

FDI, Nettverk og Kulturelle barrierer

- en studie av norske oppdrettsaktører i Puerto Montt, Chile



Masteroppgave i
økonomisk geografi

Maren Stanghov Thorstensen
Februar 2007



Institutt for Geografi
Universitetet i Bergen

*(...) Mañana, mañana!
Eller manana, manana
-som vi säger...*

*(...)
Det kommer ordna sig,
Det gör det alltid!
Jo, det löser sig,
så brukar allt bli!
Det kommer fixsa sig
til slut (...)!*

Timbuktu (2004)

Forord

How to survive in a Chilean jungle – er navnet på en spansk/chilensk ordbok som tar for seg grunnleggende forskjeller i det spanske- og det chilensk-spanske språket. Tittelen viser til at det ikke er bare lett å forstå chilenerne selv om man er godt skolert i spansk språk. Jeg synes tittelen passer godt også som en kommentar til min studie i Chile, hvor hensikten har vært å vise hvordan norske FDI bedrifter ”overlever” i en ukjent kultur. Samtidig står også tittelen godt til mitt eget møte med Chile, og feltarbeidet jeg gjennomførte der. Det var en spennende reise, med nok av utfordringer både i forhold til språk og kultur, og ikke minst i møte med mine informanter i den chilenske oppdrettsnæringa. Utfordringene jeg møtte under feltarbeidet ble til utfordringer i en tolknings- og skriveprosess, og har endelig resultert i en ferdig masteroppgave. Artisten Timbuktu synger om at ”det ordner seg til slutt”, og det har det jammen gjort, - også for meg!

Takk til min trivelige og dyktige veileder Arnt Fløysand. Du vet å sette fingeren på rett plass! Takk for hyggelig og lærerikt selskap under forstudien i Chile – og for økonomisk støtte til å gjennomføre turen ved FDI-prosjektet. En takk rettes også til Aqua Gen Chile Ltda og Fiskeriutdanning Maricom-Stipend for offisiell økonomisk støtte til gjennomføringen av feltarbeidet.

Tusen takk til alle mine informanter, spesielt de norske eventyrerne som lot meg få et innblikk i det norske miljøet for en periode. Takk for hyggelige samlinger på Sherlock med ”pisco sour”, himmelske biffmiddager på Pepes, canapeer i byssa og krepsefest i Puerto Varas. Takk for gode historier og for at jeg fikk være med ute i felten. En spesiell takk rettes til Tore og hans chilenske medarbeidere. Takk for lånet av kontor plass og leilighet under feltoppholdet. En ubetinget hjelpsom gjeng!

Så vil jeg selvfølgelig takke mine fantastiske medstudenter for en herlig studietid fylt med diskusjoner, frustrasjoner, - og digresjoner: Geoball, fagfester, swing og dansemoro, kjøkkenstrid, fisketurer, sofapauser, lesesalduetter og mye, mye mer. En uforglemmelig tid! Tusen hjertelig takk til Synne, Tina, Hanne, Irene og Lena for gjennomlesning, korrektur og nyttige tilbakemeldinger.

Og til slutt; tusen takk til min kjære familie, til gode venner og til kjæresten min Oddmar – for at dere alltid er her for meg, og alltid har troen på meg. Takk for alle heiarop og all oppbacking underveis!

Hasta mañana, - banana, banana!

Maren Stanghov Thorstensen

Bergen08.02.07

Innholdsfortegnelse

Forord.....	I
Figurliste og tabelliste.....	V
1 Innledning	1
1.1 FDI	1
1.2 FDI-prosjekt	2
1.3 Lakseoppdrettsnæringa i Chile.....	2
1.4 Problemstillinger	3
1.5 Oppgavens struktur	5
2 Teori.....	8
2.1 Utenlandske direkteinvesteringer (FDI) av multinasjonale foretak	9
2.2 Motiver for etablering av FDI	10
2.3 Effekter av FDI på investeringsstedet	11
2.4 FDI - komplekset.....	12
2.5 Fra transaksjon til relasjon - en refleksiv vending	14
2.6 Læring som konkurransefortrinn.....	16
2.7 Læring gjennom kulturell forankring	17
2.8 Konvensjoner og kultur i nettverk.....	17
2.8.1 Konvensjoner	17
2.8.2 Kultur	18
2.9 Innovasjonskultur	18
2.10 Næringsaktivitet, nettverk og sosial kapital	19
2.11 Effekter av investert sosial kapital	20
2.12 Geografisk forankring og økonomisk aktivitet	22
2.12.1 Geografisk forankring i næringsklynger	22
2.12.2 Næringsklynger og geografisk nærhet	23
2.13 FDI – komplekset og de analytiske tilnærmingene	24
2.13.1 Sosiale felt	25
2.13.2 Diskurs, narrativ og representasjoner	27
2.14 Oppsummering	28
3 Metodiske perspektiver.....	31
3.1 Metodiske valg	31
3.2 Kvalitativ forskningstilnærming – studier av relasjoner	32
3.3 Casestudie.....	33
3.4 Forstudie og feltarbeid	33
3.5 Utvalg av informanter	34
3.6 Nøkkelinformanter	35
3.7 Mine roller i felt – ”La Vikinga”	36
3.8 Metoder for datainnsamling	38
3.8.1 Intervju og feltsamtaler	38

3.8.2	Observasjon og tolkning.....	39
3.9	Fortolkningsprinsipper	41
3.10	Validitet og reliabilitet i kvalitativt orienterte metoder.....	42
3.10.1	Metodologi	43
3.10.1.1	Kartlegging av sosiale felt.....	43
3.10.1.2	Diskursanalytisk fremgangsmåte	44
3.10.2	Teoretisk tolkning av empirien	45
3.11	En metodisk oppsummering.....	45
4	Presentasjon av studieområdet og chilensk oppdrettsnæring.....	47
4.1	Chile - det lange landet.....	47
4.2	Puerto Montt – Laksens hovedstad	49
4.3	Chilensk oppdrettsnæring.....	50
4.4	FDI i Chile.....	52
4.5	Økonomisk påvirkning på regionen	53
4.6	Norske FDI i Chile	54
5	FDI som kapital, kunnskap og aktører	56
5.1	Innledning.....	56
5.2	En presentasjon av norske FDI-bedrifter i Chile.....	56
5.2.1	Overføring av kunnskap og aktører fra Norge til Chile	59
5.2.1.1	Overføring av aktører	59
5.2.1.2	Overføring av kunnskap	60
5.3	Motiv for investering.....	62
5.4	Fordeler og ulemper for norske FDI bedrifter i Chile	64
5.5	Oppsummering	67
6	Sosiale felt.....	68
6.1	Nettverk som sosiale felt	68
6.2	Bedriftenes relasjoner	68
6.2.1	Regionale, internasjonale og etniske handelsforbindelser	68
6.2.2	Internasjonale relasjoner	69
6.2.2.1	SOTA – Salmon of the Americas.....	69
6.2.2.2	Handelskammeret.....	70
6.2.2.3	Internasjonale oppdrettsmesser	71
6.2.2.4	Internasjonale NGO relasjoner.....	72
6.2.3	Regionale relasjoner	73
6.2.4	Uformelle relasjoner i lokalmiljøet	75
6.2.5	Uformelle relasjoner blant etniske nordmenn	78
6.3	Nettverk av relasjoner som sosiale felt	79
6.3.1	Det globale laksefeltet.....	80
6.3.2	Det regionale Puerto Montt feltet.....	80
6.3.3	Chilensk lokalsamfunnsfelt	80
6.3.4	Det norsk etniske feltet.....	81
6.4	Oppsummering	81
7	Mening i sosiale felt - narrativ om forretningskultur	83

7.1	Innledning.....	83
7.2	Kulturforskjeller mellom Norge og Chile	84
7.2.1	Narrativ om et hierarkisk samfunnssystem	84
7.2.2	Narrativ om tillitt i forretningsrelasjoner	86
7.2.3	Narrativ om byråkrati og aktørenes forhold til tid	89
7.2.4	Narrativ om effektivitet og teknologi i forbindelse med forretningspraksis	91
7.3	Oppsummerende representasjoner	94
7.3.1	Mening i norsk etnisk felt.....	95
7.3.2	Mening i chilensk lokalsamfunnsfelt	95
7.3.3	Oppsummering	96
8	Nettverksdynamikk.....	98
8.1	Innledning og disposisjon.....	98
8.2	En hellig treenighet for suksess for FDI.....	98
8.3	Empiriske eksempler på FDI-bedriftenes praksis	99
8.3.1	Vellykket forretningspraksis	100
8.3.2	Mindre vellykket forretningspraksis	102
8.4	Feltanalyse for forretningspraksis	104
8.4.1	Balansert feltsituasjon for bedrift Q og X:	106
8.4.2	Ubalansert feltsituasjon for bedrift Y og Z:	107
8.4.3	Oppsummering	108
9	Avslutning	110
9.1	Konklusjon og oppsummering av analysen	110
9.2	Teoriens og metodologiens fruktbarhet.....	112
9.3	Strategier for FDI-bedrifter i en ukjent kultur.....	113
9.4	Videre forskning på temaet og utvikling av oppdrettsnæringa i Chile	119
	Referanseliste.....	121
	Informantliste og oversikt over bedriftsnummerering.....	127
	Intervjuguide.....	128

Figurliste

Figur 2.1	Rekonstruksjon av "The FDI-complex".....	13
Figur 2.2	"En hellig treenighet" for økonomisk utvikling.....	15
Figur 2.3	Modell som viser FDI-komplekset koplet mot sosiale felt.....	29
Figur 4.1	Kart over Chile og region X.....	48
Figur 4.2	Fotografier fra området omkring Puerto Montt.....	49
Figur 4.3	Puerto Montt.....	50
Figur 4.4	Produksjonsvekst i perioden 1994-2004.....	52
Figur 5.1	Fotografier fra oppdrettsaktivitet i Chile.....	59
Figur 6.1	Salmon Chiles lokaler i Puerto Montt.....	73
Figur 8.1	En refleksiv, hellig treenighet for norske FDI bedrifter i Chile.....	99
Figur 8.2	Kopling av sosiale felt.....	105
Figur 8.3	Balansert feltsituasjon for bedrift Q og X.....	106
Figur 8.4	Ubalansert feltsituasjon for bedrift Y og Z.....	108

Tabelliste

Tabell 3.1	Oversikt over informanter.....	35
Tabell 3.2	Oversikt over nøkkelinformanter.....	36
Tabell 4.1	Oversikt over Norges posisjon blant de ti største lakseeksportørene i Chile...55	
Tabell 5.1	Oversikt over de norske FDI-bedriftene.....	57

1 Innledning

1.1 FDI

Siden 1980- og 1990 årene har antallet utenlandske direkteinvesteringer (FDI) på den globale arena økt kraftig. Verdensbanken skisserer en økning av kapitalflyt i form av FDI fra et nivå på 11 milliarder kroner på 1980-tallet til mer enn 75 milliarder kroner i 1993, og til så vidt over 100 milliarder i 1994 (Fløysand et al. 2005). Mellom 1995 og 2000 økte kapitalflyten ytterligere til hele 240 milliarder kroner (Ibid). Den globale fordelingen av investeringene har i samme periode endret seg fra å gjelde hovedsakelig etableringer i industrialiserte land, til stadig flere etableringer også i utviklingsland. Norsk FDI utgjør en liten prosent av den totale, globale kapitalflyten. De norske investeringene utgjorde kun 2 % av den totale flyten av FDI til utviklingsland i 2000 (Ibid). Men, sett i forhold til Norges befolkningsstørrelse er norske investeringer til utviklingsland betydelig. Den omtalte økningen og fordelingsendringen av FDI globalt har vekket min interesse for å studere norsk FDI til utviklingsland.

Utenlandske direkteinvesteringer eksisterer som et resultat av generelle globaliseringsprosesser, og multinasjonale foretaks behov for selv å kontrollere sin produksjon. Etablering i form av datterselskap av multinasjonale foretak på den globale arena akkumulerer etableringer av internasjonale service- og leverandørbedrifter relatert til spesialiserte næringer. Slik akkumulering av internasjonal virksomhet gjelder også norsk FDI, og bidrar til en ytterligere økning av total, norsk FDI.

Per definisjon kan man ikke kalle en direkte investering en FDI, før den har krysset nasjonale grenser. Samtidig karakteriseres FDI som en langsiktig, fysisk etablering i et land, hvor verdier utveksles mellom investor og lokalitet på nasjonalt, regionalt og lokalt nivå.

"Globalization occurs when multinational enterprises engage in foreign direct investment to create subsidiaries which add value across national borders."

(Rugman 2002)

Sitatet over viser at konseptet FDI er knyttet til både sosio-politiske endringer (Ibid) og til globaliseringsprosesser. Dermed blir det svært naturlig å knytte det økonomiske konseptet FDI til både sosial og romlig analyse. Mitt utgangspunkt er at FDI ikke bare må forstås som

en overføring av kapital, men som en kompleks sammensetning- og overføring av både kapital, kunnskap og aktører.

1.2 FDI-prosjekt

Denne masterstudien er en del av prosjektet “*The Spatial Embeddedness of Foreign Direct Investment*” (Fløysand, Ikke publ.). Prosjektet søker å gi svar på hvordan studier av FDI og geografisk forankring, kan bidra til en forståelse av den dynamikken FDI representerer i utviklingsland. Hovedproblemstillingen for prosjektet er formulert slik: *How can studies of the spatial embeddedness of FDI through the capital-actor-knowledge complex enhance understandings of FDI dynamics?* Paraplyprosjektet koordinerer ulike underprosjekt på master og doktorgradsnivå, med utgangspunkt i tre underproblemstillinger. Den første av disse fokuserer på hvordan FDI som diskurs belyser teori omkring maktrelasjoner og hvordan slike relasjoner artikuleres på en romlig skala. Den andre underproblemstillingen fokuserer på hvordan FDI kan belyse teori om innovasjon og regional utvikling gjennom sosiale feltanalyse. Den tredje underproblemstillingen er formulert i forhold til hvordan FDI som utviklingsanalyse kan belyse teori om fattigdom.

Gjennom prosjektets kartlegging av norske direkteinvesteringer i utviklingsland, utpekte Puerto Montt regionen i sør-Chile¹ seg som et velegnet sted for å gjøre en casestudie. Den norske tilstedeværelsen i Chile i utgangspunktet relativt beskjeden, men i Puerto Montt regionen er det imidlertid høy konsentrasjon av norske FDI-bedrifter involvert i lakseoppdrettssektoren. Norsk FDI sto i 2002 for om lag 16 % av eksportvolumet fra den chilenske oppdrettsnæringa (S.C.), et beløp som har økt ytterligere etter Fredriksens oppkjøp og fusjoner av store multinasjonale oppdrettskonsern med viktige etableringer i Chile i 2006. I tillegg til oppdrettsselskapene har flere norske tjeneste- og serviceleverandører relatert til oppdrettsnæringa etablert seg i Chile. Disse bedriftene utgjør en stor andel av de norske FDI-bedriftene i Chile.

1.3 Lakseoppdrettsnæringa i Chile

Norge har i lang tid vært regnet som verdens ledende produsent og eksportør av oppdrettslaks. Men i løpet av de siste ti åra har Chile utfordret Norges posisjon i denne bransjen. Den chilenske laksenæringa utvikles i et høyt tempo, og således er Chile aktuell både som

¹ Chile omtales her som utviklingsland på bakgrunn av Paraplyprosjektets definisjoner. Der defineres norsk FDI til Chile innenfor den totale flyt av norsk FDI til utviklingsland i mellom- og Latin-Amerika.

konkurrent og samarbeidspartner for Norske oppdrettsaktører. Bare siden oppstarten på midten av 1980-tallet har oppdrettsnæringa i sør-Chile vokst frem til å bli en av de viktigste næringene i landet. Den store ”boomen” i oppdrettsnæringa tiltrekker seg nasjonal så vel som internasjonal arbeidskraft, kunnskap og kapital, og både norske og andre utenlandske direkteinvesteringer utgjør en viktig del av chilensk oppdrettsnæring.

1.4 Problemstillinger

I forbindelse med paraplyprosjektet, besøkte jeg Puerto Montt vinteren 2005, i forkant av selve feltarbeidet for masterstudien. Med utgangspunkt i dette besøket fant jeg at tematikk tilknyttet sosiale relasjoner og kulturell forankring i forbindelse med de norske FDI-bedriftene var svært aktuelt.

Innenfor fagretningen økonomisk geografi hevdes det at rom og miljøer oppstår i relasjon mellom aktører og bedrifter, og at konvensjoner innad i slike miljøer styrer økonomiske prosesser. Et slikt fokus gir en økt interesse for å kartlegge sosiale relasjoner mellom aktører i en økonomisk kontekst, for slik å kunne forklare de enkelte aktørenes styrke og svakheter ut i fra deres sosiale og kulturelle forankring. Dette ble en motiverende faktor for mitt valg av problemstillinger. Min studie faller i så måte innenfor tematikken for de to første underproblemstillingene for paraplyprosjektet. Jeg har imidlertid formulert mine problemstillinger ut i fra de forutsetningene jeg fant på stedet, og ut i fra mine interesser, både teoretisk og analytisk. Min hovedproblemstilling (HP) er:

HP: Hvordan påvirker nettverksdynamikk forretningspraksis for FDI-bedrifter i en fremmed kultur?

Nettverksdynamikk forstår jeg her som bedriftenes deltakelse i sosiale felt på ulike geografiske nivå, og samspillet mellom feltene. Forretningspraksis forstår jeg som hvordan bedriftene opererer i Chile. Jeg anser det som bedriftenes mål å oppnå vellykket forretningspraksis og suksess, og følgelig blir dette styrende for hvordan jeg strukturerer gangen i avhandlingen. Jeg tar utgangspunkt i at vellykket forretningspraksis og suksess kan forklares som bedriftens evne til samhandling og læring, der høy markedsandel og økonomisk gevinst følger av slik praksis. I denne studien vil jeg imidlertid ikke fokusere på bedriftenes økonomiske gevinst, fordi jeg ikke har fått tilgang på konkrete tall som viser dette. Jeg kan heller ikke ta høyde for eksterne markedsprosesser og svingninger i markedet, som virker inn

på bedriftenes økonomiske situasjon. Dermed baseres konklusjonen for studien på informantenes fortellinger og mine observasjoner og tolkninger i forhold til bedriftenes forretningsliv.

Min **hypotese** for studien er at dersom bedriftene deltar i problemløsningsnettverk på ulike geografiske nivå, og slik overskrider kulturelle barrierer, har bedriften større sjanse for å oppnå velfungerende forretningspraksis; større sjanse for suksess.

For å gi svar på min hovedproblemstilling, og for å kunne verifisere eller falsifisere påstanden som min hypotese representerer, ser jeg det som hensiktsmessig å operasjonalisere hovedproblemstillingen ved å ta for meg følgende underproblemstillinger (UP):

UP 1: Hva kjennetegner norske FDI-bedrifter i Puerto Montt?

I forbindelse med den første underproblemstillingen vil jeg kartlegge de norske FDI-bedriftene i Puerto Montt. Jeg vil kort beskrive bedriftene som inngår i studien, ved å gjøre rede for bedriftenes virksomhet, størrelse og ledelse. Videre vil jeg gjøre rede for motiv bak investeringene, og kartlegge hvorvidt investeringene har ført til overføring av personell. Her vil jeg beskrive om bedriftene har norsk ledelse, eventuelt norske medarbeidere, eller om bedriftene drives av chilenerne. Jeg vil drøfte bedriftenes forhold til eierne i Norge, og hvilken innflytelse de norske eierne har på FDI-bedriftene. Videre vil jeg beskrive i hvilken grad bedriftene mener å ha overført kunnskap fra Norge til Chile. Avslutningsvis vil jeg gjøre rede for hva de involverte aktørene anser som fordeler og ulemper ved å være en norsk FDI i Chile.

UP 2: Hvilke nettverk er bedriftene en del av?

I forbindelse med min andre underproblemstilling vil jeg kartlegge sett av bedriftenes relasjoner. Jeg påstår at bedriftenes relasjoner, både på formelt forretningsnivå, og på uformelt, sosialt nivå, danner nettverk av relasjoner som utgjør sosiale felt på en variert geografisk skala. Jeg vil beskrive hvordan bedriftene deltar i slike sosiale felt både på internasjonalt, regionalt, lokalt og etnisk nivå. Sosiale felt forstår jeg som problemløsningsnettverk av sosiale personer på ulike geografiske nivå, hvor de involverte personene produserer, reproduserer og endrer mening.

UP 3: Hvilken type mening konstrueres i sosiale felt og hvordan påvirker slik mening forretningspraksis for norske FDI-bedrifter i møtet med en ukjent kultur?

I forbindelse med min tredje problemstilling vil jeg gjøre rede for dominerende meningsproduksjon i de sosiale feltene. Dette gjør jeg for å vise hvilke konvensjoner bedriftene handler i forhold til. Jeg vil i denne sammenheng benytte meg av den analytiske tilnærmingen om *diskurs* for å kunne operasjonalisere teori om mening og konvensjoner for handling. Jeg påstår at aktører i sosiale felt opererer med ulike sett av narrativ som gir mening for aktørene i forhold til forretningskultur. Ulikt meningsinnhold skiller de sosiale feltene fra hverandre, og kan bidra til å forklare kompleksiteten i de kulturelle utfordringene som eksisterer i kulturelt hybride næringsmiljø.

UP4: Hvilke strategier bør FDI-bedrifter følge i en ukjent kultur?

Min fjerde underproblemstilling om strategier for FDI-bedrifter i en ukjent kultur, er ment som en oppsummering av resultatene fra studien, og søker å peke utover casestudien. I så måte er hensikten med spørsmålet å gjøre rede for hvordan resultatene for studien kan anvendes i praksis for FDI-bedrifter i en tilsvarende eller liknende situasjon. Gjennom å diskutere geografiske, sosiale og kulturelle strategier for vellykket forretningspraksis verifiserer jeg min hypotese om at deltakelse i sosiale felt bidrar til vellykket forretningspraksis og suksess for FDI-bedrifter.

1.5 Oppgavens struktur

Analysen er strukturert med utgangspunkt i problemstillingene for studien. I første omgang vil jeg imidlertid presentere de teoretiske og metodiske perspektivene som ligger til grunn for analysen, beskrive studieområdet og gi et innblikk i chilensk oppdrettsnæring.

Kapittel 2 gir en gjennomgang av **teorier** som er relevante for mine problemstillinger. Jeg definerer FDI som en kompleks sammensetning av aktører, kapital og kunnskap. Jeg hevder at en slik definisjon fanger opp kulturelle strukturers og sosiale relasjoners betydning for FDI-bedriftenes forretningspraksis.

Mitt teoretiske utgangspunkt bygger på Michael Storpers (1997) refleksive bidrag til moderne økonomisk teori. Storper presenterer en treenig forutsetning for økonomisk utvikling for økonomiske aktører i en region. Disse forutsetningene er organisasjon, teknologi og territorier. Begrepene viser til at økonomisk utvikling skjer som et resultat av relasjonell

praksis på bakgrunn av formelle og uformelle atferdsregler (organisasjon), kunnskaps-
spillovers og læreprosesser (teknologi), i et avgrenset rom (territorier). Jeg anvender denne
tilnærmingen for å vise at sosiale, kulturelle og geografiske faktorer påvirker
forretningspraksis, og at bedriftenes deltakelse i sosiale felt oppfyller disse forutsetningene,
fordi meningsproduksjon i feltene styrer konvensjoner for handling, og påvirker
forretningspraksis for bedriftene. Jeg argumenterer imidlertid ikke for territorier som
avgrensede rom i fysisk forstand, men som relasjonelt rom på ulike geografiske nivå. Videre
har jeg heller ikke til hensikt å analysere et bedriftsmiljø i en lokalisert region per se, men
snarere et utvalg norske FDI-bedrifter og deres deltakelse i sosiale felt på internasjonalt,
regionalt, lokalt og etnisk nivå.

I **kapittel 3** presenterer jeg den **metodiske tilnærmingen** som er benyttet i forbindelse med
datainnsamling og feltarbeid. Her gjør jeg rede for de kvalitativt orienterte metodene
observasjon og intervju, og diskuterer tolkning av data. Jeg peker på verdien av de rollene jeg
fikk i forbindelse med mitt feltarbeid, og reflekterer over hvordan disse kan ha påvirket
tilgang på relevant informasjon. Videre presenterer jeg møtet med studiested og informanter.
Kapittelet inneholder også en diskusjon av validitet og reliabilitet i forbindelse med kvalitativ
metode, og en gjennomgang av metodologien som anvendes i analysen.

I **kapittel 4** presenteres studieområdet. Her gir jeg en beskrivelse av landet og regionen, samt
utviklingen av chilensk oppdrettsnæring. Jeg gjør kort rede for forholdet mellom
oppdrettsnæringa og regionen, og peker på Chiles rolle i den globale laksenæringa.
Avslutningsvis beskriver jeg bakgrunnen for Norges kommersielle tilstedeværelse i Chile.

De fire neste kapitlene utgjør **analysen**. Her presenteres og diskuteres empirien opp mot det
teoretiske grunnlaget, og metodologien. I **kapittel 5** kartlegges og beskrives de norske FDI-
bedriftene i Puerto Montt. I **kapittel 6** gjør jeg rede for bedriftenes relasjoner på ulike
geografiske nivå, og presenterer bedriftenes deltakelse i sosiale felt: Globalt laksefelt,
regionalt Puerto Montt felt, chilensk lokalsamfunnsfelt og norsk-etnisk felt. De to første
analysekapitlene svarer til mine to første underproblemstillinger. I **Kapittel 7** diskuteres
underproblemstilling tre. Her beskriver jeg mening i nettverkene i form av informantenes
narrativ om samfunnsstruktur, tid og tillitt, og om effektivitet, teknologi og service, og
diskuterer på hvilken måte kulturforskjeller påvirker forretningspraksis for bedriftene i de
sosiale feltene. **Kapittel 8** søker å gi svar på hovedproblemstillingen om hvordan

nettverksdynamikk påvirker forretningspraksis for FDI. Her oppsummeres funnene fra de foregående analysekapitlene, og funnene diskuteres i forhold til den presenterte teorien. Kapitlet har til hensikt å vise hvordan bedriftenes relasjoner kan skape fruktbare miljø for kunnskap og læring i forhold til kulturelle konvensjoner, og at deltakelse i sosiale felt således kan være en medvirkende årsak til bedriftens evne til å oppnå vellykket forretningspraksis og suksess i Chile.

I **kapittel 10** avrundes oppgaven med en **oppsummering** av hovedpunktene, og en konklusjon i forhold til hovedproblemstillingen. Her tar jeg også tak i fjerde og siste underproblemstilling for studien, og presenterer **strategier** for FDI-bedrifter i en ukjent kultur, på bakgrunn av mine funn i studien av de norske FDI-bedriftene i Chile. Avslutningsvis vil jeg kort gjøre rede for andre forskningsmuligheter på temaet.

2 Teori

For å gi et svar på *hvordan nettverksdynamikk påvirker forretningspraksis for FDI i en ukjent kultur* vil jeg diskutere hva som kjennetegner de norske FDI-bedriftene i laksenæringa i Puerto Montt, og kartlegge deres nettverksdeltakelse på ulike geografiske nivå. Først vil jeg imidlertid presentere det teoretiske perspektivet som ligger til grunn for min studie av FDI.

Innledningsvis vil jeg gjøre rede for FDI's rolle i den globale økonomien. Deretter vil jeg vise til motiv for etablering av FDI, og diskutere mulig effekt av FDI på et investeringssted. Mitt utgangspunkt er at FDI må analyseres som et komplekst fenomen sammensatt av økonomiske *aktører, kunnskap og kapital*. En slik fremstilling av FDI, som evner å ivareta den kompleksiteten FDI representerer, med fokus på menneskelig interaksjon som grunnleggende for økonomisk aktivitet, er i trå med den refleksive vendingen i moderne økonomi. Jeg vil derfor kople teori om FDI til Storpers (1997) refleksive bidrag innen økonomisk teori. Jeg vil presentere hans ide om en ny treenig sammensetning av *territorier, organisasjon og teknologi*, hvor fokuset er på aktører i samhandling, og på miljøene hvor samhandling og læring finner sted, som nødvendig for økonomisk utvikling.

Dermed blir en bedrifts *sosiale kapital* - de sosiale relasjonene FDI-bedriften har, viktig for bedriftens forretningspraksis. Storper hevder imidlertid at miljø for samhandling er avgrensede geografiske rom. Jeg argumenterer for at økonomisk utvikling for bedrifter ikke er avhengig av geografisk nærhet, men derimot at en bedrifts deltakelse i miljø på varierende geografisk skala er positivt for bedriftens evne til økonomisk utvikling.

Når hensikten med denne studien er å kartlegge de nettverk hvor FDI deltar, og praksisen som finner sted i nettverkene, blir det nødvendig å operasjonalisere begrepet "nettverk". I denne forbindelse presenteres det analytiske begrepet *sosiale felt*. Et problemløsningsnettverk av sosiale relasjoner defineres som et sosialt felt når aktører i samhandling på ulike geografiske nivå produserer, reproduserer og endrer mening som påvirker aktørenes atferd. Jeg hevder at FDI-bedriftene deltar i sosiale felt, og at denne deltakelsen er en forutsetning for bedriftenes evne til vellykket forretningspraksis og økonomisk utvikling i en ukjent kultur. Følgelig vil jeg gjøre rede for hvilken mening som produseres i de sosiale feltene. Her søker jeg å operasjonalisere begrepet "mening" ved å introdusere den analytiske tilnærmingen *diskurs*,

med fokus på *narrativ og representasjoner* som egnede verktøy for å analysere mening. I denne studien har jeg valgt å definere mening i de sosiale feltene som aktørenes kulturelle utgangspunkt.

2.1 Utenlandske direkteinvesteringer (FDI) av multinasjonale foretak

Multinasjonale foretak (MNF) er selskap eller forretningsorganisasjoner som opererer på tvers av landegrenser, og som gjerne har avdelinger i mange land. Selskapene kontrolleres fra ett moderselskap i ett land. Hvor mye makt som tillegges underselskapene varierer fra foretak til foretak, og avhenger av hvor det er viktig for foretaket å lokalisere sin kunnskapsbase og sin industri. Fremveksten av multinasjonale selskap har spilt en viktig rolle for global flyt av kapital, og utvikling av internasjonal handel (Todaro 1998) MNF kontrollerer mer enn 70 % av verdenshandelen, og dominerer produksjon, distribuering og salg av ulike varer fra utviklingsland. Tilnærmet ¼ av internasjonal økonomisk utveksling involverer salg innenfor et multinasjonalt foretak (Stabell 2003).

Multinasjonale selskap er gjerne større enn nasjonale bedrifter, har høyere lønninger, er mer kapital- og kunnskaps intensive og teknologien deres er mer moderne (Dunning 1993, Caves 1996 i Te Velde 2003). Som dominerende, globale aktører er MNF i stand til å omstrukturere produksjonen sin økonomisk, geografisk, og funksjonelt. De kan legge ned, opprette og knytte sammen avdelinger i foretaket, slik at de får en mest mulig effektiv produksjon. Evne til omstilling og omstrukturering gjør at foretakene kan oppnå en optimal sammensetning av produksjonsfaktorer på sine respektive investeringssteder. De multinasjonale foretakene er altså både horisontalt og vertikalt integrerte og således aktive i forhold til direkte utenlandsinvesteringer.

Direkte utenlandsinvesteringer (FDI) relateres gjerne til betegnelsen *datterselskap* i forbindelse med multinasjonale foretak, og defineres i den forbindelse som en fysisk etablering av foretak i et annet land. FDI kan ta form som oppkjøp av lokalt foretak, etablering av nytt samarbeidsforetak (fusjonering) eller nyetablering av heleid foretak. De norske investeringene i Chile er i stor grad oppkjøp av etablerte foretak eller nyetablering av heleid foretak.

2.2 Motiver for etablering av FDI

Årsaker til at bedrifter velger å etablere seg i andre land er som regel forbundet med muligheter for lavere produksjonskostnader og tilgang på billig arbeidskraft. Men hvilke faktorer er gjeldende for at en bedrift velger akkurat en bestemt lokalisering? Dunning (1988) forklarer i sin eklektiske modell at FDI forekommer når tre bestemte betingelser er til stede samtidig: Den første betingelsen er at foretaket har noen *eierskapsfordeler* som gjør det i stand til å konkurrere med lokale foretak til tross for at det er utenlandsk. Slike eierskapsfordeler kan for eksempel være eiendomsrett til teknologikompetanse, eller at foretaket står sterkt finansielt. For at det skal være mulig å foreta investeringer i utlandet må disse fordelene overstige ulemper som kan følge av kulturelle og språklige barrierer, og det faktum at det utenlandske foretaket ikke har like god kjennskap om markeder og politiske reguleringer som de lokale foretakene (Rusten, Kvinge og Jakobsen 1999). Videre må det være *lokaliseringsfordeler* ved stedet som gjør at det er interessant for foretaket å investere. Geografisk nærhet til ressursene kan være en slik lokaliseringsfaktor. I fiskenæringa, for eksempel, er nærhet til ressursene nødvendig. Billig arbeidskraft, nærhet til marked, og støtte fra regjeringen i landet kan være viktige faktorer for etablering av FDI. Den siste betingelsen for at et foretak velger å lokalisere seg i et land er at det medbringer *internaliseringsfordeler*. Disse innebærer reduksjon av transaksjonskostnader, og foretakets behov for selv å kontrollere produksjonen.

Dunning (1988) viser til tre tradisjonelle motiv for etablering av utenlandsinvesteringer innenfor økonomisk teori. Disse er nærhet til marked (markedsmotivet), nærhet til ressurser (ressursmotivet), og effektiviseringsmotivet. Ettersom de to første motivene går inn under de overnevnte investeringsfordelene, velger jeg kun å kort gjøre rede for det siste motivet. *Effektiviseringsmotivet* refererer til foretakets ønske om å oppnå stordrifts- og samdriftsfordeler, samt ønske om å utnytte spesielle lokaliseringsfordeler for slik å redusere kostnadene. Det er et vanlig fenomen at bedrifter velger å lokalisere seg i nærheten av hverandre for på den måte å kunne dra nytte av hverandres produksjonsfordeler. Dunning (1988) hevder at slike klyngedannelser med tilhørende teknologiske spillover effekter, er viktige faktorer for lokalisering av foretak som er avhengig av å følge med i den teknologiske utviklingen for å overleve økonomisk. Derfor er for eksempel foretaks teknologisentre og hovedkontor gjerne lokalisert på steder nær annen kunnskapsbasert industri. Laksenæringen i og omkring Puerto Montt betegnes av de involverte aktørene selv som "El Cluster Salmon",

som refererer til at store deler av oppdrettsaktiviteten er lokalisert innenfor et geografisk konsentrert område, i og omkring Puerto Montt.

Organisasjonell teori legger til en fjerde faktor: *strategisk interaksjon* (Veron 1990, Hennart and Park 1994 i Fløysand et al. 2005). I en konkurrerende og internasjonal økonomi reagerer bedrifter på sine rivalers strategier. Slike reaksjoner kan være at de velger å lokalisere seg innenfor det samme geografiske området som markedslederen ("follow the leader"), at de kjøper opp konkurrenter, eller forsøker å overvinne rivalene i det internasjonale markedet ved å etablere produksjonsenheter i hjemlandet (Porter 1990).

Som for investorer flest, er det også for de norske FDI-bedriftene i laksenæringa i Puerto Montt, motivasjonen om å tjene penger som er drivkraften for investeringene. Både norske og andre internasjonale bedrifter fusjonerer med-, eller kjøper opp allerede etablerte chilenske bedrifter, eller etablerer nye virksomheter. Bedrifter i sine hjemland ser at andre bedrifter lykkes og at de tjener penger på sine investeringer i Chile, og dermed ønsker de selv å "følge etter" for å prøve lykken. Norske bedrifter innen oppdrettssektoren har fordeler i form av lang erfaring fra oppdrett i Norge. Således har de norske bedriftene ettertraktede produkter basert på kunnskap og teknologi. For laksenæringa i Chile er de geografiske og de klimatiske forholdene viktige faktorer for lokalisering av virksomhet. Oppdrettaktivitet krever nærhet til både ferskvann og sjøvann, og stabile vanntemperaturer. Chile har disse lokaliseringsfordelene for oppdrett. I tillegg har Chile en liberal investeringspolitikk og god tilgang til det amerikanske og japanske markedet. Etablerte oppdrettsselskap akkumulerer nye virksomheter i form av service og utstyrsleverandører. Slik ekspanderer "el Cluster Salmon" i Puerto Montt, også videre sørover, så lenge det er penger å tjene for både nasjonale og internasjonale bedrifter. Dette kommer jeg nærmere tilbake til i kapittel 5.

2.3 Effekter av FDI på investeringsstedet

Fordi norske og andre internasjonale FDI bedrifter utgjør en stor andel av lakserelatert virksomhet i Chile, er det tilbøyelig å tenke at deres tilstedeværelse akkumulerer visse effekter på investeringsstedet, utover utviklingen av selve laksenæringa. Jakobsen et al. (2005) hevder at type FDI, foretak, lokalsamfunn og nasjonal økonomi vil være med å bestemme hvilke effekter man får i et investeringsområde. Videre peker de på hvordan disse forholdene kan påvirke hvorvidt FDI bidrar til stivhengig utvikling eller stivhengig avhengighet. *Stivhengighet* kan forstås som den kunnskap, kompetanse og produksjon som

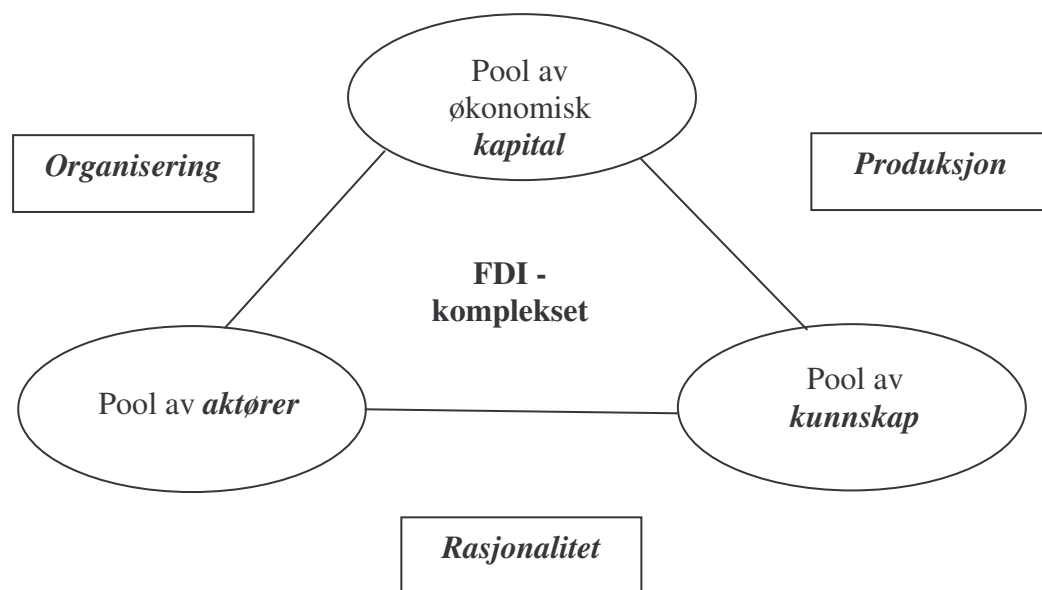
er etablert innenfor et foretak, nettverk eller region, der den etablerte kunnskapen genererer muligheter for spesialisering så vel som begrensninger i forhold til nyvinning for de involverte. I denne sammenheng hevder Jakobsen et al. (2005) at avhengighetsforhold, oppstår der investeringen kun involverer sysselsetting, skatter og noe forsyning til lokalsamfunnet. Utvikling, derimot, kan oppstå dersom FDI bygger nettverk i det lokale miljøet, og slik bidrar til kunnskaps spillovers, teknologi overføringer og innovasjoner (2.9).

I problemstillingene for oppgaven velger jeg å fokusere på utvikling i forbindelse med forretningspraksis for bedriftene, ikke som mulig *utvikling* eller *avhengighet* i forholdet bedrift – lokalsamfunn. Fordi tematikken om effekt på investeringsstedet faller utenfor mine problemstillinger for studien, vil jeg ikke fokusere på utviklingstilnærmingen i min analyse. Argumentet om at økonomisk utvikling forekommer når bedrifter bygger nettverk som bidrar til læreprosesser vil jeg imidlertid overføre til min studie av FDI-bedrifter og deres deltakelse i sosiale felt. Dette vil jeg komme tilbake til i analysen.

2.4 FDI - komplekset

I finansiell analyse defineres FDI som: *En investering på tvers av nasjonale grenser der investoren har langsiktige finansielle interesser, og utøver en effektiv innflytelse på aktivitetene til investeringsobjektet* (Norges Bank 1998). Jeg hevder i denne studien at en slik tradisjonell forståelse av FDI ikke ivaretar den kompleksiteten som FDI representerer. Te Velde (2003) presiserer at det er viktig å forstå FDI som kilde til teknologi og kunnskap. Pomfrets (1992 i Fløysand et al. 2005) argumenterer for at FDI tilfører kapital i kombinasjon med tilhørende teknisk-, markedsrelatert- og organisatorisk kunnskap.

Fløysand et al. (2005:7) hevder i ”*FDI, Regional Change and Poverty*” at FDI bør defineres som: *Et komplekst nettverk av inter-relasjonelle ”pools” av aktører, økonomisk kapital og kunnskap* (Figur 2.1).



Figur 2.1: Rekonstruksjon av "The FDI-complex" (Fløysand et al. 2005)

Aktører forstår jeg her som de norske og chilenske aktørene i bedriftene. *Kapitalen* defineres som den materielle etableringen. Mens *kunnskap* defineres i forhold til teknologi, kompetanse og erfaring. Forholdet mellom aktørene og den økonomiske kapitalen referer til måten FDI er organisert på. Her forstår jeg organisering av FDI som størrelse, nettverksrelasjoner og eierforhold. Relasjonen mellom den økonomiske kapitalen og kunnskap refererer til det som produseres i FDI. Det som produseres definerer hvilken type bedrift FDI representerer. Relasjonen mellom aktører og den kunnskapsbaserte atferden refererer til rasjonaliteten bak en FDI. Rasjonaliteten bak FDI forstår jeg her som motivet bak investeringen.

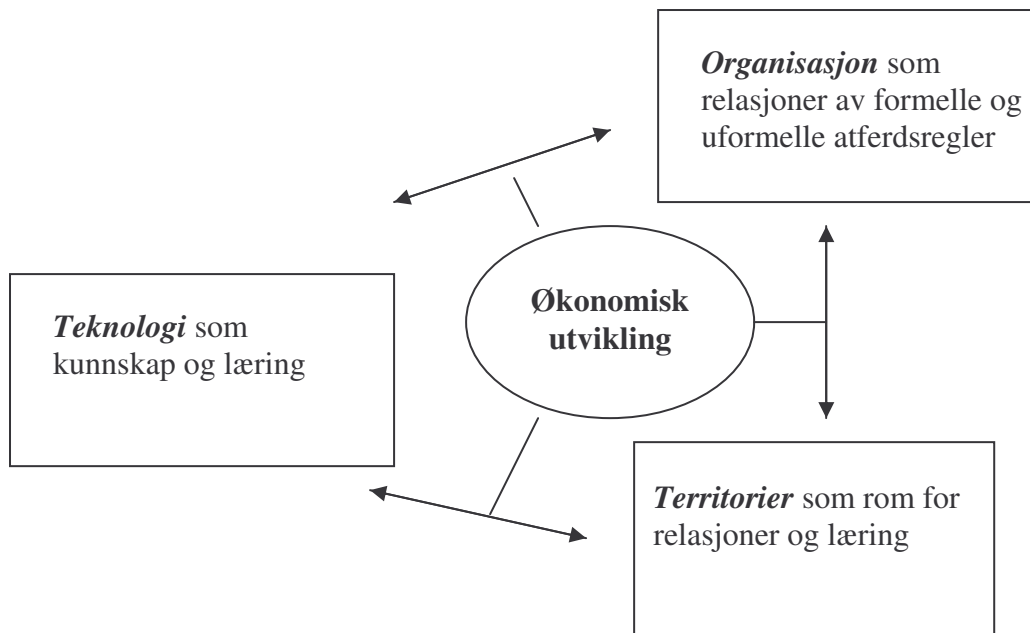
I forbindelse med mitt prosjekt vil denne definisjonen av FDI legge et viktig grunnlag for mitt analytiske arbeid. Jeg hevder at det er nødvendig å kartlegge organisering, produksjon og hensikt bak investeringene for å forstå aktiviteten som utføres blant investeringsselskapene. Videre hevder jeg at modellen er et godt utgangspunkt, fordi den fokuserer på menneskelige dimensjoner ved FDI i tillegg til overføring av kapital; i form av overføring av aktører og kunnskap fra Norge til Chile. For mitt prosjekt vil det være viktig å rette fokuset mot personene som er involvert i investeringen, og som gjennom eventuell kunnskapsoverføring og et annerledes kulturelt utgangspunkt, setter sitt preg på prosessene på investeringsstedet.

En slik fremstilling av FDI, som evner å ivareta den kompleksiteten FDI representerer, med fokus på menneskelig interaksjon som grunnleggende for økonomisk aktivitet, kan koples opp mot den refleksive vendingen i moderne kapitalisme. Jeg vil derfor presentere Storpers teoretiske bidrag i forbindelse med den refleksive vendingen i moderne økonomi.

2.5 Fra transaksjon til relasjon - en reflektiv vending

En økt betydning av relasjonelle prosesser og systemer som styrende for økonomisk aktivitet beskrives av Michael Storper, i *A Regional World* (1997), som en *refleksiv vending* i moderne økonomi. I følge Storper (1997:28), er det viktig at den tradisjonelle regionaløkonomien legger bak seg ideen om en økonomi som maskinelle prosesser av input output transaksjoner, og heller ser økonomien som sett av relasjoner, økonomiske prosesser av konversasjon og samhandling. Storper forklarer refleksivitet som et samspill mellom individuelle og kollektive *refleksive aktører*. Med refleksive aktører menes at aktørene kontinuerlig agerer i et fleksibelt samspill med andre aktører. Den naturlige økonomiske veksten må ikke sees som maskinell, men som relasjonell. Storper redefinerer slik den regionale økonomien som *stocks of relational assets*; her forstått som aktørers sett av *konvensjoner*. Med konvensjoner menes kognitive, kulturelle og psykologiske ferdigheter til for eksempel en bedrift. Dette kommer jeg nærmere tilbake til (2.8).

Storper viderefører den tradisjonelle regionaløkonomiens idé om den treenige sammensetningen av *organisasjon* (transaksjonsforbindelser og en bedrifts fysiske grenser), *teknologi* (standardisert versus fleksibel produksjon) og *territorier* (rom for transaksjonsforbindelser og produksjonsform) som nødvendig for økonomisk utvikling (1); fra å være en idé om maskinelt styrte prosesser til en idé om relasjonelt styrte prosesser integrert av refleksivitet. Storper (1997: 42) definerer nå teknologi som kunnskap og kontinuerlig læring i tillegg til produksjonsform. Han definerer organisasjon som relasjoner av uformelle og formelle atferdsregler i tillegg til transaksjonsforbindelser. Og han forklarer territorier som rom for relasjoner og læring innad i disse, i tillegg til rom for produksjonsform og transaksjonsforbindelser (Figur 2.2).



Figur 2.2. "En hellig treenighet" for økonomisk utvikling. Forenklet modell, fritt etter Storper (1997).

Refleksivitetsbegrepet står sentralt i samtidens kapitalisme. For det første representerer den moderne kapitalismen en revolusjon i produksjons-, informasjons-, og kommunikasjonsteknologi. For det andre en bredere romlig utstrekning av- og sosial dybde i markedsrelasjoner. Og for det tredje, som en kombinert effekt av de to foregående prosessene; en generalisering av moderne, organisasjonelle metoder, byråkratiske regler, og kommunikative prosesser til flere dimensjoner av økonomisk og ikke-økonomisk liv enn tidligere (Storper 1997:28). Storper beskriver dette som en slags enighet om en generell "way of life" som er felles for både næringa og for markedet. Disse elementene i den moderne kapitalismen kan samles i betegnelsen *økonomisk refleksivitet*. Her refererer begrepet refleksivitet til den muligheten aktører organisert i grupper i ulike *institusjonelle sfærer* av moderne kapitalisme – bedrifter, markeder, stat, hushold, og andre kollektiver - har til å forme sin kurs for økonomisk utvikling (Ibid). Ved å reflektere over sitt eget miljøes funksjonalitet får aktørene mulighet til å skape positiv og innovativ effekt innad i miljøet. Det vil si at det bildet aktørene danner seg av miljøet i sin egen "gruppe", er medvirkende for hvorvidt gruppen skaper noe positivt, eller ikke; for eksempel i form av økonomisk utvikling. Tolkning og konstruerte bilder av virkeligheten blir nå like viktig som fysisk virkelighet, fordi slike

tolkninger og bilder spres og aksepteres og blir grunnlag for folks handlinger; de blir virkeligheten (Ibid 1997:29). Derfor er det viktig å kartlegge gjennom empiriske studier hvilken mening som produseres i ulike bedriftsnettverk. På denne måten kan det avdekkes hva som kjennetegner et nettverk med vellykket forretningspraksis, og hva som er grunnen til at bedrifter i enkelte miljø ikke evner å opprettholde en økonomisk utvikling. En faktor som tidligere har vært avdekket som viktig for økonomisk utvikling i bedriftsnettverk, er aktørenes evne til læring.

2.6 Læring som konkurransefortrinn

Den refleksive kapitalismen er et system som åpner for nye typer usikkerhet (Storper 1997). I den økonomiske verden blir denne usikkerheten uttrykt ved å omdefinere konkurransen blant aktørene; hva skal til for å "vinne", og hvordan er det mulig å "tape"? Å vinne er et mye mer komplekst mål i moderne kapitalisme enn tidligere, fordi de forholdene en bedrift, en region eller et produksjonssystem må oppnå skapes og endres oftere og raskere enn før, og påvirkes stadig av globale prosesser. Slik blir det endelige målet om å være ledende vanskeligere å holde konstant innenfor en organisasjon eller en bedrift. Usikkerhet vil skape hyppige endringer og sterk konkurranse om det endelige målet om suksess (Ibid). Dette forstår jeg som en direkte konsekvens av den refleksive vendingen i generell økonomisk aktivitet.

Konkurranseteorier har forsøkt å favne disse fenomenene i løpet av de siste tjue åra. Retninger som postindustrialismen, informasjonsøkonomi, fleksibel spesialisering og post-Fordisme, har alle vært viktige bidrag til forståelsen av samtidens økonomiske prosesser. Men den grundigste og mest generelle måte å beskrive den logiske og mest avanserte formen for økonomisk konkurranse er i følge Storper (1997) "læring". Forståelsen av den moderne kapitalismen som *læringsøkonomi* ble først etablert av Lundvall og Johnson i 1992 (Storper 1997). De argumenterer for at den økende refleksiviteten har gitt aktørene et konkurransefortrinn i form av læring. De bedrifter, sektorer, regioner og nasjoner som kan lære fort og godt (oppnå høy kvalitet eller lavere pris for en gitt kvalitet) blir konkurransedyktige fordi deres kunnskap er sjelden, og derfor kan den ikke umiddelbart bli etterlignet av nye aktører, eller overflyttet til nye sektorer, regioner eller nasjoner.

Læringsøkonomien er et ensemble av konkurrerende muligheter, refleksive av natur, fordret av kapitalismens nye metakapasitet, så vel som usikkerhet eller restriksjoner fremstilt gjennom refleksiv læring av andre (Arthur 1989 i Storper 1997:30-31). Med utgangspunkt i

Storper presentasjon av en treenig sammensetning av organisasjon, teknologi og territorier som nødvendige elementer for økonomisk utvikling (2.5), hevder jeg at FDI komplekset kan forstås som en refleksiv definisjon av "hva som er FDI". Når Storper hevder at økonomisk utvikling skjer som et resultat av læringsprosesser mellom aktører i samhandling på steder, hevder jeg at for at en FDI skal være en lønnsom investering, avhenger det av de involverte aktørene og deres samspill med omgivelsene hvor de opererer. Jeg hevder at samhandling muliggjør akkumulering av kunnskap og læreprosesser mellom FDI og omgivelsene i en ukjent kultur.

2.7 Læring gjennom kulturell forankring

Ved analysing av konkurransevnen til bedrifter i nettverk, viser tilnærminger til utviklings- og institusjonell teori et skille mellom *traded* og *untraded interdependencies*; formelle og uformelle gjensidige avhengigheter (Brusco 1986; Camagni 1991; Grabher 1993; Storper 1997 i Fløysand og Jacobsen 2001). "Traded interdependencies" mellom bedrifter involverer relasjoner i form av kjøp- og salgs- transaksjoner. Men relasjoner mellom bedrifter kan også være "untraded", som betyr at det er et fokus på bedriftenes kulturelle forankring. Uformell gjensidig avhengighet er nært bundet opp mot konvensjoner og relasjoner, som er kognitivt, informasjonelt, psykologisk og kulturelt forankret (Storper 1997). Bedriftene deler et felles sett av kunnskapssystem og institusjonaliserte uformelle atferdsregler. I kombinasjon med det konstruerte miljø og de gitte naturressurser, er kunnskapssystem og institusjonelle uformelle atferdsregler en del av kapasiteten til et lokalt bedriftsmiljø (Maskell et al. 1998 i Fløysand og Jacobsen 2001). Begrepet *global* benyttes av forfatterne for å påpeke at global økonomisk aktivitet inngår i en romlig mikro-makro dialektikk.

2.8 Konvensjoner og kultur i nettverk

2.8.1 Konvensjoner

Innenfor et nettverk av bedriftsrelasjoner vil det regjere ett sett med konvensjoner som hver bedrift forholder seg til. *Med konvensjoner menes kognitive, kulturelle og psykologiske ferdigheter som gjør at aktørene kan overleve i markedet* (Storper 1997). Aktørens handlinger skjer innenfor referanserammer de deler med de andre involverte, og de lokale partene responderer på gjensidig sammenlignbare måter. Konvensjoner kan forklares ved å vise til de forventninger aktører innad i et nettverk har til hverandre. Konvensjoner refererer og til aktørers praktiske fornuft innenfor materielle og institusjonelle omgivelser, og kan best

forstås ut fra hvor lett de gir adgang til eller hindrer adgang til forskjellige former for handling. Med andre ord; konvensjoner styrer handling. Storper (1997) definerer *regionale produksjonsverdener* som lokalisert konvensjonelt-relasjonelt miljø. Han hevder at konvensjoner og relasjoner som utvikles i bestemte produksjonssystem i en gitt region kan påvirke langsiktig utvikling av teknologi og organisasjonsform i disse sektorene. Han hevder at lokaliseringens betydning i forhold til teknologisk innovasjon er blitt stadig viktigere, og at spesielle type innovasjoner skjer i avgrensede geografiske rom, som et resultat av kunnskapsinteraksjon og spill-overs i rommet. Slik viser han hvordan geografisk forankring, gjennom samlokalisering, type relasjonelt rom og konvensjoner innad i dette, er av betydning for et foretaks evne til utvikling. Jeg vil imidlertid ikke fokusere på regionale produksjonsverdener i denne avhandlingen, men forstår konvensjonelt-relasjonelt miljø som bedriftsnettverk på ulike geografisk nivå. Dette vil jeg komme nærmere tilbake til (2.12.2).

2.8.2 Kultur

Slik jeg ser det er konvensjoner et resultat av aktørenes kulturelle forankring. Giddens (2000) definerer kultur som; *de verdier, normer og materielle goder som karakteriserer enn gitt gruppe*. Her definerer jeg kultur som; *kontekstuelle intersubjektive meningssystemer sammensatt av kategorier og symbolske koder som folk tilegner seg gjennom læring, som deles og brukes for å tolke erfaring og andres handling, og for å generere ny handling og mening* (Fløysand, Ikke publ.).

Kulturgeografien sier at en transaksjonsprosess er situert i en kulturell kontekst (Ibid). De involverte aktørene må være inneforstått med det meningssett som karakteriserer bestemt atferd. For eksempel at man må gi penger for en vare. I en kultur har man gjerne et felles begreps- og symbolfelleskap, som legger grunnlaget for handling. Kultur har skala, har utstrekning i tid og rom, og er mangfoldig. Men kultur er også dynamisk, og konstitueres gjennom handling. Handling blir slik en maksimering av kulturelle verdier. Kulturforståelse er et utgangspunkt for å forstå hensikten og meningen i det folk gjør (Ibid), og blir derfor viktig for å kunne analysere de norske FDI bedriftenes forretningspraksis i Chile.

2.9 Innovasjonskultur

En bedrifts og et lokalsamfunns evne til læring og samhandling sidestilles gjerne med evne til innovativ handling. I hvilken grad tenker lokalsamfunnet eller de enkelte foretak i nye

retninger, arbeider med å utvikle ny teknologi, ny produksjonsform, nye varer og så videre? Innovasjon har i en rekke studier innenfor geografifaget vært knyttet opp mot studier av geografisk og kulturell forankring. Det hevdes at regionen, eller foretakets lokalisering, med dets kultur og miljø, er av betydning for hvor vidt omstilling finner sted eller ikke.

Lindkvist (2004) forklarer i sin studie av norsk saltfisknæring hvordan mangel på innovasjon henger sammen med maktkamp, konvensjoner og kultur innad i regionale produksjons-systemer. Han viser hvordan mangel på samarbeid og tillitt mellom aktører i en gitt region kan være en årsak til dårlig omstillingsevne. Tilsvarende skriver Fløysand (2004) i sin studie av norsk fiskeindustri på 1990-tallet om hvordan ulike fiskeindustrimiljø, som inngår i ulike relasjonelle tid-rom, har ulik evne til omstilling som følge av de respektive tid-rom, eller sosiale felt de deltar i. Miljøenes evne til nytenkning påvirkes av atferdsreglene i sosiale felt, og av samspillet mellom sosiale felt. Slike studier bygger opp under min antagelse om at tillitt er nødvendig i forretningsrelasjoner, og at miljø i nettverk av sosiale relasjoner er av stor betydning for forretningspraksis og økonomisk utvikling.

2.10 Næringsaktivitet, nettverk og sosial kapital

Granovetter (1992) hevder at bedrifter er forankret i konkrete, aktive system av sosiale relasjoner. Økonomisk aktivitet utføres ikke av isolerte individ, men av grupper av individer i større enheter som bedrifter, næringsmiljø og grupperinger mellom ulike type næringer. Økonomiske institusjoner dannes ikke automatisk som en respons av økonomiske behov, de konstrueres av individ hvis handlinger blir både forenklet og begrenset av strukturer og ressurser innad i de sosiale nettverk hvor de er forankret (Granovetter 1992). Videre hevder han at den økonomiske aktiviteten ofte kommer i knipe dersom det er mangel på den mellompersonlige tillitten som kreves for å kunne gi autoritet eller ressurser til andre (see, e.g., Dewey 1962; Geertz 1963; Davies 1973; D. Szanton 1971; Granovetter 1992).

”Det er ikke hva du vet som betyr noe, men hvem du kjenner” (Field 2003 og i Woolcock 2002). Den kjente frasen summerer raskt opp betydningen av begrepet *sosial kapital*. De fleste teoretikere definerer sosial kapital som verdien av deltagelse i nettverk og de normer som styrer interaksjon innad i nettverk. Sosial kapital er altså verdien av de menneskene man til enhver tid samhandler med, og som man kan utnytte kunnskapen, innsikten og ressursene til, eller støtte seg til i vanskelige situasjoner.

Begrepet knyttes gjerne til Bourdieus (2002) teoretiske tilnærming til ulike former for begrepet *kapital*. Han skiller mellom økonomisk, kulturell, sosial og symbolsk kapital og belyser slik verdien av kulturell forankring, sosiale relasjoner og sosial status som nødvendige ressurser for å oppnå økonomisk kapital, her forstått som økonomisk utvikling. Bourdieu forklarer sosial kapital som sirkulær ved at privilegerte individ beholder sin posisjon ved å utnytte sine forbindelser med andre privilegerte individ. Slik foregår utveksling av kunnskap og sosial kapital forstås dermed som en kilde til utdanning. Her forstår jeg utdanning som læring (2.6).

Putnam (1993 i Field 2003) knytter begrepet sosial kapital opp mot økonomiske prosesser og mot spørsmål om økonomisk utvikling. Han definerer sosial kapital som: *De egenskapene ved en sosial struktur eller sosiale relasjoner som tilrettelegger for samarbeid, og som et resultat av samarbeidet styrker de økonomiske prestasjonene til de involverte aktørene* (Putnam 1993; Johnston 2000:746-747 i Welanders 2004). Disse egenskapene hevder Putnam (1996 i Baron et al. 2000) er nettverk, normer og tillit.

Putnam presenterer to former for sosial kapital; *bridging* og *bonding*. *Bridging* forstås som ”inclusive”, som det å samle ulike folk på tvers av ulike sosiale grupper. *Bonding* forstås som ”exclusive”, som en homogen samling av personer. Woolcock (2001 i Field 2003) definerer *bonding sosial kapital* som relasjoner innad i familier, mellom nære venner eller naboer. *Bridging sosial kapital* definerer han som ikke fullt så nære relasjoner som kjentfolk og arbeidskolleger og lignende. I tillegg presenterer han en tredje form for sosial kapital som han kaller for *linking sosial kapital*. Med denne formen for sosial kapital mener han å vise til relasjoner som oppstår mellom ulike personer på tvers av et lokalsamfunns grenser. Putnams og Woolcocks tilnærminger til sosial kapital viser at alle typer av sosiale relasjoner er av betydning for å oppnå sosial kapital. Derfor vil jeg i denne studien kartlegge økonomiske aktørers relasjoner både på det private og forretningsmessige nivå. I mange tilfeller er slike relasjoner overlappende, og nettverk som bygges på fritiden kan bidra til læring og utvikling også i forretningsammenheng.

2.11 Effekter av investert sosial kapital

Økonomer presenterer tre fordeler eller positive effekter av sosial kapital. Det ene er at sosial kapital reduserer transaksjonskostnader, motvirker usikkerhet omkring marked og balanserer rigide hierarki (Glaeser et al. 2000; Misztal 1999 i Kilpatrick et al. 2001). Det kan for

eksempel være at aktører drar nytte av andre aktører som de kjenner, for å levere en vare til-, eller utføre en tjeneste for bedriften. En slik ordning vil kunne gjøre en transaksjon mer effektiv og med mindre risiko enn dersom man skulle forhandle på det usikre markedet. Det andre er at samfunn med høy grad av samhørighet og tillit handler mer effektivt ved eventuelle eksterne eller interne kriser (Woolcock, 2001 i Kilpatrick et al. 2001). I samfunn der forretningsaktører kjenner hverandre vil de mest sannsynlig også samarbeide med hverandre i større eller mindre grad. I så fall er det tilbøyelig å tro at de også vil samarbeide om eventuelle kriser, og slik spre risiko på flere aktører. I tillegg hevdes det at sosiale nettverk med etablerte forventninger om gjensidighet kan bidra til utveksling av ferdigheter, informasjon og innovasjon mellom bedrifter selv når de står i et konkurrerende forhold til hverandre (Maskell, 2000 i Kilpatrick et al. 2001). På tross av dette er det uenighet om hvordan slike fordeler faktisk oppnås. Fukuyama (2001 i Kilpatrick et al. 2001) hevder at slike fordeler oppnås dersom den tillitten som eksisterer innad i gruppen strekker seg utover nettverkets grenser og akkumulerer muligheter for ny samhandling. Andre vil hevde at fordeler oppnås dersom samhandling holdes innenfor gitte rammer. Et slikt syn vil jeg hevde kan være verdifullt i en periode dersom de involverte har mye å lære av hverandre. Men det vil og kunne resultere i stivhengighet; en situasjon hvor de involverte kjører seg fast i et spor, og ikke ser nye muligheter for økonomisk utvikling (2.3). Fukuyamas argument om at utvikling forekommer når aktører utfordrer nye aktører til samhandling, sammenfaller med Storpers (1997) idé om at læringsevne og vilje til innovativ tenkning, gjennom samhandling, bidrar til økonomisk utvikling.

Men, Storper hevder at "territorier som rom for samhandling, læring og økonomisk praksis", er avgrensede geografiske rom. I det videre vil jeg vise hvordan en slik oppfatning er godt spikret inn i økonomisk teori, og at samlokalisering av virksomheter kan være positivt for bedrifters økonomiske utvikling. Samtidig argumenterer jeg for at en slik tradisjonell forståelse av territorier ikke er tilstrekkelig i denne sammenheng. Jeg hevder at bedrifter agerer i "rom" på en varierende geografisk skala, og at det ikke er den fysiske geografien i seg selv som er det vesentlige for bedriftenes læring, men "rommet" som skapes mellom aktørene, det *relasjonelle rommet*, og rommets miljø.

2.12 Geografisk forankring og økonomisk aktivitet

2.12.1 Geografisk forankring i næringsklynger

Allerede ved begynnelsen av 1900 – tallet fremhevet Alfred Marshall (1916, i Johnstad et al. 2003) hvordan agglomerasjonstendenser innen næringslivet var et resultat av eksterne effekter mellom foretak; som tilgang på spesialisert arbeidskraft, tilgang på spesialiserte innsatsvarer og tjenester, og utvikling av kompetanse og nye ideer. Johnstad et al. (2003) hevder videre at dette har en selvforsterkende effekt som kan bidra til vekst og utvikling i næringslivet i den aktuelle by eller region. De siste tjue åra har Marshalls agglomerasjonsteori blitt revitalisert i en omfattende litteratur som fokuserer på foretaks og næringsmiljøers regionale forankring. En av de mest innflytelsesrike bidragsyterne er Michael Porters (1990; 1998; 2000 i Johnstad et al. 2003 og i Knox og Agnew 1998) arbeider og begrep om ”clusters” eller *næringsklynger*.

Sentralt i Porters arbeider om næringsklynger, er at foretak har en *hjemmebase* (home base) innen en nasjon, eller en region, som utgjør et organisatorisk fundament for utvikling av globale konkurransefortrinn. Jeg forstår hjemmebasen som en bedrifts geografiske og kulturelle forankring. Et foretaks evne til å konkurrere internasjonalt grunnlegges og vedlikeholdes på hjemmebasen. På hjemmebasen er det mange faktorer som i samspill gir konkurransefordeler. Det er særlig fire forhold som Porter fremhever, og som er forankret i hjemmebasen (Johnstad et al. 2003):

Faktorforhold omfatter ulike typer av ressurser som brukes som innsatsfaktorer i virksomheten. Det kan være fysiske ressurser, human kapital (kunnskap), finansiell kapital og infrastruktur. Over tid vil de nedarvede fysiske ressursene avta i betydning, mens avanserte og spesifikke faktorer (kunnskap/ teknikk) som stadig må oppgraderes, vil få økt betydning. *Etterspørselsforhold* gjelder kunderelasjoner. Kulturell likhet og nærhet er her viktigere enn transportkostnader. Hjemmebasen fungerer som et ”drivhus” for foretak som senere søker seg ut på det internasjonale marked for å vokse. *Konkurranseforhold* omfatter strategier og institusjonelle forhold. Det gjelder vilkårene foretaket arbeider under og måten det tilpasser seg. Her er eierforhold, konkurranse, strategier og organisering av virksomheten viktige faktorer. *Relatert virksomhet*, eller beslektet og støttende virksomhet. Dette gjelder underleverandører, service og kunnskapsmiljø. Disse skaper ressurser som kan deles av mange. Det er særlig den relaterte virksomheten som bidrar til clusterdannelse. En slik klynge

av rivaliserende og støttende virksomheter holdes sammen av organisatoriske og sosiale nettverk.

Porter sammenfatter egenskapene ved å si at: *"Clusters" er geografiske konsentrasjoner av bedrifter, spesialisert forsyning, og service/tjenester, bedrifter i relatert industri, og assosierte institusjoner (universiteter, offentlige tjenester, og handelsforbindelser) innenfor bestemte arenaer som konkurrerer, men og samarbeider* (Porter 2000:253 i Johnstad et al. 2003). Videre understreker Porter at en klynge kan variere i lokalisering, form og utbredelse. Næringsklynger oppstår innenfor mange type næringer, både på store og små arenaer. De finnes i store og små økonomier, i perifere og sentrale områder, og på ulike geografiske nivå (for eksempel nasjoner, stater, storbyregioner og i byer). Klynger oppstår både i mer avansert økonomi, og i utviklingsøkonomier, selv om næringsklynger i avanserte økonomier gjerne er mer utviklet. Etablering av slike klynger er viktig for middels og avansert økonomisk utvikling (Johnstad et al. 2003).

2.12.2 Næringsklynger og geografisk nærhet

I økonomiske analyser er det vanlig å behandle geografisk nærhet og avstand gjennom en analyse av økonomiske transaksjoner - utveksling av varer, informasjon, og menneskelige ressurser over geografisk avstand (Storper 1997). Prisdimensjonen i forbindelse med transaksjonsaktivitet identifiseres i tilfeller der geografisk konsentrasjon er nødvendig for effektive transaksjoner. Næringsklynger kan betraktes som et resultat av effektivisering av transaksjonsaktivitet. Storper (1997:39) benytter seg av et bilde for å forklare dette:

Tenk en situasjon der alle er utstyrt med flygende tepper; da ville nærhet mellom aktører være uavhengig av kostnad og relativ avstand. Men, det er nå en gang slik at vi ikke har noen slik teknologi for transaksjoner, derfor er avstand ofte å regne som en barriere.

Storper hevder med andre ord at avstand skaper usikkerhet for foretaket. Geografisk nærhet derimot gir en reduksjon av transaksjonskostnader og åpner for samarbeid mellom foretakene i en eventuell agglomerasjon eller lokalt nettverk. Slik spres risikoen på flere aktører, og skalafordeler oppnås. Med skalafordeler mener han produksjonsfordeler som for eksempel produksjon i store mengder og generelle samarbeidsfordeler.

Storpers og Porters argumenter om samarbeidsfordeler og kostnadsbesparing i agglomerasjoner er anerkjent blant de fleste, og de er fremdeles høyst aktuelle. Men, slik jeg ser det, er det også mulig å ha nettverk av forretningsrelasjoner mellom aktører som befinner seg på geografisk spredte områder. Med dette mener jeg at vi i vår globaliserte verden, med uendelige muligheter innenfor informasjons og kommunikasjons teknologi, evner å la transaksjoner gå raskt over store avstander, og at det dermed ikke er essensielt med fysisk nærhet i forretningsforbindelser. For eksempel vil jeg hevde at den fysiske samlokaliseringen av bedrifter i mitt forskningsområde er en positiv faktor for bedriftene i oppdrettsnæringen og for stedet per se. Men jeg hevder også, i trå med Porter, at de bedriftene som har relasjoner utover næringsklyngen, for eksempel de bedriftene som er en del av et multinasjonalt selskap, har større læringskapasitet fordi de får kontakter og impulser utover det lokale miljøet. I oppdrettsnæringen finnes gode eksempler på bedrifter som i tillegg til sin hjemmebase, har både egne avdelinger, kunder og leverandører på globalt nivå. Jeg hevder at den geografiske og kulturelle forankringen til et foretak kan være lokal i en samlokalisering, samtidig som den kan være internasjonal i form av bedriftenes deltakelse i internasjonale nettverk. For det er bedriftens relasjoner, og bedriftenes utstrekning i tid og rom, som former nettverk hvor bedriftene utfører sine handlinger. Samtidig hevder jeg, som presisert i definisjonen av FDI komplekset (2.4), at studier av FDI må innebære et fokus på de involverte aktørene FDI representerer. Aktørene handler i samspill med andre aktører, og sosiale forbindelser mellom personer danner nettverk, for eksempel i form av vennskap.

De norske FDI bedriftene i Chile er lokalisert innenfor et geografisk konsentrert område, og er således en del av den chilenske næringsklyngen "El Cluster Salmon". Betegnelsen viser til den store økonomiske aktiviteten i laksenæringen i Puerto Montt området, og til den geografiske konsentrasjonen av bedrifter relatert til næringa. I tillegg hevder jeg at bedriftene har relasjoner og forbindelser utover næringsklyngen, og således deltar i nettverk på flere nivå. Både internasjonale og lokale formelle forretningsnettverk og uformelle vennskapsnettverk. For å vise hva jeg mener med slike virtuelle nettverk, eller relasjonelle rom, ser jeg det som hensiktsmessig å introdusere den analytiske tilnærmingen om sosiale felt.

2.13 FDI – komplekset og de analytiske tilnærmingene

Koplingen mellom de komplekse sosio-kulturelle prosesser som FDI representerer og den analytiske tilnærmingen om *sosiale felt* er relevant for denne studien fordi jeg slik kan vise hvordan aktører, her forstått som mine informanter, opererer i ulike sosiale felt, hvor de

utvikler ulik meningsforståelse, produserer kunnskap og endrer forretningspraksis. I det videre vil jeg gjøre rede for definisjon av sosiale felt, og hvordan diskursanalyse kan anvendes for å belyse meningsproduksjon innad i sosiale felt.

2.13.1 Sosiale felt

Grønhaug introduserte konseptet om “*social fields*”; *a relative bounded interconnected system of social relations stretched out in socio-space* (1978:118). Han beskriver sosiale felt som sosiale konstruksjoner av sosiale personer, og hevder med det at sosialt felt er en samling av sosiale forbindelser, der forbindelser forstås som komplementære roller satt i system.

Grønhaug (1978) presenterer studier av sosiale felt som; *studier av empiriske hendelser der saksorienterte relasjoner aktiveres i forskningsprosessen. De aktiverte enhetene må identifiseres og karakteriseres i forhold til organisasjonell komposisjon og karakter, for så å kartlegges og oppsummeres som samlede bilder.* Viktig data kan være fremstilling av organisasjonelt mønster gjennom relasjoner, det kan være sosiale årsaker for handling, bevegelse, og ettervirkning av aktørenes bevegelse vis a vis hverandre. Gjennom simulering av sosiale prosesser kan felt oppdages som avgrensede enheter av organiserte relasjoner (ibid). Med dette mener Grønhaug at nettverk av sosiale relasjoner blir til et sosialt felt når man kan observere et problemløsnings nettverksystem som produserer, reproducerer eller endrer sosiale personer og /eller deler av et samfunn.

”Hence, a social field represents a particularly dense pattern of social relations that constrain and enable the agency of actors” (Fløysand et al. 2006).

Sosiale felt beskrives av Fløysand og Jakobsen (2005) som geografisk og historisk spredte sosiale nettverk som er koordinert av formelle og uformelle atferdsregler. Karakteristikk og størrelse på slike sosiale felt varierer avhengig av institusjoner og antall aktører involvert. Tilnærmingen om sosiale felt er basert på Lintons (1936 i Fløysand og Jakobsen 2005) teori om sosiale personer, der en aktør betegnes som sosial person i relasjon med andre sosiale aktører. Sosiale personer eller grupper av sosiale personer er forankret i et bredt spekter av sosiale felt. Jeg forstår her sosiale felt som rom for økonomisk praksis, og således gjenspeiler sosiale felt et foretaks utstrekning i tid og rom.

Fløysand og Jacobsen (2001) hevder at analytiske perspektiver basert på konseptet om sosiale felt lett kan knyttes til konseptet *glokalisering* (2.7). De skriver om hvordan økonomiske aktører i den globale kapitalismen er forankret i romlige og kulturelle systemer av relasjoner. Tilnærmingen impliserer at økonomiske aktører deltar i ulike felt (felt av familierelasjoner, samfunnsrelasjoner, økonomiske relasjoner, politiske relasjoner osv) på ulike nivå og med ulike kunnskaps og meningssystem. Det sosiale felts skala defineres av antall sosiale aktører involvert, og deres utstrekning i tid og rom. Hendelser og prosesser i et gitt felt kan påvirke aktører i andre felt hvor de er involvert. Slik blir konkurranseevnen til en bedrift eller en industri påvirket av hendelser på mikro så vel som makro nivå av sosiale felt (Ibid). Det innebærer og at uformelle atferdsregler relatert til økonomisk aktivitet ikke kun trenger å være lokalt forankret, men alltid vil være situert i tid og rom.

Når jeg nå har vist at sosiale felt forstås som rom for økonomisk praksis, argumenterer jeg for at FDI er situert i et system av sosiale felt, som består av felt på ulike geografisk nivå. Som Fløysand og Jakobsen (2002) påpeker i forbindelse med sine studier av tre fiskeriklynger på norskekysten, hevder jeg at ulike former for industriell nettverksdannelse kan betegnes som sosiale felt. I noen næringsklynger kan bedrifter være forankret i systemer av globale felt hvor interaksjonen med lokale bedrifter er minimal. I andre næringsklynger er bedriftene sterkt forankret i sosiale felt på lokalt nivå. Den geografiske variasjonen av forankring påvirker bedriftenes aktivitet, og grad av samspill med andre aktører. Jeg argumenterer for at en bedrift kan være deltakende i flere sosiale felt på ulike nivå. For eksempel vil norske FDI i Chile være forankret i både internasjonalt, regionalt og lokalt felt.

Den institusjonelle formen til denne tilnærmingen defineres av meningsproduksjon i sosiale felt. I hvert sosialt felt vil du finne sosial praksis som produserer inter-subjektiv mening komponert av kategorier, narrativ og atferdsregler som medlemmene av feltet bruker for å tolke, ivareta og utvikle ny mening (Fløysand et al. 2006). I min tilnærming vil jeg fokusere på meningsproduksjon i form av konvensjoner som uformelle adferdsregler. For å fange slik meningsproduksjon vil jeg ta utgangspunkt i diskursanalyse. Under følger en presentasjon av diskurs som grunnleggende teoretisk og metodologisk tilnærming for å kartlegge mening i nettverk.

2.13.2 Diskurs, narrativ og representasjoner

Tradisjonelt var diskursanalyse en lingvistisk metode hvor man søkte etter tegn i tekst, satte tegnene opp mot hverandre, og på denne måten avdekket tekstenes mening (Kristiansen 2005). Med Michael Foucault fikk diskursanalyse en ny betydning, fra å være språklig betinget, til å bli en kopleing mellom makt og kunnskap (Hall 1997). Foucault forholder seg til maktbegrepet som sirkulært, og som noe som er overalt. Makt er produktivt så vel som undertrykkende, og eksisterer på alle nivå av sosiale relasjoner. Foucault forstår diskurs som et system av representasjoner, hvor det interessante er å kartlegge hvilke regler og praksiser som produserer meningsfulle utsagn, og som legger grunnlag for diskurser til ulik tid. Hensikten blir dermed å studere hvordan den mening som konstrueres blir produsert ut i fra visse hendelser, og analysere hvordan makt virker inn på representasjonenes rolle (Hall 1997). Her vil jeg ikke gå nærmere inn på Foucaults maktbegrep. Det viktige i denne sammenheng er en bevissthet om at makt gjennomsyrrer alle sosiale relasjoner, at mening produseres som en følge av maktrelasjoner, og at diskursen synliggjøres gjennom aktørers representasjoner. Mening om diskursen synliggjøres gjennom representasjoner ikke bare i form av tekst, men også som farge, lyd, objekt eller form (Halloway og Hubbard 2001). Jeg forholder meg til representasjoner i form av studieobjektene delte utsagn og uttrykk i forhold til en gitt diskurs.

Jeg forstår dermed diskurs som generell utveksling av mening om et generelt tema, som i stor grad strukturerer på hvilken måte de involverte tenker om temaet. (Rose 2001 i Haarstad og Fløysand 2006). I denne sammenheng ser jeg det som fruktbart å kartlegge narrativ for å analysere diskurs og mening i nettverk. *Narrativ* er beskrivelser, eller historier i forhold til en gitt diskurs, og refererer opprinnelig til forestillinger og antagelser om hva som regnes for å være "sannhet" for eksempel i en bestemt gruppe. Narrativene forutsetter som regel en gitt situasjon der de involverte lever i harmoni med miljøet og sin overbevisning. Narrativ må følgelig være troverdig, og invitere til handling i miljøet (Roe 1991). Delte meninger om hva som er sannhet, kan som Storper (1997) påpeker i forbindelse med konvensjonelt miljø (2.8.1), bli like viktig som fysisk virkelighet, fordi tolkninger som spres og aksepteres blir virkelighet. Emery Roe (1991) hevder det er ironisk at jo mer kompleks virkeligheten er, jo større blir behovet for enkle fortellinger. Slik får kompleksitet og narrativ et slags gjensidig forhold.

I det videre forstår jeg altså narrativ som måter en aktør eller en gruppe av aktører forklarer noe på (Roe 1991, Hoben 1995, Swift 1996 i Haarstad og Fløysand 2006). For eksempel

innenfor en diskurs om forvaltning av miljø, vil ulike grupper, institusjoner og organisasjoner ha sine bestemte narrativ om hva som er vår tids sentrale miljøproblem, og hvilke strategier som best kan virke mot disse (Haarstad og Fløysand 2006). Haarstad og Fløysand (2006) hevder at det som gjør at diskurstilnærming egner seg for undersøkelser av for eksempel politisk uenighet, er at tilnærmingen tillater en å se hvordan tid og rom-kompresjon, her forstått som globalisering, påvirker reskalering av narrativ mellom nettverk på ulikt nivå. Med reskalering menes endring av geografisk nivå, på en skala fra lokalt til internasjonalt nivå. Mens de fleste diskurser om brede politiske fenomen (demokrati, terror, statlig lovverk) skjer på et internasjonalt eller globalt nivå, finnes narrativ innenfor slike diskurser innad i mindre grupperinger (Ibid). Globaliseringsprosesser gir lokale aktører en mulighet til å reskalere sine narrativ ved å danne nettverk utover det lokale.

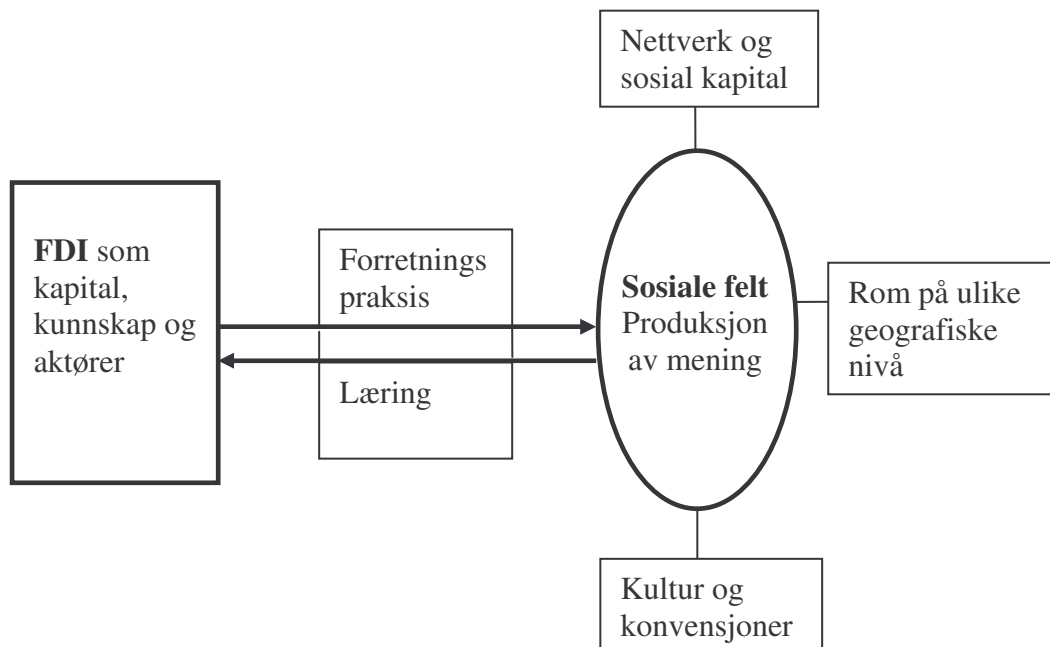
Jeg mener det er verdifullt å bruke en slik tilnærming også i forbindelse med næringsaktivitet. Selv om en næring har visse felles rammer og konvensjoner for handling, vil det eksistere flere mindre nettverk av bedrifter, hvor lokale narrativ og aktørers representasjoner i forhold til en gitt diskurs påvirker bedriftenes forretningspraksis. På denne måten kan diskurs sies å inneholde flere narrativ som er styrende for reproduksjon av, eller eventuell endring og utvikling av mening i nettverk. I analysen vil jeg benytte narrativ og representasjoner som metodologiske konsept for å kunne analysere den handling og mening som produseres, reproduseres og endres i sosiale felt. I den forbindelse vil jeg også gjøre rede for bedriftenes deltakelse i nettverk som ikke umiddelbart assosieres med forretningsdrift. Slike nettverk er gjerne av uformell karakter og kan kategoriseres som vennskapsnettverk og nettverksrelasjoner i lokalsamfunnet. Jeg argumenterer for at meningsproduksjon i slike nettverk også virker inn på forretningspraksis.

2.14 Oppsummering

I dette kapitlet har jeg kort beskrevet FDI's rolle i internasjonal økonomi, og gjort rede for hvilke motiv som ligger til grunn for investeringene. Jeg har poengtert at FDI-bedrifter har makt til å påvirke sine omgivelser på sine respektive investeringssteder, og i de nettverk hvor de opererer. Dette blir imidlertid ikke diskutert ytterligere i denne studien. Videre har jeg vist hvordan en tradisjonell forståelse av FDI ikke ivaretar den kompleksiteten FDI representerer. Derfor har jeg definert FDI som en kompleks sammensetning av kunnskap, aktører og kapital. Med en slik definisjon av FDI som utgangspunkt har jeg gjort rede for teori som ligger til grunn for analyse av de norske FDI-bedriftenes praksis i Puerto Montt.

Jeg har, med utgangspunkt i Storpers refleksive modell for økonomisk utvikling, vist at teknologiske, organisasjonelle og geografiske faktorer må være tilstede for vellykket forretningspraksis. Videre har jeg vist at bedrifters og aktørers samhandling danner nettverk med ulikt meningsinnhold og ulike konvensjoner for handling. Jeg har argumentert for at slike nettverk ikke nødvendigvis behøver å være samlokaliserte agglomerasjoner, men at de dannes av relasjoner på ulike geografiske nivå, i form av både formelle forretningsforbindelser og uformelle vennsksrelasjoner. Jeg har definert slike problemløsningsnettverk av relasjoner som *sosiale felt*, og hevder at læring og meningsproduksjon skjer som et resultat av dynamikken som oppstår i- og mellom de sosiale feltene. Meningsproduksjon har jeg definert med utgangspunkt i aktørers kulturelle utgangspunkt, og søker med det å poengtere at aktørenes kulturelle forankring i sosiale felt er av betydning for bedriftenes forretningspraksis, evne til økonomisk utvikling og suksess.

Avslutningsvis vil jeg her gjøre rede for en teoretisk modell som søker å favne mitt teoretiske utgangspunkt, og legge føringer for den metodologien som er anvendt i analysen (Figur 2.3).



Figur 2.3 Modell som viser FDI-komplekset koplek mot sosiale felt

Modellen kopler FDI-komplekset mot sosiale felt, og viser sosiale felt som problemløsningsnettverk av sosiale relasjoner (nettverk og sosial kapital) på ulike geografiske nivå (rom), hvor aktører produserer, reproduserer og endrer mening (kultur og konvensjoner). Modellen viser at FDI-bedriftene agerer i sosiale felt, og at læreprosesser i sosiale felt påvirker forretningspraksis for bedriftene. Jeg argumenterer for at deltakelse i sosiale felt oppfyller Storpers krav om en treenig sammensetning av organisasjon, teknologi og territorier for økonomiske utvikling. Jeg hevder at den refleksive, treenige modellen til Storper er indirekte integrert i figuren over: Jeg forstår ”organisasjon” som sosial kapital, ”teknologi” i forhold til kunnskap og læring av kulturelle konvensjoner for handling, og ”territorier” som bedriftenes geografiske utstrekning i sosiale felt. Derfor argumenterer jeg for at deltakelse i sosiale felt påvirker forretningspraksis, og bidrar til økonomisk utvikling for FDI-bedriftene.

I neste kapittel vil jeg presentere min metodiske tilnærming som ligger til grunn for dataen som diskuteres i analysen.

3 Metodiske perspektiver

3.1 Metodiske valg

Når man skal gjennomføre et feltarbeid er den første utfordringen man står ovenfor å forsøke å omstille tankene fra abstrakt teoretisk tenkning til praktisk problemløsning. Et feltarbeid er en reise ut i en ukjent kontekst, hvor man søker å forstå alt det nye en omgir seg med. Men et feltarbeid er også en styrt prosess med utgangspunkt i problemstillinger for hva man skal studere, og metoder for hvordan man skal finne informasjon og produsere data som kan belyse problemstillingene.

Med utgangspunkt i temaet for min hovedproblemstilling, om hvordan nettverksdynamikk påvirker forretningspraksis for FDI i en ukjent kultur, var det nærliggende å velge en kvalitativ forskningstilnærming. I motsetning til en kvantitativ tilnærming som går systematisk og matematisk til verks, tar kvalitativ tilnærming sikte på å fange opp samspill mellom mennesker og deres individuelle erfaringer. En viktig forskjell mellom kvantitativ og kvalitativ orientert forskning er at førstnevnte ofte ”stopper opp” ved ”sammenligning av”, men sistnevnte fortsetter med ”samspill mellom” (Wadel 1991; 78). Jeg var interessert i fortellinger som de norske bedriftene og de involverte personene satt inne med, også den informasjon som lå implisitt i relasjoner mellom aktørene. I tillegg ønsket jeg å finne ut av informantenes synspunkter og holdninger; hvordan de opplevde sin hverdag i oppdrettsnæringen i Chile.

Innledningsvis vil jeg vise hvordan kvalitativt orienterte metoder kan forstås som ”relasjonelle metoder”. Deretter gjør jeg rede for gjennomføringen av mitt feltarbeid, og presenterer mine informanter. Videre omhandler kapittelet de ulike rollene jeg hadde i løpet av feltarbeidet, og hvordan det var å arbeide på egenhånd i et ukjent land. I kapittelet presenterer jeg intervju, feltsamtale og (deltakende) observasjon som kvalitativt orienterte metoder, og gjør rede for metodenes muligheter og begrensninger, gjennom erfaringer fra mitt eget feltarbeid. Kapittelet avsluttes med en diskusjon om tolkning og validitet i forbindelse med kvalitativt orientert forskning.

3.2 Kvalitativ forskningstilnærming – studier av relasjoner

Det er den ontologi (hvordan man tror virkeligheten er) og den epistemologi (hvordan man kjenner virkeligheten) vi erkjenner, som påvirker vårt valg av forskningsmetode (Sayer and Morgan 1985, i Winchester 2000). Innenfor den samfunnsgeografiske vitenskapstradisjonen er det i dag den kvalitative forskningstilnærmingen som er den mest anvendte. Kvalitativt orientert forskning handler blant annet om å karakterisere. Selve ordet kvalitativ viser til kvalitetene, det vil si egenskapene eller karaktertrekkene ved fenomener (Repstad 1993;10). Men bruk av kvalitative metoder gir og forskeren innsikt i det mellommenneskelige miljø, individuelle opplevelser og sosiale prosesser. Samfunnsgeografer studerer steder, mennesker, diskurser og miljø, derfor er de kvalitativt orienterte metodene godt egnet for samfunnsgeografisk forskning. De to grunnleggende perspektivene for forskningsspørsmål innen en kvalitativ forskningstilnærming kan sies å være relatert til enten sosiale strukturer, eller individuelle erfaringer (Winchester 2000). I stedet for å kun svare på spørsmålet ”Hva ser jeg dem gjøre?” prøver den kvalitativt orienterte forsker å nærme seg svaret på spørsmålet ”Hva ser de seg selv gjøre?” (Repstad 1993;13). Svar på et slikt spørsmål får jeg som forsker kun ved bruk av kvalitativt orienterte metoder som (deltakende) observasjon, samtale og intervju. Dette kommer jeg nærmere tilbake til (3.8).

Wadel (1991) beskriver kvalitativt orientert forskning som studiet av samhandling. Studier av samhandling dreier seg i stor grad om å tydeliggjøre det relasjonelle ved bruk - og utvikling av relasjonelle begrep. Han hevder at det innen kvalitativ orientert forskning ikke er individet som er analyseenheten, men de sosiale relasjoner som individer inngår i. Når en informant snakker om seg selv som bedriftsleder, kollega, venn, far og så videre, så snakker han samtidig om sine relasjoner; vi får vite at han er leder for noe og noen, at han omgås venner, og at han har barn. En slik bruk av relasjonelle begrep har vært verdifullt for mitt prosjekt fordi jeg ønsket å kartlegge nettverk blant mine informanter, og meningsproduksjonen i slike nettverk. Ved et relasjonelt fokus på informantenes roller kunne jeg lettere forstå deres sosiale utstrekning, og trekke antagelser om nettverksforbindelser. Men, som Wadel (1991) påpeker; studier av sosiale relasjoner kan bringe den kvalitativt orienterte forsker inn i analytiske utfordringer som en ikke har ved sammenligning av individer. Et problem springer ut fra en grunnleggende antagelse om at sosiale relasjoner danner systemer basert på ”spilleregler” og ”spill”. Dette innebærer at de sosiale relasjoner folk inngår i, ikke kan sees uavhengig av hverandre (Wadel 1991; 77, 78). Når vi som forskere observerer, ser vi etter mønster, eller regler for hvordan informantene opptrer i relasjon til hverandre, og vi forsøker å tolke

observasjonene i forhold til atferd. Vi forsøker å forstå formålet med atferden, og hva som skal til for å delta i et spill. Denne tolkningsprosessen omdanner de observasjonene vi gjør til data. Dermed blir data et resultat av våre tolkninger. Denne tematikken diskuteres videre i avsnittet om fortolkningsprinsipper (3.9).

3.3 Casestudie

Min masterstudie kan karakteriseres som en casestudie. En casestudie betegnes som en studie av noe spesifikt. Casestudie er ikke en egen metode i seg selv, men forstås som en egen tilnærming til hva man vil forske på. Repstad (1993) skriver at kvalitativt orienterte studier ofte er studier av avgrensede enkeltmiljøer, der målet er å gi en helhetlig beskrivelse av prosesser og særtrekk ved nettopp dette miljøet. Nå er ikke de miljøene som studeres i såkalte casestudier nødvendigvis unike. Ofte vil det være interessant og fruktbart å sammenligne med andre tilsvarende cases, for slik å kunne si noe om generelle tendenser og eventuelle forskjeller ved ulike miljø. Således har det overnevnte paraplyprosjektet for min oppgave (1.2), og følgelig også resultatene fra mitt prosjekt, en styrke. Her utføres flere casestudier på ulike steder, som alle søker å svare på en felles overordnet problemstilling om effekten av FDI i utviklingsland. Ved bruk av slike casestudier blir det mulig å forske på de prosesser, relasjoner og effekter som belyser den komplekse dynamikken FDI representerer i forhold til makt, regional utvikling og fattigdom (Arbeidsnotat, Fløysand 2005). Repstad (1993) hevder videre at casestudier kan brukes til å kaste kritisk lys over eksisterende teori. Dersom eksisterende teori ikke kan brukes til å forklare det som skjer i miljøet, eller dersom det empiriske materialet peker i en annen retning enn man skulle forvente ut fra teorien, er det grunn til å stille spørsmål ved etablert teori og etablerte begreper (Repstad 1993;16).

3.4 Forstudie og feltarbeid

I februar 2005 fikk jeg anledning til å reise til feltområdet i forbindelse med det overordnede prosjektet, for å kartlegge aktiviteten blant de norske aktørene i Chile. Jeg opprettet allerede da kontakt med flere informanter. Informasjonen jeg tilegnet meg gjennom dette oppholdet la grunnlaget for videre fokus- og valg av problemstillinger for oppgaven. Det ble en viktig forstudie for mitt feltarbeid. Denne turen ble mitt første møte med Chile og Sør-Amerika. Gjennom forstudien fikk jeg et innblikk i den chilenske kulturen, og jeg fikk se mitt studieområde i og omkring Puerto Montt. Selve feltarbeidet gjennomførte jeg sommeren/høsten 2005. Det var en fordel å kjenne til studiestedet på forhånd, og nyttig å ha et nettverk å komme tilbake til. Jeg fikk god hjelp av en av mine kontakter med både et sted å bo og et

kontor å arbeide på sentralt i Puerto Montt. Dette gav meg gode rammer rundt feltarbeidet. Puerto Montt regnes for å være den chilenske oppdrettsnæringens ”hovedstad”, så her var jeg nærme de fleste av bedriftenes kontorlokaliteter, og hadde i tillegg god tilgang til byens servicetjenester og kollektivtilbud. Men en økende kriminalitet i regionen, da spesielt i bykjernen, gjorde at jeg var nødt til å ta visse forhåndsregler. Jeg unngikk i størst mulig grad å gå ut alene om kvelden, og benyttet colectivos (biler som kjører i faste ruter) eller drosjer hvis jeg skulle gjennom byen. Selv om jeg hadde respekt for ryktene om høy kriminalitet i byen, følte jeg meg aldri truet eller redd. Tvert i mot opplevde jeg byen og innbyggerne som vennligsinnede og imøtekommende. Mine begrensede spanskferdigheter gjorde allikevel interaksjonen med lokalbefolkningen begrenset. Bortsett i fra hverdagsamtaler i butikker og restauranter, fikk jeg sjelden konstruktive samtaler med chilenerne som ikke snakket engelsk.

3.5 Utvalg av informanter

Jeg ønsket i hovedsak å intervjuer norskeide FDI-bedrifter i Puerto Montt. I Puerto Montt området registrerte jeg 18 norske bedrifter som driver virksomhet direkte eller nært knyttet opp mot lakseoppdrettssektoren. Jeg tok kontakt med alle bedriftene, og fikk samtaler og intervjuer med informanter innenfor 14 av bedriftene. Utvalget var altså et resultat av hvilke bedrifter jeg fikk respons fra. To av de fjorten bedriftene er rene oppdrettsselskap, mens de resterende driver service- og leverandør tjenester i forbindelse med oppdrettsnæringen. Det var viktig for meg å få snakket med bedrifter innenfor et vidt spekter av bransjen, for på best mulig måte å kunne belyse bedriftenes faktiske situasjon som ”gruppe av norske FDI-bedrifter”. I tillegg var det interessant å intervjuer representanter fra chilenske- og andre internasjonale bedrifter, for slik å kunne nyansere informasjonen fra de norske bedriftene. Her ble det imidlertid nødvendig å begrense antall informanter, for å få nok tid til mitt hovedfokus på de norske bedriftene. Til sammen har jeg hatt samtaler og intervjuer med 13 bedriftsledere og 12 medarbeidere, 3 representanter fra den Chilenske interesseorganisasjonen for laksenæringa; Salmon Chile, og en representant for Den Kongelige Norske Ambassade i Santiago. I tillegg har jeg intervjuet en norsk aktør som driver kjøp- og salgs tjenester av fisk, og en nordmann som tidligere var aktiv innenfor utstyrssalg til oppdrettsnæringen (Tabell 3.1).

Tabell 3.1: Oversikt over informanter

<i>Informanter fra bedriftene:</i>	Antall:	Norsk:	Chilensk:	Annen nasjonalitet
Bedriftsledere	13	6	6	1
Medarbeidere	12	4	8	-
<i>Eksterne informanter:</i>				
Aktør - Tidligere aktiv i utstørsbedrift	1	1	-	-
Organisasjonsarbeidere/journalister i Salmon Chile	3	-	3	-
Representant for Den kongelige norske ambassade i Santiago	1	1	-	-
Aktør - Engasjert i kjøp/salg av fisk	1	1		
Sum:	31	13	17	1

3.6 Nøkkelinformanter

Flere av mine informanter var kontaktet på forhånd av forstudien. Jeg kontaktet bedriftsledelsen i de norske bedriftene per e post, og fikk avtaler med en del av disse. Videre fikk jeg tips om nye kontakter gjennom allerede etablerte kontakter. Noen informanter ble viktigere enn andre, og disse blir i det videre betegnet som nøkkelinformanter (De er imidlertid ikke ekskludert fra informantlisten i tabell 3.1). En *nøkkelinformant* forstår jeg som en som kan gi deskriptiv, saksorientert informasjon, og som ikke selv nødvendigvis berøres av problemstillingene. Mine nøkkelinformanter kan sies å være i grenseland mellom nøkkelinformant og ordinær informant, da de ikke kan sies å være uberørt av problemstillingene. Jeg velger likevel å definere fire av informantene som nøkkelinformanter. I tillegg til å være informanter var disse behjelpelige med praktiske tjenester, åpnet dører for videre kontakter, og bidro gjennom samtaler og refleksjon underveis i prosessen. I tabellen under blir mine nøkkelinformanter presentert med rolle og nasjonalitet (Tabell 3.2).

Tabell 3.2: *Oversikt over nøkkelinformanter*

Nøkkelinformanter:	Norsk	Chilensk
Bedriftsledere	2	-
Medarbeidere	-	2

Selv om mine nøkkelinformanter var svært viktige i mitt arbeid, vil jeg likevel hevde at det er mangfoldet av informanter som kvalitetssikrer mine resultater. Ved et noenlunde bredt utvalg mener jeg å kunne vise et nyansert bilde av situasjonen for bedriftene. Jeg har fått synspunkter fra nordmenn, fra chilenerne innenfor - og utenfor norske bedrifter, og på ulike nivå i bedriftene. Informasjon fra eksterne informanter har og bidratt til ytterligere nyansering av data. Jeg mener at utvalget av informanter er variert og representativt, og at det derfor, på bakgrunn av informasjon fra mine informanter, er grunnlag for å kunne trekke de slutningene jeg gjør i analysen.

Når det er sagt bør det også nevnes at jeg er klar over at min mangel på spanskferdigheter kan ha gitt meg en begrenset adgang til uformell informasjon fra chilenerne. Det er også verdt å nevne at de aller fleste chilenerne jeg intervjuet representerte norske bedrifter, og var etter all sannsynlighet ikke interessert i å kaste negativt lys over verken sin bedrift eller det norske FDI miljøet, og at de derfor kan ha holdt tilbake eventuell negativ informasjon. I slike tilfeller kan jeg sammenligne svarene fra det de forskjellige intervjuene for kontroll av gyldighet.

3.7 Mine roller i felt – ”La Vikinga”

En feltarbeider vil alltid, i møte med sine informanter, inneha ett sett ulike roller. Rollene feltarbeideren tildeles vil være med å påvirke hvordan han eller hun blir oppfattet av informantene, og er av betydning for hvilke data man får tilgang til. Derfor er det særdeles viktig for en forsker å være bevisst sine roller, og analysere data ut i fra en slik bevissthet. Det vil være nyttig å gå inn i et møte med sine informanter med et reflektert syn på både sine egne- og informantenes roller. En slik bevissthet vil kunne hjelpe feltarbeideren til å styre samspillet slik at de rollene man trer inn i, eller tildeles, kan bidra til positiv informasjonsutveksling, og ikke fungere som barrierer. Wadel (1991) hevder at de roller man klarer å etablere og utvikle i løpet av et feltarbeid, er avgjørende for hva en feltarbeider er i stand til å erverve seg av innsikt. Rollene bestemmer i høy grad hvor feltarbeideren kan bevege seg, hvem han kan samhandle med, hva han kan observere og spørre om. Men som

McCall og Simmons har påpekt (1969; 279): *Every role is an avenue to certain types of information but is also an automatic barrier to certain other types* (Wadel 1991; 58).

Min status som norsk kvinnelig student gav meg i løpet av feltarbeidet fire ulike roller; *turist, student, gjest og venn "La vikinga"*. Lokalbefolkningen i Puerto Montt så på meg som turist. Dette mener jeg er fordi jeg så annerledes ut, snakket språket dårlig, og stilte "dumme" spørsmål om for eksempel hvordan jeg kunne finne frem til ulike steder. Området omkring Puerto Montt er et typisk mål for mange turister på grunn av et frodig landskap og mildt sommerklima. Så selv om jeg i høyeste grad var der utenom turistseasonen, var det tilbøyelig for folk flest å plassere meg i denne kategorien. Noen trodde og at jeg studerte ved et av universitetene, eller at jeg var der i forretningsammenheng. Blant informantene mine fikk jeg tildelt rollen som student. Jeg henvendte meg til de for å lære, og de var mine informasjonskilder. Enkelte av mine informanter, som jeg regner som nøkkelinformanter gav meg i tillegg rollen som gjest. De visste hvordan det var å komme til et ukjent land på egenhånd, så de gjorde sitt for at jeg skulle føle meg velkommen, og finne meg til rette både praktisk og sosialt. Av mine chilenske nøkkelinformanter, ble jeg etter hvert tiltalt som "la Vikinga". I dette lå det en vennligsinnet beskrivelse av meg som norsk, sterk kvinne som var ute i verden på egenhånd. Jeg opplevde tilnavnet som et tegn på at jeg var akseptert som deres venn, og vennsrollsrollen bidro ytterligere til å forsterke deres rolle som nøkkelinformanter.

Rollene som turist og student gjorde at det var akseptert at jeg stilte spørsmål om og ved ting. Men samtidig gav ikke disse rollene meg den autoriteten som enkelte ganger skulle til for å få avtaler med noen informanter. Det tok for eksempel lang tid å få tilbakemelding på mine henvendelser om møteforespørsler fra en del av informantene. Noen måtte jeg sende både to og flere e - poster til, ringe opp, eller oppnå kontakt med gjennom mine nøkkelinformanter. Under forstudien i februar 2005 reiste jeg i følge med veileder. Hans posisjon åpnet en del dører for oss da, spesielt i akademiske miljø. Jeg fikk som tidligere nevnt benyttet meg av en del av de kontaktene vi fikk under forstudien i det videre arbeidet, og disse kontaktene åpnet nye dører. Men selv om jeg opplevde at sosial rang gir grad av autoritet og dermed et seriøsitetsstempel som kan åpne dører, så var det flere som allikevel tok i mot meg som "bare" student. Jeg ser betydelige fordeler med å inneha denne rollen også. Som student ble jeg sett på som relativt "ufarlig", og fikk dermed innpass i forretningspraksis jeg kanskje ville blitt holdt utenfor dersom jeg hadde blitt oppfattet som en trussel mot foretaket. Informantene mine var jevnt over skeptiske til journalister, men og til akademisk ensidig tolkning av

bransjen. De gav uttrykk for at de ønsket anonymitet, men samtidig sannferdighet i min gjengivelse av informasjonen.

Mitt sett av roller hadde positive og negative følger. Ideelt sett skulle jeg kanskje hatt en rolle innad i oppdrettsmiljøet i tillegg, eller i stedet for, de rollene jeg hadde. Men det er ikke alltid en har anledning til å selv gå inn i den rollen en er mest interessert i. Jeg kunne for eksempel ikke gå inn i rollen som norsk investor. Det nest beste kan sies å være å gå inn i en rolle som er nært knyttet til den rollen en vil studere. For meg ble det naturlig å observere gjennom rollen som ”student”. Å være sin egen informant i slike ”nest beste” studier kan allikevel aldri helt kompensere for det å selv inneha den eller de roller en setter i fokus for en studie (Wadel 1991: 66). Hva vi observerer i en studie påvirkes av hvordan vi som observatør oppfattes av andre. Blir vi oppfattet som en insider (en som hører til) eller som en outsider (en som ikke hører til og som er ”out of place”), eller som noe midt imellom (Kearns 2000). Det mest naturlige kan vel sies å være at man som forsker ankommer et feltarbeid som en outsider, og i løpet av arbeidet utvikler sine roller til å bli mer og mer tilnærmet en insider.

Det bør altså påpekes at mitt sett av roller ikke kan sies å ha vært konstante gjennom hele oppholdet, men skiftende mellom de ulike rollene, samtidig som hver rolle var i stadig utvikling. Min rolleutvikling gikk fra i den første tiden å være spørrende til mer og mer å bli diskutant og debatant (Wadel 1991). Etter hvert som jeg fikk innsikt i miljøet, fikk bedre kulturell forståelse, og behersket en del faglige termer ble det naturlig å delta i informantenes samtaler på en mer aktiv måte enn i begynnelsen.

3.8 Metoder for datainnsamling

3.8.1 Intervju og feltsamtaler

Min datainnsamling er i stor grad basert på intervju som metode. Hovedsakelig *semistrukturerte intervju*. I semistrukturerte intervju, har jeg som intervjuer på forhånd utarbeidet et sett med spørsmål eller sett meg ut en del ulike tema jeg vil spørre informanten om. Disse spørsmålene sammenfattes i en intervjuguide (vedlagt bak i oppgaven). En intervjuguide vil ideelt sett være tilpasset den enkelte informant, men kan med fordel struktureres med like tema, slik at sammenligning av resultater blir mulig. Et semistrukturert intervju vil ha en viss grad av struktur, men vil også være åpen for tilpasninger underveis. Jeg opplevde det som viktig å være fleksibel i intervjuformen, men og som verdifullt å ha støtte i

en forberedt intervjuguide. På den måten hadde jeg kontroll på temaene, samtidig som jeg kunne tillate samtalen å ta uforutsette vendinger dersom informanten fikk assosiasjoner til tematikken, eller kunne bidra med informasjon som jeg ikke hadde kjennskap til i utgangspunktet.

Jeg benyttet båndopptaker i de fleste intervjuene. Dette opplevde jeg som svært verdifullt. På den måten kunne jeg i ettertid gå gjennom intervjuet på nytt. Det kunne føre til at jeg for eksempel fikk en ny forståelse for noe informanten hadde sagt i intervjuet, eller at jeg ble oppmerksom på tematikk som skulle vise seg å bli viktig å følge opp i det videre arbeidet. Men det var ikke alle situasjoner som egnet seg for båndopptaker. Enkelte intervju forløp mer som ustrukturerte samtaler enn intervjuer. Slike *feltsamtaler* (Wadel 1991) fant ofte sted på støyende steder som café og restauranter, i bil, ute på anlegg og så videre. I slike tilfeller var det vanskelig å benytte båndopptaker. Dessuten var flere av feltsamtalene usystematisk i den forstand at jeg ikke alltid kunne forutsi når samtalen ville bringe relevant informasjon. Jeg anser allikevel informasjon fra slike samtaler som svært verdifulle for min datainnsamling, og det var flere ganger der jeg skulle ønske jeg hadde hatt båndopptakeren på. Jeg tror allikevel at jeg ved hjelp av notater har klart å gjengi disse samtalene. Jeg fikk og ved flere anledninger gjøre uformelle besøk hjemme hos de norske aktørene, og deltok ved sosiale sammenkomster nordmennene i mellom, noe som skaffet meg en del ”innside informasjon” om det norske miljøet. I slike situasjoner var det heller ikke passende å benytte båndopptaker, derfor har jeg begrenset med skriftlige kilder fra slike samtaler.

3.8.2 Observasjon og tolkning

Seeing is believing, lyder et ordtak. Selv om visuell observasjon er nøkkel til mange former for forskning, er det mer i observasjon enn kun å se. Observasjon involverer også berøring, lukt, og å lytte til miljøet, for således å implisitt eller eksplisitt sammenligne med tidligere erfaringer (Rodaway 1994, i Kearns 2000). I mitt møte med Chile var det mange nye ”lukter og lyder” å gjøre seg kjent med. Det var nye steder og nye byer, nye ansikter, nytt språk, men og nye regler for atferd og et annerledes kulturelt miljø. Mitt utgangspunkt som student, uten spesiell tilknytning eller kjennskap til verken det chilenske samfunnet eller til lakseoppdrettssektoren, gjorde at jeg sto ovenfor en stor utfordring. Det var mye nytt å lære, mye å forsøke og forstå, og mye nytt å observere.

Observasjon er et resultat av aktive valg. Våre valg, enten de er bevisste eller ubevisste, av hva vi ser, og hvordan vi ser det, betyr at vi alltid har en aktiv rolle i observasjonsprosessen (Kearns 2000). All observasjon er selektiv. Det samme gjelder den fortolkning vi tillegger det vi har valgt å observere. Og også tolkningen vår er selektiv, ut i fra de mulige tolkningene som foreligger (Wadel 1991; 76). Det er ikke kun gjennom øynene vi observerer, men det er gjennom øynene og begreper/ observasjonskategorier (Wadel 1991; 77). Jeg har som forsker og student, som kvinne fra Norge, og som utlending i et fremmed land, visse observasjonsbegreper som legger føringer for hvordan jeg oppfatter det jeg observerer. I tillegg vil problemstillingene jeg har valgt for prosjektet være styrende for hvilke tema det er relevant å fokusere på under observasjonen (Thagaard 2003).

Thagaard (2003) skriver at metodisk observasjon innebærer at forskeren er til stede i de situasjonene hvor informantene oppholder seg, og systematisk iakttar hvordan personene handler. Hun hevder at metoden er særlig godt egnet til å studere relasjoner mellom mennesker, fordi forskeren kan fokusere på hvordan enkeltpersoner forholder seg til hverandre. En utfordring for forskeren er å oppnå innsikt i, og forståelse for, informantens situasjon. Derfor blir det viktig at forskeren etablerer et tillitsforhold til informantene. Thagaard (2003) skriver videre at man ved å utnytte sin oppmerksomhet og sitt engasjement til å skape en god kontakt med informantene bruker seg selv som instrument. Relasjonen mellom forsker og informant vil derfor være avgjørende for kvaliteten av det resultatet man får. Denne relasjonen er preget av at forskeren har en viss styring over omfanget av sin deltagelse og velger ut hvilke situasjoner hun eller han vil fokusere på i analyse av data. Som Baszanger & Dodier (1997, Thagaard 2003) argumenterer for, er det viktig at forskeren etablerer et tilstrekkelig nært forhold til å oppnå en forståelse av hvordan informantene opplever sin situasjon. På den annen side representerer forskerens faglige plattform et grunnlag for distanse, fordi forskeren til en viss grad vurderer informantens situasjon utenfra (Thagaard 2003). Samarbeidet mellom forsker og informanter preges således både av nærhet og distanse (Repstad 1987).

Kearns (2000) beskriver tre faser i observasjonsprosessen; telling, komplementering og kontekstualisering. Hvor prosessen går fra en ren numerisk metode mot en deskriptiv observasjon, og ender opp med en fortolkning av det som observeres. Slik kan jeg oppsummere mitt eget metodiske observasjonsarbeid. Jeg begynte med en kartlegging av bedriftene (telling), gikk over til deskriptiv observasjon av bedriftenes praksis, deres

relasjoner, og organisering (komplementering). For så deretter å tolke observasjon i sammenheng med data fra samtaler og intervju (kontekstualisering).

3.9 Fortolkningsprinsipper

”Mellom” det som faktisk skjer og den beskrivende analyse som foretas ligger ”variabelen” feltarbeider (Wadel 1991; 77). Som nevnt underveis i dette kapittelet er det viktig for en forsker å være seg bevisst sine egne roller i feltarbeidet. Men det er også viktig for forskeren å være bevisst sitt eget utgangspunkt for undersøkelsen ved analysering av data. Med det mener jeg at en forsker har et visst utgangspunkt i form av hvilken faglige, politiske, kulturelle og sosiale bakgrunn han eller hun har. Feministisk teori beskriver et slikt utgangspunkt som *situert kunnskap* (Haraway i Peet 1998), og refererer med det til en forståelse om at den kunnskapen forskere presenterer i sine arbeider, har passert gjennom forskerens tolkningsfilter, som igjen er et resultat av forskerens bakgrunn. Hvordan en person oppfatter og forstår verden er altså preget av personens bakgrunn. Den beste måten å forholde seg til et slikt bias, er å være det bevisst, og reflektere over sin posisjon når man trekker sine konklusjoner.

Gadamer (Fjelland 1999) beskriver hvordan vår bakgrunn synliggjøres gjennom det han kaller for vår *forforståelse*. Det er særlig tre komponenter som inngår i en persons forforståelse. Den første er språk og begreper. Når man forstår et språk forstår man automatisk dets begreper og den betydning som legges til disse. Man kan si at en oppfatter verden gjennom et språks begrepsapparat. Man forstår noe som noe. Ulike språk har forskjellige typer begreper til rådighet, og slik kan det oppstå ulik forståelse av ett og samme fenomen. Dersom også kulturforskjellene er store vil det være sannsynlig at begrepsapparatene er ulike. Ikke all meningsoppfatning og meningsutveksling er språklig formulert. En annen komponent for forståelse går ut på hvilke forestillinger og trosoppfatninger man har. Det en person tror og holder for sant vil nødvendigvis ligge til grunn for hvordan man forstår og gir mening til ulike ting, både i naturen, i samfunnet, i relasjoner med andre mennesker og i forhold til en selv. De trosoppfatningene man har er med å bestemme hvordan man møter de fenomen man ønsker å forstå. En tredje komponent bygger på personlige erfaringer som forutsetning for forståelse. Det miljøet en har vokst opp i og de erfaringene en har gjort seg opp gjennom livet er med å danne forforståelse som varierer fra person til person. Det er et poeng at vår forståelse er reviderbar; vi kan forandre vår måte å se ting på. I møte med andre horisonter kan vi få nye erfaringer.

Når jeg innledningsvis forklarer at data er noe vi som forskere produserer mener jeg at den informasjonen vi får gjennom samtaler, intervju og observasjon blir til data når den går igjennom filter av personlige tolkninger. De tolkningene jeg tillegger informasjonen fra mine intervju preges av mitt teoretiske, sosiale og kulturelle utgangspunkt som norsk, kvinnelig geografistudent. Følgelig er det jeg som produserer den dataen som legger grunnlaget for diskusjonene i denne studien, selv om informasjonen opprinnelig er samlet inn i løpet av feltarbeidet. Kan jeg da omtale min kvalitativt orienterte forskning som troverdig? I neste avsnitt vil jeg gjøre rede for validitet og reliabilitet i forbindelse med kvalitativt orienterte metoder.

3.10 Validitet og reliabilitet i kvalitativt orienterte metoder

Validitet og reliabilitet er begreper som vi i utgangspunktet forbinder med kvantitativ forskningstilnærming. *Validitet* defineres av Hellevik (2000:457) som datas relevans for problemstillingen, som avhenger av forekomsten av systematiske og tilfeldige målefeil. Validiteten avhenger av at det som måles faktisk er de egenskapene problemstillingene gjelder. Således kan man si at validitet er en forsikring om at man måler det man er ment å måle. *Reliabilitet* kan forstås som pålitelighet, eller nøyaktighet, og brukes for å forsikre om at forskningsresultatene er etterprøvbare. Selv om validitet og reliabilitet i utgangspunktet er kvantitative begreper, så er troverdighetsprinsippet like viktig i den kvalitative forskningstilnærmingen som i den kvantitative. Thagaard (2003) hevder at innholdet i de to begrepene har en annen betydning i kvalitativt orientert forskning enn i kvantitativt orientert forskning, og mener derfor at det er mer hensiktsmessig å benytte betegnelser som troverdighet, bekreftbarhet og overførbarhet.

Som forsker må jeg etter endt feltarbeid stille meg spørsmålet: I hvilken grad kan mitt arbeid sies å være troverdig, bekreftbart og overførbart? I så måte ser jeg det som verdifullt å ta for meg de ulike problemstillingene mine og vise til samsvar mellom disse og de resultatene jeg legger frem i analysen. Min første underproblemstilling søker å kartlegge hvilke norske bedrifter som er aktive innenfor oppdrettssektoren i Puerto Montt området, og hva som kjennetegner disse. Ved en slik deskriptiv kartlegging av aktivitet er ikke validitetsproblemet betydelig, men det bør allikevel være en riktig fremstilling av de ulike foretakene. I denne bransjen skjer endringer raskt. Bedrifter kjøpes, selges og fusjoneres, slik at eierskap,

nasjonalitet, ledelse og størrelse på bedriftene endres raskt. Derfor må jeg presisere at mine funn må forstås innenfor den tidsrammen jeg var i felt; februar- og juli-september 2005.

Min andre problemstilling om hvilke nettverk bedriftene deltar i vil derimot være gjenstand for en klassifisering og en tolkning av ”hva som er nettverk” fra min side. Følgelig blir troverdighetsprinsippet her utprøvd i større grad enn i forbindelse med min første underproblemstilling. Også i forbindelse med min tredje underproblemstilling blir resultatet gjenstand for min tolkning, når jeg spør hvilken mening som konstrueres i nettverkene, og hvordan slik mening påvirker de norske FDI-bedriftene i møtet med en ukjent kultur. I det videre vil jeg derfor kople inn den metodologien som er brukt som metodiske verktøy i analysen.

3.10.1 Metodologi

Metodologien for min studie av nettverk og meningsproduksjon i nettverk er basert på en kartlegging av FDI-bedriftenes sosiale relasjoner på ulike geografiske nivå, og en oppdagelsesprosess av de involverte aktørenes fortellinger (narrativ) om en gitt diskurs. Hensikten er å kunne si noe om hvordan meningsproduksjon i ulike sosiale felt griper inn i hverandre og påvirker forretningspraksis i en fremmed kontekst.

3.10.1.1 Kartlegging av sosiale felt

Sosiale felt forstår jeg som nevnt i teorikapittelet (2.13.1) som problemløsningsnettverkssystem på ulike geografiske nivå sammensatt av sosiale personer som produserer, reproduserer og endrer mening. I feltene deltar sosiale personer med sine narrativ i form av delte forventninger til atferd (Fløysand og Jakobsen 2005) og for hva som er ”virkelighet”. Fløysand og Jakobsen (2005) presiserer at sosiale felt må oppdages gjennom empiriske beskrivelser. Ved en tydelig henvisning til bestemte organisasjoner, til kjøp- og salgsrelasjoner, til samarbeid og informasjonsutveksling av formell og uformell karakter på ulike geografiske nivå hevder jeg å kunne påvise et mønster av forretningsrelasjoner, som jeg oppsummerer i ulike sosiale felt på internasjonalt, regionalt, lokalt og etnisk nivå.

3.10.1.2 Diskursanalytisk fremgangsmåte

Jeg har ikke til hensikt å gjennomføre en full diskursanalyse, men benytter diskursanalytiske virkemidler som et epistemologisk utgangspunkt for å kunne kartlegge mening blant aktørene i de ulike nettverkene. Diskursanalyse er velegnet som metodologi i denne sammenheng fordi man ved bruk av den kan avdekke hvordan diskurser konstruerer og produserer virkelighet for involverte aktører. Neumann (2001) skisserer en trestegs fremgangsmåte for diskursanalyse som til dels beskriver min fremgangsmåte for kartleggingen av mening i sosial felt:

Aller først må en analytiker skaffe seg kulturell kompetanse. Det vil si at analytikeren må skaffe seg et oversiktsbilde av caset som skal studeres, og gjøre seg kjent med generelle konvensjoner for praksis innenfor det respektive caset. I mitt tilfelle ble slik kulturell kapital anskaffet gjennom en kartlegging av de norske FDI bedriftenes praksis i Chile, hvor jeg aktivt forsøkte å oppdage kulturforskjeller mellom de norske og chilenske aktørene.

Det første steget i en diskursanalytisk prosess går ut på å velge og avgrense diskursen (Neumann 2001). I mitt tilfelle falt valget av diskurs på aktørens mening om ”oss og de andre”, avgrenset i forhold til chilensk versus norsk forretningskultur. Videre definerer jeg rammene for diskursen innenfor min casestudie; norsk tilstedeværelse i chilensk oppdrettsnæring. Tidsavgrensningen har jeg definert i forhold til den perioden jeg gjennomførte mitt feltarbeid i 2005. Steg nummer to innebærer å skaffe oversikt over diskursens representasjoner. Her har jeg forsøkt å kartlegge informantenes narrativ og representasjoner i forhold til diskursen om ”oss og de andre”.

Det tredje steget Neumann skisserer (2001) er å skaffe seg en oversikt over diskursens lagdeling. Det vil si at analytikeren må stille seg spørsmålet om alle trekk ved en gitt representasjon er like bestandige. Enkelte representasjoner i forhold til en diskurs vil nemlig være vanskeligere å endre enn andre. Det kan være representasjoner som ”er gode å tenke med” eller som står i forhold til materielle gjenstander (Ibid). Slike representasjoner er gjerne etablerte ”sannheter” aktører tar for gitt, som de ikke har noe ønske om å forandre. Disse representasjonene er vanskelig å oppdage, nettopp fordi aktørene forholder oss til de som ”sannheter”. Jeg fokuserer imidlertid ikke på representasjonenes bestandighet, eller i hvilken grad noen representasjoner kan karakteriseres som mer ”sanne” enn andre. Jeg anvender aktørens representasjoner som et argument for at deltakelse i bestemte nettverk endrer aktørers meningsproduksjon i forhold til diskursen om ”oss og de andre”. ”Sannhet” kan i den

forbindelse betegnes som dominerende mening blant aktører i et nettverk. Jeg påstår at kulturell bakgrunn påvirker aktørens meningsproduksjon om ”seg selv og om de andre”, og at slik mening igjen påvirker forretningspraksis. Disse påstandene grunngrir jeg med empiriske eksempler.

3.10.2 Teoretisk tolkning av empirien

I kapittel 8 gjør jeg rede for hvorvidt det er samsvar mellom bedriftenes nettverksdeltagelse og vellykket forretningspraksis. Med utgangspunkt i min hypotese om nettverksdeltakelse og kulturell integrasjon som nødvendig for økonomisk utvikling, viser jeg gjennom empiriske eksempler hvilken praksis som fremmer samhandling og læring som gjør at en bedrift lykkes i forretningslivet Chile. Påstanden visualiseres ved hjelp av sosiale feltanalyse og oppsummeres med henvisning til Storpers refleksive modell. Jeg argumenterer for at samspillet mellom sosiale, kulturelle og geografiske faktorer fremmer økonomisk utvikling og suksess for FDI bedriftene. I kapittel 9 oppsummeres argumentene ved en presentasjon av geografiske, sosiale og kulturelle strategier for vellykket forretningspraksis.

Jeg har underveis i kapittelet forsøkt å vise til hvordan mitt utvalg av informanter har vært representativt i den forstand at jeg har fått informasjon fra ulike type bedrifter og forskjellige informanter med ulik nasjonalitet og varierende tilknytning til foretakene. Jeg hevder at et slikt variert utvalg legger et godt grunnlag for en sannferdig gjengivelse av mine informanters situasjon i oppdrettsnæringa i Chile. Jeg vil imidlertid poengtere at hensikten med studien ikke er å generalisere min funn, men snarere å belyse situasjonen for de involverte FDI-bedriftene i Chile. Studien er derfor kun etterprøvbar dersom studien gjentas.

3.11 En metodisk oppsummering

En kvalitativ forskningstilnærming gir en forsker innsikt i det mellommenneskelige miljø, individuelle opplevelser og sosiale prosesser. Jeg hevder å ha hatt god nytte av kvalitativt orienterte metoder i min studie av bedriftsnettverk og økonomiske aktørers møte med kulturelle utfordringer. I dette kapittelet har jeg argumentert for at relasjonelle studier best gjennomføres ved hjelp av kvalitativt orienterte metoder. Jeg har gjort rede for metodene observasjon og semistrukturerte intervju, og har vist at feltsamtale i tillegg er en god kilde til kunnskap. I kapittelet har jeg vist hvilke utfordringer man står ovenfor ved gjennomføringen av et feltarbeid, og hvilke metodiske problem man må forholde seg til ved bruk av en

kvalitativ forskningstilnærming. Jeg har poengtert at refleksjon i løpet av feltarbeidet, og underveis i skriveprosessen, er nødvendig for et troverdig forskningsresultat, fordi data som brukes i forskningsresultatet er tolket av forskeren, og produsert med utgangspunkt i forskerens forforståelse. I de neste kapitlene vil jeg presentere informasjon fra feltarbeidet og data for studiens analyse.

4 Presentasjon av studieområdet og chilensk oppdrettsnæring

I dette kapittelet vil jeg beskrive studieområdet ved å gi en kort introduksjon om Chile som land, og byen Puerto Montt som sentrum for oppdrettsnæringa. Deretter vil jeg gjøre rede for næringas historie i Chile, samt Chiles rolle som aktør på den internasjonale oppdrettsarena. Deretter vil jeg presentere noen tanker om oppdrettsnæringas påvirkning på regionen, før jeg avslutningsvis gjør rede for bakgrunnen til Norges kommersielle tilstedeværelse i oppdrettsnæringa i Chile.

4.1 Chile - det lange landet

Chile er lokalisert sørvest i Sør-Amerika. På verdenskartet skiller Chile seg ut som et langt, og smalt land med karakteristisk geografi (Figur 4.1). De vulkanske Andesfjellene ligger som en mektig ryggrad mot grensen til Argentina i øst, og avstanden derfra er kort over til den 4300 km lange stillehavskysten som strekker seg fra 17,5 ° nord og helt ned til 56 ° sør (Lonely Planet). Chile er i stor grad kontrastenes land, ikke minst i et geografisk og klimatisk perspektiv. I nord, i grenseområde mot Peru og Bolivia, er klimaet varmt og tørt, og ørken preger store deler av landskapet. Midt i landet, omkring hovedstaden Santiago, er klimaet varmt og fuktig, og fruktbare daler har resultert i store områder dyrket mark. Lenger sør finner vi et landskap preget av elver, innsjøer og fjorder, store skoger og mye nedbør. Helt sør i Chile er det bare havet som skiller fastlandet fra det isdekte Antarktis.

Diversiteten i de geografiske forholdene gjenspeiles også i industrien i landet. I nord dominerer næringslivet av gruvedrift (hovedsakelig kopper). Midt i landet dominerer næringer som jordbruk (hovedsakelig frukt dyrking), husdyrhold og fiske, mens skogbruk er en utbredt industri i sør. Siden midten av 70-tallet har også fiske- og skjelloppdrett vokst frem som en av de viktigste næringene sør i landet, og oppdrett av laksefisk har de senere åra blitt stor industri i den tiende regionen (se kart Figur 4.1).

Chile regnes for å være et godt utviklet land sammenlignet med andre Latin Amerikanske land. Det politiske systemet er meget stabilt, med lang tradisjon for demokratisk valgte regjeringer (Med unntak av det militære kuppet under Pinochet i perioden 1973-1989). Chile regnes også for å være det eneste latinamerikanske samfunnet der korrupsjon ikke er vanlig,

eller i alle fall veldig lav. Mange utenlandske investorer tiltrekkes av Chiles åpne, stabile og attraktive forretningsmiljø. Dette vil jeg komme nærmere tilbake til (5.3). En vestlig standard har influert de store byene, og landet har i de siste tjue åra vært igjennom industrialisering på flere ulike felt. På tross av en positiv økonomisk vekst er det fremdeles store sosiale forskjeller mellom de 15,8 millioner innbyggerne i landet, og fortsatt lever ca 20 % av befolkningen under fattigdomsgrensen (no.wikipedia.org).



Figur 4.1 Kart over Chile og region X
(no.wikipedia.org)

Chile er inndelt i tolv regioner (I – XII) fra nord til sør, i tillegg til hovedstaden Santiago som regnes som den trettende regionen (Figur 4.1). Region X, Los Lagos-innsjøenes region, ligger nokså langt sør i Chile (Figur 4.1), ca 100 mil sør for Santiago. Det er her i Los Lagos hvor det chilenske lakseeventyret vokste frem på midten av 1980-90 tallet, og fremdeles vokser med stort potensial i dag. Området er frodig og vakkert med spektakulære, snøkleddede vulkaner, grønne skoger, store innsjøer og trange fjorder (Figur 4.2). Her er et nokså jevnt klima året rundt, med en gjennomsnittstemperatur på ca 12 °C, og med 140 mm nedbør gjennomsnittlig per måned (IGM).

Perioden mai - august er de fuktigste og kjøligste månedene, og regnes for å være Chiles vintersesong. Det er de klimatiske og de geografiske forholdene som gjør sør-Chile til et ideelt sted for fiskeoppdrett (Figur 4.2). Fjorder og vikene gir stille vann, og de klimatiske forholdene gir jevn vanntemperatur, noe som gir mulighet for produksjon og høsting av laksefisk gjennom store deler av året.



Figur 4.2 Fotografier fra området omkring Puerto Montt. Vulkanen på bildet oppe til høyre er *Vulcán Osorno* i nasjonalparken *VicentePéres Rosales*

4.2 Puerto Montt – Laksens hovedstad

Byen Puerto Montt (Figur 4.3) regnes for å være regionens hovedstad, populært kalt: *laksens hovedstad*, og har omkring 180 000 innbyggere (no.wikipedia.org). Byen ligger godt skjernet i en vik innenfor Gulfo de Ancud og øya Isla Grande Chiloé (Figur 4.1), som er en viktig arena for oppdrettsindustrien i regionen. Ved siden av oppdrett regnes turistnæringen som den største inntektskilden i området. ”Alle veier fører til Puerto Montt”, sies det på folkemunne, og det er i praksis det sanne. Ruta 5, Chiles hovedvei, går igjennom Puerto Montt og ender på spissen av øya Chiloé. Slik blir området omkring Puerto Montt en inngangsportal for det sørlige Chile, som turister kjenner ved navnet ”Patagonia”. Herfra må man enten ta den humpete veien, Carretera Austral, som fører et stykke videre sørover, eller benytte seg av ferger og flytransport, for å nå de sørligste byene som Puerto Natales og Puerto Aysén i region XII, hvor det også er mulig å krysse landegrensen over til Argentina.

Befolkningstettheten i region XI og XII er meget lav, men også i de to sørligste regionene har oppdrettsnæringen begynt å utnytte potensialet for oppdrettsaktivitet.



Figur 4.3 *Puerto Montt*

4.3 Chilensk oppdrettsnæring

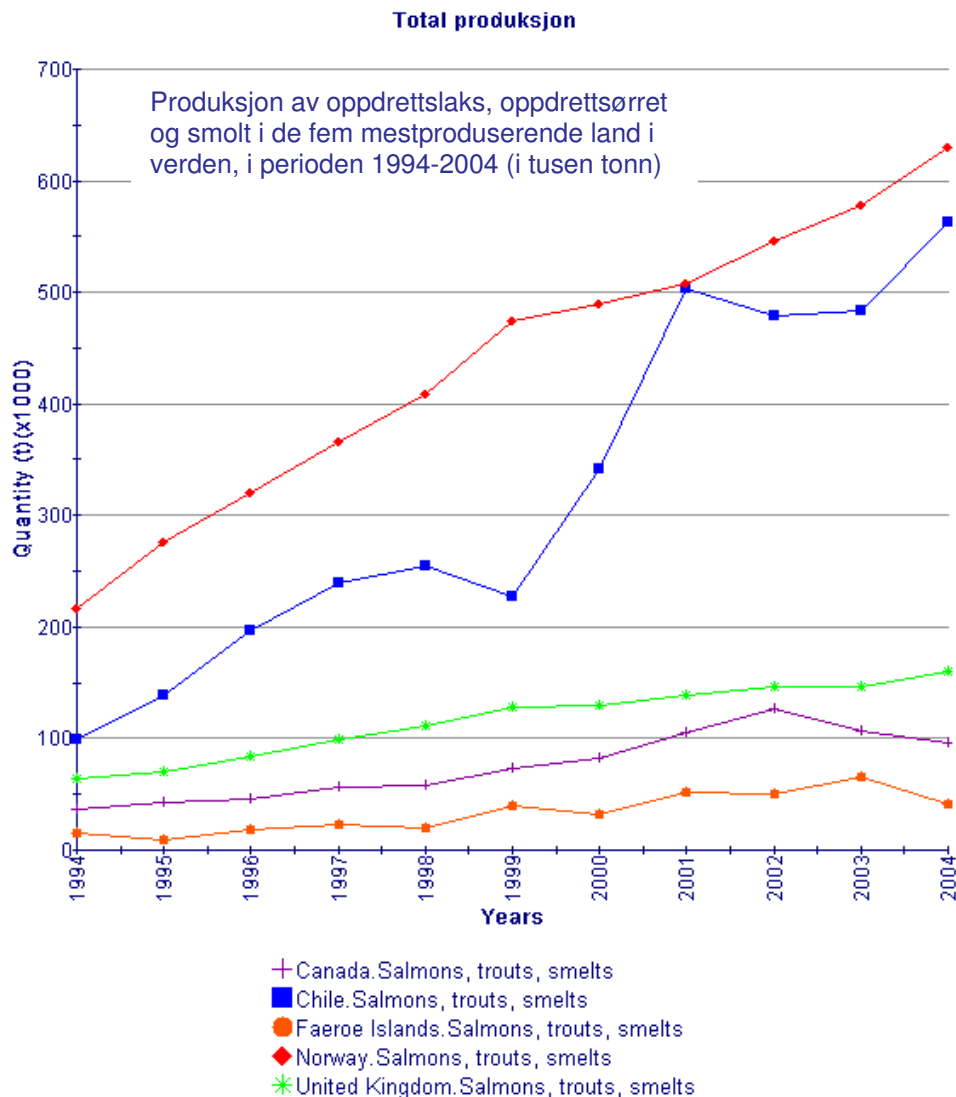
I motsetning til i Norge, hvor oppdrettsnæringa på 1970-tallet startet opp som et resultat av fiskere og bønders entreprenørånd, og i form av ”gratis” kunnskapsoverføring mellom aktører, har oppdrettsnæringa i Chile vokst frem på bakgrunn av storkapitalisters forretningsteft siden midten av 1980-tallet. Virksomhetene i Chile er etablert av store selskap, som blir stadig større og færre etter som oppkjøp av- og fusjoner mellom selskap stadig øker, blant annet som et resultat av utenlandske direkteinvesteringer. I 1997 sto 35 selskap for ca 80 % av Chiles produksjon, mens det i 2005 var kun 11 selskap som sto for den samme prosentandelen (www.fiskerifond.no og coreweb.nhosp.no). Til sammenligning var det i Norge 70 selskap som sto for 80 % av produksjonen i 1997, og 43 - i 2005 (Ibid). I Norge har det vært et politisk ønske om sterk styring av oppdrettsaktiviteten. Chilenske myndigheter derimot, er i mindre grad involvert i den chilenske oppdrettsnæringa. -Kun i form av kvote- og lokalitetstildeling. Den chilenske oppdrettsnæringa har opprettet et eget fellesorgan for kontaktflaten mellom næringa, myndigheter og marked, interesseorganisasjonen *Salmon Chile*. Salmon Chile har hovedkontor i Santiago og avdelinger i Puerto Montt og i region XI. Jeg kommer nærmere tilbake til Salmon Chiles arbeid i kapittel 6.

Allerede i 1885 begynte Chile for første gang med import av atlantisk laks- og ørretegg fra den nordlige halvkule, i den hensikt å fylle elver, vann og sjø med attraktive arter for sportsfiske (S.C.). Det aller første klekkeriet ble opprettet i 1904 i Los Andes i region V, hvor de startet opp produksjon av smolt i tanker, for senere å sette laks og ørret ut i elver og vann

(Ibid). Mot slutten av 1900-tallet, i det oppdrett av laks hadde fått en oppsving i Norge, begynte Chile å se an sitt potensial for oppdrettsvirksomhet i sør.

Helt fra starten av Chiles oppdrettshistorie, fra midten av 1980-tallet, har den nasjonale lakse- og ørretsproduksjonen vært konsentrert i Chiles region X, hovedsakelig i provinsene Llanquihue, Palena og Chiloé omkring Puerto Montt. Her har produksjonen hatt en spektakulær vekst, og produksjonsvolumet har blitt multiplisert 250 ganger i perioden mellom 1987 og 2002 (S.C.). I 1987 produserte Chile kun 2000 tonn, mens de allerede i 1990 sto for 8% av verdensproduksjonen; 26 000 tonn (Ibid). I de siste fem åra har Chile rangert som nummer to, etter Norge, som andre ledende lakseproduksjonsnasjon i verden, med 506 000 tonn i 2002, og som ledende ørrets- og cohoproductent med 114 000 og 124 000 tonn (Ibid) samme år (Figur 4.4).

Tall fra Eksportutvalget for Fisk viser at Chile produserte omkring 598.000 tonn laksefisk i 2005. Tallene inneholder atlantehavslaks, stillehavslaks (Coho) og ørret. Norge, på sin side eksporterte om lag 593.000 tonn laksefisk samme år (www.orapp.no). Kombinert med den eksplosive utviklingen, og det faktum at en betydelig andel av kyststripa fremdeles er uutnyttet (ca 90 %), har Chile et stort potensial for videre vekst innen lakseoppdrett i fremtiden.



Figur 4.4 *Produksjonsvekst i perioden 1994-2004 (Kilde: FAO, FIGIS -> data: Global Aquaculture Production (1950-2004))*

4.4 FDI i Chile

I 2003 var fire av verdens ti største lakseprodusentselskap chilenske (S.C.). I tillegg har fire av de fem viktigste utenlandske investorselskapene (FDI) i verden avdelinger og produksjon i Chile. I mai 2003 var 64 % av alle lakseoppdrettsselskapene i Chile chilensk eid, mot 86 % i 1994 (Ibid). Antallet oppdrettsselskap i Chile er som vi har sett synkende. I 2002 var det 47 aktive oppdrettsselskap i Chile, mot omkring 80 på 1980-tallet (Ibid). Disse tallene skyldes blant annet at utenlandske eiere har kjøpt opp chilenske bedrifter, og slått sammen produksjonen slik at resultatet har blitt en konsentrasjon i form av færre selskap med større

produksjonsvolum. Store norske og canadiske produksjonsselskap har interesse i bedrifter i Chile. Det samme har bedrifter fra konsumentnasjonene Nederland, Japan og Spania.

4.5 Økonomisk påvirkning på regionen

Etableringen av store nasjonale og internasjonale oppdrettsselskap har bidratt til en sterk økonomisk vekst, og har resultert i mange nye arbeidsplasser for folk i regionen. I tillegg til selve oppdrettsselskapene har både nasjonale og internasjonale leverandør- og serviceselskap innen oppdrettsnæringen etablert seg i regionen. Mens det i 1993 var registrert 21 serviceselskap i regionen, var antallet i 2002 steget til 249, hvorav omtrent 150 av disse hadde oppdrettsbedrifter som sine viktigste kunder (S.C). Veksten av utstyrs- og leverandørbedrifter har fortsatt frem til i dag, delvis på grunn av oppdrettsselskapenes outsourcing av support service.

Den økonomiske utviklinga i regionen er spesielt tydelig på steder som Puerto Montt og Chiloé, som har blitt betydelig endret i løpet av de siste tjue åra på grunn av fremveksten av laksenæringa. Folketallet i Puerto Montt økte med 22,7 % i perioden 1982-1992, og ytterligere med 30,7 % - fra 129.970 innbyggere i 1992 til 175.938 innbyggere i 2002 (Gans og Leiva 2004). Sosial og fysisk infrastruktur bygges ut i en rasende fart, og en vestlig kultur, med caféer og shoppingsentre, preger i dag steder der det sto melkespann langs etter grusveier for bare tjue år siden. Under følger et utdrag fra et intervju med en informant fra et norsk oppdrettsselskap. Informanten reflekterer over oppdrettsnæringas betydning for utviklingen av mitt studieområde.

Intervjuer: How would you describe the salmonbusiness' impact on the region?

Informant: It is tremendous. It's just huge the impact on the region. I have known this region here since 1974, and the economical and social development has really only starting to take place with the benefit of the salmon industry. And the impact has been enormous in many many ways. Stable workplaces, stable income. But it has also changed economy for local people, from the mixed rural economy to be employed and stable on place, to have an income. It has been tremendous. Also on culture. Because this industry has created a lot of workingplaces for women. I guess more or less half of our staff on the plant are women. So it has created a lot of workning employment oportunities for women wich is also having a big social impact.

(...)

But it has also created a lot of workplaces for mid level and high level of education, educated people. So it has also given a lot of opportunity for increased educational levels. Wich I think is very important. It is a new business area, created by salmon farming. It has created a lot of impact on the universities. To day in this area here there are a number of educational institutions available that were not here before the salmon. Of course it is not only the salmon that has brought them here, but it is the economical activity that is motivated by the salmon industry. And it is the job opportunity ones they finish their education that has brought them here.

Bedriftsleder O1

Som informanten gjør rede for (Informant-/bedriftliste vedlagt) har oppdrettsnæringa ikke bare ført til jobbmuligheter for ufaglærte fra regionen, men også for utdannede fra hele landet. Migrasjonen sørover fra Santiago området er betydelig. Tall fra 2001 (S.C.) skisserer en økning i antall personer i arbeid direkte eller i relasjon til oppdrettsnæringa i perioden 1992-2001: Antall personer som arbeider innen oppdrettsnæringa direkte økte fra 8000 i 1992 til 18.000 i 1996, og ytterligere til 28.500 i 2001. I tillegg har det vært en betydelig økning av personer som arbeider indirekte mot oppdrettsnæringa; fra 2400 i 1992 til 12.000 personer i 2001. Befolkningsveksten og den økonomiske utviklingen i sør har ført til oppføring av nye Universitet og undervisningsinstitusjoner, som bidrar ytterligere til å gjøre Puerto Montt til et attraktivt tilflyttningsområde for chilenerne.

4.6 Norske FDI i Chile

Det har vært norsk kommersielt nærvær i Chile gjennom mer enn hundre år. Utgangspunktet var hvalfangst, fiske og shipping (www.noruega.cl). De økonomiske forbindelsene mellom Norge og Chile er forholdsvis begrensede, men Norges kommersielle tilstedeværelse i Chile har økt kraftig siden slutten av 1990-tallet, spesielt innenfor oppdrett og oppdrettsrelaterte næringer. Ca 30 norske selskaper har etablert seg med fast virksomhet i Chile, i tillegg til en rekke stedlige agenter (Ibid). Av disse 30 har jeg registrert 18 aktive bedrifter innenfor oppdrettsnæringa i Puerto Montt (2005). Enkelte store, norske oppdrettsselskap har gjort oppkjøp i milliardærklassen, men flere små og mellomstore bedrifter med teknologisk spisskompetanse innen ulike servicenæringer i tilknytning til oppdrettsnæringa, utgjør det største antallet. Norge regnes for å være det landet som har investert sterkest i region X de senere åra (Ibid). I dag er tre av de ti største oppdrettsselskapene i Chile norske FDI-bedrifter (Tabell 4.1).

Tabell 4.1 *Oversikt over Norges posisjon blant de ti største lakseeksportørene i Chile (Kilde: AquaChile)*

De ti største eksportselskapene innen lakseoppdrett i Chile, i perioden januar-desember 2004			
	Exportador	Total (Toneladas)	%
1	Marine Harvest Chile (Norsk fra 2006)	36.375,88	10,3%
2	AquaChile (Salmones Pacifico Sur S. A.)	32.633,79	9,2%
3	Salmones Mainstream S. A. (Norsk)	25.091,09	7,1%
4	Salmones Multiexport Ltda.	21.581,71	6,1%
5	Cia. Pesquera Camanchaca S. A.	20.453,23	5,8%
6	Pesquera Los Fiordos	19.907,82	5,6%
7	Fjord Seafood Chile S. A. (Norsk)	19.114,93	5,4%
8	Cultivos Marinos Chiloé S. A.	16.182,50	4,6%
9	Salmones Antártica S. A.	14.972,07	4,2%
10	Stolt Sea Farm Chile (Pesquera Eicosal Ltda.)	13.128,42	3,7%

Tabellen viser at norske oppdrettsselskap er tungt inne i oppdrettsnæringa i Chile, og at oppkjøp av Marine Harvest i 2006, har bidratt ytterligere til å styrke Norges posisjon i Chile. I det følgende kapittelet vil jeg gjøre rede for de norske FDI-bedriftene i Puerto Montt, Chile.

5 FDI som kapital, kunnskap og aktører

5.1 Innledning

I denne analytiske delen av oppgaven vil jeg presentere mine empiriske funn, og diskutere de opp i mot den presenterte teorien. Analysen utgjør således en tolkning av empirien, som søker å gi svar på mine problemstillinger om hvordan nettverksdynamikk påvirker FDI i en ukjent kultur. Når jeg nå skal analysere de norske FDI-bedriftenes aktivitet i Chile tar jeg utgangspunkt i definisjonen av FDI som en kompleks sammensetning av kapital, kunnskap og aktører (2.4). I dette første analysekapittelet vil jeg gjøre rede for hva som kjennetegner de norske FDI bedriftene.

Kapitalen er selve den økonomiske investeringen, som gjør det mulig for bedriftene å operere i Chile. Kapitalen utgjør, som nevnt i teorikapittelet (2.4), den tradisjonelle forståelsen for hva som er FDI. Jeg har ikke tall på omfanget av investeringene, og følgelig har jeg ikke et fokus på overføring av kapital i denne studien. Norsk FDI har imidlertid materialisert seg som en rekke etablerte foretak i Chile. Innledningsvis vil jeg presentere de norske FDI-bedriftene, med et fokus på produksjon, størrelse og eierskap.

Aktørene er de norske og chilenske bedriftslederne og medarbeiderne i de norske FDI-bedriftene. Det er aktørene som styrer den økonomiske aktiviteten, som møter eventuelle kulturelle utfordringer, og som - gjennom deltakelse i nettverk - produserer, reproducerer og endrer kunnskap og mening i FDI-komplekset. *Kunnskapen* representerer de produktene FDI tilbyr på investeringsstedet. I denne sammenheng vil det si kompetanse og erfaring relatert til oppdrettsproduksjon, eller tjenester og teknologisk utstyr for oppdrettsnæringen. Fordi jeg definerer FDI også som aktører og kunnskap vil jeg gjøre rede for bedriftenes overføring av aktører og kunnskap fra Norge til Chile. Videre vil jeg presentere bedriftenes motiv for investeringene og informantenes synspunkter i forhold til fordeler og ulemper ved å være norsk FDI i Chile.

5.2 En presentasjon av norske FDI-bedrifter i Chile

De norske bedriftene i Puerto Montt representerer et bredt spekter innen oppdrettsbransjen. De er oppdrettsselskap (produsenter), utstyrsleverandører og andre service- og tjeneste leverandører for næringa. Mest utbredt er utstyrsleverandørene som ser sin mulighet til å tjene

penger på kunnskap og teknologi utviklet gjennom mange års erfaring fra oppdrettsaktivitet i Norge. Det er imidlertid bedriftene som ”gruppe av norske FDI-bedrifter” som utgjør grunnlaget for analysen. Allikevel ser jeg det som hensiktsmessig å gjøre rede for de ulike virksomhetene og deres organisering, for slik å kunne gi et tydeligere bilde av den kompleksiteten norske FDI-bedrifter representerer i Chile.

I 2005 var det registrert atten norskeide FDI-bedrifter relatert til lakseoppdrett i Puerto Montt (www.noruega.cl). Av disse var to bedrifter delvis chilensk/delvis norsk eid og en delvis nederlandsk/delvis norsk eid. Fjorten av de atten bedriftene er informanter i denne studien. Syv av disse er utstyersleverandører, to oppdrettsselskap, en fôrprodusent, en eggleverandør, og to brønnbåtselskap (Tabell 5.1). I tabell 5.1 beskrives bedriftene med utgangspunkt i type produksjon, størrelse og om bedriftsledelsen er norsk eller chilensk. Kategorien *størrelse på bedrift* er definert ut i fra antall ansatte i bedriften, hvorav store bedrifter har mer enn 100 ansatte, mellomstore har mellom 100 og tjue ansatte, og små bedrifter har mindre enn tjue ansatte.

Tabell 5.1: Oversikt over de norske FDI bedriftene. Beskriver type produksjon/tjeneste, størrelse og bedriftsledelsens nasjonalitet.

Bedrift:	Produksjon:	Størrelse:	Nasjonalitet i ledelse:
<i>Oppdrettsbedrift:</i>			
O1	Oppdrett	Store	Chilensk/skandinavisk
O2	Oppdrett	Store	Chilensk
<i>Utstyersbedrift:</i>			
U1	Utstyersleverandør	Mellomstore	Chilensk
U2	Utstyersleverandør	Små	Norsk
U3	Utstyersleverandør	Mellomstore	Chilensk
U4	Utstyersleverandør	Små	Norsk
U5	Utstyersleverandør	Små	Norsk
U6	Utstyersleverandør	Mellomstore	Chilensk
U7	Utstyersleverandør	Mellomstore	Chilensk
<i>Andre service- og leverandør bedrifter:</i>			

L1	Leverandør	Mellomstore	Norsk
L2	Leverandør	Mellomstore	Chilensk
L3	Leverandør	Store	Chilensk
Brønnbåt bedrift:			
B1	Brønnbåt	Små	Norsk
B2	Brønnbåt	Små	Norsk

Som vist i tabell 5.1 varierer bedriftene i både størrelse, produksjon og lederskap. Følgelig har de ulike roller i det store oppdrettsmiljøet i Puerto Montt. Under følger en kort beskrivelse av de ulike bedriftstypene:

Oppdrettsselskapene produserer laksefisken. Produksjonen er todelt, der den første delen av produksjonen foregår på land i ferskvannsbasseng, mens den andre fasen av oppdrett skjer på anlegg i sjøen. Der settes fisken ut i merder for å vokse seg stor til høsting og slakting. Det tar normalt 1 ½ år fra fisken settes ut til den er høstingsklar. Da transporteres fisken til prosesserings og foredlingsfabrikker, før den selges og eksporteres ut til markedene. De fleste oppdrettsselskapene i Chile har egne foredlingsfabrikker og markeds- og salgavdelinger. Oppdrettsselskapene er de største og tyngste selskapene i næringa. Et av selskapene jeg intervjuet hadde eksempelvis ca 1100 ansatte fordelt på produksjon, prosessering og administrasjon. Begge oppdrettsselskapene som inngår i denne analysen er datterselskaper av multinasjonale konsern. På tross av dette driver bedriftene relativt selvstendig i Chile.

Utstysleverandørene er bedrifter som selger ulike typer utstyr til oppdrettsselskapene. Slikt utstyr kan være merder, flåter, rør, pumper, tekniske systemer til foring av fisken og lignende. Utstysleverandørene varierer i størrelse, fra den største på omkring 40 ansatte, og til de minste bedriftene med mindre enn ti ansatte. Følgelig betegner jeg den førstnevnte typen av utstysbedrifter som ”mellomstore”, og den sistnevnte typen som ”små”.

Andre service- og leverandør selskaper er blant annet en *fôrprodusent*, som produserer fôr til oppdrettsfisken. I tillegg til produksjon av fôr, opererer bedriften med eget forskningscenter for videreutvikling av fôr kvalitet. Blant leverandørbedriftene finner vi også et *Farmasi - selskap* som tilbyr farmasautiske tjenester for fiskehelse, og en *eggleverandør* som dyrker

frem egg som selges videre til oppdrettsselskapene. I dette tilfelle er eggene opprinnelig importert fra Norge. Bedriften hevder å ha unik kvalitet på sine produkt, og genetikken har blitt utviklet i Norge.

Det er også to aktive *brønnbåtselskap* i Puerto Montt, som eies av norske selskap. Brønnbåtselskapene er transportselskap som frakter laks levende i basseng om bord i båt fra oppdrettslokalisering til kai. De leies inn av oppdrettsselskapene. Metoden er relativt ny i Chile. Å frakte fisken levende i brønnbåter er mer kostnadskrevende enn å slakte fisken ute på anleggene. Men, transport med brønnbåt gir bedre kvalitet på fisken. De fleste oppdretterne er i ferd med å legge om til en slik måte å frakte fisken på. Således er det gode tider for de relativt små vestnorske brønnbåtbedriftene i Chile. Brønnbåtselskapene karakteriseres som små, fordi det her er snakk om kun en båt per selskap med et mannskap på omkring åtte personer.



Figur 5.1 *Fotografier fra oppdrettsaktivitet i Chile. Bilde 1 (fra venstre) viser lakserogn, bilde 2 viser smoltproduksjon på ferskvannsstadiet, og bilde 3 viser en forankret oppdrettslokalitet i sjøvann, der høsteklar fisk ”pumpes” opp gjennom store rør.*

5.2.1 Overføring av kunnskap og aktører fra Norge til Chile

5.2.1.1 Overføring av aktører

Kun seks av bedriftene som inngår i studien har norsk personell stasjonert i Chile, og i ledelse (L1, U2, U4, U5 og B1 og B2). Tre bedrifter hadde nordmenn i bedriftene i oppstartsfasen (U1, U3 og U7), for å etablere en administrativ og økonomisk plattform, og for å ha en sterk faglig kompetanse i oppstartsfasen av ny virksomhet. Men de fleste selskapene drives

uavhengig av nordmenn, med chilensk eller internasjonal ledelse, og har ulik grad av kontakt med Norge og den norske moderbedriften. Denne kontakten skjer i form av daglig, jevnlig eller sporadisk telefon og e-post kontakt. For eksempel beskriver en av mine chilenske informanter forholdet mellom bedriften i Chile og eierne i Norge som tett, på tross av avstand og ingen direkte deltakelse av nordmenn i Chile.

The communication is all the day. They come here very often to have a meeting, and we go there to have meeting to, so we have a lot of communication between the companies (....)By mail daily, by phone almost daily to and joined together...I dont know. For example people from the companys R&D group were here three weeks ago, and they spent two weeks here. And then I go there for now in one week. And I went there three months ago. So our company have a lot of teamworking. Commercialteam, factoryteam, nutrisialteam, team for the general manager, team for the technical manager. And all that teams are working together all the year. That means by teleconferenses, by mail , by joining up some place.

Bedriftsleder L3

Det er hovedsakelig utstys- og leverandørbedriftene som synes å ha best kontakt med moderbedriftene i Norge. Bedriftene får regelmessig besøk fra Norge, og de ansatte i Chile reiser også til Norge ved ulike anledninger. En slik anledning kan for eksempel være oppdrettsmessene AquaNord og AquaSør, som arrangeres i henholdsvis Trondheim og Puerto Montt annethvert år. Dette kommer jeg tilbake til (6.2.2.3). Det er imidlertid ikke alle bedriftene som har jevnlig kontakt med de norske eierne. Spesielt de norskeide lakseprodusentene synes å kjøre sitt eget løp i Chile. Bedriftene er i utgangspunktet etablerte chilenske bedrifter, kjøpt opp av nordmenn omkring 2000. Driften og aktiviteten foregår på tilnærmet likt vis som før oppkjøpet.

Overføring av personell er altså ingen selvfølgelig følge av en direkte investering. Aktørene i de norske FDI-bedriftene kan altså være både nordmenn og chilenerne. Hvordan er det så med overføring av kunnskap, som et bærende element i FDI-komplekset?

5.2.1.2 Overføring av kunnskap

Norge har vært ledende produsent av laks i flere tiår, og regnes således som en nasjon med lang erfaring og god kunnskap om det meste som omhandler oppdrettsaktivitet. Slik blir det

tilbøyelig å tenke at chilenske oppdrettere har mye å lære av de norske aktørene, og av den norske aktiviteten. Og at de norske FDI-bedriftene slik har et kunnskapsmessig fortrinn, som igjen kan lede til kunnskapsoverføring fra norske FDI-bedrifter til Chile.

Chilean people from the industry has a very good recognize from the Norwegian people in term of salmon industry. Because they do a lot for this industry here. If you see the total investments the norwegian people made here,- they are important. And it is very common that people from here go to Norway, to learn about new things, new technologies, new form for produce. That is very common here.

Bedriftsleder L3

De norske FDI-bedriftene, spesielt utstyrs- og leverandørbedriftene, selger varer som er utviklet i Norge, og det kan synes som at de har et teknologisk fortrinn i forhold til chilenske leverandører.

(...) In Norway, the amount of money available, or the needs of the industry, have been pushing development of technology. The industry in Norway wouldn't be visible if you didn't have the technology,- because labour is to expensive.(...) We are taking advantage of all that is made there (in Norway), in Chile now. And that is one important source of advantages. We are basically selling the R&D's developed there for many many years now in Chile.

Bedriftsleder U1

Selv om Chile ikke har like lang tradisjon innen oppdrettsaktiviteten som Norge, er utviklingen eksplosiv, og Chile er i dag regnet som verdens ledende produsent og eksportør av laks. Følgelig gjør chilenerne seg mange erfaringer, og teknologi og kunnskap utvikles i høyt tempo. Men chilenerne anklages av norske FDI-aktører for kopiering. Og det er et faktum at chilenerne kopierer teknologiske nyvinninger i stor skala. Kopieringen blir sett på som en trussel for de norske FDI-bedriftene som bringer inn konkurransedyktig kunnskap til landet.

I Chile er det ikke copyright, men – right to copy!

Informant 3

I denne forbindelse bør det imidlertid påpekes at de norske aktørene overdriver betydningen av sitt kunnskapsnivå. Man kan derfor stille spørsmål ved hvorvidt chileneren kan takke

nordmenn, og andre internasjonale oppdrettsaktører for sin kunnskap, eller om nordmenn tar for mye av æren for den utviklingen vi har sett i Chile. Under følger et par utdrag fra intervjuer med to av mine informanter som illustrerer denne debatten.

Intervjuer: Tror du de internasjonale investorene har vært en viktig del av utviklinga av næringa?

Informant: Det er vel egentlig ja og nei. Det har vel egentlig vært begge deler. Sånn i begynnelsen så var det faktisk nordmenn som var pionerene her nede (...). Men selve løftet har nok chilenerne tatt selv. Det er jo flere store internasjonale selskap som har kommet inn da, O1, O2, og. Men jeg har vel inntrykk av at selve næringen er bygget opp av chilenerne. Med hjelp utenfra da, og teknologi utenfra.

Informant 2

Du ser jo dem som slår floker, og det er de fleste nordmennene som kommer ned hit. For dem kommer med ganske høy sigarføring da, og tror at "her kommer jeg og skal lære et u-land hvordan de skal jobbe".

Bedriftsleder L1

Som informanten over hevder også andre informanter at nordmenn overdriver sitt eget omdømme, og poengterer at norske aktører har mye å lære av Chilenerne. Spesielt i forhold til salg og markedsføring, og tilpasning av produkter til et mer industrialisert samfunn. Dette kommer jeg nærmere tilbake til i kapittel 7.

Selv om det er uenighet blant aktørene i næringen om hvem den eksplosive utviklingen kan tilskrives, er det ikke til å komme bort i fra at Norge, og norsk kunnskap har hatt en viktig rolle, både direkte og indirekte. Kunnskapsfordelen for de norske FDI-bedriftene er en viktig motivasjonsfaktor for at investorene har valgt å etablere bedriftene i Chile. I neste avsnitt vil jeg gjøre rede for flere motiv for de norske investeringene.

5.3 Motiv for investering

Som for investorer flest, er det også for de norske FDI-bedriftene i laksenæringen i Puerto Montt, motivasjonen om å tjene penger er drivkraften bak investeringene. Bedriftene ser på Chile som et land med et meget stort potensial for oppdrettsproduksjon og oppdrettsrelatert virksomhet. For det første er de geografiske og klimatiske forholdene sør i Chile ideelle for

oppdrett. Oppdrettaktivitet krever nærhet til både ferskvann og sjøvann, og stabile vanntemperaturer. Slike lokaliseringsfordeler finnes sør i Chile. Chiles lakseprodusenter har også god tilgang til attraktive markeder, som USA og Japan. I tillegg har Chile rikelig av billig arbeidskraft, som gjør det mulig å drive lavkostproduksjon i landet. De overnevnte motivene representerer hva Dunning (1988) omtaler som ressursmotiv og markedsmotiv(2.2), og gjelder først og fremst oppdrettsbedriftene.

Et annet forhold som motiverer investeringene er at Chile fører en liberal politikk i forhold til FDI. Det gjør det forholdsvis enkelt å starte opp utenlandsk virksomhet i landet.

Informant: Chile is very open....Chile is promoting free trade. A very open economy. Very open to foreign investments.

Bedriftsleder O1

De store oppdrettsbedriftene utgjør eksempler på FDI-bedrifter hvis motiv også har vært strategisk interaksjon (Ibid), i form av ”strategiske” oppkjøp og fusjoner av og med etablerte bedrifter i Chile, i den hensikt å bygge store multinasjonale konsern i et område med gode prognoser for videre økonomisk vekst.

Selv om Chile i dag regnes for å være verdens største eksportør av oppdrettslaks, ligger de fremdeles bak Norge når det gjelder oppdrettsteknologisk utvikling. På grunn av Norges rolle som ledende lakseoppdretter gjennom tidene, har Norge hatt mye å lære bort og selge til Chile av erfaringer og teknologiske nyvinninger. Slike markedsmotiver (Ibid) er viktige årsaker til at også mange utstyrslleverandører og andre tjenesteytende bedrifter relatert til oppdrett har investert i Chile:

Well, because it is evedently an important marked for the aquaculture products that our company is selling in Norway. So, if they wanted to expand it was pretty obvious that this was the best marked after Norway. The most important marked for moorings after Norway. So that was the motive. To expand business.

Bedriftsleder U3

I think (the norwegians invested here) because here they found a very good potential industry for growth. And if you see the history, the last ten years, the salmonindustry in Chile has been

growing at the level of norwegian. So they made years ago a very good descition, because today the chilean industry is almost at the same level of the norwegian. People say that this year (2005) it`s going to be even higher...so that`s why they decided to come here years ago.

Bedriftsleder L3

Den chilenske laksenæringa er som tidligere nevnt geografisk konsentrert i region X, og store deler av den økonomiske aktiviteten foregår i sentrum av Puerto Montt. Aktiviteten betegnes av aktørene selv som "El Cluster Salmon". Samlokaliseringen gir fellesskapsfordeler for bedriftene i form av god tilgang på leverandører, service og kunder for bedrifter med produksjon relatert til oppdrett. Følgelig er det også enklere å få tak i informasjon omkring teknologiske nyvinninger og lignende. Et eksempel på en fellesskapsfordel ved samlokalisering er interesse- organisasjonen *Salmon Chile* (4.3), som arbeider for og med bedriftene i laksemiljøet. Dette kommer jeg nærmere tilbake til i kapittel 6. Følgelig har effektiviseringsmotivet (2.2) en betydning når bedrifter velger å flytte til Puerto Montt.

På en annen side er det ingen selvfølge at en slik konsentrasjon kun bidrar til fordeler og læring. Det er stor konkurranse mellom bedriftene, noe som kan gjøre det vanskelig, da spesielt for nyankomne FDI-bedrifter, å få nok kunder. I tillegg til dette møter bedriftene utfordringer knyttet til det å skulle bevare sin egen kompetanse i et tett samfunn hvor kopiering er svært utbredt. I neste avsnitt vil jeg gjøre rede for flere utfordringer som møter de norske FDI-bedriftene i Puerto Montt.

5.4 Fordeler og ulemper for norske FDI bedrifter i Chile

I intervjuene med mine informanter diskuterte vi aktørenes møter med ulike utfordringer i det daglige som følge av at de representerer en norskeid FDI. Vi kom også inn på om norsk eierskap hadde sine fordeler i Chile. I det følgende vil jeg gjøre rede for den informasjonen jeg fikk fra mine informanter i forbindelse med dette. Det kom frem at enkelte av utfordringene som møter spesielt de norske aktørene, er kulturelt betinget. Bedriftenes utfordringer som følge av kulturelle forskjeller vil jeg imidlertid komme nærmere tilbake til i kapittel 7.

Norsk lakseproduksjon har et godt rykte i Chile, og i store deler av verden, fordi Norge har vært ledende lakseeksportør i mange år.

Informant: It could be advantages because Chilean industry look as Norwegian maybe as his father in Chilean industry. So that is very important, because if you , if they know that you come from a norwegian company, they know that you have the knowledge, the experience. For example, our frase is “knowledge makes a difference”. That is why. Because we have the knowledge. Norwegians have been producing feed for salmon for..., I dont know, for the last twenty to thirty years. And here, the industry is very new for that.

Bedriftsleder L3

Som nevnt har Norge lang erfaring fra oppdrett. Dette viser seg å være en fordel for de norske bedriftene. For enkelte av bedriftene fungerer det norske eierskapet som et kvalitetsstempel. Kundene tenker at de norske produktene er forbundet med kunnskap og kvalitet. Men en bakside ved dette er at prisen gjerne er høyere enn tilsvarende chilenske produkter. Dette kommer jeg tilbake til i kapittel 7. En annen ulempe ved å være en FDI er at kundene kan oppfatte bedriften som rotløs. Det kan føre til at kunden, i mange tilfeller, foretrekker chilenske bedrifter, fordi chilenske bedrifter blir ansett for å være mer stabile:

Informant: Yes, there is a big disadvantage. Not as being a Norwegian company. There is no disadvantages by being a Norwegian company...But the disadvantage of being a foreign company is that people tend to think that you are here for the short run. And if you are selling investment goods; machines, anything that is big and expensive and supposed to last for several years, people tend to think that: “wow, I am not going to make a big investment with a company that can disappear tomorrow. I need someone here to take care of my investments”. This has happened to companies such as U2.

(...) They were here, and then they went bankrupt². And that has happened, well not necessarily gone bankrupt, but that has happened to a lot of different companies from all countries from the world that establish themselves here, with a very low investment, and decided they did not want to be here anymore, and left. Left a lot of people with a very expensive backyard full of junk.

Intervjuer: Have you experienced customers being sceptical towards your company because of this?

² U2 gikk konkurs i 2003 og solgte, men de gamle eierne startet opp igjen samme år under nytt navn.

Informant: Eh... Well they wouldn't say that. They would not say that to you in your face, but you can sense that, especially in the beginning. But now, that we have been here nearly four years, I think that disadvantage has faded into.... It is not anymore.

Bedriftsleder U3

Selv om enkelte chilenske bedrifter er skeptiske til utenlandske bedrifters langsiktige investering i Chile, er de ikke redde for å stole på nordmenn i forbindelse med kjøp og salg. Det er en fordel for de norske aktørene:

Det som er da, når du gjør business med chilenerne, så har dem ikke, det er stygt sagt da, men det er fakta; de tror ikke på seg sjøl. De tror ikke på en chilener. De blir lurt. Så de kjøper fra oss da, fordi vi er nordmenn og dem har troen på oss, og på at dem ikke blir lurt. Så det er den største fordelen med å være gringo³ nedi her. Det er når det gjelder å gjøre business. Du har tiltro i markedet og folk er ikke redd for å bli lurt (...) Ja, så du har en stjerne ekstra i boka ved at du er gringo. Det er en av de få fordelene som du har nedi her.

Bedriftsleder L1

Det kan altså virke som at chilenerne ikke stoler på hverandre med mindre de kjenner hverandre. Følgelig blir vennskap og nettverksbygging svært viktig i forbindelse med forretningsdrift i Chile. Fordi vennskap er så viktig for å oppnå tillitt i forretningsrelasjoner, kan det også være en ulempe å være nordmann i Chile. I hvert fall en nordmann uten et chilensk nettverk. Det er nemlig en fordel å kjenne folk for å få avtaler og salg i det chilenske forretningsmiljøet.

En annen viktig fordel for de norske FDI-bedriftene derimot, er norske finansieringsordninger som de kan tilby sine kunder. Spesielt utstyrsleverandørene nevner finansieringsordningen gjennom norske eksportfinans. Dette dreier seg om muligheten til å tilby sine kunder eksportfinansiering for at de skal velge norsk utstyr og norske tjenester (<http://www.eksportfinans.no>). Eksportfinans gir lånesikkerhet i form av garanti fra GIEK (Garanti-Instituttet for Eksportkreditt) eller fra norsk eller større internasjonal bank (Ibid.):

³ Gringo: Hvit, vestlig utseende mann. Opprinnelig referanse til nordamerikanere

(...) The other source of advantages is that there are some financing programs. As I think it is mostly incentives to the Norwegian exporters. Through a bank called Eksportfinans... And GIEC, I think the real advantage is GIEC. (...) The real advantage of the credit for us is... I think GIEC is owned by the government, and GIEC is basically buying, or taking the risks of the loans. And I think that is an advantage. And we have been selling quite a lot. In the last six years, I would say... somewhere between 30-40% of our sales were based on this financing package (...).

Bedriftsleder U1

En utfordring for de norske aktørene som arbeider i Chile er kulturforskjeller og språk. Det virker nokså innlysende, men er ikke desto mindre viktig: nordmennene må lære seg spansk for å kunne kommunisere innad i bedriften og utad til kunder. Engelsk er ikke så utbredt blant folk i Chile som vi er vant til fra Norge, selv om de fleste chilenerne som sitter i ledelse i bedriftene behersker godt engelsk.

Informant: Det er jo ulemper også da. Det er jo kultur og språk da vet du. Det er jo det som er vanskelig.

Bedriftsleder L1

5.5 Oppsummering

I denne første delen av analysen har jeg presentert de norske FDI-bedriftene. Jeg har beskrevet de ulike kategoriene av bedrifter, og gjort rede for deres motiv for investering. Videre har jeg beskrevet hvilke fordeler en norsk FDI har i Chile, og vist til noen utfordringer og ulemper som følger en norsk FDI i forretningssammenheng. Jeg vil imidlertid komme nærmere tilbake til bedriftenes utfordringer i kapittel 7, hvor jeg gjør rede for kulturforskjeller mellom nordmenn og chilenerne, og i kapittel 9 hvor jeg oppsummerer strategier for forretningspraksis. For å diskutere min hypotese om at bedrifter som aktivt deltar i nettverk på ulike geografiske nivå vil lykkes, vil jeg nå, i neste analysekapittel, presentere bedriftenes nettverk og deres geografiske utstrekning i form av sosiale felt.

6 Sosiale felt

6.1 Nettverk som sosiale felt

For å få informasjon om bedriftenes nettverk og geografiske utstrekning har jeg studert deres relasjoner i form av offisielle forretningsrelasjoner, som kunder, samarbeidspartnere og leverandører, og mer uformelle vennskapsrelasjoner i lokalmiljøet, samt bedriftenes deltakelse i organisasjoner og arrangement tilknyttet bransjen på regionalt og internasjonalt nivå. I det følgende vil jeg først gjøre rede for et utvalg av slike relasjoner og møteplasser i bedriftenes hverdag. Med utgangspunkt i denne gjennomgangen oppsummerer jeg så bedriftenes nettverkssituasjon. Nettverkssituasjonen er preget av deltakelse i fire ulike typer sosiale felt, representert ved henholdsvis *norsk-etnisk felt*, *chilensk lokalsamfunnsfelt*, det regionale *Puerto Montt feltet*, og det internasjonale *laksefeltet*.

6.2 Bedriftenes relasjoner

6.2.1 Regionale, internasjonale og etniske handelsforbindelser

Både oppdrettsbedrifter, utstyrleverandører og tjenestebedrifter forholder seg til kunder og leverandører i forbindelse med sine kjøp og salgstransaksjoner. For utstyrleverandørene og tjenestebedriftene er kundene hovedsakelig oppdrettsbedriftene i regionen. Også samarbeidspartnere og underleverandører er i stor grad regionalt lokalisert. Noen av tjenestebedriftene får også leveranser fra Norge. For eksempel teknologiske utstyrsdeler eller genmateriale for eggproduksjon. For oppdrettsbedriftene strekker markedet seg utover regionen. Det meste av Chiles lakseeksport går til Japan og USA, og til andre deler av Latin Amerika. Men ettersom oppdrettsaktørene får service, leveranser og tjenester fra bedrifter i regionen, har også oppdrettsbedriftene en sterk tilknytning til det regionale forretningslivet.

Det kan være tilbøyelig å tenke at de norske FDI bedriftene har sterke kjøp og salgs relasjoner seg i mellom, på grunn av eventuelle kjøp og salgs avtaler som praktiseres blant moderbedriftene i Norge. Det viser seg i liten grad å være tilfelle. Min undersøkelse viser ingen direkte sammenheng mellom det å være norsk bedrift og det å samarbeide med en annen norsk bedrift. Det kan være fordi det i de fleste tilfeller ikke er nordmenn som styrer bedriftene, men chilenerne, noe som fører til at ikke alle de norske FDI-bedriftene har en sterk norsk identitet. Således blir det vel så naturlig for bedriftene å gjøre avtaler med chilenske bedrifter som med norske. Dette kan skyldes at den chilenske bedriftsledelsen har

bygget opp et nettverk i løpet av sin tid i bransjen som er mer verdifullt med hensyn til kunderelasjoner, enn de allerede eksisterende relasjonene i Norge. Det er også et faktum at flere av de norske bedriftene er konkurrenter, og det er viktigere å sørge for sin egen bedrift enn å inngå i samarbeid med andre. På tross av konkurranse mellom bedriftene eksisterer det samhandling mellom aktører fra de norske FDI-bedriftene, og mellom de norske FDI-bedriftene og andre aktører i bransjen. I det videre vil jeg vise på hvilke arenaer slik samhandling foregår.

6.2.2 Internasjonale relasjoner

FDI-bedriftene er involvert i et internasjonalt nettverk av oppdrettsaktører. Laksenæringen er global. Produksjonen strekker seg over store deler av verden; fra Norge, Færøyene og Skottland, mot Canada, til Chile og videre over til New Zealand. Disse landene har alle nokså like klimatiske og geografiske forhold, og er oppsummert de viktigste arenaene for oppdrett av laksefisk. Mange av de store oppdrettsselskapene vi kjenner fra Norge har produksjon i flere av disse landene. Et eksempel på internasjonale relasjoner er store multinasjonale bedrifter med produksjon i mange land. De norske FDI-produsentene er eksempler på datterselskap av slike multinasjonale konsern, der moderbedriften driver produksjon i flere land. Således har bedriftene tilgang på informasjon og kunnskap gjennom sin internasjonale utstrekning. Slike ”world wide” effekter åpner for læring på tvers av nasjoner og kan være positivt for bedrifters evne til økonomisk utvikling.

I tillegg til internasjonale og multinasjonale selskapsstrukturer, er flere av de norske FDI-bedriftene i Chile aktive på den internasjonale arena i forbindelse med markedsføring, handel og spredning av informasjon til konsumenter.

6.2.2.1 SOTA – Salmon of the Americas

Et eksempel på slike internasjonale relasjoner, er bedriftenes engasjement i Salmon of the Americas, som er en organisasjon for og med lakseprodusenter fra Canada, Chile og USA. Organisasjonen arbeider med å bringe fullstendig og korrekt informasjon om produksjonen ut til Nord Amerikas konsumenter (<http://www.salmonoftheamericas.com>).

We are (also) member of organisation Salmon of the Americas. The reason for this organisation is because the industry has been disposed for a lot of negative criticism from NGO`s. So this organisation was started of Canadian, American and Chilean producers in order to reach our customers and clients with correct information. We are not doing market campains etc.

Bedriftsleder O1

6.2.2.2 Handelskammeret

Opprettelsen av norsk-chilensk handelskammer i Santiago i 2001 er et annet eksempel på bedriftenes internasjonale utstrekning. Handelskammeret teller i dag (2006) 35 medlemmer (<http://www.noruega.cl>), som består hovedsakelig av norske og chilenske aktører relatert til norske investeringer i Chile. Handelskammerets oppgave er å sikre handelsavtaler mellom Norge og Chile gode betingelser, i dialog med norske og chilenske myndigheter.

Handelskammeret da, sånn som jeg så det når jeg starta her, er for å forbedre business mellom Norge og Chile, og på en måte (å finne de)... beste måtene å handle mellom Norge og Chile da. Der vi hadde påvirkningskraft på ambassaden. Ambassaden satt jo med en representant da. Han hadde direkte kontakt med myndighetene i Norge. Så vi var jo med på en del. Som den her frihandelsavtalen, som vi har i dag, mellom Norge og Chile. Der var vi sterkt inne (...).

Bedriftsleder L1

Frihandelsavtalen mellom EFTA-landene (Island, Liechtenstein, Norge, Sveits) og Chile ble underskrevet i 2003, og avtalen mellom Chile og Norge trådte i kraft i desember 2004 (<http://www.noruega.cl>). For EFTA-landene anses frihandelsavtalen å være med på å stimulere til økt samhandel og økonomisk samarbeid mellom partene. (<http://www.toll.no>). Med en eksport fra Norge som i 2005 var på 339 millioner kroner (<http://www.noruega.cl>), er Chile Norges nest største handelspartner i Sør-Amerika. Avtalen er derfor svært viktig for norsk næringsliv, ikke minst for de norske selskapene som har etablert seg innenfor fiskeoppdrett i Chile (<http://www.odin.dep.no>)

6.2.2.3 Internasjonale oppdrettsmesser

Aqua Nord og *Aqua Sur* er navnet på to internasjonale oppdrettsmesser som arrangeres i henholdsvis Norge og Chile annethvert år. *Aqua Sur* arrangeres i Puerto Montt. Et slikt arrangement forsterker Puerto Montts identitet som et globalt sentrum for fiskeoppdrett. Til oppdrettsmessene kommer det aktører innen bransjen fra store deler av verden. Messene er en anledning for bedriftene til å drive markedsføring for sine produkter samtidig som de også får anledning til å knytte kontakter med andre aktører i bransjen.

Eksempelvis var det, da *Aqua Nord* ble arrangert i 2005, 487 utstillere fra 20 land; Australia, Belgia, Canada, Chile, Danmark, Finland, Frankrike, Kina, Island, Israel, Italia, Japan, Mexico, Nederland, Norge, Skottland, Sverige, Storbritannia, Tyskland og USA (<http://www.nor-fishing.no>). Her ble alle nyheter, produkter, tjenester, forskning og utvikling av betydning for oppdrettsnæringen presentert. Messen hadde totalt 15.246 besøkende fra i alt 54 forskjellige land (Ibid.). Av disse var 25 % representanter fra fiskeoppdrett, 15 % fra forskning, 22 % fra utstyrslleverandører og servicenæringen, og 12 % fra fiskeomsetning og foredling. De resterende besøkende representerte blant annet skoleverket, offentlig administrasjon og ulike organisasjoner. Jeg spurte mine informanter om de deltok på slike messer, og hva disse arrangementene betyr for bedriftene. Under følger noen utdrag fra intervju med mine informanter som belyser bedriftenes forhold til messene:

Intervjuer: Hva betyr Aqua Nor og Aqua Sør og den type arrangement for dere?

Informant: Enormt. Selve messa, den betyr ikke så mye, men det er kontaktene. Det er der folk treffer hverandre. Det er enormt viktig. Du aner ikke. Det er en plass hvor du møtes.

Bedriftsleder L1

Intervjuer: Do you join conferences, like Aqua Sur and Aqua Nord?

Informant: Of course we have to. I mean, we would visit, but we don't expose (...) I think these arrangements are very important for exchange of technology. But you hardly do not find anything in Trondheim exhibition that you will not find in the Puerto Montt exhibition. You don't really need to go to Norway, you can go here.

Bedriftsleder O1

Yes, we have been present at the Aqua Sur every year, and we go again next year. Usually at the Aqua Sur we make a presentation as well. And at Aqua Nord we usually have a stall as well, that's with the owners in Norway.

Bedriftsleder U3

Sitatene viser at messene har stor betydning for de ulike bedriftene. Oppdrettsbedriftene og leverandøren deltar i større grad for å være synlig og for å skaffe kontakter, enn for å reklamere for sine produkt. Reklame er derimot viktig for utstyrsbedriftene. Men selv om messen brukes på ulike måter er det viktig for alle bedriftene å være tilstede. Sitatet fra oppdrettsbedriften gir uttrykk for at messene er nokså like, og at de samme aktørene deltar på begge messene. Det er min oppfatning at informanten ønsker å påpeke at oppdrettsnæringen er en internasjonal næring, og at kunnskap og teknologi er like tilgjengelig i Chile som i Norge i dag.

6.2.2.4 Internasjonale NGO relasjoner

Enkelte oppdrettsaktører fra de norske FDI bedriftene er også engasjert i World Wildlife Funds (WWF) arbeid rettet mot verdens oppdrettsnæring. WWF kaller dette arbeidet for *Salmon Aquaculture Dialogue*. Hensikten med arbeidet er å skape en dialog mellom produsenter og andre aktører i markedsjeden, forskere, NGO's, myndigheter og investorer. Det WWF ønsker å oppnå er å identifisere og diskutere miljøspørsmål og sosiale spørsmål knyttet til oppdrettsnæringen, og drøfte tiltak som kan forbedre dagens praksis til et akseptabelt nivå (<http://www.worldwildlife.org> -1). I juli 2005 var WWF- komiteen i Puerto Montt og holdt et møte med oppdrettsnæringas bedriftsledelse (Ibid -2). En av mine informanter deltok her:

Informant: I have also been involved in..., for a couple of weeks ago... A wildlife foundation...WWF. An environmental organisation. And they organize a dialog between environmental people, representatives of the salmon industry, representatives of the fishing industry, the representatives of labours, unions basically. To try to start this dialog to find some agreements of how to run the Chilean salmon industry in the future. It was representatives from everywhere. From Canada, the states from everywhere. Ok, I participate in that also. So we (bedrift U1) are involved.

Bedriftsleder U1

6.2.3 Regionale relasjoner

Laksenæringa i Chile er som sagt svært geografisk konsentrert, hovedsakelig i den tiende regionen Los Lagos, i og omkring Puerto Montt. Her har klyngenettverket av lakseprodusenter og oppdrettsrelatert virksomhet, "El Cluster Salmon" vokst frem over en periode på omkring tjue år.

Da Chiles eksport av laks og ørret var oppe i 5 millioner US\$ i 1986, gikk 17 bedrifter sammen om å danne "Association of Salmon and Trout Producers of Chile", som senere skiftet navn til Salmon Chile. Målet med organisasjonsarbeidet var å sikre de chilenske lakseproduktene et kvalitetsstempel i det internasjonale markedet. Organisasjonens base ble Santiago. Hovedstaden ble regnet som mest sentralt for å nå ut til markedet. Som følge av en alge oppblomstring i 1988, som påvirket en høy andel av oppdrettssentrene i region X, Los Lagos, ble deler av organisasjonen flyttet sørover til Puerto Montt (Figur 6.1). Senere har de opprettet en avdeling i region XI, i Puerto Aysén, som et resultat av utvidet produksjon til de sørligste regionene i Chile. Ved siden av markedsføring er Salmon Chile engasjert i tema som kvalitet, helse og miljø.



Figur 6.1 *Salmon Chiles lokaler i Puerto Montt*

The Instituto Tecnológico del Salmon S.A. (INTESAL) ble opprettet i 1994 i Puerto Montt. INTESAL er en del av Salmon Chile, og ble etablert for å fremme og orientere om vitenskapelig og teknologisk utvikling til og fra miljøet. I 1999 ble INTESAL sertifisert som teknisk opplæringsorganisasjon, og har siden drevet kursing for flere tusen industriarbeidere relatert til næringen.

I 2002 gikk Salmon Chile fra å være en organisasjon for oppdrettsprodusenter, til å også åpne for de tjenesteytende bedriftene i næringa. I 2003 var medlemstallet på 44 bedrifter, som representerer 81 % av landets lakse- og ørrets produksjon. I dag (2007) er medlemstallet oppe i 58 bedrifter (<http://www.salmonchile.cl>), som inkluderer en betydelig andel av utstyrs-service- og leverandørbedrifter tilknyttet næringa.

Salmon Chile i Puerto Montt er et viktig samlingspunkt i og for næringen. De som ikke allerede er medlemmer ser at de må bli det, fordi det er uheldig å stå utenfor et slikt nettverk av kunderelasjoner og faglig kompetanse. Enkelte bedrifter velger allikevel å stå uten medlemskap i organisasjonen, men aktører fra noen av disse bedriftene engasjerer seg i Salmon Chiles arbeid som enkeltpersoner.

Intervjuer: Tilbake til at du sa at dere nettopp var blitt medlem av INTESAL. Du sa dere bare måtte gjøre det nå. Hva er grunnen til at dere forandret mening?

Informant: De hadde middag i går. En større middag med INTESAL oppe på senteret her, der fem hundre stykker var invitert, og det var ikke vi da. Så da måtte vi bare gjøre det da.

Intervjuer: Hva ville dere gått glipp av der?

Informant: Kontakter da vettu. Å få være inne i den harde kjernen. Det er jo interesseorganisasjonen da vettu. Så der. Jeg skjønner ikke hvorfor vi ikke har meldt oss in før da. Vi har ikke sett noe behov for det. Men nå ser vi at vi må bare inn i den organisasjonen.

Intervjuer: Så det går på kunderelasjoner det altså?

Informant: Ja.

Bedriftsleder L1

Intervjuer: Why are you a member of Salmon Chile?

Informant: There is a lot of common interests between salmon companies in Chile. I mean we have a legislation framework, sanitary, helth, exported meanings. All those things that are related to the business. It is also sentralised to approach the authoreties inside outside Chile. Necessity, to chanell humble business, relationship.

Bedriftsleder O1

6.2.4 Uformelle relasjoner i lokalmiljøet

Laksenæringa er geografisk konsentrert i Puerto Montt området. Det betyr at en stor andel av befolkningen i Puerto Montt arbeider i oppdrettsnæringen. Dette fører igjen til stor grad av interaksjon mellom oppdrettsaktører på uformell basis. Puerto Montt er som tidligere nevnt et sentrum for oppdrettsaktiviteten i regionen, og mange bedrifter har sine kontorlokaler her, følgelig foregår mye av møtevirksomheten rundt omkring på byens kafeer og restauranter. Men det er ikke bare formell møtevirksomhet som foregår i dette byrommet. Aktørene treffer hverandre gjerne til uformelt samvær, og mange har venner som også arbeider innenfor oppdrettsnæringen. Dette er spesielt tydelig i den lille byen Puerto Varas som ligger et par mil nord for Puerto Montt. Byen ligger vendt mot de to vulkanene Vulcano Osorno og Vulcano Calbouco, som speiler seg i den store innsjøen foran byen. Puerto Varas er et yndet mål for turister, og en populær plass å bosette seg for en chilener. I dag bor det omtrent 13 000 innbyggere i byen (Municipalidad de P.V.). På grunn av byens karakter og begrensede størrelse er det et fredelig sted. Det er dyrere å bosette seg i Puerto Varas enn i Puerto Montt. Følgelig er det flere med høy sosial status, inkludert store deler av oppdrettsnæringens ledere, som bor i Puerto Varas. Også noen av nordmennene har etablert seg her. Her møtes aktørene i det daglige til lunsj og middager på byens kafeer og restauranter. Mange av aktørene har etablert seg med familier, og således treffer de gjerne kolleger, kunder og andre aktører i bransjen i forbindelse med skole- og fritidsaktiviteter for barna. På grunn av den høye konsentrasjonen av oppdrettsfolk i byen, er også flere av aktørene naboer, og gode venner. Under følger et par utdrag fra intervjuer jeg gjorde med informanter som er bosatt i Puerto Varas, som støtter denne observasjonen:

Intervjuer: Du snakket om i stad om det å bygge nettverk via offisielle arrangement. Hvordan er det med sosiale relasjoner her i nærmiljøet, altså i hverdagen?

Informant: Det er også enormt da vettu. Der som jeg bor da der har du naboer da som er eiere av store firma. Der vi har grillparty og mye veldig nære relasjoner. (...) For eksempel i gata vår så lurer dem på om dem skal legge asfalt nå da på veien. Og kona mi styrer den prosessen der da i sammen med naboene, som er folk fra O2, XX, eierne av XX og sånn.

Bedriftsleder L1

Informanten over representerer en av nordmennene som har slått seg ned i Puerto Varas, og etablert seg med chilensk familie. Informanten er godt integrert i det chilenske miljøet. En annen av mine informanter er chilener, og beskriver mye av det samme som nordmannen:

Intervjuer: To what extent do you meet people from the salmon business in informal situations?

Informant: All the time... For lunch..., and you tend to meet a lot of the people in restaurants. Then you meet people for social things, birthday celebrations all sort of these things.

Intervjuer: So a lot of your friends are working in the salmon sector?

Informant: Yes, and the...Its a small world, and in my street there are five or six salmon farmers. So, and some of them, their sons and my kids are friends, so you meet them all the time.

Intervjuer: Do you think this is important for your business? These relations?

Informant: I think it is. I think it's good. I don't think it's vital, but I think it's good to be able to meet these people, because people tend to forget about you after a while, and when you meet them after a while you : -Oh yes of course, I have to do this and this and this ...So it's...I don't think it's vital, but it's. It's also the equipments cost ...(a lot of money) and you have to trust the ones you are doing business with. It's better to do business with a person that you've seen or known for ten or fifteen years, than to do business with someone you don't know.

Bedriftsleder U3

En annen chilensk informant poengterer hvor viktig den uformelle samhandlingen i lokalmiljøet er for tilgang på informasjon om hva som skjer i næringen. Han representerer selv en bedrift som selger utstyr til oppdrettsbedriftene, og for ham er det derfor viktig å få kjennskap til eventuelle konkurrerende kjøp- og salgssavtaler.

Intervjuer: To what extent do you meet people from the salmon industry in informal situations?

Informant: Everyday I would say.

Intervjuer: You told me last time that you live in Puerto Varas.

Informant: Yes, not only me. The secretary, another colleague, a lot of people from this office live in Puerto Varas, and we constantly meet. Our life is with the customers. We live in the same place where most of our customers live.

Intervjuer: Is this important for your business life?

Informant: Yes, I think it is crucial. Because you know more or less everything that's going on in the industry and you have...well many reasons but I would say the most important reason you are very well informed about what is going on. I would say...in the last six years, we have lost sales because we didn't know two times. Basically. That means that 98 % of the time we know perfectly well who is going to buy what.

Bedriftsleder U1

Å investere sosial kapital (2.10) i form av sosial infrastruktur i lokalsamfunnene Puerto Varas og Puerto Montt kan gi goodwill tilbake til selskapet, og gagne forretningsvirksomheten for FDI bedriftene. Positivt omdømme som følge av sosiale investeringer vil bidra til at folk synes bra om selskapet, og gi folk en følelse av at de kjenner selskapet, og at de dermed vil kunne få tillitt til selskapet. Å oppnå tillitt i lokalsamfunnet er viktig for bedriftene når de opererer i et samfunn med en i utgangspunktet tillitssvak kultur.

Et eksempel på en sosial investering fikk jeg fra en av mine norske informanter som bor og jobber i Puerto Varas, da vi snakket om at det for chilenerne er viktig å kjenne de man gjør forretninger med. Og at det derfor har vist seg nyttig for hans bedrift å investere i sosial kapital i nærmiljøet.

(...) Tilhørigheta og nærheta. Og det å være her hele tida 100 % for kunden. Familiært. Skolen for eksempel, at vi bidrar med noe der. Hjelper dem der. Og litt sånn småkynisk det er vi da for å komme inn (på folk) da. For eksempel i fjor så hadde vi ikke... vi ga ikke julegaver til folket, men et julekort der det stod at i år så har julegaven deres gått til en sånn religiøs organisasjon som jobber for hjemløse barn da, som har veldig sterke bånd til lokalmiljøet, og som er en organisasjon som kryper inn i hjerte til hver en chilener... Og med det så hører du på folk at "bedrift L1" altså, dem hjelper folk og bruker penger på dem fattige nedi her og... Og det vekker stor interesse.

Bedriftsleder L1

Også opprettsbedriftene ser verdien i å investere sosial kapital i nærmiljøet, og satser med sine "human resources" program på å bedre vilkårene for sine arbeidere som er bosatt i Puerto Montt området. De driver helsetjeneste, kurs- og opplæringsvirksomhet, og er aktivt inne og støtter sosial infrastruktur i lokalmiljøene. Bedrift O2 har for eksempel sponset et

naturmuseum på Chiloe, hvor store deler av deres produksjon er lokalisert. De ønsker å få turister og besøkende til stedet og til museet, og håper at det slik kan være et økonomisk bidrag til lokalsamfunnet på Chiloe. Med samme hensikt har de også sponset nytt konserthus i Frutillar, et annet lite lokalsamfunn nær Puerto Varas. Bedrift O1 driver eksempelvis gratis tannlegetjeneste for sine ansatte og de ansattes familie, og sponser blant annet skoler i lokalmiljøet.

Det er liten tvil om at det store antallet av lakserelatert virksomhet i regionen, og de involverte aktørenes deltakelse i nærmiljøet påvirker lokalsamfunnet. Jeg argumenterer for at engasjement i lokalsamfunnet virker positivt for bedriftene. Jeg vil imidlertid ikke gå nærmere inn på tematikken knyttet til oppdrettsnæringas effekt på lokalsamfunnet og utviklingen av stedet i denne studien, fordi denne problematikken faller utenfor mine problemstillinger.

6.2.5 Uformelle relasjoner blant etniske nordmenn

De fleste norske aktørene bor innenfor Puerto Montt eller Puerto Varas. Enkelte av nordmennene som arbeider på båtene er imidlertid skiftarbeidere. Det vil si at de er i Chile i noen uker av gangen. Allikevel har både de norske skiftarbeiderne og de norske aktørene som er bosatt i Chile etablert et norsk sosialt fellesskap, hvor de treffes for uformell samhandling. Ikke alle deltar like aktivt i dette sosiale nettverket, men de fleste er involvert. Her er det den kulturelle identiteten og ”oss som nordmenn” som holder aktørene samlet. De norske finner stor glede i å sosialisere med folk fra ”gamlelandet”. I slike settinger kan de snakke norsk, snakke om aktuelt stoff fra Norge, sladre om det som skjer rundt om i bedriftene, og diskutere kulturelle frustrasjoner på bakgrunn av aktiviteten i Chile. Her blir forholdet ”oss og de andre” veldig tydelig. Der nordmennene identifiserer seg *med* hverandre og *mot* chilenerne (Rose 1995). Dette kommer jeg nærmere tilbake til i kapittel 7.

I løpet av mitt feltarbeid fikk jeg anledning til å være en del av det norske miljøet i Puerto Montt. For eksempel var jeg tilstede ved flere sosial anledninger der de norske aktørene var samlet i både større og mindre grupper. Slike samlinger kunne være på den lokale puben, ute på middag, eller hjemme hos aktørene privat. Jeg fikk og anledning til å besøke den ene brønnbåten, og jeg fikk være med noen av de norske aktørene på bilturer i området, blant annet til Vulcano Osorno. Jeg fikk også være med aktørene ut i felten i deres jobber, og følgelig gjorde jeg meg mange observasjoner i forhold til aktørenes hverdag. Deltakelsen

bidro til mye god informasjon fra aktørene som har vært viktig i mitt arbeid i ettertid. Men disse settingene var som regel av svært uformell karakter, og det var ikke naturlig å benytte båndopptaker eller notatblokk i forbindelse med slike feltsamtaler. Derfor står jeg nå uten sitater som beskriver nordmennes oppfatning av det norske miljøet. Det er i grunn nokså ironisk, at der hvor jeg fikk innpass og kunne gjøre nærmest deltakende observasjon, der har jeg ikke datamateriell å presentere annet enn det som kommer frem i forbindelse med de ulike tema som diskuteres. Og man kan kanskje si at den stemningen jeg fikk ved å være en del av det norske fellesskapet, og den informasjonen jeg fikk, er styrende for hvordan jeg presenterer dataen.

Jeg argumenterer for at deltakelse i det norske miljøet gir aktørene en følelse av tilhørighet, et sosialt nettverk utenom forretningslivet, og generell innsikt i "hva som foregår" rundt omkring i næringa. Utover dominerende, uformelle samtaletema diskuterer aktørene også interne bedriftskonflikter med hverandre, for eksempel i forhold til chilenske medarbeidere eller mer administrative utfordringer knyttet til det chilenske byråkratiet. Aktørene deler gjerne opplysninger og nyheter fra det regionale laksemiljøet med hverandre, og enkelte av nordmennene hjelper hverandre også med praktiske tjenester. For eksempel har brønnbåtbedriftene fått hjelp med lokaler i sin oppstartsfasen. Det fantes imidlertid ikke etablert samarbeid mellom bedriftene. Derfor argumenterer jeg for at deltakelse i dette nettverket ikke synes å være essensielt for å skaffe forretningsforbindelser i næringa. Det norske miljøet synes å forsterke ideen om "oss" og "de andre", og bidrar ikke positivt til nordmennes integrering i det chilenske miljøet. Derfor synes det viktigere for de norske aktørene å skape sosiale relasjoner med chilenerne, dersom de ønsker en forretningsmessig effekt av uformell samhandling.

I det følgende vil jeg gjøre rede for fire nivå av sosiale felt hvor de norske FDI bedriftene i Puerto Montt agerer.

6.3 Nettverk av relasjoner som sosiale felt

Slik jeg ser det eksisterer det fire nivå av sosiale felt som jeg mener er av spesiell betydning for å forstå bedriftenes geografiske utstrekning. Disse er, det globale *laksefeltet*, det regionale *Puerto Montt feltet*, chilensk *lokalsamfunnsfelt* og *norsk-etnisk felt*. Jeg hevder at en klassifisering av sosiale felt bidrar til en nyansert forståelse av nettverk, og muliggjør operasjonalisering av nettverk som begrep. Jeg forstår her sosiale felt som rom for økonomisk

praksis på ulike geografiske nivå, hvor sosiale personer produserer, reproducerer og endrer mening i forhold til forretningskultur.

6.3.1 Det globale laksefeltet

Laksefeltet refererer til nettverksrelasjoner av internasjonale oppdrettsaktører. I det foregående har jeg vist at FDI-bedriftene agerer i relasjonelle sammenhenger med kunder og leverandører på et internasjonalt nivå. FDI-bedriftene er i seg selv eksempler på at lakserelatert virksomhet krysser nasjonale grenser. Enkelte av bedriftene er også en del av store multinasjonale konsern. I det internasjonale laksefeltet utvikles og utveksles kunnskap og informasjon om næringa på tvers av nasjoner. FDI-bedriftene deltar, som vist over, på flere ulike offisielle internasjonale arenaer; som oppdrettsmesser i forbindelse med markedsføring av produkter og som en sosial arena for å knytte kontakter. FDI-bedriftene er aktive i forbindelse med internasjonale handelsavtaler, og de samarbeider med NGOs om å ivareta en bærekraftig internasjonal laksenæring. De samarbeider også med andre laksenasjoner om informasjonsspredning til konsumenter i det internasjonale marked, med felles visjon om at laks skal være et ettertraktet kvalitetsprodukt på verdensmarkedet.

6.3.2 Det regionale Puerto Montt feltet

Det regionale Puerto Montt feltet refererer til nettverket av oppdrettsaktører lokalt i Puerto Montt området, "El Cluster Salmon". Puerto Montt feltet representerer lakserelatert næringsaktivitet på et geografisk avgrenset område. I dette feltet finner vi et samspill av ulike aktører fra ulike type bedrifter. Bedriftene varierer i størrelse, fra små utstyrs- og tjenesteleverandører til store oppdrettsselskap. Bedriftene er internasjonalt eid så vel som chilensk eid, og det regionale feltet er i så måte linket opp i mot det internasjonale laksefeltet som er beskrevet over. Puerto Montt feltet inkluderer også interesseorganisasjonen Salmon Chile som arbeider for og med "El Cluster Salmon", og som kan betegnes som selve nerven i Puerto Montt feltet. I Puerto Montt feltet regjerer en dynamikk av konkurranse og samhandling, med et overordnet mål om en felles utvikling for den chilenske laksenæringa.

6.3.3 Chilensk lokalsamfunnsfelt

Lokalsamfunnsfeltet representerer det sosiale nettverket av chilenske og internasjonale aktører relatert til laksenæringa i sine lokalmiljø, og bedriftenes relasjon til lokalsamfunnet. Som beskrevet over treffes aktørene i det daglige i uformelle settinger i lokalmiljøet. Fordi så

mange oppdrettsaktører bor i Puerto Montt og Puerto Varas, er uformelle møteplasser og vennsksapsrelasjoner en naturlig del av aktørenes hverdag. Praktiske, hverdagslige gjøremål bringer aktørene tettere sammen, enten det er i forbindelse med lokalpolitikk, skole, barnas fritidsaktiviteter eller naboskap. Tillitt bygges mellom aktørene gjennom bekjentskap og vennskap. Lokalsamfunnsfeltet representerer således både sosialt fellesskap og nettverksbygging. Samtidig er bedriftene i lokalsamfunnsfeltet aktivt engasjert i forhold til lokalmiljøet, i form av sponning av skoler, fritidstilbud og turistattraksjoner, støtte til lokalt organisasjonsarbeid og generelle helsetjenester til arbeidere. Slikt engasjement gir ”good will” tilbake til bedriften, som oppnår et godt omdømme blant folk i lokalsamfunnet.

6.3.4 Det norsk etniske feltet

Det norsk-etniske feltet representerer nettverket av nordmenn i Puerto Montt området. Feltet er deres uformelle, sosiale arena. Feltet representerer samhold og et sosialt fellesskap. Tilnærmet samtlige av nordmennene deltar i det norsk-etniske feltet, men i varierende grad. For noen betyr det norske fellesskapet enormt. Det er et pusterom i en forretningshverdag full av kulturelle og språklige utfordringer. For andre er det norske fellesskapet et hyggelig samlingspunkt, et supplement til andre sosiale arenaer hvor også chilenerne og andre internasjonale aktører deltar.

I dag er det ca femten nordmenn som bor i Puerto Montt området, og som arbeider i bedrifter relatert til oppdrettsnæringa. Noen har vært her lenge, andre kun noen år. Noen har etablert seg med familie, andre planlegger å returnere til Norge. Enkelte arbeider også på skiftordning, delvis i Chile, delvis i Norge. Fordi flere av nordmennene er til og fra blir ikke det etnisk norske feltet en konstant sammensetning av folk, men varierer og skiftes ut. Enkelte av nordmennene fungerer som pådrivere for dette miljøet, og blir av de andre ansett som viktige nøkkelpersoner i det sosiale fellesskapet. Det er behovet for et sosialt fellesskap som motiverer til deltakelse i det etnisk norske feltet.

6.4 Oppsummering

I dette kapittelet har jeg gjort rede for FDI-bedriftenes nettverkssituasjon. Jeg har vist gjennom eksempler hvordan bedriftene samhandler både formelt og uformelt på ulike geografiske nivå. Bedriftenes relasjoner har jeg oppsummert ved å vise til fire nivå av sosiale

felt hvor bedriftene agerer. Slik hevder jeg å ha svart på min andre underproblemstilling om hvilke nettverk FDI-bedriftene deltar i. I neste kapittel vil jeg fokusere på hvordan kulturforskjeller påvirker meningsproduksjon innad i de sosiale feltene.

7 Mening i sosiale felt - narrativ om forretningskultur

7.1 Innledning

I de foregående kapitlene har jeg presentert de involverte bedriftene, deres geografiske utstrekning og deltakelse i sosiale felt. Jeg har vist at det utpeker seg fire nivå av sosiale felt hvor de norske FDI-bedriftene deltar: Det globale laksefeltet, det regionale Puerto Montt feltet, lokalsamfunnsfeltet og norsk-etnisk felt. I det videre vil jeg se nærmere på hvilken mening som produseres i de sosiale feltene, og hvordan mening påvirker forretningspraksis for de norske FDI-bedriftene i Chile.

Meningsproduksjon i nettverk kan fanges opp ved å ta utgangspunkt i diskurser som er fremtredende i nettverkene. En slik diskurs er i dette tilfellet diskursen om *oss og de andre*, som viser til aktørenes kulturelle bakgrunn og den mening aktørene identifiserer seg med og mot. For å analysere denne diskursen vil jeg presentere dominante narrativ i det norsk-etniske feltet og i det chilenske lokalsamfunnsfeltet. I slike narrativ kommer det frem at aktørene har klare ideer om henholdsvis nordmenns og chileneres forretningskultur. I feltene produseres det således mening om nordmenns og chileneres egenskaper, konvensjoner for atferd, og hvilken betydning det har for bedriftens praksis. Det er denne type meningsproduksjon jeg fokuserer på i dette kapitlet.

Fordi jeg ikke fikk like god tilgang i det globale laksefeltet og det regionale Puerto Montt feltet som i det norsk-etniske feltet og i lokalsamfunnsfeltet, fokuserer jeg ikke på meningsproduksjon i disse feltene. Jeg vil imidlertid bemerke at mening i det globale laksefeltet er representert i form av dynamikken mellom ulike kulturer, og at den chilenske kulturen i møte med internasjonale kulturer legger premisser for meningsproduksjon i det regionale Puerto Montt feltet.

Når jeg nå skal presentere narrativ om kulturforskjeller mellom Norge og Chile, gjør jeg det med utgangspunkt i informasjon fra mine informanter, og observasjoner jeg gjorde meg under feltarbeidet. Narrativene som presenteres er derfor aktørenes fortellinger om hvordan de opplever sin egen og de andres forretningskultur, tolket av meg ut i fra informantenes representasjoner. Jeg vil gjøre det klart at mine utsagn kan virke noe svart - hvitt, og jeg er bevisst på at jeg ved en fremstilling av dominerende mening utelater den eksisterende

dynamikken av forskjeller innad i én kultur. Jeg velger allikevel å dra generelle slutninger på bakgrunn av den informasjonene jeg har, fordi jeg mener at det er slik jeg best kan få frem forskjellene mellom de to nasjonale kulturene slik de norske FDI-bedriftene selv oppleverer sin forretningshverdag.

7.2 Kulturforskjeller mellom Norge og Chile

Kulturforskjellene mellom Norge og Chile viser seg tydelig i de to landenes samfunnsstruktur, hvor det i Chile er et helt annet hierarkisk system når det gjelder sosial rang enn i Norge. I Chile er det stor forskjell på fattig og rik, og stort sprang mellom sjef og arbeidstaker. På grunn av dette har Chile, i motsetning til Norge, god tilgang på billig arbeidskraft, og det er følgelig stor forskjell på chileneres og nordmenns forhold til kostnadseffektivitet og teknologi. På grunn av den hierarkiske samfunnsstrukturen i Chile regjerer det også en annen kultur i forhold til hvem man omgås, og hvem man har tillitt til enn i Norge, hvor forskjeller mellom folk er mer utvasket. Tillitt er ingen selvfølge blant folk i Chile, men kan oppnås gjennom sosiale bånd og vennskap. Blant nordmenn derimot regjerer en gjensidig forventning om tillitt i de fleste relasjoner. Forskjellene mellom nordmenn og chilenerer handler også i stor grad om aktørenes forhold til tid; blant annet til det å komme tidsnok til avtaler, og å betale til avtalt tid. Chilenerer har et mye mer avslappet forhold til tid enn nordmenn, som er svært opptatt av effektivitet. I det følgende vil jeg utdype kulturforskjellene som representerer dominerende meningsproduksjon i lokalsamfunnsfeltet og det norske etniske feltet ytterligere.

7.2.1 Narrativ om et hierarkisk samfunnssystem

I Chile er det som nevnt stor forskjell på fattig og rik, og følgelig er det stor forskjell på status blant folket. Mine informanter forteller at en som arbeider på ”gulvet”, for eksempel som maskinist på en båt, eller som vakt på et oppdrettsanlegg har en annen status enn kapteinen, eller han som jobber i selskapets ledelse. Status betyr mye i Chile. Å ha den rette utdannelsen, de rette papirene, den rette stillingen, og å kjenne de rette personene med de rette stillingene betyr mye, fordi det er nettopp slike goder som åpner dører for deg og din familie i fremtiden. Med det rette navnet får du den rette utdannelsen, med papirer på den rette utdannelsen, og et nettverk av de rette personene får du de rette stillingene og så videre.

Mine informanter forteller videre at den hierarkiske samfunnsstrukturen i Chile er dypt forankret i den chilenske kulturen, og slik mening gjenspeiles i chilenske bedrifter i

laksenæringa. Internasjonale og norske FDI-bedrifter fører også en chilensk standard i forhold til hierarki i selskapene. En av de norske brønnbåtbedriftene har imidlertid gjort en innsats for å endre den hierarkiske strukturen. Jeg snakket med en nordmann som jobber om bord på denne brønnbåten. Han driver selskapet i samarbeid med den norske eieren. De har syv chilenerne ansatt på båten; kaptein, ingeniører, maskinister og lignende. I følge den chilenske kulturen er kapteinen og de norske eierne høyt oppe i rang, mens maskinistene og matrosene har lav status. Informanten kunne fortelle at det hadde tatt lang tid før matrosene kommuniserte direkte med ham eller de andre i toppen.

Nå utfører alle arbeidet som et team. Men det har tatt lang tid å få chilenerne til å jobbe som et team på grunn av maktstrukturer i den chilenske kulturen. Men nå ser de at den metoden fungerer, så nå går det mye bedre. I begynnelsen var det kommunikasjonsproblemer på grunn av dette. De med utdanning skulle ikke arbeide parallelt med de uten utdanning. Så samarbeidet fungerte dårlig. For eksempel hvis det oppsto et problem for maskinistene, så gav de ikke beskjed direkte til oss, eller tok ikke selv den telefonen som skulle til for å løse problemet. Nå ser de at det funker med den norske metoden. De ser at det er mer effektivt, de ser at det gir gode resultater. Og det liker de. Det blir godt samhold om bord. Nå kan vi til og med gå på byen sammen.

Medarbeider a B1 (Notater fra feltsamtale)

Tilsvarende beskriver en chilensk informant fra den samme brønnbåten, at han ikke er vant med den måten de overordnede forholder seg direkte til de underordnede på den norske brønnbåten. Han gir uttrykk for at den "norske metoden" gjør arbeidet effektivt. Jeg hevder at dette står som et eksempel på at meningsendring også endrer praksis:

På vår båt kan jeg gå rett til sjefen og forklare et problem, eller stille et spørsmål og jeg får svar direkte. I Chile er det ikke sånn. Det er vanskelig for en arbeider å få pratet med sjefen i det hele tatt, og dersom du endelig skulle fått det til, så har det som regel tatt vanvittig lang tid, vært innom alle ledd oppover, massevis av telefoner osv. En annen ting er at for eksempel dersom vi har et problem så kan vi bare ringe til Norge, og så får vi svar og hjelp. Det er en fordel. I et chilensk selskap må de skaffe ekstern hjelp. Og det tar og tid.

Medarbeider b B1 (Notater fra feltsamtale, oversatt fra engelsk)

Det er mitt inntrykk at en omstilling fra chilensk til norsk kultur har vært mulig på den norske brønnbåten fordi det er få aktører involvert, og fordi de befinner seg på et svært avgrenset geografisk område – på en båt, med lite stimuli fra ”det chilenske” på land. Når det er sagt vil jeg og presisere at det ligger en god innsats fra nordmennesenes side for å få dette til. Til tross for at det nå er den ”norske kulturen” som regjerer om bord, legger min norske informant vekt på enkelte vesentlige utfordringer på bakgrunn av den hierarkiske samfunnsstrukturen i Chile generelt:

Chilenere generelt har ikke den samme ansvarsfølelsen som en nordmann. De fraskriver seg ansvar for alt galt som skjer, pusher det oppover i systemet. Sånn er det vel. Ingen makt, intet ansvar. Jeg stoler på mannskapet, men jeg vet at jeg må være i nærheten for at ting ikke skal skli ut.

Medarbeider a B1 (Notater fra feltsamtale)

Mine informanter forteller at det ikke finnes noen sikkerhet mot å bli avskjediget i Chile. Derfor er det generelt stort gjennomtrekk på de fleste arbeidsplasser, også i oppdrettsbransjen.

(...) gjør du en tabbe så er du ute dagen etterpå. Det er steike enkelt å sparke folk da veit du.

Bedriftsleder L1 om chilenske arbeidsforhold.

Dersom en chilensk arbeidstaker gjør noe feil eller skaper problemer for arbeidsgiver, så kan han risikere å miste jobben umiddelbart. På grunn av dette unngår chilenere å gå inn i konfrontasjoner med sine overordnede, og tør sjelden å løse eventuelle problemer på egenhånd. Dette forstår jeg som en konsekvens av chilenernes forventninger til sin arbeidssituasjon, og derfor som et eksempel på at mening påvirker praksis. I denne forbindelse fører det til at norske bedrifter må lære å forholde seg til ansatte som ikke tar ansvar.

7.2.2 Narrativ om tillitt i forretningsrelasjoner

Mine informanter forteller at de ikke kan stole på chilenere. De beskriver mangel på tillitt som en del av den chilenske mentaliteten som ligger dypt forankret i chilensk kultur. Chilenere har følgelig også et annet utgangspunkt når det gjelder tillitt i forretningsforbindelser enn hva nordmenn har. Informantene forteller at i Norge er en muntlig avtale en bindende avtale.

Chilenere derimot, stoler generelt ikke på hverandre, og følgelig blir det også vanskelig for de norske aktørene å stole på chilenere i forretningssammenheng.

Ja. Det som vi har slitt med her da, det er jo den bandittmentaliteten til Chilenerne. Den er ikke til å komme bort i fra. Den innrømmer dem sjøl og. - Vi er banditter. Vi har spansk blod. Vi er banditter. Så den er tøff da. I Norge så har du et ord er et ord. Og her nede så har du kontrakter, ti siders kontrakter for den minste ting du kjøper da veit du. Det er et problem. Og det ser jeg, det kommer aldri til å forandre seg. Og det er på grunn av dem sin kultur. Så det..., men du kommer inn i det da.

Bedriftsleder L1

I sitatet over beskriver informanten chilenere som ”banditter”, og hevder bandittmentaliteten er forankret i deres kultur. Jeg forstår dette utsagnet som en representasjon for hvordan nordmenn ser på ”de andre”. Nordmenns negativt ladde mening ”om de andre” påvirker forretningspraksis for de norske FDI-bedriften negativt i den forstand at det blir vanskelig for nordmenn å stole på chilenere i forretningssammenheng.

På grunn av manglende tillitt i forretningsrelasjoner forteller informantene at det i Chile er ekstra viktig å lære å kjenne sine forretningsforbindelser, og på den måten skape troverdighet i forhandlinger. Faktisk er det slik at chilenere helst gjør forretninger med folk de kjenner, og derfor blir sosialisering en viktig del av daglig forretningspraksis.

Altså, i Norge sier du en venn er en venn. Her har du, (...) altså det man ofte ville benevne som en bekjent i Norge, det blir ofte betegnet som venn her da. Og forretning blandes hele tiden med vennskap da. En chilener foretrekker å gjøre forretning med en venn fremfor en han ikke kjenner. Så dette her med behov for å få mer kontakt da, for eksempel hvis to chilenere møter hverandre så begynner de alltid og..., de setter seg aldri ned og snakker om forretning sånn med en gang. -Hvor er du fra, hvem er dine venner og hvor gikk du på folkekole hen..., -sånn hvor er du fra, hvor er du vokst opp, sånn hele tiden. Ja, de gjør det. Hele tiden sånn. Så prøver de å ha felles kjente, felles venner, familie, bakgrunn. Går rundt grøten sånn hele tiden, før de begynner å snakke om... Mens en nordmann vil sannsynligvis si at dette er jo bare bortkastet tid. Sånn er latinere.

(...) Det er for å få, for å føle mer trygghet da, for å skape en personlig, altså det..., for å skape personlige bånd da.

Informant 2

Chilenerne er svært høflige i sin væremåte, og det påvirker også forretningsvirksomheten. Mine informanter forteller at en chilener aldri vil si noe til en selger direkte dersom han synes selgeren har et dårlig produkt, eller av andre grunner er negativ til en handel. Informantene hevder at chilenerne unngår konfrontasjoner, og slik kan en selger fort få inntrykk av at de er fornøyd med produkter og tjenester, og følgelig få seg en overraskelse dersom han ikke er kjent med chileneres ”høflige” væremåte.

(...) Altså, nordmenn er jo veldig direkte, og kaller en spade for en spade, ikke sant. Men i Chile så... (...) Det der med å kommunisere direkte, det er litt farlig. Det kan virke støtende, og de har vanskelig for å ta kritikk da. De må hele tiden ha hjertet med, hvis du skjønner.

Informant 2

Mine informanter forteller at det ikke er selvfølgelig at et salg er i boks, selv om en chilener gir uttrykk for at selgeren har et godt produkt. Informantene har erfaringer fra forretningsmøter der de har vært sikre på at de ville få salget, fordi kunden hadde gitt uttrykk for at de var fornøyd, hvor de ikke fikk salget allikevel. Mine informanter hevder at slike misforståelser mellom utenlandske bedrifter og chilenske bedrifter oppstår delvis på grunn av chilenernes høflige atferd. Dette forstår jeg som et eksempel på at ulik mening i form av aktørens ulike forventninger til en salgssituasjon påvirker forretningspraksis for FDI-bedriftene. Informantene gir uttrykk for at slike opplevelser bidrar til å underbygge holdningen om at chilenerne ikke er til å stole på. Slik, hevder jeg, reproduseres mening om at man ikke kan stole på chilenerne blant de norske aktørene på grunnlag av chilensk forretningspraksis.

Mine informanter forteller videre at mangel på tillitt i det chilenske samfunnet også gjenspeiles i byråkratiet som omgir oppdrettsaktørene, spesielt på det nasjonale og regionale plan, for eksempel i forhold til reguleringer, eller konsesjoner og tillatelser til ulik oppdrettsrelatert aktivitet. Mangel på tillitt, nødvendige sosiale investeringer og det byråkratiske systemet påvirker effektiviteten i forretningspraksisen for aktørene.

7.2.3 Narrativ om byråkrati og aktørenes forhold til tid

Mine informanter opplever Chile som veldig byråkratisk sammenlignet med Norge. De forteller at byråkratiet påvirker praksisen for bedriftene i form av tungvinte saksganger i for eksempel etableringssaker eller for å få tillatelse til ulik næringsaktivitet. Byråkratiet gjenspeiles blant chilenerne i laksenæringa ved lange forhandlingsprosesser i forbindelse med kjøp og salg. Det kreves tålmodighet, spesielt for en nordmann som ikke er vant med en slik forretningskultur.

Så er det jo ganske byråkratisk her da. Det synes ikke sånn helt på overflaten, men egentlig så er det veldig byråkratisk. Mye skjemaer. Hvis du går inn på kontorer og fabrikker og sånn, så er det mye mer mennesker per produsert enhet enn for eksempel i Norge. Vi har tilgang på automatisering og sånn. Det er jo bare å kjøpe. Nå er jo arbeidskraften billigere selvfølgelig. Det er jo et vesentlig poeng for at man bruker mer manuell arbeidskraft. Bare sånn som kontorer og sånn, så er det alltid mange sekretærer og budgutter og sånn som går i banken og hit og dit. Papirflyttere egentlig, som sitter og blar i papir og flytter bunker hit og dit. Skjemaer og underskrifter og stempler i det uendelige.

Informant 2

Selv om mine norske informanter uttrykker frustrasjon over byråkratiet, ser de også verdien av et slikt system i det generelle, chilenske samfunnslivet.

(...) Ganske bra utviklet kontrollsystem på forskjellig ting da, men det gjør det jo mer byråkratisk. Noen som hevder at det er kanskje det som gjør at Chile gjør det bedre enn noen andre Sør-Amerikanske land. For at nettopp kontrollverket er egentlig ganske bra utviklet. Det fungerer, men altså, kostnaden ved at det fungerer, det er jo en annen ting. Man bruker mye dødtid på å fly hit og dit og stempler og papirer og sånn. Så noe særlig effektivt er det jo ikke. Folk sløser mye tid.

Informant 2

Påstanden som min informant fremsier over: "Folk sløser mye tid", forstår jeg som en representasjon av nordmenns syn på "de andre". Informanten peker på det faktum at chilenerne har et helt annet kulturelt utgangspunkt i forbindelse med tid og effektivitet, enn hva de norske aktørene er vant med fra Norge. Tid er ikke så "viktig" for chilenerne. Chilenerne har et

avslappet forhold til tidsfrister generelt. Dette gjør seg gjeldende i forretningspraksisen for bedriftene for eksempel ved at chilenerne sjelden kommer tidsnok til avtaler:

If you are late in Norway, it's considered disrespect. Here it's considered disrespect if you are late by an hour and you haven't told anyone. No, I am exaggerating. Too late by 25-30 minutes. So that's difficult. The bureaucracy, and all the time spent on pretty domestic everyday things is tremendous and that's a frustration. Another frustration is that Chileans are late on paying. I won't say that they do not pay, because that's in general not true. But they are more late than in Norway, and that's another frustration. It's difficult because not only Norwegians, but anyone who is doing business in a way, and thinks he is gonna continue doing business in that way in this country,- and that's just not true.

Bedriftsleder U3

Chilenerne har, som min informant forteller, også et mer avslappet forhold til tidsfrister i forbindelse med kjøp og salg enn nordmenn. I Norge forventes det at en selger leverer en avtalt vare på et avtalt tidspunkt, og at en kunde betaler varen til en avtalt tid. Det er ikke tilfelle i Chile.

(...) we have different ways to do things you know. As for ex, I called you today, because I would be late. But in Chile people normally don't call you. And if they say they arrive in three o'clock, they usually arrive at three thirty. And for them it is ok, you know. We are, maybe, less formal than the Norwegian people.

Bedriftsleder U6

Informantens utsagn ” We are maybe less formal than the Norwegian people” forstår jeg som en representasjon av chileneres syn på seg selv som uformelle og på nordmenn som formelle. Nordmenn som opptrer effektivt og direkte i sine forretningsforbindelser, kan bli oppfattet som arrogante og formelle av chilenerne, fordi de ikke tar seg tid til uformelle samtaler, og ikke nødvendigvis ser poenget med å kombinere vennskap og forretninger. Dette kan påvirke forretningspraksisen for de norske FDI-bedriftene i form av at det blir vanskeligere å etablere kjøp- og salgskontrakter.

Jeg oppsummerer chileneres og nordmenns ulike forhold til *tid*, som deres forhold til *effektivitet* i forretningsvirksomhet. Den norske kulturen representeres i forhold til det kjente

sitatet: ”Tid er penger”. Chilensk kultur på sin side representeres i forhold til det latinske utsagnet: ”Mañana, mañana” (I morgen i morgen), som betyr at alt skjer til sin tid.

7.2.4 Narrativ om effektivitet, teknologi og service i forretningspraksis

Nordmenns og chileneres ulike holdning til tid gjør seg også gjeldende i forbindelse med effektivitet og teknologi. For nordmenn er teknologiske løsninger i forbindelse med lakseoppdrett innført for å effektivisere produksjon, og kutte ned på kostnader med manuell arbeidskraft. Således kan man si at effektivitet utgjør mening for de norske aktørene. I Chile har de, på grunn av god tilgang på billig arbeidskraft, ikke et like stort behov for å kutte arbeidsplasser og innføre alternative teknologiske løsninger. Dessuten er de teknologiske løsningene som benyttes i Norge kostbare. Mine informanter forteller at mange chilenske bedrifter ikke har mulighet til å gjøre slike investeringer, eller de prioriterer det ikke. I den forbindelse påstår jeg at kostnader utgjør mening for chilenske aktører, og videre at deres fokus på kostnader fører til at de chilenske aktørene velger å ikke investere dyrt. Informanter fra de norske utstyrsleverandørbedriftene anklager chilenerne for å tenke for kortsiktig når det gjelder teknologiske investeringer. De mener at det chilenske markedet vil tjene på å innføre norske, teknologiske løsninger på sikt.

En chilener han vil alltid gå på pris. Han tenker mye mer kortsiktig da. For eksempel la oss si du har en motor som varer i ti år og koster 100 000. Så har du en chilensk maskin som varer i tre år, og koster 50 000. Et eksempel. Da er det ganske klart at det lønner seg å kjøpe den norske. Men en chilener han, vil stort sett velge det billigste alternativet. Selv om han kanskje innerst inne vet at det varer ikke så lenge eller gir ikke så godt utbytte eller hva det nå skal være. Det er sånn unektelig trang til å få ned kostnader, få ned kostnader, få ned kostnader. Og resultatet er at det..., ting..., laks rømmer, laksen blir syk, når det gjelder laksebransjen ikke sant. Dårlig kvalitet under innhøstning, alt mulig. Men å få de til å investere mye sånn med en gang. Det er vanskelig. Egentlig så skal kanskje..., en nordmann, vi investerer for å tjene penger. En chilener kan kanskje investere de pengene han tjener. For å belyse det.

Informant 2

Mine informanter forteller at chilenerne generelt kvier seg for å ta økonomiske sjanser, fordi chilenerne er av den oppfatning at det ikke er lurt å investere i noe de ikke vet at vil fungere, -

eller koste av seg. Slik meningsforståelse gjør det vanskelig for norske utstørsbedrifter å få solgt sin kostbare teknologi. Derfor er det nødvendig for utstørsbedriftene å kunne vise til andre selskap som bruker deres løsninger og systemer for å få nye kunder.

Det er, slik jeg opplever det, en vesentlig forskjell når det gjelder mottakeligheten for ny teknologi (...) Så er det en ganske sånn barriere da for en chilener å godta ny teknologi. Det er ingen som vil stikke hodet frem og være den første. Men med en gang noen har gjort det, og folk ser at det virker, da kommer resten etter. Men, det er veldig vanskelig å få den første til å stikke seg frem og prøve noe. Og det spiller ingen rolle om det funker i Norge for eksempel. Det er sånn generelt. Holdningen er at i Chile så er alt annerledes. (...) Det er mange norske selskaper som har møtt veggen der da. Som ikke...altså det tar lenger tid å komme seg inn (på markedet), for du må nærmest betale for at de skal prøve noe nytt ikke sant. For de er så redde for å dumme seg ut.

Informant 2

Mine informanter fra utstørsbedriftene gir uttrykk for at det er svært viktig å tilby service og oppfølging til kunder i Chile. Enkelte av utstørsbedriftene bruker mye tid på å kartlegge kundenes behov før de tilbyr et system. Det er nemlig mulig, og nødvendig, å tilpasse de teknologiske systemene fra Norge til chilenske forhold. For eksempel dersom kunden har enkel og manuelt drevet produksjon, så kan systemene tilpasses til manuelle forhold, og følgelig kan også kostnadene senkes.

When you have a customer. You have to spend a hell of a lot of time, just to digg in to see what do they really need? And this is important. How is the farm? How do they feed? Where is the farm located? What is the layout of the farm? What are the skills of the site manager? What are the skills of production manager? What are the informationsystems in the company. Do they value having a lot of information from a computer that can be linked to a or do they not have anything like that? So basically, you have to really digg in to find out what they need. -And then you offer a system. So I think part of our ...We have been doing well. And that is because we spend a lot of time with our customers. Trying to meet, really meet the customers.

Bedriftsleder U1

Det er ikke bare viktig å pleie relasjoner i forkant av et salg. Informantene forteller at i Chile forventer en kunde oppfølging av produktet etter salget. For eksempel vil en oppdrettsbedrift som har kjøpt foringssystemer til sitt anlegg forvente at utstyrsleverandøren følger opp utstyret og tilbyr service og vedlikehold. I Norge er man derimot vant til at kunden selv står for vedlikehold, og at service i etterkant av salget er kundens ansvar, og derfor tar som regel selgeren seg ekstra betalt i tilfeller av etterarbeid. En av mine chilenske informanter hadde følgende å si om dette:

In Chile you sell a system, and the customer expect you to install the system, train the people, give service on the system afterwards... You`re buying something from somebody, and you expectIn Norway that is not the way. Ok, you sell and you deliver. And then you leave the what ever installation. -Oh you want an installation, ok this is an installation. And they say - oh you want the training also, ok this is the bill. And that is very negatively percieved in Chile. That you sell something and then you start taking charge for other things. -Oh you wanted to adapt, you are telling me now that the system is not working exactely as you expected? Yes, we can adapt it, but this is the bill. I think that has been a major failior made by the companies run by the Norwegians in Chile.

Bedriftsleder U1

Chilenere legger mye mer i en forretningsavtale enn hva de norske aktørene er vant med fra Norge. Informantene mine forteller at oppfølging av en handel, og forsikring om at systemer og produkter fungerer som de skal ikke bare er viktig for kunden, men også for salgsbedriften, fordi kunden blir et bilde utad. Følgelig er oppfølging av kunder positiv reklame for utstyrsbedriften:

They (the customers) are like a window for the rest. If the equipment is not running properly, all the people around (potential customers), when they visit a site, they will see that. And that is important. So it is also important for me that they have all the, everything running fine you know.

Bedriftsleder U7

Som vist over utgjør service og oppfølgingstjenester en viktig del av forretningspraksisen for bedrifter i Chile, og det forventes at norske utstyrsbedrifter følger slike konvensjoner for handling. En fordel ved slik praksis er som nevnt den markedsføringen som går gjennom

eksisterende kunder. Informantene mine forteller at nordmenn generelt ikke er flinke nok til å ta disse forventningene på alvor, og at de norske bedriftene derfor mister ”good will” i det chilenske oppdrettsmiljøet. Dette kan gjøre forretningspraksis vanskelig for de norske FDI-bedriftene.

(...) I have heard some rumors what Chileans think about Norwegians as suppliers. And the main comments are that they perceive Norwegians as very sober, in a sense that they believe that they know everything. And it is difficult for them to think on their needs, on the needs of the customers. And not to adapt technology. To understand the needs of Chileans.

Bedriftsleder U1

7.3 Oppsummerende representasjoner

I det foregående har jeg gjort rede for informantenes narrativ om chilensk versus norsk forretningskultur i forhold til samfunnsstruktur, tillitt, tid og praksis. Informantene forteller at den hierarkiske samfunnsstrukturen som regjerer i Chile påvirker kommunikasjonen mellom norske og chilenske aktører, og mellom aktører av ulik rang. De forteller at kommunikasjonsproblemer oppstår i form av aktørenes ulike forventninger til roller og ansvar, innad i en bedrift eller mellom bedrifter. Samtidig er det en utfordring for de norske aktørene at tillitt kun oppnås gjennom relasjonsbygging, fordi de norske aktørene er vant til å kunne stole på sine forretningsforbindelser fra første stund. Mangel på tillitt gjør forretningspraksisen mindre effektiv. Effektivitet i forbindelse med forretningsrelasjoner er svært viktig for nordmenn, fordi bruk av tid assosieres med tap av penger. I Chile assosieres bruk av tid med nødvendig sosialisering. Forventninger om sosialisering og pleie av forretningsrelasjoner tydeliggjøres ytterligere ved chilenernes krav om service og oppfølging av varer og tjenester, noe de norske aktørene på sin side forbinder med ekstraservice.

I det følgende vil jeg kort oppsummere chileneres og nordmenns representasjoner om sin egen- og om hverandres kulturelle identitet og praksis. Representasjonene som presenteres oppsummerer dominerende mening i de sosiale feltene norsk etnisk felt og chilensk lokalsamfunnsfelt med utgangspunkt i informantenes narrativ.

7.3.1 Mening i norsk etnisk felt

Et norsk kulturelt utgangspunkt legger grunnlaget for meningsproduksjon i det norsk etniske feltet. Som tidligere nevnt er norsk etnisk felt representert av nordmenn. Fordi nordmennene identifiserer seg mot chilenerne, fremstår deres representasjoner om ”de andre” noe karikert, og er preget av fordommer.

Aktører i norsk etnisk felts representasjoner om ”de andre”(chilenerne):

Samfunnsstruktur:

- *Chilenerne tar ikke ansvar*

Tillitt:

- *Chilenerne er banditter*

Tid:

- *”Mañana, mañana!” Chilenerne er alltid seine*

Effektivitet, teknologi og service:

- *Chilenerne er feige, og tør ikke investere i kvalitet*

Aktører i norsk etnisk felts representasjoner om ”oss” (nordmenn):

Samfunnsstruktur:

- *Nordmenn er ansvarsbevisst*

Tillitt:

- *Tillitt ligger eksplisitt i forretningsrelasjoner blant nordmenn*

Tid:

- *”Tid er penger!”*

Effektivitet, teknologi og service:

- *Teknologisk effektivitet er nødvendig for økonomisk utvikling*

7.3.2 Mening i chilensk lokalsamfunnsfelt

Dominerende meningsproduksjon i det chilenske lokalsamfunnsfeltet er representert med et chilensk kulturelt utgangspunkt. Som tidligere nevnt består lokalsamfunnsfeltet av både chilenske, internasjonale og norske aktører i uformelt samspill i lokalmiljøet. De norske aktørene som deltar i det chilenske lokalsamfunnsfeltet er integrert i et chilensk-konvensjonelt miljø, og følgelig er deres representasjoner av seg selv og de andre balansert i forhold til

chilensk kultur. Fordi chilenerne dominerer lokalsamfunnsfeltet definerer jeg her "oss" som chilenerne og "de andre" som nordmenn utenfor lokalsamfunnsfeltet.

Aktører i lokalsamfunnsfeltets representasjoner om "oss" (chilenerne):

Samfunnsstruktur:

- *Man mister jobben dersom man gjør feil*

Tillitt:

- *Man kan ikke stole på en chilener man ikke kjenner, og derfor må man kjenne sine forretningsforbindelser*

Tid:

- *"Mañana, mañana!" Alt skjer til sin tid*

Effektivitet, teknologi og service:

- *Service og oppfølging av solgte produkter, og pleie av kunderelasjoner er viktig for vellykket forretningspraksis*

Aktører i lokalsamfunnsfeltets representasjoner om "de andre" (nordmenn):

Samfunnsstruktur:

- *Nordmenn forstår ikke den hierarkiske strukturen i Chile*

Tillitt:

- *Man kan stole på en nordmann*

Tid:

- *Nordmenn har alltid dårlig tid*

Effektivitet, teknologi og service:

- *Nordmenn er arrogante og bryr seg ikke om kundene sine*

7.3.3 Oppsummering

Representasjonene aktørene uttrykker om seg selv og hverandre understreker at det er store kulturelle forskjeller mellom chilenerne og nordmenn, og at meningsproduksjonen som dominerer nettverkene påvirker aktørenes holdninger til "de andre". Som vist bærer flere av representasjonene om "de andre" et relativt negativt preg. Jeg hevder at holdningene som presenteres i form av aktørenes representasjoner reflekterer aktørenes nettverksdeltakelse. Jeg argumenterer for at de karikerte representasjonene som presenteres av aktører i det norsk-etniske feltet er et resultat av aktørenes manglende integrering i chilenske sosiale miljø.

Videre hevder jeg at representasjonene (den mening) som presenteres av aktørene i chilensk lokalsamfunnsfelt er mer nyansert/balansert fordi integrering og læring i nettverket bidrar til forståelse mellom aktørene i stedet for å reprodusere fordommer om "de andre". I neste kapittel vil jeg utdype dette, og gjøre rede for hvordan nettverksdeltakelse påvirker FDI-bedriftenes forretningspraksis.

8 Nettverksdynamikk

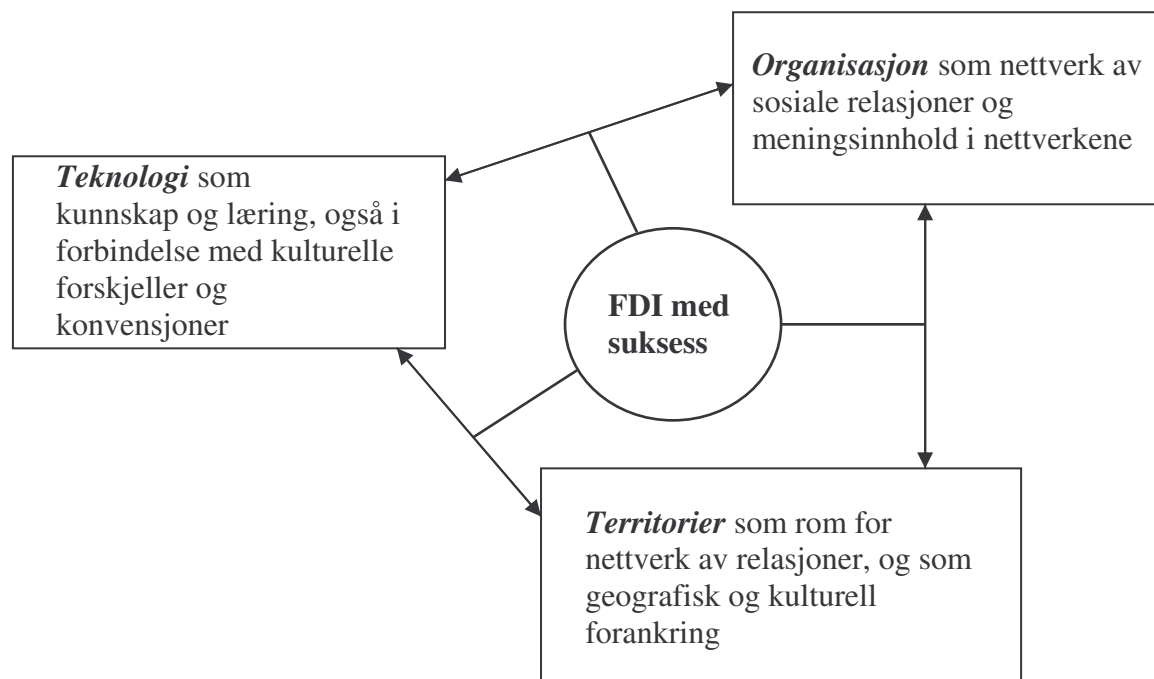
8.1 Innledning og disposisjon

I de foregående analysekapitlene har jeg gjort rede for mine tre underproblemstillinger om hva som kjennetegner de norske FDI-bedriftene i Puerto Montt, deres geografiske utstrekning i form av deltakelse i sosiale felt, og hvilken meningsproduksjon i forhold til forretningskultur som dominerer i de feltene hvor FDI-aktørene opererer. I dette kapitlet vil jeg, med utgangspunkt i hovedproblemstillingen for studien, diskutere *hvordan nettverksdynamikk påvirker norske FDI-bedrifters forretningspraksis i Chile*. Jeg vil i det følgende beskrive nettverksdynamikk for FDI med henholdsvis vellykket- og mindre vellykket forretningspraksis. Med vellykket forretningspraksis mener jeg, som nevnt innledningsvis, bedriftenes evne til samhandling og læring, hvor økonomisk utvikling og økonomisk gevinst gjerne blir en følge av slik praksis.

Som tidligere nevnt er min hypotese for avhandlingen at dersom FDI-bedriftene deltar aktivt i nettverk på en variert geografisk skala, og slik overskrider kulturelle barrierer, vil bedriften lykkes med sin forretningspraksis i Chile. I det følgende vil jeg vise at mine funn bygger opp under en slik antagelse. Først vil jeg gjøre rede for hvordan Storpers treenige modell for økonomisk utvikling (2.5) kan anvendes for å vise hvordan sosiale, kulturelle og geografiske faktorer er nødvendig for økonomisk utvikling. Her forstår jeg økonomisk utvikling i form av suksess for FDI. Videre vil jeg ved hjelp av empiriske eksempler vise til vellykket og mindre vellykket forretningspraksis for norske FDI-bedrifter i Chile. Eksemplene diskuteres i forhold til teori om sosial kapital og sosiale felt.

8.2 En hellig treenighet for suksess for FDI

Storpers teoretiske bidrag (2.5) til den refleksive økonomien oppsummerer en hellig treenighet for de norske FDI bedriftenes suksess i Chile (Figur 8.1). Der Storper definerer "organisasjon" som rom for samhandling og atferdsregler, forstår jeg her organisasjon som nettverk av forretningsrelasjoner og uformelle relasjoner, og meningsinnhold i nettverkene. Når Storper definerer "teknologi" som kunnskap og læring, forstår jeg kunnskap og læring i sammenheng med kulturelle forskjeller og utfordringer. "Territoriebegrepet" forstår jeg, i trå med Storper, som rom for samhandling og læring, definert her som sosiale felt på ulike geografiske nivå.



Figur 8.1 En refleksiv, hellig treenighet for norske FDI bedrifter i Chile. Forenklet modell, fritt etter Storper (1997).

Med utgangspunkt i teori om territorier, organisasjon og teknologi som nødvendig for økonomisk utvikling vil jeg i det følgende gjøre rede for FDI-bedriftenes praksis på geografisk (territorier), sosialt (organisasjon) og kulturelt (teknologi) nivå, og vise hvordan praksis i disse nivåene er medvirkende faktorer for FDI-bedriftenes suksess.

8.3 Empiriske eksempler på FDI-bedriftenes praksis

FDI-bedriftene som utgjør grunnlaget for analysen i denne studien er alle bedrifter som er aktive i Chile, og som har vært etablert der i noen år. De første norske utstyrsbedriftene kom til Chile på midten av 1990-tallet, men de fleste av bedriftene i denne studien ble etablert i Chile etter år 2000. Når jeg nå skal vise til eksempler for vellykket- versus mindre vellykket forretningspraksis for bedriftene, vil jeg derfor først gjøre det klart at alle bedriftene i utgangspunktet kan betegnes som vellykkete i den forstand at de er operative og har holdt det gående i Chile noen år. På tross av dette hevder jeg at det er noen av bedriftene som gjør det

bedre enn andre, og noen av bedriftene som ikke lykkes i like stor grad. I det følgende vil jeg gjøre rede for noen eksempler som jeg mener belyser ulike praksiser blant bedriftene⁴.

8.3.1 Vellykket forretningspraksis

Bedrift Q og bedrift X er to klare eksempler på bedrifter som utøver vellykket forretningspraksis. Bedriftene har høy markedsandel, og gjør det følgelig godt økonomisk.

Bedrift Q hadde ingen nordmenn ansatt i Chile på det tidspunktet jeg gjorde mitt feltarbeid, men hadde tidligere hatt en nordmann til stede i bedriftens etableringsfase, i den hensikt å etablere administrative og økonomiske driftsrutiner i tråd med moderbedriften i Norge. Bedriftens leder er chilener med internasjonal erfaring og lang fartstid i chilensk oppdrettsnæring. Følgelig har bedriften en fordel i form av bedriftslederens internasjonale kompetanse og hans opparbeidede kontaktflate i næringa, samt gode kjennskap til den chilenske forretningskulturen. Bedriftsledelsen i bedrift Q uttrykte et personlig engasjement rettet mot bærekraftig utvikling av oppdrettsnæringa både internasjonalt og regionalt. Et slikt engasjement styrker bedriftens relasjonelle utstrekning ytterligere, og bidrar til god omtale for bedriften. Ledelsen i bedriften er stort sett bosatt i Puerto Varas, hvor de er en del av det lokale miljøet, og hvor uformell samhandling utgjør en viktig kilde til informasjon om næringa (6.2.4). Bedriftens styrke på produksiden er i stor grad evnen til å tilpasse allerede utviklede kvalitetsprodukt til en chilensk standard, og etter markedets etterspørsel.

We have been doing well. And that is because we spend a lot of time with our customers. Trying to meet, really meet the customers.

Bedriftsleder Q

Bedrift X drives med norsk ledelse, og har chilenerne ansatt i administrasjon og i viktige salgsstillinger. De norske aktørene er godt integrert i det chilenske lokalsamfunnet i Puerto Varas, og uformell samhandling med andre aktører fra bransjen i det daglige legger et godt grunnlag for forretningspraksisen. Slik investerer bedriften i *bridging* sosial kapital (Putnam 1993 og Woolcock 2001 i Field 2003), definert her som investering av relasjoner på tvers av sosiale grupper (2.10). Bedriftsledelsen har lang erfaring fra oppdrett i Norge, slik at

⁴ Eksemplene for vellykket versus mindre vellykket forretningspraksis viser til fire av bedriftene som inngår i studien. I eksemplene er bedriftskodene anonymisert og gitt nye koder: Q, X, Y og Z.

kompetanse i tillegg til et unikt produkt utgjør et godt utgangspunkt for bedriften. I tillegg er ledelsen engasjert i ulike organ i relasjon til oppdrettsnæringa (Salmon Chile) og i kontaktflaten mellom Norge og Chile som forhandlingsparter (Handelskammeret). Selv om engasjementet er for egen vinning, og på ingen måte ment som veltrohet, viser bedriften at de har forstått hvor viktig det er med nettverksrelasjoner og god omtale for å drive vellykket forretningsvirksomhet i Chile.

Bedriften bruker mye tid på sine forretningsforbindelser. De går systematisk og aktivt inn i sosiale sammenhenger med aktører fra kundebedrifter og potensielle kundebedrifter, på flere forskjellige nivå i virksomhetene. På den måten har de skaffet seg et nettverk av kontakter som sprer informasjon om deres produkter, og vennsksrelasjoner som gjør det vanskelig for kundene å velge alternative forhandlere. For eksempel har bedriften satt i gang et populært tiltak der de inviterer med seg etablerte- og potensielle kunder på rundreise i Norge. Slike turer innebærer gjerne en lett blanding av faglige og sosiale arrangement, for eksempel i forbindelse med Aqua Nord konferansen (6.2.2.3).

Intervjuer: (...) De (chilenere) vil vel gjerne gjøre business med folk de kjenner?

Informant: Ja, og chilenerne erkjenner folk. Når du er kamerat med en chilener så... For eksempel, en chilener som jobber for oss her nå, han jobba jo for et oppdrettsfirma før da. Og de hadde jo bestemt seg. De skulle jo aldri kjøpe noe i fra oss da. Så tok jeg han med til Norge og reiste rundt da. Så kom dem i desember og kjøpte fra oss da, første året. -Så hvorfor gjorde du det da? Spurte jeg. Nei dem kunne ikke gjøre noe annet. Etter den der turen dem hadde hatt i Norge så måtte dem bare kjøpe. Det var ikke nødvendig, men dem måtte bare gjøre det. (...) He he. Helt topp. Så det er harde fakta og harde hverdagen. Tilhørigheta og nærheta. Og det å være her hele tida, 100 % for kunden.

Bedriftsleder X

I tillegg til fokuset på konkrete kunderelasjoner, er bedriften opptatt av å investere sosial kapital i lokalmiljøet. De støtter skoler og diverse hjelpeorganisasjoner, og får på den måten goodwill fra lokalsamfunnet som igjen påvirker kundegrunnlaget når så stor andel av næringa er bosatt i nærmiljøet. Min informant i bedriften understreker også at deres bedrift er en del av en internasjonal oppdrettsnæring, en større sammenheng. Selv om bedriften har en verdifull kompetansearv fra Norge, ser de at det er viktig å være oppdatert på den kunnskapsutviklingen som finner sted i de andre store oppdrettsnasjonene. Derfor bruker

bedriften også tid og ressurser på internasjonale relasjoner, ved å investerer i såkalt *linking* sosial kapital (Putnam 1993 og Woolcock 2001 i Field 2003, se 2.10) på tvers av nasjonale rammer.

Vi er veldig flinke til å reise rundt å se hva andre folk gjør. Vi reiser gjerne til Skottland, Færøyene, Irland og Argentina. Vi reiser mye world wide. Er det noe som skjer, så er vi der!

Bedriftsleder X (Intervjunotater fra forstudien)

Som jeg har vist i de to eksemplene for vellykket forretningspraksis er både bedrift Q og X engasjert på flere ulike arenaer i tilknytning til næringa. Begge bedriftene har et stort nettverk av formelle og uformelle sosiale relasjoner, som utgjør viktige brikker i det daglige forretningsspillet. Aktørene i bedriftene er godt integrert i det chilenske lokalmiljøet, og har valgt å tilpasse sine metoder og produkter til en chilensk standard.

For å understreke verdien av overnevnte praksis, vil jeg nå kort presentere eksempler for mindre vellykket forretningspraksis.

8.3.2 Mindre vellykket forretningspraksis

Bedrift Y og Z utgjør eksempler på bedrifter hvis forretningspraksis er mindre vellykket. Bedriftene har norske aktører i ledelsen, samt chilenerne ansatt i administrasjon, og salgsstillinger. Men bedriftene er små, og dermed har det vært vanskelig for bedriftene å få tak i stabile, dyktige og engelsktalende chilenerne til å arbeide for dem. De norske bedriftslederne behersker ikke det spanske språket, noe som gjør kommunikasjon både innad i selskapet og utad til markedet vanskelig og begrenset. Følgelig er aktørene heller ikke integrert i det chilenske lokalmiljøet, og har i liten grad uformelt samvær med chilenske aktører i næringa. Til gjengjeld er bedriftslederne mye sammen med andre norske aktører i Puerto Montt, og deltakelse i dette miljøet gir bedriftene informasjon og mulighet til å utveksle erfaringer. Men det norske miljøet har ikke de samme positive ringvirkningene som det chilenske miljøet, fordi de norske aktørene er konkurrenter i større grad enn potensielle kunder. Jeg er av den oppfatning at det norske miljøet virker ekskluderende i forhold til integreringsproblematikken i det chilenske miljøet, og at nordmennenes ”bonding” ikke fører til forbedring av eventuelle problemer, men heller tærer opp under frustrasjon og fordommer.

Bonding forstår jeg her som en form for sosial kapital (Putnam 1993 og Woolcock 2001 i Field 2003, se 2.10), som refererer til vennskapsrelasjoner.

(...) Jeg får litt inntrykk av at de (nordmennene) "hisser" hverandre litt opp i forhold til problemer med chilenerne, isteden for å finne løsninger. Men det er vel ikke så mye å gjøre med det. Mye av det de klager på er jo ikke ting det går an å endre på.

Notater fra min feltdagbok

Som mitt utsagn viser mente jeg under mitt feltopphold at de kulturelle forskjellene mellom nordmenn og chilenerne er "vanskelig å gjøre noe med", og at det derfor er forståelig at nordmennene kommer sammen og uttrykker sin frustrasjon. Men jeg gir også uttrykk for at jeg syns de kunne ha forsøkt å finne frem til løsninger i slike fora. Og dette ønsker jeg å kommentere videre. For nå, når jeg har systematisert mine funn, og ser på vellykket praksis versus mindre vellykket praksis, vil jeg hevde at det går an å møte de kulturelle barrierene som utfordringer som skal takles, og ikke som uløselige problem. Det krever at bedriftene forsøker å endre den meningsproduksjonen om "de andre" som dominerer i det norske miljøet (7.3.1). Jeg argumenterer for at dette best lar seg gjøre ved deltakelse i chilensk lokalsamfunnsfelt.

Bedrift Y og Z er mest opptatt av sin egen bedrift, og engasjerer seg i liten grad i regionale og internasjonale fora. Bedriftene deltar imidlertid på de internasjonale oppdrettsmessene, Aqua Nord og Aqua Sur (6.2.2.3), hvor de møter potensielle kunder fra hele næringa, og hvor de driver markedsføring for sine produkt. Bedriftenes produkter er utviklet i Norge, og er innovative og av god kvalitet. Produktene er i seg selv således en styrke for bedriftene.

Selv om jeg ut i fra de gitte eksemplene generaliserer praksis for FDI-bedriftene, er jeg bevisst på at det kreves annen praksis for en oppdrettsbedrift enn for en utstyrsleverandør eller en brønnbåtbedrift. Større og i utgangspunktet ressurssterke bedrifter har et bedre utgangspunkt enn små, ressursvake bedrifter i møtet med de samme utfordringene. Som jeg skriver i teorikapitlet (2.1) er det for eksempel for en MNC enklere å omstrukturere produksjonen sin økonomisk, geografisk og funksjonelt, fordi en MNC som global og dominerende aktør står sterkere enn mindre, lokale aktører. *En MNC har gjerne høyere lønninger, de er mer kapital - og kunnskapsintensive, i tillegg til at teknologien deres ofte er mer moderne* (Dunning 1993 and Caves 1996 i Te Velde 2003, se 2.1). Denne beskrivelsen av

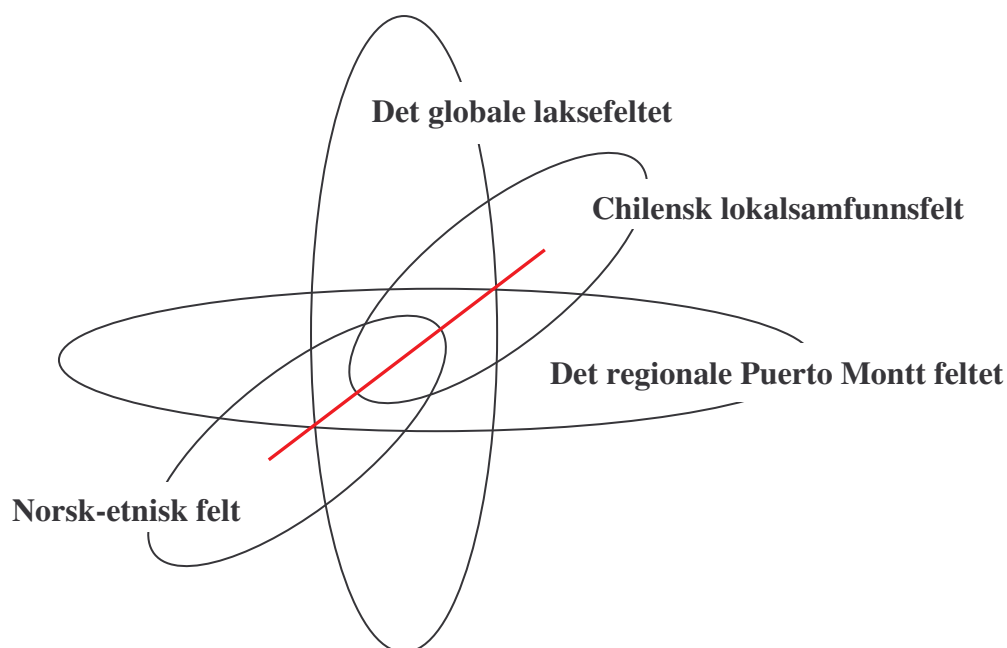
MNC blir i utgangspunktet presentert for å belyse FDI-bedrifters fordeler i et investeringsland. Men Dunning's argumenter kan også brukes for å vise at små bedrifter, enten de er internasjonale eller lokale, gjerne er mer sårbare enn større bedrifter. I eksemplene ovenfor, om ulik forretningspraksis, er det de minste bedriftene som sliter mest, mens de to vellykkete bedriftene er karakterisert som mellomstor og stor.

Jeg hevder allikevel at generalisering er mulig i denne sammenheng fordi alle bedriftene møter liknende utfordringer som norske FDI-bedrifter i en ukjent kultur, og alle bedriftene opererer mer eller mindre innenfor de samme sosiale feltene hvor meningsproduksjon og forretningspraksis finner sted. Det er derfor slik jeg ser det, mulig å komme frem til en del fellesnevnerer som jeg hevder at alle bedriftene må forholde seg til, og som avgjør hvorvidt forretningspraksisen blir vellykket eller ikke.

I det følgende vil jeg ved bruk av sosiale feltanalyse visualisere bedriftenes nettverksdynamikk, for å tydeliggjøre mitt argument for nettverksdeltakelse ytterligere.

8.4 Feltanalyse for forretningspraksis

Jeg hevder at alle de norske FDI-bedriftene deltar i det globale laksefeltet og det regionale Puerto Montt feltet, og i varierende grad i chilensk lokalsamfunnsfelt og norsk-etnisk felt. Sammensetningen av de sosiale feltene utgjør grunnlaget for bedriftenes geografiske, sosiale og kulturelle arena, og visualiseres her i en koplet feltsituasjon (Figur 8.2). Den røde linjen i figuren viser bedriftenes mulige feltsituasjoner.



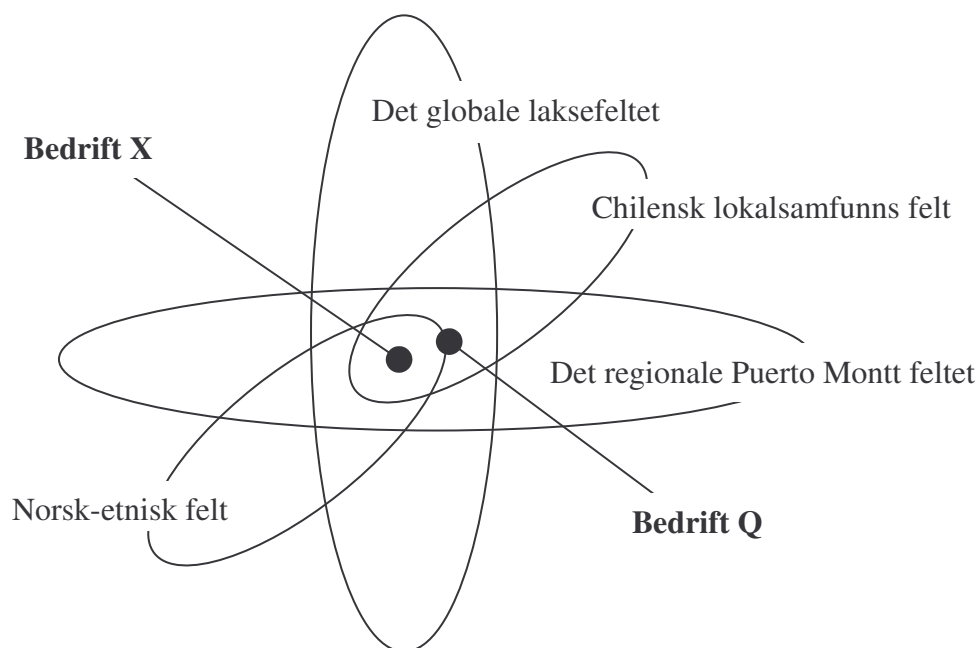
Figur 8.2 *Kopling av sosiale felt. Den røde linjen viser mulige feltsituasjoner for FDI.*

Jeg vil hevde at det er bedriftenes varierende deltakelse i det chilenske lokalsamfunnsfeltet og i norsk-etnisk felt som utgjør feltdynamikken som skiller bedriftenes forretningspraksis fra hverandre, og som jeg har valgt å fokusere på i denne studien. Med utgangspunkt i den røde, diagonale linjen som er trukket gjennom sosiale felt-modellen, kan vi tenke oss at bedriftene befinner seg på ulike nivå på linjen, i ulike feltsituasjoner. Noen av bedriftene agerer kun i det norsk-etniske feltet, og ikke i det chilenske lokalsamfunnsfeltet, og befinner seg langt nede til venstre på linjen. Mens andre bedrifter befinner seg i sentrum av modellen, i et såkalt *balansert feltsystem*. Dersom bedriften ikke deltar i det chilenske lokalsamfunnsfeltet, påvirker den manglende deltakelsen bedriften negativt. Dersom bedriften deltar i lokalsamfunnsfeltet, og aktivt går inn for å integreres i det chilenske miljøet, påvirker det bedriften positivt. Men dersom bedriften hovedsakelig deltar i det chilenske lokalsamfunnsfeltet og ikke i det norsk-etniske feltet, kan det få to følger: Dersom den norske bedriften allikevel har god kontakt med moderbedriften i Norge, her representert gjennom det internasjonale feltet, så har det liten betydning. Det andre mulige utfallet gir derimot negativ effekt for bedriften, i den forstand at bedriften burde hatt en sterkere norsk tilstedeværelse og kontroll i bedriften. Enkelte hevder at manglende norsk tilstedeværelse, spesielt i en innledende investeringsfase, har ført til at forretningene har gått ut av kontroll, og enkelte

bedrifter har gått konkurs. Det er altså viktig for de norske bedriftene med et balansert feltsystem, selv om deltakelse i det chilenske lokalsamfunnsfeltet synes viktigere enn i det norsk-etniske feltet i de fleste tilfeller over tid.

8.4.1 Balansert feltsituasjon for bedrift Q og X:

Bedrift Q og X, som representerer vellykket forretningspraksis, agerer i det globale laksefeltet og det regionale Puerto Montt feltet, samtidig som de er integrert i både det chilenske lokalsamfunnsfeltet, og i det norsk-etniske feltet. Bedrift X er engasjert i det norsk-etniske feltet fordi ledelsen i bedriften er norsk, og de norske aktørene ser på det norske feltet som et vennskapsnettverk. Samtidig er aktørene bevisst på at deltakelse i det chilenske lokalsamfunnsfeltet vil integrere bedriften i den chilenske forretningskulturen, og gi tilgang på nødvendige forretningsrelasjoner. Bedrift Q har ikke nordmenn i bedriften, men har hatt det tidligere. Følgelig er ikke det norsk-etniske feltet en viktig arena for de chilenske aktørene eller bedriften i dag. Men jeg vil påstå at bedriften allikevel er koplet opp i mot det norske feltet på grunn av sin norske identitet. Med norsk identitet mener jeg her bedriftens norske eierskap, tidligere tilstedeværelse av norsk personell, samt at moderbedriften i Norge er godt kjent i næringa globalt. Jeg hevder at bedrift Q og X utgjør eksempler for bedrifter som befinner seg i en balansert feltsituasjon (Figur 8.3).

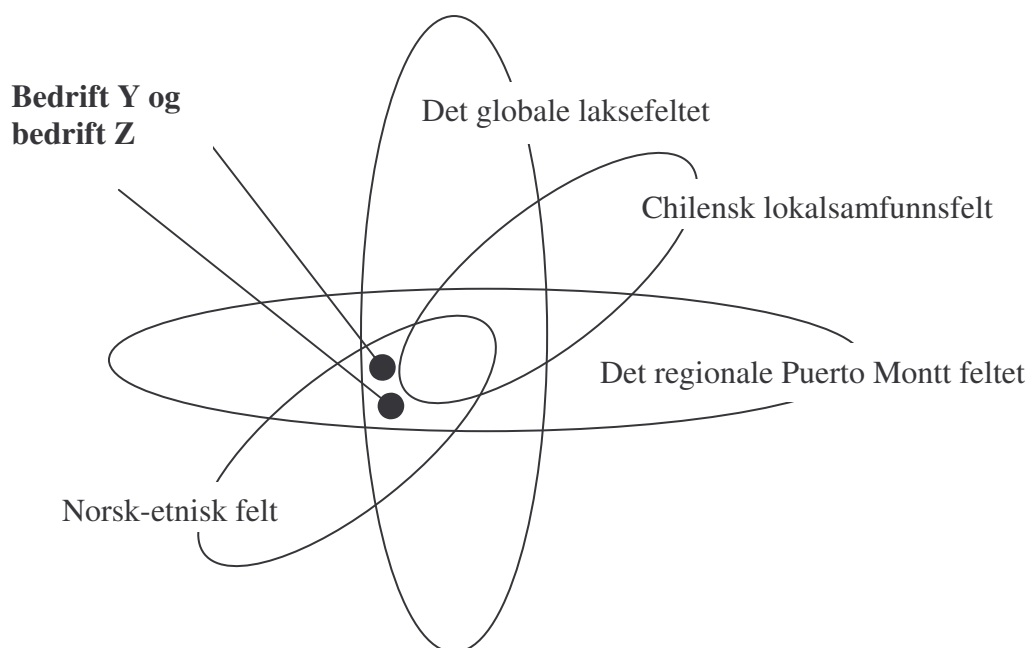


Figur 8.3 Balansert feltsituasjon for bedrift Q og X.

I slike bedrifter som Q og X representerer vil konvensjoner for handling være preget av den meningsproduksjonen om ”oss og de andre” som finner sted hovedsakelig i chilensk lokalsamfunnsfelt (7.3.2). Kulturelle utfordringer som de norske FDI-bedriftene møter takles på en bedre måte av aktører som har lært av chilenerne hvilke forventninger til forretningspraksis som dominerer i Chile. Jeg hevder at slik læring finner sted i chilensk lokalsamfunnsfelt. For eksempel vil det være nyttig for bedriftene å kjenne til chilenske konvensjoner for forretningspraksis i forhold til tillitt, som går ut på at ”man må kjenne sine forretningsforbindelser, fordi man ikke kan stole på en chilener man ikke kjenner”. Det vil også være nyttig for FDI-bedriftene å lære hvilke forventninger kunder har i forhold til service, oppfølging av salg, og pleie av kunderelasjoner. I tillegg kan det være viktig for de norske aktørene å være klar over at dersom de velger å ikke følge, eller ikke kjenner til, chilenske konvensjoner for forretningspraksis, vil chilenske kunder oppfatte dem som arrogante, og anklage bedriftene for å ikke bry seg om kundene sine. Slike representasjoner om nordmenn sikter først og fremst til norske aktører som ikke er integrert i det chilenske lokalsamfunnsfeltet, og kan fort føre til mindre vellykket forretningspraksis for de bedriftene det gjelder.

8.4.2 Ubalansert feltsituasjon for bedrift Y og Z:

For bedrifter som agerer hovedsakelig i det norsk-etniske feltet vil den norske kulturen være dominerende, fordi den fremtredende meningsproduksjonen i det norsk-etniske feltet er basert på nordmenn og norsk kultur. Dette gjelder for eksempel bedrift Y og Z. En slik ubalansert feltsituasjon er uheldig for bedriftene fordi aktørene blir isolert i et norsk miljø, og lærer ikke å takle de kulturelle utfordringene de møter i Chile. Modellen under (Figur 8.4) viser ubalansert feltsituasjon for bedrift Y og Z.



Figur 8.4 *Ubalansert feltsituasjon for bedrift Y og Z.*

I bedrifter som befinner seg i en ubalansert feltsituasjon vil meningsproduksjonen om ”oss og de andre” være formet i forhold til bedriftenes manglende deltakelse i chilensk lokalsamfunnsfelt, og deres dominerende deltakelse i norsk-etnisk felt (7.3.1). Når meningsproduksjon kommer til syne gjennom karikerte representasjoner som for eksempel ”chilenere er banditter” eller ”chilenere er alltid seine”, viser det liten innsatsvilje fra aktørenes side i forhold til å ta tak i de utfordringene som kulturforskjellene representerer. For eksempel i form av ”å ta seg tid til å bli kjent med sine forretningsforbindelser”. Jeg hevder representasjoner som dominerer i norsk-etnisk felt styrker mitt argument for at deltakelse i norsk-etnisk felt skaper et distansert forhold til ”det chilenske”, og at deltakelsen i dette feltet i kombinasjon med manglende deltakelse i chilensk lokalsamfunnsfelt gjør forretningspraksisen mindre vellykket for bedriftene.

8.4.3 Oppsummering

Ved hjelp av feltanalyse har jeg visualisert hvordan nettverksdynamikk påvirker bedriftenes forretningspraksis. Jeg har vist at en balansert feltsituasjon der bedriften deltar i sosiale felt av ulik type og utstrekning gir bedriften et best mulig utgangspunkt for vellykket forretningspraksis. Spesielt viktig er det for de norske aktørene i FDI-bedriftene å delta i chilensk lokalsamfunnsfelt, fordi her produseres mening med utgangspunkt i læreprosesser

mellom aktører i forhold til chilensk forretningskultur. Dette synet vil ligge til grunn når jeg i avslutningen oppsummerer resultatene fra studien, og tar for meg den fjerde og siste underproblemstillingen, som søker å peke videre utover studien; om hvilke strategier FDI-bedrifter bør følge i en ukjent kultur.

9 Avslutning

9.1 Konklusjon og oppsummering av analysen

Jeg har i denne avhandlingen vist at romlig analyse er egnet for studier av økonomiske og sosiokulturelle prosesser i forbindelse med praksis for FDI. Ved å kartlegge norske FDI-bedrifiers geografiske utstrekning og deltakelse i nettverk, har jeg avdekket nettverksrelasjoner og kulturelle læreprosesser i rom av sosiale felt. Jeg har vist at sosiale, kulturelle og romlige, eller geografiske, faktorer ikke kan tolkes atskilt fra hverandre, men at disse faktorene til sammen utgjør en treenig forutsetning for FDI-bedrifiers suksess. Slik mener jeg å ha påvist at nettverksdynamikk, i form av deltakelse i sosiale felt, påvirker FDI-bedrifiers evne til økonomisk utvikling og vellykket forretningspraksis i en ukjent kultur.

I kapittel 5 besvarte jeg min første underproblemstilling om hva som kjennetegner norske FDI-bedrifter i Puerto Montt. Jeg presenterte FDI-bedriftene, og gjorde rede for deres aktivitet og rolle i oppdrettsnæringa i Puerto Montt. Jeg viste der at det er stor variasjon av type bedrifter i det norske miljøet, og at FDI-bedriftene som inngår i studien er alt fra små utstys- og leverandørbedrifter til store oppdrettsselskap. Ledelsen i bedriftene varierer mellom norsk og chilensk, og norske aktører er i varierende grad tilstede i bedriftene i Chile. I kapittelet har jeg videre beskrevet hvilke motiv som ligger bak de norske investeringene. Bedriftenes motiv for investering er hovedsakelig idéen om Chile som et mulighetenes land for oppdrettsrelatert virksomhet, med gunstige klimatiske og geografiske forhold for oppdrett, god tilgang til attraktive markeder, billig arbeidskraft, liberale statlige reguleringer, og et etablert nettverk av service- og leverandør-tjenester, samt muligheten for strategiske oppkjøp av allerede etablerte bedrifter.

Videre har jeg gjort rede for i hvilken grad bedriftene overfører kunnskap fra Norge til Chile. Jeg hevder at de påviste kunnskapsoverføringene er en fordel for de norske bedriftenes praksis i Chile. Aktørene i de norske bedriftene anser generelt sitt norske eierskap som en fordel fordi norsk identitet forbindes med erfaring og kompetanse. I tillegg har chilenerne tillitt til norske aktører og bedrifter, noe som er en fordel i et land der tillitt ikke er en selvfølge i forretningsforbindelser. Utover dette har også de fleste norske utstysbedriftene anledning til å tilby sine kunder gunstige finansieringsordninger, noe som er en fordel fordi prisen på norske produkter og systemer generelt er dyrere enn chilenske. Prisforskjellen er uansett en ulempe

for norske utstyrsbedrifter, som ikke klarer å overbevise chilenske aktører om at kvalitet er en god investering. Kulturelle forskjeller utgjør de største barrierene for norske aktører i Chile, fordi aktørers kulturelle utgangspunkt legger føringer for aktørers konvensjoner for handling.

I kapittel 6 har jeg presentert bedriftenes geografiske utstrekning og de nettverk hvor bedriftene opererer, og således besvart min andre underproblemstilling om hvilke nettverk bedriftene er en del av. Jeg har kartlagt bedriftenes relasjoner på internasjonalt, regionalt, og lokalt nivå. Bedriftenes internasjonale relasjoner er presentert som formelle markedsrelasjoner, bedriftenes deltakelse på internasjonale messer, og engasjement i ulike internasjonale organisasjoner. De regionale relasjonene er definert som regionale markedsrelasjoner og deltakelse i Salmon Chile. Bedriftenes lokale relasjoner er definert som uformell samhandling i lokalmiljøet og bedriftenes forhold til lokalsamfunnet. I tillegg er bedriftenes relasjoner til det norsk-etniske miljøet beskrevet. Bedriftenes ulike relasjoner er karakterisert som problemløsningsnettverk, og oppsummert som fire nivå av sosiale felt: Det globale laksefeltet, det regionale Puerto Montt feltet, chilensk lokalsamfunnsfelt og norsk-etnisk felt.

I kapittel 7 har jeg gjort rede for hvordan meningsproduksjon innad i nettverkene påvirker forretningspraksis for de norske FDI-bedriftene. Her har jeg fokusert på meningsproduksjon i det chilenske lokalsamfunnsfeltet og i det norsk-etnisk feltet, og vist hvordan ulike narrativ om "oss og de andre" kommer til uttrykk i feltene. Jeg har tatt utgangspunkt i dynamikken av kulturforskjeller mellom feltene, og presentert informantenes ulike narrativ for norsk og chilensk forretningspraksis med utgangspunkt i diskursen om "oss og de andre". Aktørenes persepsjoner om "oss og de andre", er oppsummert i form av representasjoner om aktørenes forhold til samfunnsstruktur, tid, tillitt og effektivitet, teknologi og service. Representasjonene representerer konvensjoner for forretningspraksis på bakgrunn av kulturforskjeller mellom norske og chilenske aktører. Gjennom informantenes fortellinger har jeg vist eksempler på hvordan kulturforskjellene påvirker forretningspraksis for bedriftene. Slik mener jeg å ha besvart min tredje underproblemstilling om hvilken type mening som konstrueres i sosiale felt, og hvordan slik mening påvirker forretningspraksis for FDI-bedrifter i en ukjent kultur.

I kapittel 8 har jeg tatt for meg hovedproblemstillingen for studien, og vist hvordan nettverksdynamikk påvirker suksess for FDI i en fremmed kultur. Med utgangspunkt i Storpers (1997) refleksive modell for økonomisk utvikling, har jeg vist hvordan sosiale,

kulturelle og geografiske faktorer virker inn på bedrifters forretningspraksis, - og påvirker suksess for FDI. Gjennom empiriske eksempler for forretningspraksis har jeg vist hvilken praksis som synes å være vellykket versus mindre vellykket for de norske FDI-bedriftene. Bedriftenes ulike praksis har jeg visualisert i sosiale feltanalyse, der jeg konkluderer med at en balansert feltsituasjon, der de norske aktørene er aktive på den globale og regionale arena, samtidig som de er integrert i chilensk lokalsamfunnsfelt, bidrar til vellykket forretningspraksis. Dette har jeg vist ved å sammenligne dominerende deltakelse i norsk-etnisk felt versus deltakelse i chilensk lokalsamfunnsfelt. Jeg har konkludert med at de bedriftene som deltar i chilensk lokalsamfunnsfelt har størst mulighet for å oppnå vellykket forretningspraksis, fordi de er integrert i det chilenske miljøet, og slik får mulighet til å lære om formelle og uformelle konvensjoner for chilensk forretningspraksis.

9.2 Teoriens og metodologiens fruktbarhet

I denne studien har jeg definert FDI som en sammensetning av kapital, kunnskap og aktører. Jeg hevder at en slik kompleks definisjon av FDI har gjort det mulig å avdekke forhold for bedriftene som ikke kunne vært avdekket i en tradisjonell økonomisk analyse. Jeg har analysert FDI-bedriftene som aktører i samhandling der kunnskaps- og læreprosesser oppstår mellom bedriftene i nettverk, i tillegg til selve den materielle investeringen FDI representerer i Chile.

Jeg har koplet FDI-komplekset mot teori om sosiale felt, for å vise at FDI-bedrifter agerer i problemløsningsnettverk på ulike geografiske nivå, der de involverte aktørene produserer, reproduserer og endrer mening. Jeg har argumentert for at bedriftenes deltakelse i ulike sosiale felt skaper den nødvendige nettverksdynamikken som kreves for vellykket forretningspraksis. Mitt teoretiske utgangspunkt for disse påstandene bygger på Storpers (1997) refleksive modell for økonomisk utvikling. Modellen presenterer organisasjonelle, teknologiske og territorielle forutsetninger som nødvendig for at en bedrift skal oppnå økonomisk utvikling. I studien har jeg definert "organisasjon" som relasjonell praksis, "teknologi" som kunnskapsspillovers og læreprosesser i forbindelse med kulturelle konvensjoner for handling, og "territorier" som rom for samhandling og læring på ulike geografiske nivå. En slik tolkning av Storpers modell har gjort det mulig å argumentere for at deltakelse i sosiale felt bidrar til vellykket forretningspraksis og økonomisk utvikling for bedriftene.

I utgangspunktet vil alle de sosiale feltene jeg har beskrevet i studien være potensielle fruktbare miljøer for forretningspraksis. Jeg argumenterer for at deltakelse i sosiale felt på ulike geografiske nivå, og dynamikken som oppstår gjennom en kompleks geografisk deltakelse i nettverk er positivt for bedriftenes forretningspraksis. Jeg har imidlertid måttet avgrense feltanalysen til de sosiale feltene hvor jeg fikk tilgang; chilensk lokalsamfunnsfelt og norsk-etnisk felt. I tillegg har jeg avgrenset studie av meningsproduksjon til diskursen om ”oss og de andre” i den hensikt å favne kulturelle forskjeller mellom norske og chilenske aktører.

I den forbindelse har jeg argumentert for at ”bonding”-sosial kapital forsterker en karikert meningsproduksjon om ”oss og de andre” i det norsk-etniske feltet, og at de norske aktørene isolerer seg i sitt norske miljø snarere enn å integreres i chilenske miljø. I chilensk lokalsamfunnsfelt derimot har jeg argumentert for at ”bringing”-sosial kapital nyanserer meningsproduksjon om ”oss og de andre”, fordi aktørene samhandler med hverandre på tvers av sosiale grupper. Norske aktører som er integrert i chilensk lokalsamfunnsfelt har større sjans for vellykket forretningspraksis fordi de gjennom samhandling med chilenske aktører lærer hvilke formelle og uformelle atferdsregler for handling som eksisterer i forretningslivet i Chile.

9.3 Strategier for FDI-bedrifter i en ukjent kultur

I studien har jeg presentert mine funn for hvilken praksis som er vellykket og hvilken praksis som er mindre vellykket for de norske FDI-bedriftene i Chile. Her vil jeg nå på bakgrunn av denne informasjonen vise til strategier for vellykket forretningspraksis som jeg mener vil kunne hjelpe bedrifter i en tilsvarende, eller liknende investeringssituasjon som den de norske FDI-bedriftene opplever i Chile. Strategiene har jeg strukturert med utgangspunkt i min oppfatning av geografiske-, sosiale- og kulturelle faktorer som nødvendig for økonomisk utvikling. Her forstår jeg geografiske faktorer som nettverk på ulike geografiske nivå, sosiale faktorer som sosial kapital, og kulturelle faktorer som kunnskap og læring i forbindelse med kultur og konvensjoner for handling. Strategiene står som bevis for min påstand om at deltakelse i sosiale felt påvirker forretningspraksis og bidrar til suksess for FDI:

Geografiske strategier

De geografiske strategiene for forretningspraksis bygger på min overbevisning om nødvendigheten av relasjonell praksis på ulike geografiske nivå, både lokalt, regionalt og internasjonalt. Jeg hevder at en vid geografisk utstrekning er bra for FDI, og gjør integrering

og sosial nettverksbygging mulig. I denne studien er bedriftenes geografiske utstrekning representert gjennom deltakelse i sosiale felt på ulike geografiske nivå, og den feltsituasjonen bedriftene befinner seg i. Jeg hevder at deltakelse i de sosiale feltene gir bedriftene og de økonomiske aktørene tilgang på kunnskap, informasjon, relasjoner, makt og muligheter for markedsføring på ulike geografiske nivå.

Geografisk strategi 1 – Delta i internasjonale næringsmiljø

Jeg hevder at det er viktig for FDI-bedrifter å være aktive i ulike offisielle forum på internasjonalt nivå. En FDI-bedrift bør dra nytte av sin internasjonale identitet, og av eventuelle world wide effekter som følger av engasjement på den globale arena. Bedriftene bør dra nytte av å være multinasjonale selskap med internasjonal kompetanse, bre erfaring med produksjon og etablerte virksomheter i flere land. De bør også engasjere seg i politiske spørsmål og i NGO` arbeid i relasjon til den aktuelle sektor. Jeg hevder at engasjement i det internasjonale rom gir FDI-bedrifter tilgang på kunnskap utviklet i ulike land, informasjon om næringa på et internasjonalt nivå, relasjoner over hele verden, maktposisjoner i internasjonale organ og muligheter for markedsføring mot et globalt marked.

Geografisk strategi 2 – Delta i det regionale, organisasjonelle miljøet

Jeg hevder også at det er viktig for FDI-bedrifter å være aktive i offisielle forum i regionale/lokale miljø. Det kan for eksempel være i organisasjonelt arbeid til felles beste for den aktuelle sektor. I et regionalt næringsmiljø hvor forholdet mellom konkurranse og felles utvikling står i fokus er tilstedeværelse alfa og omega for de involverte bedriftene. Engasjement i organisasjonelt arbeid regionalt gir bedriftene tilgang på kunnskap utviklet i regionen, informasjon om næringa i det regionale miljøet, mulighet for nære relasjoner i lokalmiljøet, makt og medbestemmelse på regionalt nivå, og muligheter for markedsføring.

Geografisk strategi 3 – Delta i det aktuelle lokalsamfunnsmiljøet

FDI-bedriftene og de økonomiske aktørene bør være aktive i uformelle, sosiale situasjoner. Det er viktig for de norske aktørene å lære og kjenne aktører fra det respektive investeringslandet og den aktuelle kulturen. Bedriftene bør bruke sine sosiale relasjoner i forretningsammenheng. Derfor er det strategisk for bedriftene å sosialisere med potensielle forretningsforbindelser. Jeg hevder at deltakelse i et lokalsamfunnsmiljø gir tilgang på informasjon om næringa, som for eksempel bedrifters kjøp- og salgsplaner, ulike aktørers

faktiske situasjon og ønsker. Deltakelse i lokalsamfunnsmiljøet er spesielt viktig i land hvor de økonomiske aktørene foretrekker å gjøre forretninger med folk de kjenner.

Sosiale strategier

Som nevnt over, i forbindelse med geografiske strategier, åpner deltakelse i sosiale felt for sosial samhandling på ulike geografiske nivå. Bedriftens geografiske utstrekning kan således forstås som bedriftens relasjonelle utstrekning, og blir viktig for bedriftens evne til nettverksbygging og mulighet til å investere sosial kapital i sine omgivelser. I denne studien har jeg vist at de norske FDI-bedriftene i Puerto Montt erfarer at sosiale relasjoner i nærmiljøet er nødvendig for forretningsvirksomheten. Det er fordi chilenerne helst gjør forretning med folk de kjenner, fordi tillitt er essensielt i forretningsforbindelser. Under følger tre sosiale strategier bedrifter med fordel bør følge dersom de vurderer å investere i et land der tillitt er essensielt i forretningsforbindelser.

Sosial strategi 1 – Investere sosial kapital i formelle relasjoner

FDI-bedrifter bør prioritere å pleie sine formelle relasjoner. Slik jeg har vist i denne studien er for eksempel Chile et land der en investor blir møtt med visse forventninger i forhold til kunderelasjoner. Chilenerne verdsetter folk, og vil helst kjenne sine forretningsforbindelser. I land hvor dette er tilfelle blir det nødvendig å bruke tid på å sosialisere med potensielle kunder, og pleie sine etablerte kunderelasjoner. Det er også viktig at FDI-bedrifter engasjerer seg i offisielle fora tilknyttet den aktuelle næring. Slike fora gir en bedrift mulighet til nettverksbygging utover sitt ordinære marked, noe som vil kunne tilføre bedriften informasjon om næringa, kunnskap om teknologiske nyvinninger, verdifulle kontakter og ”gratis” markedsføring.

Sosial strategi 2 – Investere sosial kapital i uformelle relasjoner

Jeg hevder også at det er viktig for FDI-bedrifter å pleie sine uformelle relasjoner. Som nevnt er det viktig i enkelte land å kjenne sine forretningsforbindelser for å oppnå tillitt i forhandlinger. Dermed blir det ekstra viktig for FDI-bedrifter å ta den uformelle nettverksbyggingen på alvor. Ved uformell sosialisering i nærmiljøet oppnår de norske aktørene også en annen fordel, nemlig en integrering i den lokale og nasjonale kulturen. Gjennom uformell samhandling blir aktørene kjent med aktører fra det respektive investeringslandet og med konvensjoner for handling i den aktuelle kulturen, og som følge av dette også gjør seg gjeldende i det respektive forretningsmiljøet. Jeg hevder at kjennskap til

forretningskultur er en viktig forutsetning for vellykket forretningspraksis for FDI-bedrifter som opererer i en ukjent kultur.

Sosial strategi 3 – Investere sosial kapital i lokalsamfunnet

I tillegg hevder jeg at en viktig sosial strategi for FDI-bedrifter er å investere sosial kapital i lokalsamfunnet. Jeg har i denne studien argumentert for at engasjement i lokalsamfunnet gir positive ringvirkninger tilbake til bedriften. Slike ringvirkninger kan være at folk i nærmiljøet får kjennskap til bedriften, at bedriften får positiv omtale, og at bedriften oppnår tillitt blant folk i nærmiljøet. Når en bedrift investerer i skoler, hjelpeorganisasjoner, eller tilbyr andre sosiale - og/ eller helsetjenester vil det i de fleste tilfeller resultere i en omgjøring fra økonomisk kapital til sosial kapital, som igjen vil bidra til økt økonomisk kapital for bedriften.

Kulturelle strategier

De kulturelle strategiene for suksess blir her presentert som oppsummerende tiltak for en bedrift i møte med en ukjent kultur. Slik jeg ser det har en bedrift et bedre utgangspunkt for å takle kulturelle utfordringer dersom bedriften deltar aktivt i sosiale nettverk på ulike geografiske nivå. For, i møte med aktører fra andre lokale og nasjonale kulturer vil bedriftene opparbeide seg kunnskap om kulturforskjeller, og lære hvordan kulturelle utfordringer bør takles. Jeg hevder at kulturell forståelse og ydmykhet ovenfor den aktuelle kulturen er nødvendig for at en norsk FDI-bedrift skal lykkes i et fremmed land.

Kulturell strategi 1 – Ansett ledelse med aktuell nasjonalitet i bedriften

Et viktig tiltak for vellykket forretningspraksis for FDI-bedrifter kan være å ansette personer med aktuell nasjonalitet i bedriftens ledelse eller i viktige stillinger i bedriften. Jeg vil påstå at det jevnt over er en fordel å ha dyktige ledere med aktuell nasjonalitet i bedriftene, fordi de kjenner den aktuelle kulturen, og kanskje det miljøet hvor bedriften skal operere. Følgelig har de et nettverk av både uformelle, sosiale relasjoner og tidligere forretningsforbindelser som bedriften kan dra nytte av. I denne studien har jeg vist at flere av de norske FDI-bedriftene har innført chilensk ledelse, og har tjent på en slik satsing. Men jeg har også gjort rede for eksempler på bedrifter der nordmenn er bedriftsledere, og dyktige chilenerne er ansatt som medarbeidere i viktige posisjoner. I de tilfeller hvor det er god kommunikasjon mellom ledelse og medarbeidere har dette vist deg å være svært vellykket.

Kulturell strategi 2 – Norsk tilstedeværelse i bedriften

Jeg hevder også at norsk tilstedeværelse i bedriftene kan ha positiv effekt for forretningspraksisen for norske FDI-bedrifter i en ukjent kultur. Spesielt i startfasen av investeringsprosessen er bedriften i en høyrisikofase, og kapital og innsats står på spill. I en slik situasjon er det essensielt for investoren å kunne stole på datterbedriftens ledelse i det respektive investeringslandet. Denne studien har vist at enkelte norske FDI-bedrifter har valgt å ansette chilenerne som de ikke har kjent bakgrunnen til, og har blitt lurt. Resultatet har i verste fall vært at bedriften har gått konkurs.

Tabbe av nordmennene å sende penger ned hit, men ikke norske folk. Mange har blitt lurt, og tapt mye penger. Tilstedeværelse er alfa og omega.

Bedriftsleder L1

Studien har også vist at det i enkelte tilfeller er selve kunnskapsoverføringen fra Norge til Chile som står i fokus i forhold til argumentet om norsk tilstedeværelse. Enkelte FDI-bedrifter tilbyr tjenester eller produkt som krever en spesiell kompetanse, og som krever at norsk personell må være tilstede i bedriften for å videreføre kunnskap, og for å kontrollere at produktene holder riktig kvalitet.

De presenterte argumentene for norsk tilstedeværelse i bedriftene tyder på at en kombinasjon av norske og chilenske aktører i bedriftene også kan fungere godt for norske FDI-bedrifter i en fremmed kultur.

Kulturell strategi 3 – Lær språket!

Det virker svært viktig at norske aktører i FDI-bedriftene lærer seg det respektive språket i det landet hvor de er etablert. I de fleste land behersker de fleste bedriftsledere engelsk, men det er spesielt i møte med arbeidere på produksjonssiden-, og administrativt i bedriftene at det er helt nødvendig å kunne kommunisere på det aktuelle språket. Som jeg har vist i denne studien er det svært viktig med sosialt nettverk, og å kjenne sine forretningsforbindelser i forbindelse med forretningsvirksomhet. På bakgrunn av dette er det også nødvendig å beherske det språket som snakkes blant aktører i uformelle situasjoner, for eksempel i lokalsamfunnet.

Kulturell strategi 4 – Møt den aktuelle kulturen med ydmykhet!

Jeg mener det er viktig at norske FDI-bedrifter viser en ydmykhet for den aktuelle kulturen i det landet hvor de er etablert. I denne studien har jeg vist at i de tilfeller der norske aktører har møtt chilenske aktører med en arrogant holdning, og operert etter norske metoder og konvensjoner for forretningspraksis, har det blitt dårlig mottatt hos chilenerne. Det er min oppfatning at en slik fremtreden også er grunnen til at enkelte bedrifter ikke har lyktes i Chile, og har blitt nødt til å avslutte investeringsprosjektet. Ofte er det såpass store forskjeller mellom norsk kultur og den aktuelle kulturen i investeringslandet at det er nødvendig for bedriftene å lære seg hvordan ulikhetene skal takles. Jeg hevder at den beste løsningen for en FDI-bedrift er å tilpasse seg aktuelle konvensjoner for forretningspraksis.

Oppsummering av strategier

Jeg mener at norske FDI-bedrifter vil være godt rustet til å møte en kulturelt annerledes forretningshverdag ved bruk av de presenterte strategiene. Selv om jeg ovenfor har strukturert strategiene i forhold til de tre ulike kategoriene; geografisk kategori, sosial kategori og kulturell kategori, så er det sterke bånd mellom de tre strategikategoriene. Nettverkene av sosiale relasjoner på ulike geografiske nivå, og kulturen i nettverkene legger premisser for aktørens meningsproduksjon og praksis. Sammenhengen mellom kategoriene har jeg i studien visualisert gjennom Storpers (1997) refleksive modell, der effekten på FDI mellom sosiale, kulturelle og geografiske faktorer er sirkulær og viser at faktorene er gjensidig avhengig av hverandre. Ved å følge Storpers argumenter for at geografiske (territorier), sosiale (organisasjon) og kulturelle (teknologi) faktorer er nødvendig for å oppnå økonomisk utvikling, hevder jeg at deltakelse i sosiale felt muliggjør økonomisk utvikling, fordi sosiale felt er definert som problemløsningsnettverk av sosiale aktører i samhandling (sosial faktor) på ulike geografiske nivå (geografisk faktor) hvor aktørene produserer, reproducerer og endrer mening (kulturell faktor).

Strategiene som fremføres for forretningspraksis i denne studien er basert på en kvalitativ analyse av *aktørene* i FDI-bedriftene, aktørens bruk av *kunnskap*, og evne til å utnytte den *økonomiske investeringen* på best mulig måte i en fremmed kultur, gjennom læreprosesser for vellykket forretningspraksis og deltakelse i sosiale felt

9.4 Videre forskning på temaet og utvikling av oppdrettsnæringa i Chile

Jeg vil avslutningsvis gjøre kort rede for noen muligheter for videre forskning på dette temaet, og presentere noen tanker for videre utvikling av oppdrettsnæringa i Chile. Som nevnt har jeg i denne studien argumentert for at deltakelse i sosiale felt på ulike geografiske nivå bidrar til vellykket forretningspraksis for FDI-bedrifter i Chile. Dette hevder jeg fordi jeg mener at meningsendring og læreprosesser i forhold til konvensjoner for handling er viktige forutsetninger for å lykkes i en ukjent kultur. Jeg har imidlertid kun fått tilgang til to av disse feltene, og mine konklusjoner bygger på fortellinger i forhold til diskursen om ”oss og de andre” i disse feltene. Følgelig vil det være muligheter for å gjøre studier som kartlegger meningsproduksjon også i det regionale- og globale feltet, for å kunne si noe om hvordan meningsproduksjon og læreprosesser i disse feltene påvirker forretningspraksis for FDI-bedrifter. Det vil også være mulig å utvide en slik studie ved å kartlegge narrativ i forhold til en annen type diskurs. For eksempel i forhold til teknologiske innovasjoner og regional utvikling.

Oppdrettsnæringa i Chile, representert av både nasjonale og internasjonale bedrifter, har hatt en enorm betydning for den økonomiske utviklingen i regionen, som har ført til store sosiale og kulturelle endringer på stedet over et relativt kort tidsrom. Jeg har så vidt vært innom denne problematikken om forholdet mellom næringa og regional utvikling i min avhandling, men jeg mener det er et stort potensial for videre studier innenfor denne tematikken. Paraplyprosjektet for avhandlingen (1.2) legger føringer for en slik tankegang, med sin tredje problemstilling, der fokuset er på effekt av FDI i utviklingsland, og avhengighetsforhold eller utviklingsforhold som mulige variasjoner av forhold mellom FDI og lokalsamfunn. Jeg hevder det er grunn til å anta at utvikling er et sannsynlig forhold mellom partene i Chile, men at avhengighetsforholdet i enkelte tilfeller vil utfordre et slikt syn. Spesielt der store FDI bedrifter sitter igjen med den største økonomiske gevinsten. Det blir imidlertid opp til fremtidige studier å konkludere for dette.

Uansett vil det være spennende å følge den videre utviklingen av laksenæringa i Chile, ikke minst for de norske FDI-aktørene. Mye tyder på at laksenæringa i Chile vil fortsette å vokse seg stadig større, og strekke seg stadig lenger sørover langs Chiles kyst. Jeg tror at norske selskap fortsatt vil være en del av denne utviklingen fremover. Kanskje vil stadig flere selskap slå seg opp i Chile, og kanskje blir allerede etablerte bedrifter ytterligere fusjonert til enda større konsern? Det er verdt å merke seg at bare siden jeg gjorde mitt feltarbeid i 2005, har

norske oppdrettsselskap blitt færre og større, og fått enda større makt på den internasjonale oppdrettsarena. Situasjonen for utstys- og leverandørbedriftene vil nok også holde stand fremover, med mindre chilenske bedrifter tar igjen de norske bedriftenes teknologiske kompetansefortrinn, og tilbyr tilsvarende kvalitetsprodukt til en chilensk prisstandard.

Chile har klart det umulige. De har klatret oppover industristigen, slått seg opp innen lakseoppdrett, og har som verdens kanskje mest velfungerende utviklingsland utfordret Norge som verdens ledende produsent og eksportør av laksefisk. "Lakseboomen" i Chile har så absolutt vært et spennende case å jobbe med, og fremdeles er det utallige muligheter for oppfølging av- og videre forskning på laksefenomenet i Chile, både a priori og i forhold til norsk og internasjonal FDI virksomhet.

Referanseliste

Baron, S., Field, J. og Schuller, T. (2000): *Social Capital. Critical Perspectives*. Oxford University Press, New York.

Bourdieu, P. (2002): The Forms of Capital. I Richardson, J.G. (ed.): *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. s 241-58, Greenwood Press, New York.

Dunning, J.H.(1988): The eclectic paradigm of international production. A restatement and some possible extensions. *Journal of international business studies*, 19:1-31

Field, J. (2003): *Social capital. Key ideas*. Routledge. London og New York.

Fløysand, A. (1997): *Hvordan kan "kultur" integreres i geografiske analyser av regional og lokal endring?* Geografi i Bergen, nr 218 – 1997.

Fløysand, A (2004): Omstilling i norsk fiskeindustri. Et tidsgeografisk perspektiv. I Lindkvist, K. B. (red.): *Ressurser og omstilling - et geografisk perspektiv på regional omstilling i Norge*. Fagbokforlaget.

Fløysand, A. (Ikke publisert): Forelesningsnotater: kulturdefinisjon. Institutt for geografi. Universitetet i Bergen

Fløysand, A. (Ikke publisert): Prosjektbeskrivelse. *The spatial embededness of Foreign Direct Investment*. Institutt for geografi. Universitetet i Bergen

Fløysand, A. og Jakobsen, S-E. (2001): *Culture and competitiveness in glocal capitalism*. Geografi i Bergen, nr.246 – 2001.

Fløysand, A og Jakobsen, S-E. (2002): *Clusters, Social Fields, and Capabilities. Rules and Restructuring in Norwegian Fish-processing Clusters*. *International Studies of Management and Organisation*, Winter 2001-2002, Vol. 31, No 4, 35-55

Fløysand, A og Jakobsen, S-E. (2005): *The Embeddedness of Industries. A Time-Geographical Approach*. Nordisk Samhallsgeografisk Tidsskrift. Nummer 39 – 2005. Endret fra 2003

Fløysand, A. og Jakobsen S-E. (2005): *The art of networking: The case of Sogndal Fotball and Fosshaugane Campus*. SNF Working Paper No.84/05

Fløysand, A., Haarstad, H., Jakobsen, S-E. og Tønnessen, A. (2005): *Foreign Direct Investment Regional Change and Poverty: Identifying Norwegian controlled FDI in developing countries*. SNF Report no.04/05. Bergen.

Fjelland, Ragnar (1999): *Innføring i Vitenskapsteori*. Universitetsforlaget

Gans, P. og Leiva, J.I.G. (2004): Der chilenische Zensus von 2002 – erste Ergebnisse. *Geographische Rundschau* 56, Heft 3

Giddens, Anthony (2000) Third ed.: *Sociology*. Polity Press, UK

Grabher, G. (ed.) (1993): *The Embedded Firm. On the socioeconomics of industrial networks*. Routledge. London and New York.

Granovetter, M. (1992): *Economic Institutions as Social Constructions: A Framework for Analysis*. *Acta Sociologica*, vol 35: 3-11.

Grønhaug, R. (1978): Scale as a Variable in Analysis: Fields in Social Organization in Herat, Northwest Afghanistan. I Barth, F. (red.) (1978): *Scale and Social Organization*. Universitetsforlaget, Oslo.

Haarstad, H. og Fløysand, A. (2006): Workingpaper. *Globalisation and Power – Discourse, Narratives and Networks at spatial scales*. Institutt for geografi. Universitetet i Bergen

Hall, S. (1997): *Representation. Cultural Representations and Signifying Practises*. SAGE Publications London, Thousand Oaks, New Delhi.

Hellevik, O. (2000) 6.utg.,2.oppl.: *Forskningsmetode i sosiologi og statsvitenskap*. Universitetsforlaget AS. Oslo.

Holloway, L. og Hubbard, P. (2001): *People and place. The extraordinary geographies of everyday life*. Prentice Hall. England

IGM (Instituto Geográfico Militar de Chile) (2003): *Atlas geográfico para la educación*. Santiago, Chile.

Jakobsen, S-E., Rusten, G. & Fløysand, A. (2005): How green is the valley? Foreign direct investment in two Norwegian industrial towns. *The Canadian Geographer* 49, no 3 (2005) 244-259.

Johnstad, T., Klausen, J. E. og Mønnesland, J. (2003): *Globalisering, regionalisering og distriktpolitikk*. Makt- og demokratiutredningens rapportserie, ISSN 1501-3065, Rapport 76, august 2003.

Kearns, R. (2000): *Being There: Research through Observing and Participating*. I Hay, I. (red): *Qualitative Research Methods in Human Geography*. Oxford University Press.

Kilpatrick, S., Field, J. og Falk, I. (2001): *Social Capital: An analytical tool for exploring lifelong learning and community development*. University of Tasmania.

Knox, P. & Agnew, J. (Third edition) (1998): *The geography of the World Economy*. Arnold.

Kristiansen, T. E. (2005): *Lyngør – Helårssamfunn eller ferieidyll? Om sosiale konstruksjoner av sted belyst gjennom debatten om skolenedlegging*. Masteroppgave. Institutt for geografi. Universitetet i Bergen.

Lindkvist, K. B. (2004): Regionale innovasjonssystemer i norsk saltfisk industri. I Lindkvist, K. B. (red.): *Ressurser og omstilling - et geografisk perspektiv på regional omstilling i Norge*. Fagbokforlaget.

Lonely Planet (2003) 6.th ed.: *Chile & Easter Island. Your top guide to the Andean adventure*. Lonely Planet Publications Pty Ltd, Australia

Neumann, I. B. (2001): *Mening, materialitet, makt: En innføring i diskursanalyse*. Fagbokforlaget Vigmostad og Bjørke AS

Norges Bank (1998): *Utenlandske investeringer i Norge* <http://www.norges-bank.no/stat/investeringer/beholdningstall1.html>

Peet, R. (1998): *Modern Geographical Thought*. Blackwell Publishing.

Porter, M.E. (1990): *The competitive advantage of nations*. Macmillan, London.

Repstad, P. (1993): *Mellom nærhet og distanse*. Universitetsforlaget AS. Oslo.

Roe, E. (1991): *Development Narratives, Or Making the Best of Blueprint Development*. I: World Development, Vol. 19, No. 4, pp 287-300, 1991.

Rose, G. (1995): Place and identity: a sense of place. I D. Massey og P. Jess (ed): *A place in the World?* Oxford University Press.

Rugman, A. (2002): Multinational Enterprises and the End of Global Strategy. In J.H. Dunning and J-L. Mucchielli (eds.) *Multinational Firms: The Global-Local Dilemma*. Routledge, London

Rusten G., Kvinge, T. og Jakobsen, S-E. (1999): *Internasjonalt eierskap i norsk næringsliv – omfang og effekter nasjonalt og regionalt*. SNF rapport nr 24. Bergen.

Salmon Chile (S.C.) (2003): *Aquaculture in Chile*. TechnoPress S.A.

Stabell, M. C. (2003): *Petroleumsrelatert FDI og lokal økonomisk utvikling. En studie av Macaé regionen i Brasil*. Hovedfagsoppgave. Institutt for geografi. Universitetet i Bergen.

Storper, M. (1997): *The Regional World*. The Guilford Press, New York, London.

Thagaard, T. (2003): *Systematikk og innlevelse. En innføring i kvalitativ metode*. 2. utg. Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS.

Te Velde, D. W. (2003): *Foreign Direct Investment and Income Inequality in Latin America*. Overseas Development Institute, UK

Todaro, M.P. (1998): *Economic Development* (6.th ed). Longman. USA

Wadel, C. (1991): *Feltarbeid i egen kultur. En innføring i kvalitativt orientert samfunnsforskning*. SEEK AS. Flekkefjord.

Welander, T. B. (2004): *Omstilling og industrielle konvensjoner i Finnmark. En studie av persepsjoner og tilpasninger i en global sjømatnæring*. Hovedfagsoppgave. Institutt for geografi. Universitetet i Bergen

Winchester, H. P. M. (2000): *Qualitative Research and Its Place in Human Geography*. I Hay, I. (red.): *Qualitative Research Methods in Human Geography*. Oxford University Press.

Woolcock, M. (2002): *Social capital in theory and practice: where do we stand?* I Isham, J., Kelly, T. og Ramaswamy, S. (ed.): *Social capital and economic development. Wellbeing in Developing countries*. Edward Elgar. Cheltenham, UK – Northampton, MA, USA.

Kilde forsidebilde: TWB, Reklame for Salmon Chile

Internettreferanser

http://coreweb.nhosp.no/fhl.no/html/files/Lars_Liaboe_Norge_Chile.pdf

http://www.eksportfinans.no/eprise/main/EF/content/norsk/1_index.htm

<http://www.fao.org/figis/servlet/static?dom=root&xml=aquaculture/index.xml>

http://www.fiskerifond.no/files/news/attach/studie_-_norge_chile_til_oversendelse.pdf

<http://www.nor-fishing.no/messe.php?messe=9>

<http://www.noruega.cl/norsk/Norway+in+Chile/norway+in+chile.htm>

<http://no.wikipedia.org>

<http://www.odin.dep.no/odinarkiv/norsk/bondevikII/nhd/pressem/024051-070035/dok-bn.html>

http://www.orapp.no/oversikt/Argang_2005/32221/rapport/32269

<http://www.salmonchile.cl/frontend/seccion.asp?contid=&secid=2&secoldid=2&subsecid=12&pag=1>

<http://www.salmonoftheamericas.com/index.html>

http://www.toll.no/templates_TAD/CircularLetter.aspx?id=75319&epslanguage=NO

http://www.worldwildlife.org/cci/aquaculture_dialogues.cfm

<http://www.worldwildlife.org/cci/dialogues/salmon.cfm>

Informantliste og oversikt over bedriftsnummerering

Informanter fra bedriftene er hovedsakelig bedriftsledere og enkelte medarbeidere. I avhandlingen er stilling spesifisert der informantene er sitert. Eks: Bedriftsleder O1. Se kapittel 5 for en mer detaljert fremstilling av bedriftene, og kapittel 3 for en mer detaljert fremstilling av informantene.

Bedrift:	Type virksomhet:	Informantenes stilling:
Oppdrett:		
O1	Oppdrett	Bedriftsleder og medarbeider
O2	Oppdrett	Medarbeider
Utstyr:		
U1	Utstysleverandør	Bedriftsleder
U2	Utstysleverandør	Bedriftsleder
U3	Utstysleverandør	Bedriftsleder
U4	Utstysleverandør	Bedriftsleder og medarbeidere (a, b)
U5	Utstysleverandør	Bedriftsleder
U6	Utstysleverandør	Medarbeider
U7	Utstysleverandør	Bedriftsleder og medarbeider
Leverandør:		
L1	Eggleverandør	Bedriftsleder og medarbeider
L2	Farmasautiske tjenester	Bedriftsleder
L3	Fôrprodusent	Bedriftsleder
Brønnbåt:		
B1	Brønnbåt	Bedriftsleder og medarbeidere (a, b)
B2	Brønnbåt	Bedriftsleder og medarbeidere (a, b)

Eksterne informanter:	Virke:
Informant 1	Nordmann – Tidligere aktiv i chilensk og norsk utstysbedrift i Puerto Montt
Informant 2	Nordmann – Engasjert i kjøp/salg av fisk i Puerto Montt
Informant 3	Representant for Den kongelige norske ambassade i Santiago
Informant (er) 4	Organisasjonsarbeidere/journalister i Salmon Chile, Puerto Montt

Intervjuguide

Intervjuguiden er utarbeidet for intervju med de norske FDI bedriftene. I tilfeller av intervju med eksterne informanter har jeg bearbeidet intervjuguiden og gjort spørsmålene relevant for informantene. Jeg ser det ikke som hensiktsmessig å legge ved de alternative intervjuguidene. Intervjuguiden er strukturert med utgangspunkt i problemstillingene for studien, og er vedlagt på norsk og engelsk.

UP1: *Hva kjennetegner norske FDI bedrifter i Puerto Montt?*

1. Hvordan vil du beskrive bedriften (produkt, tjeneste, størrelse, eierforhold)?
2. Hvilket motiv hadde bedriften for investeringen?
3. I hvilken grad har investeringen ført til overføring av personell (Fra Norge)?
4. I hvilken grad har investeringen ført til overføring av kunnskap (Fra Norge)?
5. Hva anser dere som fordeler ved å være norsk FDI i Chile?
6. Hva anser dere som ulemper ved å være norsk FDI i Chile?
7. Vil du beskrive bedriften som vellykket? Hvorfor/ hvorfor ikke?

1. How would you describe your company? (products, services, size, ownership)?
2. What are the motives behind the investment?
3. To what extent has the investment lead to transfer of personnel (From Norway)?
4. To what extent has the investment lead to transfer of knowledge (From Norway)?
5. What do you see as advantages being a Norwegian company in Chile?
6. What do you see as disadvantages being a Norwegian company in Chile?
7. Would you describe the company as successful? Why/ why not?

UP2: *Hvilke nettverk er bedriftene en del av?*

9. Hvilke formelle samarbeidspartnere har bedriften (andre bedrifter/organisasjoner/FOU, nasjonalitet, medlemskap), og hvilken betydning har eventuelle medlemskap/samarbeid for bedriften?
10. I hvilken grad deltar bedriften på konferanser, kongresser og lignende? Hvorfor?
11. Hvem er bedriftens kunder (nasjonalitet, type virksomhet)?
12. Hvem er bedriftens konkurrenter?
13. I hvilken grad opererer bedriften på et internasjonalt nivå? Hvor? Hvorfor?
14. I hvilken grad treffer du (til informanten i bedriften) andre oppdrettsaktører utenom jobb? (Hvor møter du kolleger og konkurrenter i uformelle situasjoner)?

15. I hvilken grad er slike uformelle relasjoner av betydning for forretningslivet? (I hvilken grad bygges forretningsforbindelser med i utgangspunkt i uformelle relasjoner)?

16. I hvilken grad får bedriften kunnskap om miljøet gjennom slike uformelle relasjoner?

9. Who are your formal cooperating companies or organisations (R&D's, nationality), and what does these possible cooperations or membership mean for the company?

10. To what extent do your company join conferences and similar arrangements? Why?

11. Who are your costumers (nationality, type of business)?

12. Who are your competitors?

13. To what extent do your company operate on an international level? Where? Why?

14. To what extent do you and your colleagues as private persons meet informally with other people related to the fish farming industry? (Where do you meet colleagues and competitors in informal situations)?

15. To what extent are these relations important for your business life? (To what extent are your business relations built on informal relations)?

16. To what extent do your company attain information and knowledge of the milieu through informal relations?

UP3: *Hvilken type mening konstrueres i nettverkene og hvordan påvirker det norske FDI bedrifter i en ukjent kultur?*

17. Hvilket bilde har Chilenerne av norske FDI (oppfatninger/fordommer/narrativ)?

18. Hvilket bilde har nordmenn av chilenerne?

19. Hvordan påvirker disse bildene en norsk FDI bedrifts forretningsvirksomhet i Chile?

20. Hvordan påvirker, eller endrer deltakelse i nettverk slike bilder (deltakelse i organisasjoner, messer, samarbeidsrelasjoner osv)?

17. What do (you think) the Chilean people think of norwegian FDIs?

18. What do (you think) the Norwegian investors think of the Chilean people and the Chilean companies?

19. How do (you think) these thoughts affect a Norwegian FDI company`s business in Chile?

20. How does participating in networks affect or change these ideas (participating in organisations, congresses, cooperations ect)?

HP: Hvordan påvirker nettverksdynamikk suksess for FDI i en fremmed kultur?

21. Hvilke tilpasninger har bedriften måttet gjøre i løpet av investeringsperioden?
 22. I hvilken grad overføres kunnskap mellom bedriftene i laksenæringa i Puerto Montt? Lærer deres bedrift av andre bedrifter? Lærer andre bedrifter av dere?
 23. I hvilken grad opplever bedriften å bli utsatt for kopiering?
 24. I hvilken grad samarbeider bedriftene for felles utvikling av laksenæringa i Puerto Montt? Er det viktig for bedriften? Hvorfor?
 25. Hvordan vil du beskrive laksenæringas påvirkning på regionen, og utviklingen av regionen?
 26. Er norske FDI bedrifter en viktig del av utviklingen i laksenæringa og i regionen? Hvorfor/ hvorfor ikke?
-
21. What sort of adjustments has your company had to do during the investment period?
 22. To what extent are knowledge transferred between companies in the salmonbusiness in Puerto Montt? Do you learn from other companies? Does other companies learn from you?
 23. To what extent do your company experience other companies copying your production?
 24. To what extent do companies cooperate for mutual development of the business in Puerto Montt? Is it important for your company? Why?
 25. How would you describe the salmonsectors impact on the region, and the development of the region?
 26. Do you think Norwegian FDI companies are an important part of the development in the salmonbusiness and in the region? Why/ why not?