotekar Stryn Bibliotek

Vedlegg 5: Intervjuguide for nøkkelinformanter

- Navn og stilling?
- Hva går jobben din ut på?
- Kan du fortelle litt om næringslivet i Stryn?
- Hva ser du som fordeler/ ulemper ved å drive næringsvirksomhet i Stryn?
- Finnes det noen fellessaker aktører i næringslivet arbeider med?
- Hvilken innvirkning kan bedriftene i næringslivet ha på avgjørelser i kommunen?
- Hvilke utfordringer ser du i fremtiden med tanke på næringslivet?
- Hva tror du gjør Stryn til det stedet det er?

Vedlegg 6: Intervjuguide for respondenter

- Navn og stilling?
- Hva går jobben din ut på?
- Hva slags bedrift er dette?
- Hvilke produkter kan dere tilby kunder?
- Hvordan utvikler dere nye produkter eller tjenester?
- Kan du fortelle litt om hvordan det er å drive næringsvirksomhet i Stryn?
- Hva ser du som fordeler/ulemper ved å drive næringsvirksomhet i Stryn?
- Hva tror du gjør Stryn til det stedet det er?
- Hvordan er deres forhold til Stryn Næringsssamskipnad og Stryn Næringshage?

Vedlegg 7: Oppgaver laget for feltkurs i Stryn høsten 2004

1). Stryn næringsssamskipnad (SNS)

Stryn Næringsssamskipnad har ved flere anledninger blitt sett på som en brobygger mellom Stryns næringsliv og de kommunale myndighetene i Stryn. Er dette tilfellet, og hvordan fungerer det i så fall i praksis?

- Hva er SNS,
- Hva er formålet deres,
- Hvilke utfordringer har de og hvordan prøver de å møte disse?
- Hvor søker de råd når det oppstår problemer, eller vanskelige utfordringer?
- Hvem er medlemmer/ hvem er ikke medlemmer, spesielle bransjer?
- Forhold til det politiske liv
- primus motor, hva/ hvem skaper drivkreftene?
- Arbeider SNS i samarbeid med andre lignende organisasjoner/ råd?
- Hva er deres styrke/ svakheter
- osv.

2). Nordsida næringsstove

Næringsstover er sammen med næringshager blitt opprettet flere steder i Norge. I Stryn finner man begge deler. Flere av bedriftene i Stryn oppgir at de jobber i nettverk med næringsstova og at de der møter felles utfordringer. Samtidig hevdes det at næringsstova er viktig for at man skal få til etablering av næringsaktivitet også utenfor Stryn sentrum.

- Hva er en næringsstove?
- Hvem er de og hvem er med?
- Hvordan startet de opp?
- Hvorfor akkurat i Stryn?
- Satsingsområde?
- Samarbeider de med andre aktører, i så fall hvilke (f.eks. Næringshagen, SNS, andre bedrifter e.l.)?
- Forhold til kommunale myndigheter?
- Hvordan blir driften finansiert?
- Styrker/ svakheter?
- o.s.v

3). Bedrifters forhold til lokalmiljøet?

Hva forventer representanter fra næringslivet av f.eks. lokale, kommunale myndigheter med tanke på det de oppfatter som en bærekraftig utvikling av næringslivet?

(f.eks. intervjuer med aktører i SNS, daglig leder Stryn Næringshage, Nordsida Næringsstove ol.)

Hvordan forsøker kommunen å tilrettelegge for næringslivet og hva forventer kommunale myndigheter fra næringslivet i samme sak?

Samsvarer forventningene kommunen og næringslivet har til hverandre?