

RURAL KONKURRANSEKRAFT

Tore Frimanslund og
Nora Geirsdotter Bækkelund (Red.)

RURAL KONKURRANSEKRAFT



FAGBOKFORLAGET

Boken ble første gang utgitt i 2024 på Vigmostad & Bjørke AS.

Redaksjonelt arbeid, utvalg og introduksjon © Tore Frimanslund og Nora Geirsdotter Bækkelund 2024. Hvert enkelt kapittel © den respektive forfatter 2024.

Dette verket, tilgjengelig fra <https://oa.fagbokforlaget.no>, omfattes av åndsverksloven og er lisensiert under følgende Creative Commons-lisens: Creative Commons Navngivelse 4.0 Internasjonal (CC BY 4.0).

Denne lisensen gir tillatelse til å kopiere, distribuere eller spre materialet i hvilket som helst medium eller format, og til å remikse, endre eller bygge videre på materialet til et hvilket som helst formål, inkludert kommersielle. Disse frihetene gis på følgende vilkår: Du må oppgi korrekt kreditering, oppgi en lenke til lisensen, og indikere om endringer er blitt gjort. Du kan gjøre dette på enhver rimelig måte, men uten at det kan forstås slik at lisensgiver bifaller deg eller din bruk av materialet. Du kan ikke gjøre bruk av juridiske betingelser eller teknologiske tiltak som lovmessig hindrer andre i å gjøre noe som lisensen tillater.

For å se en kopi av denne lisensen, besøk <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.no>

Lisensen gir deg ikke nødvendigvis alle de tillatelser som er nødvendig for din tiltenkte bruk. For eksempel kan andre rettigheter, som reklame-, personvern-, eller ideelle rettigheter, sette begrensninger på hvordan du kan bruke materialet.

Boken er fagfellevurdert i henhold til Universitets- og høyskolerådets retningslinjer for vitenskapelig publisering.

ISBN trykt utgave: 978-82-450-5284-8

ISBN digital utgave: 978-82-450-4434-8

DOI: <https://doi.org/10.55669/oa4104>

Spørsmål om denne utgivelsen kan rettes til:

fagbokforlaget@fagbokforlaget.no

www.fagbokforlaget.no

Omslagsdesign ved forlaget

Sats ved forlaget

Vigmostad & Bjørke AS er Miljøfyrtårn-sertifisert, og bøkene er produsert i miljøsertifiserte trykkerier.



Miljøfyrtårn[®]

Forord

Norge er i endring. Blant annet vil vi ifølge NHO mangle 40 000 teknologer mot 2030, en gruppe som skal håndtere en pågående omstilling og gjøre samfunnet mer bærekraftig og produktivt (NHO, 2023). Endrede forbruksmønstre som følge av pandemien, pågående internasjonale konflikter, energiknapphet, valutasvingninger og dyrtid endrer forutsetningene for mange næringer. En stor del av virksomhetene som blir berørt av disse endringene, ligger i rurale strøk.

Utgangspunktet for denne antologien er Vestlandet, en region som representerer slike rurale utfordringer på en spesiell måte. Vestlandet er regionen med den tredje største befolkningen og bruttoproduksjonen i landet, men folk bor svært spredt sammenlignet med nummer en og to på disse listene (Oslo og Viken). I denne regionen bor og arbeider folk i større grad i rurale strøk, og mobiliteten blir i større grad hindret av fjorder og fjell. Store og systemiske endringer påvirker dermed aktørene lokalt. Midt i dette bølgehavet ønsker vi derfor å lære mer om hvordan rurale områder kan møte fremtiden og styrke konkurransekraften. Vi ønsker spesielt å løfte frem system- og aktørorienterte tilnærminger fra ulike akademiske fagtradisjoner, og gi dem en faglig arena der de kan møte, utfordre eller utfylle hverandre.

Denne antologien om rural konkurransekraft følger to tidligere artikkel-samlinger i samarbeid mellom Høgskulen i Sogn og Fjordane/Vestlandet og Fagbokforlaget. Begge bøkene omhandler på ulike måter hvordan man kan forstå verdiskaping i distriktene. Dette gjelder først boken Innovasjonsøkosystem (Nesse, 2017) og deretter Bærekraftig Verdiskaping (Longvanes & Årethun, 2020). Førstnevnte tar i hovedsak en systemisk tilnærming til nyskaping og innovasjon, og spør hvordan «distriktsområder kan utnytte ressurser og muligheter til å skape verdier som gir grunnlag for å bo og arbeide der» (Forord). Den neste hadde som mål å vise case og eksempler på hva bærekraftig verdiskaping er for våre regioner. Denne plukket i større grad opp et fremvoksende fokus på klimaomstilling som på denne tiden begynte å bygge opp momentum i både forskning og politikk. I motsetning til Innovasjonsøkosystem fokuserer Bærekraftig verdiskaping mer på aktørperspektivet ved at den ser på hvordan enkeltaktører (bedrifter eller individ) forholder seg til tematikken. Vi vil

med Rural konkurransekraft slutte sirkelen ved å kombinere både system- og aktørperspektiv.

Å skape forståelse av verdiskaping og konkurransekraft har vært et mål for flere av våre fagfelt. Samtidig har fagfeltene hatt en tendens til å utvikle seg hver for seg. Det er vårt inntrykk at ulike fagtradisjoner over tid kan ha utviklet tendenser til å bli kunnskapssiloer med ulike «medfødte» grunnsyn på hvor og hvordan verdiskaping skjer i samfunnet. Vi sier gjerne at analyseenheter og analysenivå ofte er forskjellige. Litt forenklet betyr dette at om du spør om verdiskaping og konkurransekraft, vil du få ulike svar fra en samfunnsviter og en bedriftsøkonom. Brobygging mellom disse ulike grunnperspektivene vil kunne bidra til bedre forståelse av hverandres syn og åpne nye dører for spennende forskning. I stedet for å utelukkende fokusere på å fremskaffe ny kunnskap, vil redaksjonen derfor undersøke hvordan siloene kan utfylle og informere hverandre. Denne boken er et forsiktig forsøk på å knytte sammen slike ulike perspektiv.

Tore Frimanslund og Nora Geirsdotter Bækkelund
Sogndal og Bergen

Innholdsfortegnelse

Kapittel 1	
Introduksjon	9
<i>Tore Frimanslund og Nora Geirsdotter Bækkelund</i>	
Kapittel 2	
Konkurranseskrafta i norsk distriktsreiseliv – nye forståingar	31
<i>Agnes Brudvik Engeset og Reidun Heggem</i>	
Kapittel 3	
Merkevareinnovasjon som eit ruralt konkurransefortrinn	59
<i>Eli Kristin Nyttun Leirdal, Gurid Karevoll og Ove Oklevik</i>	
Kapittel 4	
Tilbake til historie og kontekst som forståelsesramme for regional utvikling	87
<i>Lise Lillebrygfeld Halse og Ove Bjarnar</i>	
Kapittel 5	
Konkurranseskraft i omstillingstid: Regionale effekter av batterifabrikkar i små skandinaviske regioner	109
<i>Arne Isaksen</i>	
Kapittel 6	
Partnerskap og konstruksjon av fortrinn i en svensk-norsk grenseregion	137
<i>Bjørnar Sæther</i>	
Kapittel 7	
Institusjonell kapasitet som grunnlag for rural konkurransekraft	161
<i>Øyvind Heimset Larsen, Ingjerd Skogseid og Jon Gunnar Nesse</i>	
Kapittel 8	
Hvilke foretak klarte seg best under COVID-19 pandemien?	
Betydningen av geografi og foretaksinterne ressurser	197
<i>Jarle Aarstad, Stig-Erik Jakobsen og Olav Andreas Kvitastein</i>	

Kapittel 9

Kompetansebehov i distrikta: Kva meiner tilsette om arbeidsliv
og karrieremoglegheiter i Sogn og Fjordane? 219

Kristin Løseth og Daniel Furberg

Forfateromtaler 243

Frimanslund, T. & Bækkelund, N. G. (2024). Introduksjon. I T. Frimanslund & N. G. Bækkelund (Red.), *Rural konkurransekraft* (s. 9–29). Fagbokforlaget. DOI: <https://doi.org/10.55669/oa410401>

Kapittel 1

Introduksjon

Tore Frimanslund¹ og Nora Geirsdotter Bækkelund¹

¹ Handelshøgskulen, Høgskulen på Vestlandet

Aktør- og systemorienterte tilnærminger

Det finnes mange tilnærminger til rural konkurransekraft, både teoretisk og praktisk. Fokus og analytisk nivå varierer noe mellom disipliner og fagtradisjoner, men også mellom ulike teoretiske perspektiver. Noen vektlegger i stor grad aktørers rolle, mens andre fokuserer på systemer som fremmer konkurransekraft. Bidragene i denne antologien representerer ulike disipliner, fagtradisjoner og teoretiske perspektiv – men har et felles ruralt fokus. Med utgangspunkt i sine fagtradisjoner representerer mange av bidragene også en utvikling mot integrasjon mellom aktørsentrerte og systemsentrerte perspektiver på rural konkurransekraft.

I dette kapitlet diskuterer vi aktørsentrerte- og systemsentrerte perspektiver på rural konkurransekraft og utviklingen mot mer helhetlige perspektiver i mange av fagtradisjonene. Kapitlet introduserer deretter de ulike bidragene i antologien og oppsummerer antologiens samlede bidrag mot en felles forståelsesramme.

Hvordan aktører arbeider for økt konkurransekraft

De sterke og sammenvevde økonomisk-administrative fagtradisjonene, som for eksempel bedriftsøkonomi, ledelse, strategi, markedsføring og entreprenørskap, ser som regel på hva den enkelte bedrift kan gjøre for å øke effektivitet, strømlinjeforme interne system, øke salg og forbedre lønnsomhet – kort sagt hvordan de skal stå seg bedre gjennom å øke verdiskaping og konkurransekraft sammenlignet med andre bedrifter.

Felles for mange av disse fagtradisjonene er lange røtter tilbake i transaksjonsaksjonskostnadsøkonomien (f.eks. Coase, 1937; Williamson, 1975), hvor en del økonomisk aktivitet ble sett i lys av hierarkiske organisasjoner (bedrifter). Her snakker vi gjerne om *prinsipal-agent-kostnader* (Eisenhardt, 1989; Jensen, 1986; Jensen & Meckling, 1976). Dette har i dag utviklet seg til en ledende forståelsesramme for hvordan organisasjoner styres. Grunnleggende for denne tradisjonen er aktørperspektivet. Transaksjonskostnader i prinsipal-agent-teorien refererer til kostnadene som oppstår i forbindelse med å etablere

og opprettholde kontrakter mellom en prinsipal (oppdragsgiver) og en agent (utfører) for å sikre at agenten, altså enkeltaktører, handler i tråd med prinsipalens interesser. Slike kostnader gir seg utslag for effektiviteten i økonomisk drift og interaksjoner fra alt mellom mikro til makro nivå i et samfunn. Disse kostnadene oppstår på grunn av informasjonsasymmetri, risikoaversjon og begrenset rasjonalitet hos partene. En del av innovasjon- og entreprenørskapsforskningen peker på at slik informasjonsasymmetri blir redusert i tettere (urbane) miljø, noe som påvirker rural konkurransekraft negativt. På den andre siden kan mindre vertikal distanse til beslutningstakere i rurale strøk redusere slik asymmetri, slik at bildet blir mer nyansert enn enkle negative eller positive effekter i en retning.

Utgangspunktet for entreprenørskapstilnærmingen er at verdiskapende aktører regnes som driverne i steders økonomiske utvikling. Entreprenørskapstilnærmingene retter derfor fokuset mot menneskene som starter nye virksomheter. De fokuserer altså på aktørers rolle i å skape rural konkurransekraft. Felles for disse tradisjonene er at perspektiv på hvordan flere individ samhandler i økonomiske felleskap fremdeles er underteoretisert, til tross for en voksende og rikholdig litteratur på området.

Hvordan system kan bidra til økt konkurransekraft

Trår man ut av den økonomisk-administrative sfæren, finner man fagtradisjoner som vektlegger rammene rundt bedriftene i større grad. For noen blir systemtilnærming et fokuspunkt for hvordan man forstår den økonomiske og/eller organisatoriske samhandlingen i samfunnet, arbeids- og næringslivet. For eksempel retter innovasjonssystem-tilnærmingen fokus mot sammensetningen av offentlige og private organisasjoner som til sammen stimulerer til innovasjon og økonomisk utvikling (Asheim & Gertler, 2005; Asheim et al., 2011). På liknende vis kaster klyngeteori lys over dynamikken som oppstår gjennom konkurranse og samarbeid mellom bedrifter, og felles ressurser, sånn som forsknings- og utdanningsinstitusjoner som formidler relevant kunnskap og kompetent arbeidskraft (Menzel & Fornahl, 2010; Porter, 1990). Evulusjonær økonomisk geografi vektlegger tidsdimensjonen i dette,

og har bidratt med innsikt i hvordan næringer, klynger og innovasjonssystem utvikler seg over tid (Boschma & Martin, 2010; Coenen et al., 2016). I denne sammenhengen har institusjoner blitt vektlagt: Systemene består ikke bare av organisasjoner og aktører, men av kultur, regler, normer og tolkningsrammer som har utviklet seg over tid og som er med å forme både systemene og aktørers handlingsmønster (Bathelt & Glückler, 2014; Strambach, 2010).

De forskjellige teoretiske tilnærmingene har praktisk betydning, både for bedrifter, politikere og i virkemiddelapparatets arbeid med rural konkurransekraft. For eksempel har mange bedrifter latt seg inspirere av entreprenørielle arbeidsmåter, og til å investere ressurser i nyskapsarbeid. Videre har forskning på innovasjonssystem, kunnskapsnettverk og klynger oppmuntret til å inngå i nettverkssamarbeid. Denne påvirkningen kan også ha kommet via næringspolitikk bygget på forskningsbasert kunnskap. Påvirkning fra forskning med ulik innfallsvinkel skinner gjerne igjennom i ulike politiske tiltak og offentlige virkemiddel (Teigen, 2019). Ordninger der enkeltbedrifter kan søke om støtte, det være seg støtte til oppstartsbedrifter eller til utviklingsprosjekter hos etablerte bedrifter, bygger på aktørsentrerte tilnærminger til innovasjon som fremhever entreprenørers og bedrifters rolle i å skape en konkurransedyktig økonomi. Disse eksisterer parallelt med virkemidler som i større grad bygger på systemiske tilnærminger, slik som klyngeprogrammet og annen støtte til nettverkssamarbeid, så vel som offentlig støttede næringshager og inkubatorer. Videre har innsikter fra forskning som vektlegger institusjoner og kultur også påvirket praksisene til aktører i virkemiddelapparatet og i nettverkssamarbeid. Parallelt har det også blitt opprettet virkemidler som retter seg direkte mot kulturelle og sosiale aspekter ved rural utvikling, som også kan knyttes til mer system-orienterte perspektiver som vektlegger institusjoner og kultur.

Integrasjon mellom aktør- og systemperspektiv

Når praktiske tilnærminger med såpass ulike teoretiske fundament ligger lag på lag, blir det desto viktigere å se aktør og system i sammenheng. Det har vært en utvikling i denne retning innen flere av fagfeltene som berører

rural konkurransekraft. På den ene siden kan man observere en utvikling mot større fokus på system – eller i alle fall samspillet mellom aktører – innen forskningsområder hvor aktørsentrerte perspektiv tradisjonelt har vært dominerende, slik som markedsføring og entreprenørskap. På den andre siden har det vært en økende interesse for aktørskap knyttet til klynger, innovasjonssystem og steds økonomiske evolusjon.

Mye av forskningen på stedsmarkedsføring er eksempel på det første. Mens markedsføringsteori opprinnelig fokuserer på enkeltbedrifters markedsføring, handler stedsmarkedsføring gjerne om å fremme felles interesser, for eksempel å tiltrekke besøkende til en rural destinasjon, eller å skaffe kompetanse og kapital til steder hvor dette er mangelvare (Boisen et al., 2018; Fløysand & Jakobsen, 2007; Lysgaard, 2016). Vellykket stedsmarkedsføring krever som oftest at fortellingen som blir formidlet, er delt mellom flere aktører (Grenni et al., 2020). Disse studiene representerer dermed en utvikling fra et aktørfokusert til et mer systemisk perspektiv.

Økonomifaget har alltid handlet om systemer som forklarer differensiert produksjon og resultater. Imidlertid har økonomi generelt sett ignorert entreprenørens rolle i økonomiske systemer, akkurat som entreprenørskapsstudier i stor grad har oversett systemenes rolle i å forklare utbredelsen og prestasjonen av entreprenørskap (Acs et al., 2017). Innen entreprenørskapsforskning har man sett en strøm av litteratur hvor fokuset er flyttet fra den enkelte entreprenør til entreprenørielle økosystem (Isenberg, 2010; Spigel, 2017). Dermed har man fått et mer systemisk perspektiv, som tar høyde for ulike regionale støttefaktorer for entreprenørskap som finansiering, kompetanse, kultur, marked, infrastruktur og tjenester, samt offentlige og politiske rammerverk (O'Connor et al., 2018; Stam & Spigel, 2016), så vel som relasjonene og dynamikken mellom aktørene i et avgrenset forretningssystem (Spigel & Harrison, 2017). I tillegg finnes det eksempler på strukturelle, evolusjonære, romlige og internasjonale tilnæringer til økosystemer (f.eks. Ács et al., 2014; Cohen, 2006; Mason & Brown, 2014; Theodoraki & Catanzaro, 2022). Denne perspektivforskjellen på produktivt entreprenørskap er fremdeles i stor grad utforsket, men legger interessante føringer for ny forskning.

Innen flere av tilnærmingene med utspring i systemiske perspektiver har man sett økende interesse for å undersøke aktørers rolle. For eksempel har det blitt forsket på ledelse i næringsklynger (Holmen & Fosse, 2017). Utviklingen i denne retningen har kanskje vært aller mest markant innen evolusjonær

økonomisk geografi og i forskning på innovasjonssystemer. Her har økt fokus på aktørskap blant annet bidratt til ny innsikt i aktørers rolle i å bygge opp og forme innovasjonssystemer (Isaksen et al., 2018; Isaksen et al., 2019). Det har også vært en bølge av publikasjoner som fokuserer på hvordan ulike former for aktørskap bidrar til utvikling av nye næringer på steder – altså til utvikling av nye næringsstier (Sotarauta & Grillitsch, 2023). Dette har ført til teoriutvikling som ser aktører i sammenheng med hverandre (Garud & Karnøe, 2003; Grillitsch & Sotarauta, 2019) og med systemiske og situasjonsbaserte aspekt som etablerte institusjoner og nettverk, tilgjengelige ressurser og skiftende mulighetsrom over tid (Bækkelund, 2021; Kurikka et al., 2022).

Både bevegelsen fra aktørsentrerte tilnærminger til å sette aktører i system, og bevegelsene fra systemorienterte tilnærminger til å undersøke aktørers rolle, viser at forståelsen av rural konkurransekraft kan styrkes ved å se aktører og system i sammenheng. Det blir ingen bevegelse uten aktører. Samtidig handler aktører ikke i isolasjon, men blir både påvirket av og er avhengige av omgivelsene. Derfor vil man også ha en mer varig effekt på et steds eller en regions konkurransekraft ved å gjøre systemisk endring, slik at endringene ikke fortsetter å avhenge av endringsaktørene. Sentrale spørsmål blir da hvordan man kan bygge opp kapasitet til å styrke konkurransekraften over tid (Rypestøl et al., 2021). Dette kan vi forstå bedre med utgangspunkt i noen sentrale fellestrekk mellom ulike teoretiske perspektiver som fremhever interaksjon mellom aktører og system i næringsutvikling.

Både innenfor forskning på utvikling av ny næringsaktivitet, på innovasjon og på entreprenørielle økosystem har det blitt foreslått en tredeling mellom materielle, sosiale og immaterielle aspekt. Grillitsch og Sotarauta (2019) fremhever interaksjon mellom tre typer endringsaktørskap som sentralt i ny næringsutvikling, nemlig Schumpeteriansk entreprenørskap, institusjonelt entreprenørskap og stedsbasert ledelse (*place-based leadership*). Schumpeteriansk entreprenørskap referer til aktører som starter opp ny kommersiell aktivitet. Institusjonelt entreprenørskap handler om aktører som arbeider aktivt for å påvirke normer, regler og forståelsesrammer, som i sin tur former forholdene for aktivitet. Stedsbasert ledelse refererer til mobilisering av flere aktører på samme sted mot noen felles mål. Fløysand og Jakobsen (2016) fremhever at innovasjon skjer gjennom en interaksjon mellom aktører, narrativ og materialitet. Stam og Spigel (2016) bruker også en lignende tredeling når de deler entreprenørielle økosystem inn sosiale, kulturelle og materielle element. Selv om begrepsbruken varierer,

kan vi oppsummere dette i en forståelse av aktør-system interaksjon for rural konkurransekraft som har materielle, sosiale og immaterielle aspekt ved seg. Det materielle aspektet dekker for eksempel infrastruktur, teknologi og kapital. Det sosiale aspektet dreier seg om nettverk, både profesjonelle og andre overlappende sosiale relasjoner. Det immaterielle aspektet handler om institusjoner som legger rammene for hva som er mulig og akseptabelt (Carvalho & Vale, 2018), og idéer, narrativ og forståelsesrammer som er med å forme både ønsker og handlinger (Uyarra & Flanagan, 2021). Aktører handler innenfor rammene av tilgjengelige ressurser, sosiale relasjoner og institusjoner. Samtidig kan aktører noen ganger påvirke hvilke ressurser som er tilgjengelige (Tripp et al., 2020), de kan bygge nettverk (Fløysand & Jakobsen, 2007), og de kan spre nye narrativ (Nilsen et al., 2024). Dermed kan aktører forme forholdene for konkurransekraft ved å operere på tvers av materielle, sosiale og immaterielle aspekt.

Tabell 1.1

Bindeledd mellom aktører og system.

Aspekt	Hva gjør aktørene?	Systemisk påvirkning
Det materielle	Tiltrekke ressurser Kombinere og skape ressurser	Tilgjengelige ressurser muliggjør eller begrenser handling
Det sosiale	Bygge nettverk Mobilisere hverandre	Nettverk muliggjør ressurs-tilgang og -mobilisering
Det immaterielle (kultur, institusjoner, idéer)	Påvirke og forme handling	Påvirker idéutvikling, hva som er akseptert, hva man kan mobilisere hverandre til, osv.

Bindeleddene mellom aktører og system blir sentrale for å forstå hvordan konkurransekraft kan bygges opp over tid. Det er særlig gjennom det sosiale, som nettverk og relasjoner, at aktører kan både tiltrekke ressurser, spre nye narrativ, mål og forventninger, mobilisere hverandre og forme kollektiv handling over tid. Det sosiale aspektet kan også være et bindeledd mellom mikronivået og meso- og makronivået.

Aktørsentrerte og systemsentrerte tilnærminger opererer gjerne på ulike analytiske nivå. For å bedre kunne integrere ulike perspektiv bør man derfor ha

et bevisst forhold til analysenivå. I sin diskusjon av entreprenørielle økosystemer kombinerer Theodoraki og Catanzaro (2022) makro-, meso- og mikronivå av økosystemer. I vår sammenheng viser mikro til enkeltaktører og til mer eller mindre «lukkede» forretningssystemer som for eksempel gründerkontorer, inkubatorer eller bedriftsklynger (Hammer & Frimanslund, 2022). Mesonivået viser for eksempel til regionale eller lokale støttesystemer for bedrifter, som det vi i Norge kaller for regionale virkemiddelapparat. På dette analysenivået gir det mening å snakke om regionale innovasjonssystemer som insentiverer og katalyserer innovasjon og nyskaping (Asheim & Isaksen, 2002). Entreprenørielle økosystemer, forstått som en teoretisk overbyggende forklaringsmodell for produktivt entreprenørskap, slik som de konseptuelle modellene til Isenberg (2011) og Stam og Spigel (2016), ligger på makronivå. De videre økonomiske- og samfunnsmessige trendene som aktører og virkemiddelapparat forholder seg til, vil også regnes til dette nivået. Man vil ikke alltid kunne operere på tvers av alle analysenivåene i en og samme studie da dette kan gå på bekostning av operasjonalitet og målbarhet, men for å kunne hente relevante innsikter fra ulike perspektiv er det likevel viktig å være bevisst på om disse opererer på ulike analysenivå.

Samspillet mellom aktører og system er blant de mest allmenngyldige og generelle spørsmålene i samfunnsforskning. Samtidig handler denne boken om en type kontekst: det rurale. Da er det på sin plass å spørre om, og hvordan, studier nettopp av rural konkurransekraft kan bidra til forståelsen av interaksjonen mellom aktører og systemer. Noe av det som karakteriserer rurale kontekster kan kanskje bidra til å trekke frem visse aspekt ved aktørers og systemers påvirkning på konkurransekraft, og visse aspekt ved interaksjonen mellom dem. De strukturelle forholdene der befolkning og økonomisk aktivitet i økende grad konsentreres i urbane områder – og mer i noen byer enn i andre – blir ekstra synlige i rurale kontekster hvor den økonomiske aktiviteten er begrenset. Med færre aktører og et tynnere organisasjonslandskap blir det også veldig synlig hvilke ressurser og funksjoner som trengs for å bygge økonomisk konkurransekraft. Å skaffe ressurser i en kontekst hvor disse er langt unna krever kanskje en annen type organisering og handling sammenlignet med en kontekst med et rikere økosystem av aktører og organisasjoner. Dermed er det mulig at også aktørers handling blir mer synlig og lettere å observere i en rural kontekst.

Konkurranseskraft i rurale områder

Før vi går videre er det verdt å si litt om hva som kjennetegner rurale steder og regioner. Det finnes ulike teoretiske og metodiske definisjoner, og begrepsbruken varierer mellom forskjellige fagfelt og kontekster. En ofte brukt metode for å identifisere rurale og urbane områder er Eurostat sin postnummerklassifisering basert på befolkning, men denne dekker ikke Norge. I Europa er urbane klynger sett på som grupper av sammenhengende rutenettceller på 1 km² med en tetthet på minst 300 innbyggere per km² og en minimums befolkning på 5000¹. Alt annet er ruralt. I et land som Norge, med 139 definerte bo- og arbeidsmarkedsregioner², blir det å måle ruralitet en vanskelig øvelse.

En annen innfallsvinkel er å måle ruralitet subjektivt. I en survey om ressurstilgang til oppstartsbedrifter spurte Frimanslund og Nath (2022) om gründere identifiserte sin lokasjon som rural eller urban. Ifølge selvrapporterte data oppga 17,6 prosent av undersøkelsesdeltakerne at de kom fra en rural beliggenhet, mens en kontroll mot den objektive EUROSTAT-postnummerklassifiseringen viste at 23 prosent ble kategorisert som hovedsakelig rurale, 39 prosent som mellomliggende og 38 prosent som hovedsakelig urbane.

I denne boken tar vi en ganske bred tilnærming. Vi opererer ikke med noen spesifikk definisjon eller statistisk klassifisering, og har latt bidragsyterne selv definere hva de legger i ruralitet. Konkurranseskraften i rurale områder har noen særegenheter sammenlignet med urbane områder. Som diskutert i kapittel 5, 8 og 9, er rurale regioner befolkningstynne og organisatorisk tynne, og har ofte begrenset tilgang til ressurser som kapital, kompetanse og infrastruktur sammenlignet med urbane områder. Aarstad, Jakobsen og Kvitastein (kapittel 8) fremhever samtidig at rurale regioner gjerne er preget av tette og samarbeidsbaserte relasjoner. I kapittel 8 og 9 drøftes det om disse kjennetegnene ved det rurale næringslivet kan settes i sammenheng med konkurranseskraft i form av evnen til innovasjon, produktutvikling, markedsadgang og robusthet i kriser. I kapittel 9 peker Løseth og Furberg videre på at rurale

1 <https://ec.europa.eu/eurostat/web/rural-development/methodology>

2 https://www.regjeringen.no/contentassets/735944a205424d14afef809bc039d76b/inndeling_ba-regioner_2020.pdf

områder kan oppleve utfordringer knyttet til tilgang på kvalifisert arbeidskraft og kompetanseutvikling. Attraktivitet av bosted og arbeidssted, samt tilgang til utdanning og opplæring, kan dermed også påvirke konkurransekraften i rurale områder. Fra et teoretisk perspektiv medfører dette at systemteorier som baserer seg på styrken av regionale faktorer, kan miste forklaringskraft når faktorene er mindre tilgjengelig eller forsvinner (Frimanslund, 2022).

En annen forskjell er fysiske geografiske forhold. Rurale områder kan være rike på naturressurser, men også ofte preget av spredt bosetning, lange avstander og geografiske hindringer som fjell og fjorder. I kapittel 2 drøfter Brudvik Engeset og Heggem om dette kan påvirke konkurransekraften i form av transportkostnader, tilgjengelighet til markeder og samarbeidsmuligheter. Forfatterne tar videre opp at rurale områder ofte har en annen næringsstruktur enn urbane områder, med en større vekt på primærnæringer som jordbruk, fiske og skogbruk. Diversifisering av næringslivet og tilgang til ulike sektorer kan være en utfordring for å styrke konkurransekraften i rurale områder.

I kapittel 5 diskuterer Isaksen om naturressursbaserte lokaliseringsfaktorer igjen kan legge grunnlaget for næringsutvikling i rurale regioner ettersom disse ressursene blir sentrale i det grønne skiftet. Isaksen fremhever interaksjon mellom nye næringer og etablerte innovasjonssystem og næringsstrukturer for vellykket etablering og synergier ved ny næringsutvikling. Systemperspektiver som regionale innovasjonssystemer og entreprenørielle økosystem fremhever nettopp at diversitet i økosystemet tilgjengeliggjør mer kunnskap og ressurser (Wurth et al., 2022), men at utviklingen også er stivhengig, som diskutert både av Isaksen i kapittel 5 og av Halse og Bjarnar i kapittel 4.

Samlet sett krever konkurransekraft i rurale områder en tilpasning til de spesifikke utfordringene og mulighetene som finnes i disse områdene. Samarbeid er sentralt for å skape synergier og bygge opp støttende strukturer som forenkler tilgangen til knappe ressurser som kompetanse og kapital. Den sosiale dimensjonen er også sentral for å bygge relasjoner utad, og dermed knytte lokale aktører til ressurser, samarbeidspartnere, kunder og trender utenfor den lokale konteksten. En kombinasjon av internt samarbeid og utadrettede relasjoner fremmer innovasjon og bidrar til å styrke konkurransekraften i rurale områder.

Bidragene i antologien

De følgende seksjonene vil gi kortfatta oppsummeringer av de ulike bidragene i antologien. De tar for seg tematikk og analyseenhet, analysenivå (aktør vs. system), metodikk og funn. De første bidragene har hovedsakelig et aktørbasert perspektiv, mens de siste har en mer systemorientert tilnærming.

Kapittel 2: Konkurranseskrafta i norsk distriktsreiseliv

I dette kapitlet diskuterer Engeset og Heggem konkurranseskrafta i norsk distriktsturisme gjennom begrepene «coopetition» og «entreprenørielle økosystem». Kapitlet undersøker hvordan ulike aktører, både små og store turistvirksomheter, interagerer og konkurrerer i distriktsreiselivet. Sentralt står også betydningen av entreprenører og deres rolle i innovasjon og utvikling. Ved hjelp av en empirisk studie av gårdsturisme og familieeide distriktshotell presenterer kapitlet nye perspektiver på konkurranseskrafta i næringen. Metodene i kapitlet inkluderer analyse av egne empiriske studier.

Kapitlet tar et aktørperspektiv på distriktsturismen, med særlig fokus på entreprenørene og deres strategier, samarbeid og avhengighet av hverandre. Samtidig utvider forfatterne perspektivet og diskuterer forholdet mellom aktørene og systemnivået, inkludert nasjonale turismestrategier og virkemiddelapparatet innenfor det såkalte entreprenørielle økosystemet. Kapitlet påpeker at en utvidet forståelse av aktørbildet i distriktsturismen kan bidra til å styrke konkurranseskrafta i regionen. Ved å analysere samspillet mellom ulike aktører og deres avhengighet av hverandre i lys av et entreprenørielt økosystem-perspektiv, viser studien at både små og store bedrifter spiller en viktig rolle for reisemålets attraktivitet og suksess. Forfatterne utfordrer tradisjonelle forestillinger om distriktsturismen og peker på potensialet for økt konkurranseskrafta gjennom samarbeid og kreativitet på tvers av aktører.

Kapittel 3: Merkevarerinnovasjon som et ruralt konkurransefortrinn

Kapittelbidraget fra Nyttun Leirdal, Karevoll og Oklevik undersøker hvordan innovasjoner i reiselivsnæringen, spesielt knyttet til vandringstilbud, kan påvirke merkevareopplevelser og gjesteopplevelser i rurale områder. Studien

tar utgangspunkt i turistdestinasjonen Knutholmen i Kalvåg og deres suksess med å utvikle et sterkt hotellmerke gjennom innovasjoner som skaper positive opplevelser for gjestene.

Forfatterne gjør en gjennomgang av relevant litteratur om regionale innovasjonssystemer innen turisme, merkevareinnovasjon, merkevareopplevelser og vandring. Deretter presenterer de en empirisk studie basert på data fra reiselivsvirksomheten Knutholmen i Kalvåg. Metoden som blir brukt inkluderer spørreundersøkelser blant gjester ved Knutholmen, der respondentene ble bedt om å krysse av for ulike aktiviteter de benyttet seg av under oppholdet. I tillegg ble det stilt spørsmål knyttet til tilfredshet og merkevareopplevelser. For å teste måleegenskapene til spørsmålene i undersøkelsen, utførte forfatterne en bekreftende faktoranalyse. Kombinasjonen av litteraturgjennomgang og empirisk studie gir forfatterne en bred forståelse av hvordan innovasjoner kan påvirke merkevareopplevelser i reiselivsnæringen, spesielt i en rural kontekst.

Kapittelet fokuserer på samspillet mellom ulike aktører i det regionale innovasjonssystemet og hvordan dette samarbeidet bidrar til innovasjon og utvikling av merkevarer i rurale områder. Den understreker viktigheten av samskaping med aktører i innovasjonssystemet for å opprettholde konkurransefordeler i markedet, og studien viser at innovasjoner som skaper sterke og positive opplevelser for gjestene, er avgjørende for å bygge konkurransefortrinn i hotellbransjen. Gjennom fokus på opplevelser som er vanskelige å etterligne, for eksempel vandringstilbud i en rural kontekst, kan virksomheter som Knutholmen styrke sin konkurransevne og differensiere seg fra andre som ikke har de samme naturlige fortrinnene. Innovasjoner som forsterker opplevelser knyttet til merkevarer, kan dermed ha en direkte positiv effekt på gjesteopplevelser og gjestetilfredshet, noe som igjen kan bidra til økt lønnsomhet og suksess i bransjen.

Kapittel 4: Tilbake til historie og kontekst

I dette kapittelet diskuterer Halse og Bjarnar spenningen mellom historisk og kontekstuell forståelse av regioners økonomiske utvikling, og et økende fokus på aktørers rolle i å forme denne utviklingen. Diskusjonen refererer til teoretisk utvikling innen evolusjonær økonomisk geografi og lener seg på empirisk analyse av den maritime klyngen i Møre og Romsdal. Gjennom en grundig analyse av historisk materiale belyser forfatterne hvordan spesifikke

institusjoner spilte en avgjørende rolle i overgangen fra fiskeri til offshore på 1980- og 1990-tallet. Kapittelet fremhever behovet for å knytte analyser til historiske og kulturelle forhold.

Halse og Bjarnar balanserer fokuset på både aktører og systemet. De undersøker hvordan individuelle aktører, som entreprenører, har påvirket klyngens utvikling, samtidig som betydningen av historiske institusjoner og kulturelle forhold i regionen også blir trukket frem som viktige forklaringsfaktorer. Kapittelet bygger på teoretiske perspektiver innen evolusjonær økonomisk geografi og klyngeforskning. Forfatterne retter kritikk mot mangelen på historie i nyere aktørsentrerte tilnærminger innen evolusjonær økonomisk geografi og argumenterer for viktigheten av historiske analyser for å få en dypere forståelse av steder og regioners utvikling.

Kapittelet baserer seg på historisk analyse og andre kvalitative metoder, der forskerne går tilbake i tid for å spore utviklingen av den maritime klyngen og identifisere viktige faktorer som har formet dens konkurransekraft og evne til omstilling. Gjennom en kombinasjon av historiske kilder, andre empiriske studier og teoretiske perspektiver, forsøker forfatterne å kaste lys over kompleksiteten i klyngens utvikling og betydningen av historisk kontekst for å forstå dagens situasjon og potensielle fremtidsutsikter.

Kapittel 5: Konkurranseskraft i omstillingstid. Regionale effekter av batterifabrikker i små skandinaviske regioner

I dette bokkapittelet utforsker Isaksen konsekvensene av etableringen av batterifabrikker for næringsutvikling og konkurransekraft i små skandinaviske regioner. Kapittelet diskuterer hvordan batterifabrikkene kan påvirke de næringsmessige utviklingsbanene i de aktuelle regionene og hvilke langsiktige effekter dette kan innebære.

Empirisk baserer kapittelet seg hovedsakelig på sekundærdata som statistikk, tidligere studier og nettsider, supplert med intervjuer. Isaksen analyserer dermed regionale innovasjonssystemer og utviklingsbaner i fire skandinaviske regioner der batterifabrikker er etablert eller under etablering.

Kapittelets teoretiske og metodiske tilnærminger er hovedsakelig systemorienterte. Basert på teori om regionale innovasjonssystemer, filialøkonomier og utviklingsbaner, kartlegger Isaksen status for regionenes innovasjonssystemer og diskuterer mulige regionale effekter av de planlagte gigafabrikkene. Isaksen

finner at etableringen av batterifabrikker mest sannsynlig vil ha ulik betydning for regionenes konkurransekraft avhengig av deres etablerte utviklingsbaner. Etablering av nye bærekraftige næringer vil styrke regionenes økonomiske aktivitet. Videre positive ringvirkninger avhenger imidlertid av relevant industriell kompetanse, utdanning, virkemidler og næringskultur i regionen.

Kapittel 6: Partnerskap og konstruksjon av fortrinn i en svensk-norsk grenseregion

Dette kapitlet handler om partnerskap og konstruksjon av fortrinn i en svensk-norsk grenseregion, mer spesifikt den såkalte SITE-regionen med de rurale reiselivsdestinasjonene Sälen, Idre og Trysil. Sæther diskuterer her hvordan regionen har utviklet regionale fortrinn basert på endogene ressurser støttet av eksogene ressurser, til tross for strukturelle utfordringer som befolkningsnedgang og en nasjonal grense. Partnerskap mellom kommuner og næringsliv på tvers av riksgrensen har vært sentralt, med støtte fra EUs Interreg-program.

Kapitlet bruker teori om konstruerte regionale fortrinn, innovasjon på tvers av landegrenser og rurale regioner. Det refereres også til teorier om partnerskap i regional planlegging. Metodene som brukes inkluderer litteraturgjennomgang, analyse av regionale konkurransefortrinn og studier av aktørene i SITE-regionen. Det legges vekt på å forstå ulike aktører på svensk og norsk side i lys av regionens strukturelle ulemper. Kapitlet belyser samspillet mellom aktører og systemer i SITE-regionen, og hvordan aktørene (som kommuner og næringsliv) har samarbeidet for å bygge regionale fortrinn, samtidig som de tar hensyn til regionens strukturelle utfordringer og systemiske barrierer.

Sæther belyser hvordan partnerskap og konstruksjon av fortrinn har bidratt til å styrke SITE-regionens konkurransekraft som en destinasjon. Gjennom samarbeid mellom aktører på tvers av riksgrensen har regionen klart å utvikle seg til en konkurransedyktig destinasjon til tross for sine geografiske og strukturelle utfordringer.

Kapittel 7: Institusjonell kapasitet som grunnlag for rural konkurransekraft

I dette kapittelbidraget undersøker Heimset Larsen, Skogseid og Nesse hvordan institusjonell kapasitet gjennom nettverkssamarbeid kan påvirke kon-

kurranseevnen på rurale steder. Institusjonell kapasitet refererer til evnen en organisasjon, et samfunn eller et nettverk har til å håndtere endringer, utfordringer og muligheter på en konstruktiv måte, noe som også blir diskutert i flere av de andre bidragene i antologien. Generelt innebærer dette å mobilisere ressurser som kunnskap, relasjoner og finansiering for å tilpasse seg og utnytte eksterne endringer til sin fordel. Relevant for vårt perspektiv handler det også om å bygge opp kompetanse, etablere sterke relasjoner, sikre tilgang til ressurser og være i stand til å tilpasse seg nye situasjoner for å opprettholde eller styrke sin posisjon og konkurransekraft i rurale kontekster.

I bokkapittelet analyserer forfatterne seks ulike rurale nettverk og diskuterer hvordan aktører kan bygge og utvikle institusjonell kapasitet for å håndtere eksterne endringskrefter og skape konkurransefortrinn. De bruker teorier om nettverk, institusjonell kapasitet og innovasjonsøkosystemer. Sentrale begreper som trippel-heliks-nettverk og motnettverk blir drøftet i lys av hvordan de kan påvirke konkurranseevnen i rurale områder. Metodene som blir brukt inkluderer datainnsamling fra statusrapporter, nettsider og møter, samt analyse av tidligere forskning og evalueringer. Data fra de seks nettverkene blir gjennomgått og omstrukturert for å svare på forskningsspørsmålene i artikkelen.

Selv om den teoretiske tilnærmingen er systemfokusert, konsentrerer kapittelet seg også om aktører ved å se på hvordan samarbeid mellom ulike aktører i nettverk kan bidra til å styrke den institusjonelle kapasiteten i rurale samfunn. Det diskuteres også hvordan systemnivået, som innovasjonsøkosystemet, påvirker konkurranseevnen. Forfatterne påpeker at konkurranseevnen i rurale områder kan økes ved at samarbeid i nettverk bidrar til å bygge opp og utvikle institusjonell kapasitet. Gjennom å styrke evnen til å håndtere endringskrefter og drive innovasjon, kan rurale samfunn oppnå konkurransefortrinn og bærekraftig utvikling.

Kapittel 8: Hvilke foretak klarte seg best under COVID-19 pandemien? Betydningen av geografi og foretaksinterne ressurser

I dette bokkapittelet undersøker forfatterne Aarstad, Jakobsen og Kvitastein hvordan norske bedrifter ble påvirket av COVID-19-pandemien, med fokus på geografisk lokalisering og foretaksinterne ressurser. Kapittelet benytter regional økonomisk robusthet og dynamiske kapabiliteter som teoretisk rammeverk for å analysere hvordan virksomheter håndterte pandemien.

Disse teoriene hjelper til med å forstå hvordan geografisk lokalisering og foretaksinterne ressurser påvirker bedriftenes evne til å håndtere kriser.

For å teste sammenhengen mellom uavhengige og avhengige variabler, brukte forfatterne flernivå regresjonsanalyser. Data fra Statistisk sentralbyrås innovasjonsundersøkelser fra 2018 og 2020 ble analysert for å trekke konklusjoner om hvordan virksomheter ble påvirket av pandemien.

Kapittelet fokuserer på aktører, spesifikt norske virksomheter, og hvordan de håndterte konsekvensene av COVID-19-pandemien. Funnene viser at bedrifter i sentrale regioner og større bedrifter var mindre negativt påvirket av COVID-19 enn bedrifter i rurale regioner og små bedrifter. Videre var bedrifter med nasjonalt hovedmarked mindre negativt påvirket enn bedrifter med lokalt hovedmarked. Virksomheter med tjenesteinnovasjon, markedsinnovasjon og prosessinnovasjon rapporterte også å være mindre negativt påvirket av pandemien. Et noe overraskende funn er at FoU-intensive bedrifter generelt hadde inntektsnedgang under pandemien, men at FoU-intensive bedrifter i rurale regioner hadde lavere inntektstap enn FoU-intensive bedrifter i sentrale regioner. De samlede funnene indikerer lavere konkurransekraft og robusthet overfor kriser i rurale regioner, men at konkurransekraften kan styrkes gjennom tiltak rettet mot økt FoU-aktivitet og geografisk spredning i markedet.

Kapittel 9: Kompetansebehov i distrikta – Kva meiner tilsette om arbeidsliv og karrieremoglegheiter i Sogn og Fjordane?

Kapittelbidraget fra Løseth og Furberg undersøker arbeidsliv og karrieremuligheter i distriktene i Sogn og Fjordane gjennom en spørreundersøkelse blant arbeidstakere i regionen. Kapittelet diskuterer temaer som karriereutvikling, kompetansebehov og rekruttering i det som hovedsakelig er en rural kontekst. Metodisk baserer studien seg på en spørreundersøkelse blant arbeidstakere i Sogn, Sunnfjord og Nordfjord. Undersøkelsen ble distribuert gjennom SurveyMonkey og via nettverket til Sparebankstiftelsen Sogn og Fjordane. Studien er dermed mer deskriptiv i den forstand at den synliggjør underliggende dynamikker i et ruralt arbeidsmarked.

Når det gjelder aktør-system-dikotomien fokuserer artikkelen i noe grad på både aktører (arbeidstakere i distriktene) og systemet (arbeidslivet og karrieremulighetene i Sogn og Fjordane). Studien gir dermed innsikt i hvordan

man kan kombinere aktørteori og systemteori. Resultatene er svært interessante når det kommer til rurale områders konkurransekraft, og viser at mange vektlegger personlig kompetanseøkning og balanse mellom jobb og fritid som viktige faktorer, mens noen opplever utfordringer knyttet til få jobbalternativer og nærhet til ledelsen. Resultatene fra undersøkelsen kan ha stor betydning for rural konkurransekraft. Ved å bedre forstå hvordan arbeidstakere opplever karrieremulighetene i en rural region, kan næringslivet i slike regioner tilpasse seg for å tiltrekke og beholde kompetent arbeidskraft, noe som er avgjørende for vitaliteten i rurale regioner.

Samla bidrag

Kapitlene i denne antologien belyser temaet rural konkurransekraft – noen fra et aktørorientert perspektiv og andre fra et systemisk perspektiv. Disse bidragene opererer med ulike analytiske nivå. Sett i sammenheng er det ikke et distinkt skille mellom aktør- og systemnivå. Vi kan heller se på det som et analysenivåmessig spektrum, og både teori og syn på empiri kan bevege seg langs det spektrumet. De ulike kapitlene belyser derfor rural konkurransekraft fra ulike analytiske nivå og bidrar med ulike innsikter.

Flertallet av bidragene i antologien kaster, fra ulike vinkler, lys over interaksjonen mellom aktører og system. De fremhever i varierende grad materielle, sosiale og immaterielle aspekt ved denne interaksjonen. Kapittel 2 og 3 vektlegger de sosiale og immaterielle aspektene og får frem hvordan aktører kan (sam)arbeide for å skape fortellinger og kultur som fremmer konkurransekraft i det rurale reiselivet. Kapittel 5, 6, 7, 8 og 9 fremhever de sosiale og materielle aspektene og trekker frem ulike sider ved hvordan aktører kan bygge nettverk og tiltrekke ressurser til rurale områder. Kapittel 4 dekker både materielle, sosiale og immaterielle aspekter i sin diskusjon av hvordan utviklingen på steder kan forstås i lys av de lengre, historiske linjene.

To fellestrekk mellom bidragene kommer særlig tydelig frem: Nettverk og tilgang på ressurser blir ofte diskutert. Flere av kapittelbidragene ser på geografiske faktorer som en ressurs, og hvordan lokaliseringen i rurale områder kan påvirke konkurransekraften. Noen kapitler nevner forskjeller mellom

sentrale og rurale regioner når det gjelder tilgang på samarbeidspartnere, kompetansemiljø og kunder. Andre ser på bedriftsinterne ressurser i form av innovasjonsaktivitet, FoU-investeringer og bedriftens størrelse. Slike ressurser blir for eksempel diskutert i sammenheng med hvordan bedrifter blir påvirket av og håndterer utfordringer som COVID-19-pandemien. Kapittelet om merkevareinnovasjon tar en annen innfallsvinkel, og ser autentiske opplevelser og tradisjoner som ressurser som kan bidra til å differensiere og styrke konkurransekraften til destinasjoner og bedrifter i rurale områder. Samlet sett er det et helt spektrum hvor (særlig foretakseksterne) ressurser kan oppdages og brukes, utvikles med utgangspunkt i noe som allerede er der, eller aktivt må hentes inn.

Det blir tydelig at noen ressurser er unike for rurale steder, mens andre gjerne er mangelvare. Tilgang til ressurser handler ikke bare om fysisk avstand, men om sosiale relasjoner og nettverk. Nettverk kan bygges og brukes for å tiltrekke eller skape ressurser som ikke er lett tilgjengelig, som for eksempel kunnskap og kapital. Samarbeid og nettverksbygging blir dermed framhevet som viktig for å styrke konkurransekraften i rurale områder. Kapitlene ser på hvordan entreprenører og bedrifter samarbeider med hverandre, deler ressurser og kunnskap, og skaper synergier for å oppnå felles mål.

Det finnes en rikholdig litteratur som belyser rural konkurransekraft, både i tradisjoner som fokuserer på aktører og på systemer. I denne antologien argumenterer vi for at man kan forstå rural konkurransekraft bedre ved å se aktører og systemer i sammenheng. Om man ønsker å forstå, tegne opp, påvirke, designe eller utøve kontroll over systemer, må man forstå hvordan den naturlige dynamikken mellom aktørene i systemene utspiller seg, og med motsatt fortegn kan samhandling og interaksjon mellom aktører ofte ses på som systemiske. En innovatør eller bedriftsleder sitter som regel ikke med helt unike utfordringer, og både utfordringer og muligheter formes av konteksten.

Denne antologien forsøker ikke å løse utfordringene knyttet til rural konkurransekraft, men heller å skaffe overblikk og åpne dører for videre forskning. Antologien tar et steg i retning av å se innsikter fra aktørsentrerte og systemsentrerte tilnærminger i sammenheng, men åpner diskusjonen heller enn å konkludere. Vi oppfordrer derfor til flere forsøk på å integrere aktør- og systemperspektiver for en dypere forståelse for hvordan rural konkurransekraft skapes, opprettholdes og utspiller seg.

Referanser

- Ács, Z. J., Autio, E. & Szerb, L. (2014). National systems of entrepreneurship: Measurement issues and policy implications. *Research Policy*, 43(3), 476–494.
- Asheim, B. & Gertler, M. (2005). The Geography of Innovation: Regional Innovation Systems. I J. Fagerberg, D. C. Mowery & R. R. Nelson (Red.), *The Oxford Handbook of Innovation* (s. 291–317). Oxford University Press.
- Asheim, B. & Isaksen, A. (2002). Regional Innovation Systems: The Integration of Local «Sticky» and Global «Ubiquitous» Knowledge. *Journal of Technology Transfer*, 27, 77–86. <https://doi.org/10.1023/A:1013100704794>
- Asheim, B., Lawton-Smith, H. & Oughton, C. (2011). Regional innovation systems: theory, empirics, and policy. *Regional Studies*, 45(7). <https://doi.org/10.1080/00343404.2011.596701>
- Bathelt, H. & Glückler, J. (2014). Institutional change in economic geography. *Progress in Human Geography*, 38(3), 340–363. <https://doi.org/10.1177/0309132513507823>
- Boisen, M., Terlouw, K., Groote, P. & Couwenberg, O. (2018). Reframing place promotion, place marketing, and place branding – moving beyond conceptual confusion. *Cities*, 80, 38–44. <http://dx.doi.org/10.1016/j.cities.2017.08.021>
- Boschma, R. & Martin, R. (2010). The aims and scope of evolutionary economic geography. I R. Boschma & R. Martin (Red.), *The Handbook of Evolutionary Economic Geography* (s. 3–39). Edward Elgar Publishing.
- Bækkelund, N. (2021). Change agency and reproductive agency in the course of industrial path evolution. *Regional Studies*, 55(4), 757–768. <https://doi.org/10.1080/00343404.2021.1893291>
- Carvalho, L. & Vale, M. (2018). Biotech by bricolage? Agency, institutional relatedness, and new path development in peripheral regions. *Cambridge Journal of Regions, Economy, and Society*, 11, 275–295. <https://doi.org/10.1093/cjres/rsy009>
- Coase, R. H. (1937). The nature of the firm. *Economica*, 4(16), 386–405.
- Coenen, L., Asheim, B., Bugge, M. & Herstad, S. (2016). Advancing regional innovation systems: What does evolutionary economic geography bring to the policy table? *Environment and Planning C: Politics and Space*, 35(4). <https://doi.org/10.1177/0263774X16646583>
- Cohen, B. (2006). Sustainable valley entrepreneurial ecosystems. *Business Strategy and the Environment*, 15(1), 1–14.
- Eisenhardt, K. M. (1989). Agency theory: An assessment and review. *Academy of Management Review*, 14(1), 57–74.
- Fløysand, A. & Jakobsen, S.-E. (2007). Commodification of rural places: A narrative of social fields, rural development, and football. *Journal of Rural Studies*, 23, 206–221. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2006.09.012>
- Fløysand, A. & Jakobsen, S.-E. (2016). Industrial renewal: narratives in play in the development of green technologies in the Norwegian salmon farming industry. *The Geographical Journal*, 183(2), 140–151. <https://doi.org/10.1111/geoj.12194>
- Frimanslund, T. & Nath, A. (2022). Regional determinants of access to entrepreneurial finance: a conceptualisation and empirical study in Norwegian startup ecosystems. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 1–28.

- Frimanslund, T. (2022). Financial entrepreneurial ecosystems: an analysis of urban and rural regions of Norway. *International Journal of Global Business and Competitiveness*, 17(1), 24–39.
- Garud, R. & Karnøe, P. (2003). Bricolage versus breakthrough: distributed and embedded agency in technology entrepreneurship. *Research Policy*, 32, 277–300. [https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(02\)00100-2](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(02)00100-2)
- Grenni, S., Horlings, L. G. & Soini, K. (2020). Linking spatial planning and place branding strategies through cultural narratives in places. *European Planning Studies*, 28(7), 1355–1374. <https://doi.org/10.1080/09654313.2019.1701292>
- Grillitsch, M. & Sotarauta, M. (2019). Trinity of change agency, regional development paths and opportunity spaces. *Progress in Human Geography*, 44(4), 704–723. <https://doi.org/10.1177/0309132519853870>
- Hammer, S. & Frimanslund, T. (2022). Lessons from a rural ecosystem. *Local Economy*, 37(5), 348–363.
- Holmen, A. K. T. & Fosse, J. K. (2017). Regional agency and constitution of new paths: a study of agency in early formation of new paths on the west coast of Norway. *European Planning Studies*, 25(3), 498–515. <https://doi.org/10.1080/09654313.2016.1276159>
- Isaksen, A., Jakobsen, S.-E., Njøs, R. & Normann, R. (2019). Regional industrial restructuring resulting from individual and system agency. *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 32(1), 48–65. <https://doi.org/10.1080/13511610.2018.1496322>
- Isaksen, A., Tödling, F. & Trippel, M. (2018). Innovation Policies for Regional Structural Change: Combining Actor-Based and System-Based Strategies. I A. Isaksen, R. Martin & M. Trippel (Red.), *New Avenues for Regional Innovation Systems – Theoretical Advances, Empirical Cases and Policy Lessons* (s. 221–238). Springer.
- Isenberg, D. J. (2010). The big idea: How to start an entrepreneurial revolution. *Harvard Business Review*, 88, 40–50.
- Jensen, M. C. & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305–360.
- Kurikka, H., Kolehmainen, J., Sotarauta, M., Nielsen, H. & Nilsson, M. (2022). Regional opportunity spaces – observations from Nordic regions. *Regional Studies*, 57(8), 1440–1452. <https://doi.org/10.1080/00343404.2022.2107630>
- Lysgaard, H. K. (2016). The «actually existing» cultural policy and culture-led strategies of rural places and small towns. *Journal of Rural Studies*, 44. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2015.12.014>
- Mason, C. & Brown, R. (2014). Entrepreneurial ecosystems and growth oriented entrepreneurship. Final report to OECD, Paris, 30(1), 77–102.
- Menzel, M.-P. & Fornahl, D. (2010). Cluster life cycles – dimensions and rationales of cluster evolution. *Industrial and Corporate Change*, 19(1), 205–238. <https://doi.org/10.1093/icc/dtp036>
- Nilsen, T., Calignao, G., Lien, S. & Jørgensen Nordli, A. (2024). Norwegian wood, isn't it good? Narratives of the lumber industry and development paths in the Nordic periphery. *Journal of Rural Studies*, 105. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2023.103182>

- O'Connor, A., Stam, E., Sussan, F. & Audretsch, D. B. (2018). Entrepreneurial ecosystems: The foundations of place-based renewal. *Entrepreneurial ecosystems: Place-based transformations and transitions*, 1–21.
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. Free Press.
- Rypestøl, J. O., Isaksen, A., Eriksen, E. L., Iakovleva, T., Sjøtun, S. G. & Njøs, R. (2021). Cluster development and regional industrial restructuring: agency and asset modification. *European Planning Studies*, 29(12), 2320–2339. <https://doi.org/10.1080/09654313.2021.1937951>
- Sotarauta, M. & Grillitsch, M. (2023). Studying human agency in regional development. *Regional Studies*, 57(8), 1409–1414. <https://doi.org/10.1080/00343404.2023.2217224>
- Spigel, B. (2017). The relational organization of entrepreneurial ecosystems. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(1), 49–72. <https://doi.org/10.1111/etap.12167>
- Spigel, B. & Harrison, J. (2017). Toward a process theory of entrepreneurial ecosystems. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 12(1), 151–168. <https://doi.org/10.1002/sej.1268>
- Stam, E. & Spigel, B. (2016). Entrepreneurial ecosystems. *Utrecht School of Economics. Discussion Paper Series*, 16–13.
- Strambach, S. (2010). Path dependence and path plasticity: the co-evolution of institutions and innovation – the German customized business software industry. I R. Boschma & R. Martin (Red.), *The Handbook of Evolutionary Economic Geography* (s. 406–431). Edward Elgar Publishing.
- Teigen, H. (2019). *Distriktpolitikens historie i Norge*. Cappelen Damm Akademisk.
- Theodoraki, C. & Catanzaro, A. (2022). Widening the borders of entrepreneurial ecosystem through the international lens. *The Journal of Technology Transfer*, 47(2), 383–406.
- Trippl, M., Baumgartinger-Seiringer, S., Frangenheim, A., Isaksen, A. & Rypestøl, J. O. (2020). Unravelling green regional industrial path development: Regional preconditions, asset modification and agency. *Geoforum; Journal of Physical, Human, and Regional Geosciences*, 111, 189–197.
- Uyarra, E. & Flanagan, K. (2021). Going beyond the line of sight: institutional entrepreneurship and system agency in regional path creation. *Regional Studies*, 56(4), 536–547. <https://doi.org/10.1080/00343404.2021.1980522>
- Williamson, O. E. (1975). «Markets and hierarchies.» New York 2630.
- Wurth, B., et al. (2022). Toward an entrepreneurial ecosystem research program. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 46(3), 729–778.

Engeset, A. B. & Heggem, R. (2024). Konkurranskrafta i norsk distriktsreiseliv – nye forståingar. I T. Frimanslund & N. G. Bækkelund (Red.), *Rural konkurranskraft* (s. 31–57). Fagbokforlaget. DOI: <https://doi.org/10.55669/oa410402>

Kapittel 2

Konkurranskrafta i norsk distriktsreiseliv – nye forståingar

Agnes Brudvik Engeset¹ og Reidun Heggem²

¹ Vestlandsforskning

² Institutt for lærerutdanning, NTNU

Samandrag: Bokkapittelet «Konkurransekrafta i norsk distriktsreiseliv» undersøker konkurransekrafta i norsk distriktsreiseliv gjennom empiriske studiar av gardsturisme og familieeigde distriktshotell. Ved å nytte omgrepa «coopetition» og «entreprenørielle økosystem» undersøker forskarane samspelet mellom ulike aktørar i reiselivsnæringa og kva rolle dei spelar for reisemålet sin attraktivitet og suksess. Funna viser at både små og store turistverksemdar spelar ei viktig rolle i å styrke konkurransekrafta gjennom samarbeid. Bokkapittelet utfordrar tradisjonelle førestillingar om distriktsreiselivet og peikar på potensialet for auka konkurransekraft gjennom «konkurrerande samarbeid» mellom aktørar som både utfyller kvarandre, men som også tilbyr det same. Studien bidreg til ei djupare forståing av aktørbiletet i norsk distriktsreiseliv og korleis ulike aktørar kan bidra til berekraftige utvikling i distriktsreiselivet.

Nøkkelord: konkurransekraft, distriktsreiseliv, coopetition, entreprenørskap

Abstract: The book chapter «Competitiveness in Norwegian Rural Tourism» examines the competitiveness of Norwegian rural tourism through empirical studies of farm tourism and family-owned rural hotels. Using the terms «coopetition» and «entrepreneurial ecosystem», the researchers investigate the interaction between various actors in the industry and their significance for the destination's attractiveness and success. The findings show that small and large tourism businesses play a crucial role in enhancing competitiveness through collaboration. The article challenges traditional perceptions of rural tourism and highlights the potential for increased competitiveness through «competitive cooperation» between actors who complement each other but offer the same thing. The study contributes to a deeper understanding of the actor landscape in Norwegian rural tourism and how different actors can contribute to the industry's sustainable development.

Keywords: competitiveness, rural tourism, coopetition, entrepreneurship

Innleiing

Reiselivet blir i reiselivsstrategien *Opplev Norge – unikt og eventyrlig* (2017) karakterisert som ei viktig næring for Distrikts-Norge, men lønsemda er likevel lågare i distriktsreiselivet enn i sentrale strøk. Ei av forklaringane ligg i at reiselivsbedriftene i distrikta har ein mindre lokal marknad og er dermed meir avhengig av turistar. Andre utfordringar er knytt til rekruttering, sesongavhengigheit, sterk konkurranse og ein aldrande infrastruktur (Heggem & Rønningen, 2016; Lane, 2009; Long & Lane, 2000). I den nemnde reiselivsstrategien nyttar dei «Distrikts-Norge» for å definere eit spesifikt område for utøving av reiseliv. Dette spesifikke området er det same som får fokus i dette kapitlet. Ifølgje Forbord (2012) er det ikkje mogleg å gje ein absolutt definisjon av distrikt, men heller meir eller mindre gode tilnærmingar. I norsk dagleg tale vert ordet distrikt mykje nytta, medan det er omgrepet *rural* som vert nytta i internasjonal forskning og tyder landleg, altså det motsette av urban. Haugen og Stræte (2011) peikar på tre sentrale dimensjonar ved omgrepet ruralt, som vi meiner er relevant for forståing av ordet distrikt i dette kapitlet: Rurale området kan for det første definerast ut frå innbyggartal og avstand til byar, i tillegg til landskap og naturressursane der. For det andre kan rurale område definerast ut frå kva økonomiske, sosiale og kulturelle praksisformer ein finn der. Kort sagt, korleis folk lever i distrikta. Tradisjonelt har ein knytt til visse næringar til distrikta, som til dømes primærnæringane jordbruk og skogbruk. For det tredje kan rurale område forklarast som ein sosial konstruksjon, altså kva førestillingar som finst om rurale område. Denne dimensjonen er også relevant i studiar av reiseliv, fordi førestillingar eller forteljingar om ein stad er ein del av attraksjonen til eit reisemål. Desse dimensjonane fører oss over til spørsmålet; kva er det som gjev eit reisemål i distriktet attraktivitet og konkurranskraft?

Entreprenørar er viktige for å sikre innovasjon og utvikling, som er avgjerande for å styrke konkurranskrafta i reiselivsnæringa (t.d. Løseth, 2014; Sundbo et al., 2007). Tidlegare studiar viser at jo større bedrift, desto meir innovasjon (t.d. Sundbo et al., 2007), medan andre studiar viser at innovasjonsgrad ikkje alltid heng saman med storleiken på bedrifta (t.d. Ateljevic & Dorne, 2000). Nokre forskarar understrekar at ein ikkje skal neglisjere små bedrifter si rolle for utvikling i distrikta (Cunha et al., 2020), medan andre hevdar at entreprenøren er viktigare enn kva ein tidlegare har tenkt (t.d.

Komppula, 2014). Eit reisemål består av mange aktørar med ulike målsettingar, men som har til felles at dei ynskjer at reisemålet si konkurransevne vert betra (Chim-Miki & Batista-Canino, 2017). Konkurransekrafta til ein destinasjon kan definerast som eit *reisemål si evne til å tiltrekke seg og tilfredsstillende turistar sine ynskje og behov ved å levere teneste og varer som er betre enn kva som vert tilbydd i andre reisemål* (Ritchie & Crouch, 2003; Dwyer & Kim, 2003).

I kapitlet ser vi på ulike entreprenørar og samspelet mellom desse. Vi tek utgangspunkt i tidlegare karakteristikkar av norsk og utanlandsk distriktsreiseliv, der bedrifter ofte har vorte omtala som små, gjerne landbruksbaserte, med turisme som biinntekt og liten motivasjon og evne til å drive innovasjon og utvikling (Engeset, 2020; Lane & Kastenholz, 2015; Sörensen & Nilsson, 2003; Lane, 1994;). Ifølgje ein nyare studie er biletet som er teikna litt for snevert, slik at større bedrifter, som driv turisme på fulltid, vert utelete (Engeset, 2020, 2021; Helgadóttir & Daspher, 2020).

Faktorane som skapar konkurransekrafta finst på både aktør- og systemnivå. I dette kapitlet har vi hovudfokus på aktørnivået (entreprenøren), men vil også diskutere konsekvensar på strukturnivå. Aktørnivået handlar mellom anna om turistvertane eller bedriftseigarane sine val av strategiar, samspelet mellom aktørane om innovasjon og utvikling (Komppula, 2014; Engeset, 2020; Sundbo et al., 2007) og deretter samspelet mellom aktør- og systemnivå, noko som til dømes kan vere *distriktspolitikk* eller *verkemiddelapparat*. Spørsmålet er kva nye perspektiv på konkurransekrafta vi får ved ei utvida forståing av aktørbiletet i distriktsreiselivet?

Vi baserer oss på empiriske studiar av gardsturisme (Engeset & Heggem, 2015) og familieeigde distrikshotell (Engeset, 2020, 2021) og vil undersøke korleis dei to typane rurale turistverksemdar bidreg til konkurransekrafta ved å analysere materialet gjennom omgrepa *coopetition* (Corte & Aria, 2016), kort forklart som bedrifter som både samarbeider og konkurrerer på same tid, og *entreprenørielle økosystem* (O'Connor et al., 2018) som handlar om aktørar som samarbeider og er gjensidig avhengige av kvarandre i same område (sjå meir i del 3.3). Målet med kapitlet er: Korleis kan ein betre forstå konkurransekrafta i norsk distriktsreiseliv gjennom omgrepa «coopetition» og «entreprenørielle økosystem»? Her ynskjer vi å undersøke det empiriske materialet, som handlar om to ulike typar aktørar i norsk distriktsreiseliv, på ein ny måte, og denne gongen analysere med nye teoretiske omgrep. Vi søker svar gjennom problemstillinga: Kva tankar har aktørane om framtida, og korleis tenkjer dei

rundt samarbeid med andre aktørar i sitt reisemål? Vi vil i neste bolck gjere greie for korleis distriktsreiselivet blir beskrive (2), før vi utforskar tidlegare studiar og teoretiske verktøy for analysen (3) og den valde metoden for å svare på forskingsspørsmåla (4). Deretter presenterer vi funn frå empiriske studiar (5) som vi diskuterer og analyserer ved hjelp av nye teoretiske perspektiv (6).

Bakgrunn – norsk distriktsreiseliv

Her vil vi sjå nærare på karakteristikkar av aktørar i norsk distriktsreiseliv ut frå utviklingstrekk og definisjonar.

Distriktshotella – lokale entreprenørar fann eit levebrød i reiselivet

Distriktshotella sprang ut av at lokale entreprenørar etablerte turishotell langs ferdselsårar, ved båtstopp eller skysstasjonar på 1800-talet. Dette var aktørar som såg moglegheitene til å skaffe seg eit levebrød i den veksande turisttrafikken (Engeset, 2020, 2021). Det moderne reiselivet i Noreg utvikla seg då faste pålitelege dampbåtruter byrja å trafikkere dei norske fjordane kring midten av 1800-talet (Brudvik, 2002; Jacobsen & Viken, 1997). Hotella oppstod også som svar på ein etterspurnad frå reisande som ikkje lenger berre bestod av overklassen, men frå ein veksande middelklasse. Sesongen var ofte kort og hotellvertane kombinerte gjerne turisme med andre næringar, som til dømes Ole Kvikne i Balestrand. Han var i 1891 registrert som gardbrukar, dampskipsekspeditor og hotelleigar (Digernes, 2016). Bygdefolket fekk også høve til lønsarbeid, karane dreiv med hesteskys medan kvinnene hadde ulike former for deltidsarbeid knytt til matlaging, servering og reinhald (Brudvik, 2002). Distriktshotella finn vi att i den første organisasjonen som skulle fremje reiselivet, nemleg forløparen til Norges Turistråd, «Forening for Reiselivet i Norge» som vart etablert i 1903 av lokale foreiningar, statlege myndigheter, og representantar for jernbana, dampskipsselskapa og hotell-eigarar (Berg, 2003). I dag er det hovudsakleg NHO Reiseliv og Virke som er distriktshotella sine arbeidsgjevar- og næringsorganisasjonar.

Gardsturisme er ikkje som anna turisme

Medan distriktshotella var levebrød for lokale entreprenørar, oppstod fenomenet gardsturisme som ein politisk initiert redningsplanke for landbruket i etterkrigstida. Gardsturisme er del av det internasjonale paraplyomgrepet «rural tourism» og vert i vestlege land rekna som den mest populære bi-inntekta i landbruket frå etterkrigstida og framover, då primærnæringane opplevde nedgangstider (Lane, 1994; Sharpley & Vass, 2006, Brandth & Haugen, 2011). Frå då av auka omfanget og variasjonen i tilbodet innan ruralt reiseliv vesentleg som ein respons på det marknaden ville ha (Busby & Rendle, 2000). Ein viktig premis for gardsturismen var landbruket sitt behov for inntekter, noko som har vore følgt opp av regjeringa i form av politiske verkemiddel sidan 1990-talet («Landbruk Pluss») (Heggem & Rønningen, 2016). Utviklinga av gardsturisme er også sterkt knytt til bygdeutvikling og til utnytting av gards- og bygderessursar, samtidig som gardsturisme er vorte integrert i norsk reiselivspolitik. Dermed vert gardsturismen påverka av aktørane som forvaltar og set reiselivspolitikken ut i livet, til dømes Innovasjon Norge og reise-målsselskapa. Gardsturismen vaks fram som ei eiga, profesjonell turistnæring, uavhengig av om gardsbruket framleis er aktivt drive eller ikkje (Engeset & Heggem, 2015). Og sjølv om bøndene la ned tradisjonell gardsdrift og satsa fullt på turisme, vart identiteten deira, med røter i landbruket, vidareført (Brandth & Haugen, 2008). Bøndene heldt fram med å representere kulturen og levesettet som gjestene kjem for å oppleve.

Mykje tyder på at landbruksnæringa og turistsektoren ser ulikt på denne forma for turisme. For dei som tilbyr slike opplevingar, er ikkje vekst og utviding det eigentlege målet, slik den offisielle reiselivsstrategien oppmodar om (Mei et al., 2020; Engeset & Heggem, 2015). Gardsturismen har sin eigen rasjonalitet der familieomsyn, men også personlege møte med gjesten, er i sentrum, ikkje å vere døgnopne gardar med online-bestilling (Husabø, 2015). Den politiske satsinga førte også til at norsk gardsturisme fekk eigne bransjeorganisasjonar, og HANEN er i dag den nasjonale bransjeorganisasjonen (Forbord et al., 2012).

Distriktsreiselivet – store og små aktørar

Distrikta i Noreg har sidan 1800-talet hatt to sentrale, men svært ulike aktørar i reiselivet, først hotellvertane og etter kvar også gardsturisme-vertane. Begge

aktørane held til i distrikta, trekker vekslar på bygdebaserte ressursar i turistproduktet, og er familieeigde, som er ei typisk eigarform innan norsk og internasjonal rural turisme (Engeset, 2020, 2021; Getz et al., 2004; Kallmuenzer & Peters, 2018; Lane, 1994). Distriktshotell og gardsturisme skil seg derimot frå kvarandre når det gjeld motiv og målsettingar. Medan turisme har vore ein del av mangesysleriet i det norske landbruket (Brandth & Haugen, 2011; Engeset & Heggem, 2015), har dei store hotella hatt turisme som hovudinntekt og fulltidsjobb. Ei viktig kopling mellom hotella og distriktsreiselivet er hotell si betydning for distrikta (Engeset, 2021). Dei er anten hjørnesteinsbedrifter, som overrisslar lokalsamfunnet med oppdrag eller impulsar til andre turistentreprenørar. Hotella fungerer også som ein viktig møtestad i bygda.

Distriktshotella kan ha vorte utelete i studiar av norsk distriktsreiseliv fordi etableringa av organisasjonen Norsk Bygdeturisme, forløparen til HANEN, førte til at landbruket nærast «kapra» reiselivet i Distrikts-Norge (Engeset, 2020, 2021). Dermed vart distriktsreiselivet først og fremst sett på som landbruksrelatert. Noko liknande kan ha skjedd i internasjonal forskning, der rural turisme-studiar ofte fokuserer på visse typar aktørar. Dette kan skuldast at ein av dei mest siterte og innflytelsesrike (Aydin, 2022; Rosalina et al., 2021) definisjonane av «pure rural tourism» (Lane, 1994) omtalar aktørane som «usually small-scale».

Biletet av aktørane i norsk distriktsreiseliv bør justerast, frå berre eit fokus på små bedrifter, til å også inkludere større bedrifter. Spørsmålet er kva denne samansetjinga av store og små aktørar betyr for konkurranseskrafta til norsk distriktsreiseliv? I neste bolck skal vi sjå på tidlegare studiar av faktorar som verkar inn på konkurranseskraft i reiselivet.

Teoretisk tilnærming

Entreprenøren i fokus

Som nemnt i innleiinga er entreprenørane avgjerande for utvikling av konkurranseskrafta i reiselivsnæringa. Entreprenørskap kan forståast på ulike måtar og i kapitlet nyttar vi oss av moglegheitsperspektivet; oppdaginga og utnyttinga av nye forretningsmoglegheiter (Shane & Venkataraman, 2000), som

kan bety å etablere nye bedrifter eller utnytte moglegheiter innan eksisterande verksemder (Alsos, 2007; Davidsson, 2003). Eit viktig mål for eit reisemål si konkurransevne er å ivareta og utvikle inntektene til innbyggarane (Ritchie & Crouch, 2003; Dwyer & Kim, 2003), noko som understrekar turismen si økonomiske rolle i eit lokalsamfunn. Komppula (2014) hevdar at *individuelle entreprenørar* spelar ei større rolle i turismeutviklinga enn tidlegare antatt. Dette er i tråd med fleire tidlegare studiar (Fu et al., 2019; Sharpley, 2002; Skuras et al., 2005). Entreprenøren har også blitt kalla for «chaos makers» (McKercher, 1998), medan andre har anerkjent at entreprenørane sine innovasjonar, teft og visjonar har vore med og forma moderne reiseliv (Russell, 2006). I studien av eit irsk reisemål karakteriserer Ryan et al. (2012, s. 199) rolla til entreprenørane i utviklinga av eit reisemål som «dynamic, catalytic and longstanding», fordi entreprenøren skapar moglegheiter og bidreg til å bygge ein kultur for utvikling av reisemålet. Tidlegare har definisjonen av eit reisemål si konkurransevne (Ritchie & Crouch, 2003; Dwyer & Kim, 2003) blitt kritisert for å beskrive aktørane som passive mottakarar av stimuli og dermed vert entreprenørane si rolle i reisemålsutviklinga underkjent (td. Komppula, 2014; Coles, 2006; Koh & Hatten, 2002; Ryan et al., 2012; Pikkemaat et al., 2018).

Samspel mellom bedriftene

Bedriftsstorleik står sentralt i studiar av innovasjon og utvikling i reiselivet, men turismeforskarar er delte i synet på i kva grad storleiken bidreg til innovasjon og utvikling. Ein leir hevdar at jo større bedrifta er, desto høgare innovasjonsgrad, og dermed bidreg bedrifta meir til å styrke konkurransekrafta på destinasjonsnivå (sjå til dømes Jacob et al., 2003; Sundbo et al., 2007; Komppula, 2014; Ryan et al., 2012). Større bedrifter har gjerne større økonomiske musklar, er meir opptekne av vekst og toler gjerne ein støyt dersom ein ikkje lukkast (Engeset, 2021; Getz et al., 2004).

Den andre leiren argumenterer for at ein ikkje skal undervurdere dei små bedriftene, som ofte vert kalla «juvelane i reiselivet» (Husabø, 2015), som til dømes autentiske opplevingar hjå gardsturismevertar, forstått som ekte gardsopplevingar (Heggem & Rønningen, 2016) eller country villaer som byr på gourmetopplevingar og høg komfort. Små bedrifter vert omtala som fleksible og i stand til å endre kurs viss det er naudsynt (Ateljevic & Doorne,

2000). Shaw og Williams (2004) sin studie av surfeturisme i England peikar på at også små bedrifter, eigd og drive av livsstilsentreprenørar, har ei innovativ tilnærming til turistproduktet. I ein svensk studie av rurale turismeoperatørar avviser Cederholm og Hultman (2010) at livsstilsentreprenørar kan sjåast som entreprenørar som er meir opptekne av ein bestemt måte å leve på, enn av profitt og vekst. I staden heng dei to orienteringane saman ved at nær og venskapleg kontakt mellom vertskap og gjest også får ein økonomisk verdi, noko turistverten er merksam på og nyttar seg av. Det er eit viktig poeng at også livsstilsentreprenørar må ha inntekter og at dei evnar å sjå moglegheiter i sjølve livsstilen sin. Dette er også i tråd med Getz et al. (2004, s. 70) som slår fast at det finst vekst-orienterte entreprenørar blant små familiebedrifter i turistnæringa, men at dei utgjør eit mindretal.

Sjølv om bedriftene er små, kan liten storleik kompenseras for gjennom samarbeid og samhandling (Komppula, 2014; Rønningen, 2010; Novelli et al., 2006; Petrou et al., 2007). Uformell samhandling kan også virke positivt inn på innovasjonsevna fordi det gjev meir fleksibilitet (Huggins & Thomson, 2015). Ein ny norsk studie viser ulike former for interaksjon mellom bedriftene knytt til produktutvikling, etablerer langvarige kunderelasjonar, kapasitetsbygging og bedriftsnettverk (Forbord & Sivertsvik, 2021). Samtidig understrekar Forbord og Sivertsvik (2021, s. 172) at interaksjon med andre bedrifter tek tid og inneber kostnader, slik at bedriftsleiaren må vurdere korleis, og med kven, dei skal samarbeide med.

Teoretisk verktøy – coopetition og entreprenørielle økosystem

Samarbeid og samhandling står sentralt i diskusjonen rundt konkurranseskraft. Distriktsreiselivet inneheld som nemnt både store og små aktørar, noko som inneber eit reiseliv der aktørane både er komplementære, men òg konkurrentar. Til no har forskarar diskutert reisemålsutvikling ut frå konkurranse *eller* samarbeid (Fyall et al., 2012), men i det siste tiåret har hybridene *coopetition* kome frå organisasjonsstudiar og inn i reiselivsforskinga (Chim-Miki & Batista-Canino, 2017). Omgrepet *coopetition* betyr samarbeid og konkurranse som går føre seg samstundes mellom to eller fleire reiselivsbedrifter, gjerne med ulik storleik, innan same destinasjon. Målet er å løyse felles utfordringar og finne løysingar saman for å betre konkurransefortrinnet. Omgrepet eignar seg i studiar av destinasjonsnivået, fordi her er mange aktørar med ulike mål, men med felles

ynskje om å betre destinasjonen si konkurranseevne. Reisemålet utgjer då ein slags kollektiv entreprenørskap (Chim-Miki & Baptista-Canino, 2017). Dette er et interessant perspektiv, kanskje spesielt på reiselivet, fordi det er høg grad av komplementaritet mellom turistprodukt- og teneste, og aktørane må samarbeide på ulike måtar, trass i at dei er konkurrentar.

Dei siste tiåra har forskarar blitt meir merksame på økosystem-omgrepet for å betre forstå entreprenøren og konteksten, og samspel mellom element som påverkar entreprenørskap (Acs et al., 2017, Alvedalen & Boschma, 2017). Omgrepet *entreprenørielle økosystem* vart første gong nytta av Cohen (2006) og handlar nettopp om *aktørar* som samarbeider og som er gjensidig avhengig av kvarandre innanfor sitt geografiske område. Ein viktig skilnad mellom omgrepa er at *coopetition* handlar om bedriftsnivået (Chim-Miki & Batista-Canino, 2017), medan *entreprenørielle økosystem* fokuserer på entreprenøren, altså individnivået (Stam, 2015). Eit viktig poeng her er at *entreprenørielle økosystem* synleggjer betydninga av entreprenøren, hans eigenskapar og personlegheit. Fokuset er flytta frå bedrifta og over på entreprenøren.

Både akademikarar, næringsliv og politikarar ser i aukande grad på *entreprenørielle økosystem* som kjelde til økonomisk vekst og revitalisering (Roundy et al., 2017). Ein mykje brukt definisjon er Stam's definisjon frå 2015: «a set of interdependent actors and factors coordinated in such a way that they enable productive entrepreneurship». Den geografiske staden aktiviteten går føre seg i, får stor og avgjerande plass i analysane av *entreprenørielle økosystem*. Kvar stad eller region har sitt unike økosystem (O'Connor et al., 2018), og kvart økosystem blir avgrensa til sin geografiske kontekst (Cunha et al., 2020). Noko som fungerer på ein plass, treng ikkje å fungere på ein annan plass.

Staden, eller konteksten som økosystemet utviklar seg innanfor, blir og sentralt i og med at viktige faktorar er knytt til det kulturelle, sosiale og strukturelle i *entreprenørielle økosystem* (Spigel, 2017). Dei kulturelle faktorane er det underliggande synet og det grunnleggande fokuset på *entreprenørskap* i ein region. Mange studie viser til at dei kulturelle faktorane påverkar *entreprenøriell* aktivitet ved at kulturen «tillét» og aksepterer *entreprenøriell* åtferd, ved å skape akseptabel *entreprenørielle* praksisar og normer (Spigel, 2017). Sosiale faktorar er ressursane som er bygd opp og erverva gjennom det sosiale nettverket i regionen. Det sosiale nettverket inneber aktørar som *entreprenørar*, *investorar* og andre *entreprenørielle* aktørar som har opparbeida tillit og som opnar for deling av knappe ressursar. Vidare kan vi og finne skildringar av dei sosiale

nettverka som inneheld familie og vener, mentorer og rollemodellar (Stam & Spigel, 2017). Her det viktig å hugse at det er distriktsreiselivet som har fokus og at det kan vere knapt med ressursar kopla til menneskeleg og sosial kapital (rural thinnes). Det kan derfor vere ekstra viktig for entreprenørar å vere integrerte eller involverte i sosiale relasjonar. Dei strukturelle faktorane som spelar ei rolle i eit entreprenørielt økosystem, kan definerast som rammevilkår som påverkar aktiviteten i eit system. Dette kan vere vedteke nasjonal/regional/lokal politikk, offentlege institusjonar som universitet og høgskuler og eit «hjelpkorps» i form av institusjonar som driv rådgjeving (Clausen et al., 2019).

Metode

Kapittelet baserer seg på våre eigne empiriske studiar¹ av norsk distriktsreiseliv. Materialet er publisert (Engeset & Heggem, 2015; Engeset, 2020, 2021), men her analyserer vi materialet på nytt ved hjelp av omgrepa *coopetition* (Corte & Aria, 2014) og *entreprenørielle økosystem* (O'Connor et al., 2018). Dei nye omgrepa gir nye perspektiv på entreprenørane si rolle i distriktsreiselivet. Materialet om gardsturisme består av 11 djupneintervju av bedrifter i to rurale område i Trøndelag og Sogn og Fjordane. Bedriftene inkluderer gardsmat, overnatting, og natur- og kulturbaserte opplevingar, og er resultat av eit strategisk utval (Fog, 1996; Johannessen et al., 2016; Patton, 1990). Dei er både små og store bedrifter, heilt nyetablerte og veletablerte bedrifter, som er typiske for sine områder. Bedriftene er småskala og familieeigde og sju av bedriftene dreiv fortsett med gardsdrift i kombinasjon med turismedrift. Det andre kjeldematerialet består av 10 djupneintervju med noverande og tidlegare eigarar av distriktshotell i Sogn og Fjordane i perioden 2012–2015, med unntak av to intervju frå 2018. Trass i lang tidsperiode er resonnementa frå alle intervju i stor grad samanfallande. Fem hotell vart utvalde ved strategisk utval, og utvalskriteria var familieeigarskap, at bedrifta hadde

1 Materialet kjem frå forskingsprosjektet Second Generation Rural Tourism (2011–2015) og var finansiert av Noregs Forskingsråd.

vore eigd og driven av same familie i minst to generasjonar, at hotella baud på variasjon i storleik, opningstider (sommárope eller heilársópe) og kva marknadar dei opererte i. Basert på Spilling (2000) kan eitt av hotella karakteriserast som stort (100 tilsette eller meir), to er mellomstore (20–99 tilsette) og to som små (19 tilsette eller færre). Dei utvalde distriktshotella er også den største reiselivsaktøren i bygdene dei er lokaliserte i, og dei fungerer som hjørnesteinsbedrifter.

Analysen av kjeldematerialet var utført med ein abduktiv analyse, som ofte er brukt i feltbaserte studiar (Alvesson & Sköldberg, 2008). Her er fokus på det dialektiske forholdet mellom empiri og teori og handlar om pendlinga fram og tilbake mellom funna i materialet, kategoriar og tema og omgrepa i teorien (Alvesson & Sköldberg, 2008). Slik startar vi med dei empiriske studiane, og vekslar i finlesinga av kva kjeldematerialet vårt fortel og kva forskingslitteraturen har avdekkja om konkurransekraft i rural turisme og entreprenørar si rolle. Når forskarar brukar opp att eige kjeldemateriale, utfører dei ein «secondary analysis» som er vanleg praksis i kvalitativ forskning. Denne praksisen sparar forskarar for tid og pengar, men gjev først og fremst høve til å stille nye spørsmål til eit allereie innsamla materiale (Coltart et al., 2013). Gjenbruken får ingen negative følgjer for analysen, då dei to ulike kjeldemateriala er samla inn i det same forskingsprosjektet med same overordna forskingsspørsmål, og er skapt av begge forfatarane av bokkapittelet. Nærleiken til intervjumaterialet og den intuitive kjennskapen til kontekst styrkar analysen. Ein svakheit ved studien er derimot at vi ikkje har intervjuar samarbeidsaktørar til informantane og at berre hotella og gardsturismen sine forståingar og syn vert avdekkja. Likevel har vi eit rikt materiale ved å gå i djupna på korleis desse bedriftene tenkjer. Vi har heller ikkje intervjuar representantar frå verkemiddelapparatet om korleis distriktsreiselivet vert handtert og må difor halde oss til tilbydarsida sine versjonar av samspelet mellom aktør- og systemnivå.

Resultat

Her presenterer vi funn frå studien av gardsturisme og distriktshotell: Kva tankar har dei ulike aktørane for framtida og korleis tenkjer dei om samarbeid?

Samarbeid og konkurranse for å løfte destinasjonen – å spele kvarandre gode

Materialet vårt viser at aktørane i norsk distriktsreiseliv ikkje alltid kan møte etterspurnad frå turistane utan å samarbeide. Dei besøkande vil ha det autentiske, tradisjonane og kulturen, samstundes som at dei vil at tilbodet skal vere forutsigbart og tilgjengeleg. Marknaden vil òg ha eit breitt spekter av tilbod, noko som nærast krev eit samarbeid dersom reisemålet skal framstå som attraktivt for turistane. Samarbeid og samhandling mellom ulike turistaktørar blir løfta fram som moglege løysingar for å foreine dei ulike krava, og for å oppnå vidare utvikling og vekst av reisemålet. I materialet fann vi fleire interessante funn kopla til det å gjere kvarandre gode sjølv om dei var konkurrentar. Det var tydeleg at det var ein vilje blant fleire av gardturismevertane til å løfte opp konkurrentar og unne dei andre å lukkast. Å løfte i flokk var ein bevisst strategi blant mange av gardsturismevertane. Dei gav uttrykk for at å betre produktet og marknadsforholda gjer at også andre bedrifter vert styrka:

Og det er nettopp det der med at du ser at mangfald aukar marknaden og det at det lykkas for ein, da er det med å løfte heile fellesskapen. Vi unner kvarandre suksess og vi dreg saman. Om du får legge 10 typar spekepølse inn i ein butikk, som alle er lokalproduisert [...] kundane som kjem og ser det utvalet, dei kjøper med seg ei eller to, eller kanskje tre. Så, jo breiare utval du kan ha av lokalmat, jo meir sal får du.

I sitatet over ser at vi at når fleire aktørar som tilbyr same produktet, spekepølse, i den same destinasjon, vel dei å løfte kvarandre. Dette sitatet er eit godt døme på noko som mange av aktørane gav uttrykk for. Ved at fleire tilbyr det same produktet, aukar dette interessa blant turistane og salet av spekepølse går opp ved at produktet vert endå meir synleg i butikken. Heile destinasjonen blir på denne måten løfta og får rykte på seg som til dømes god på lokalmat.

Komplementaritet – når bedriftene utfyller kvarandre

Distriktshotella viser ei dreining mot meir lokalt samarbeid enn tidlegare, for å møte turistar sin auka etterspurnad etter lokale opplevingar. Skiftet

er kjent gjennom omgrepet opplevingsøkonomi (Pine & Gilmore, 1999) og inneber ein auka interesse for opplevingsbaserte aktivitetar og ekstraordinære opplevingar (Alsos et al., 2014). Samstundes finn vi også to ulike, men komplementære strategiar når det gjeld korleis dei vurderer og nyttar ressursane i bygda (Engeset, 2021). Den første strategien handlar om å engasjere seg og samarbeide med enkeltpersonar, bedrifter eller lag og organisasjonar i bygda. Eit døme på dette er hotelleigaren, som i intervjuet gjer greie for korleis han som ein større hotelleigar kunne vere med å bidra økonomisk for å realisere idéen som privatpersonen bringa på bane:

Hotelleigaren: Eg har ikkje greie på slike arrangement.

Privatperson: Men det har eg. Eg kan hjelpe deg med å utvikle dette.

Hotelleigar: Eg tenkte litt på det, og tykte det kunne vere moro. OK, sa eg, vi gir oss sjølve 3 år, kan medfinansiere i 3 år, så bestemmer vi oss. Det er slik vi alltid gjer ting.

Utfallet av samarbeidet var i høg grad vellukka og hotelleigaren karakteriserer det slik:

Saman utvikla vi noko stort.

Samarbeidet ovanfor viser det komplementære i praksis, nærare bestemt korleis aktørar i ulik storleik og motivasjon kan styrke konkurransekrafta. Den andre strategien for korleis distriktshotella forholdt seg til ressursar i lokalsamfunnet handla om å søke samarbeid med aktørar utanfor bygda fordi bygda ikkje baud på dei rette ressursane for hotellet. Ein hotelleigar understrekar at dei lokale aktørane ikkje var attraktive å samarbeide med fordi dei ikkje hadde same forståing for konsept eller kvalitet som han sjølv:

Dei må ha ambisjonar om høg kvalitet og høgare prisar. Kvitte seg med pølser og pømmes frites og heller tilby noko spesielt.

I staden søkte denne hotelleigaren seg ut av bygda for å hente både gjester og samarbeidspartar til high-end konseptet han satsa på. Rett nok kjøpte han

lokal mat og drikke, fordi lokal kultur og historieformidling var ein strategi for å vere konkurransedyktig, men då ikkje gjennom formelt samarbeid, men ved innkjøp frå lokale produsentar i staden:

Me kjøper fisk når du får det, og Angus kjøt.

Eit anna funn når det gjeld samarbeidet mellom dei ulike aktørane er samarbeid der det ligg eit stort potensiale i å løyse felles utfordringar, altså krav frå turistane. Det skjer med aktørar som tilbyr ulike produkt, der dei gjer avtaler og bruker kvarandre sine ressursar og sikrar ei føreseieleg utvikling, og til og med bidreg i utvikling av nye produkt. Ein av gardsturistvertane valde å samarbeide med eit av hotella for å bidra til deira ønske om å handle lokalt:

Så kom det etterspørsel i frå hotellet, på ein kvitost utan noko tilsetning. Så dei ville jo bruke mest mogleg lokalt og da må dei ha ein rein kvitost og, så da starta vi opp med det.

Å samarbeide for å utnytte eventuell komplementær kompetanse og samle ulike ressursar blir sett som ein fordel, noko dette utsegna frå ein av gardsturismevertane understrekar:

Når vi har fått til det samarbeidet vi har, så er det jo mykje enklare å utvikle og drive ting. Vi køyrer jo masse sånn fellesfunksjonar, som det er mykje jobb å sette seg inn i heilt 100 prosent på eigen hand.

Store og små utfyller kvarandre og kan til saman gje besøkande eit heilskapleg tilbod. Ein av hotelleigarane fortel om eit uformelt samarbeid med ein lokal kafé i bygda:

Me kan ta større grupper, men me har ikkje lyst til å ha dei fordi me har ikkje planlagt den type omsetjing, så vil me heller generere den trafikken bort på kaféen. Og dei er veldig gode på den burgeren med Angus kjøt. Alt er liksom laga frå botnen av. Då er det mykje lettare for oss å selje det inn og.

Ein tradisjon for samarbeid?

Dersom eit samarbeid mellom ulike aktørar skal lukkast, bør aktørane i det aktuelle reisemålet ha ei positiv innstilling til samarbeid og sjå at det kan gje gevinst. I dei tilfella der vi såg at nokon hadde lukkast, var det tydeleg at samarbeid var sett på som attraktivt for dei ulike bedriftene. Dei deltok i konstruktive og fruktbare samarbeid representert ved ulike formar for samanslutningar. Hotelleigarane uttrykte også tydeleg at dei var positivt innstilte til samarbeid og at ein viktig premis for eit godt samarbeid er at ein har felles forståing:

Samarbeidet har vore i fem år [...] det har noko med drivarane der og liksom at dei og har glimt i auga og at dei ser den biten liksom. Så det er viktig at det må vere to som skjønar kvarandre.

Hotelleigaren understrekar også at fleire i reiselivet er positive til å samarbeide:

Næringa skjønar at me må samarbeida. Reiselivsnæringa me er jo eigentleg som han Harald Heide Steen og ubåtkapteinen. De kjenner til han sant? – Du kan ikkje se grense under vann [...] eit godt nytt samarbeid begynner med at ein gir. Og det er jo vise ord.

Intervjua viser også at verksemdar ikkje alltid samarbeider, eller lukkast når dei gjer eit forsøk. Kan det skuldast mangel på ei felles forståing av kva ein kan oppnå? Nokre av gardsturismevertane snakka om ein «ukultur» og om mangel på vilje til å unne andre suksess:

Det er delvis ukultur [...] det er ingen som tenker at viss vi får 1000 personar til å kome hit, og om ikkje dei overnattar hos meg, så tener vi jo andre pengar. Dei tenker at, viss ikkje dei kjem til meg, så er ikkje eg interessert i å ha dei her.

Eit anna døme på noko som ikkje lukkast, er frå ein hotelleigar som kontakta lokale bønder og ynskte å samarbeide om å tilby hesteriding til hotellgjestene. Faren hans, den førre hotelleigaren, åtvare om at bygdefolk ikkje heiar på nye idear. Det var berre viss han lukkast at dei ville seie at dei hadde hatt tru på det heile tida. Likevel prøver hotelleigaren seg, men møtte motstand:

Her er mange entusiastar [...] men dei vil ikkje snakke med gjestane, dei er sjenerte og nervøse [...] Då må eg sende opp nokon, eventuelt reise dit sjølv, vere ein klovn og få ting til å skje. Dette er veldig krevjande.

Hotelleigaren reflekterer over kva slags personlege eigenskapar han meiner at moglege samarbeidspartar bør ha:

Det må vere einusiast som er litt modig [...] han må vere litt galen!

Enden på visa er at hotelleigaren meiner at det er for få av slike personar i bygda, og utviklar til slutt noko nytt på eiga hand.

Hotelleigarane trekk også fram ein medlemsorganisasjon der hotella samarbeider om marknadsføring, booking og innkjøp. Samarbeidet har altså ikkje noko med lokale aktørar å gjere, men er først og fremst eit nasjonalt samarbeid med andre liknande hotell.

Samarbeid har blitt veldig stort [...] Vi har felles bookingar [...] vanvittige bonusordningar [...] marknadsføringen er det viktigaste.

Her ser vi også at distriktshotella vender seg i større grad til eigne bransjeorganisasjonar. Gardsturismevertane høyrer til sin eigen bransjeorganisasjon, HANEN, men uttrykker også at dei er kritiske til kva slags nettverk dei skal melde seg inn i fordi dei opplever at kostnaden ved å vere medlem i enkelte nettverk, i form av tid og pengar, er større enn gevinsten.

Entreprenørane og verkemiddelapparatet

Materialet fortel også noko om korleis dei to aktørane opplever å bli møtt av både verkemiddelapparatet og reisemålsselskapa sine tankar om utvikling. Distriktshotella si erfaring med verkemiddelapparatet er at dei kjenner seg oversett. Fleire av hotelleigarane opplever at fokuset er størst på gründerverksemd og oppstartsfasar, og dei saknar ein reiselivspolitikkk som vier meir merksemd til dei etablerte bedriftene som har eksistert i generasjonar. Slik formulerer ein av hotelleigarane seg:

Det har heile tida vore fokus på å få inn nye bedrifter til bygda, til regionen. Og då føler eg litt av og til [...] Kva med oss som er her? Skal vi berre [...] dei tek oss på ein måte for gitt. Dei har vært her i hundre år. Dei treng ikkje noko [...] altså dei klarar seg på ein måte.

Men dei veletablerte hotella opererer i den same utfordrande konteksten som små og nystarta turistbedrifter; sesongsvingingar, mangel på kompetanse og aldrande infrastruktur. Spørsmålet er, korleis tek systemnivået vare på desse aktørane?

Som nemnt tidlegare vart det stadig fleire i gardsturismen som satsa meir profesjonelt på turisme som hovudprodukt og landbruk som staffasje og kulisse. Reiselivet såg potensial i gardsturismen, og Innovasjon Norge og destinasjonsselskapa stilte andre krav enn det gardsturismen sjølv hadde til turistaktiviteten sin. Både turoperatorane og bedriftseigarane sjølv ser at turistane ynskjer dei autentiske opplevingane til gardsturismen, men kombinasjonen av autentisitet (i kraft av ekte gardsdrift) og reiselivsprofesjonalitet kan vere ei utfordring å foreine, der til dømes gardsturismeværtane ikkje ynskjer online-booking, men heller å ha personleg kontakt og dermed større kontroll over kven gjestane er.

Diskusjon og konklusjon

Konkurrerende samarbeid

Målet med kapittelet er å betre forstå konkurransekrafta i norsk distriktsreiseliv gjennom omgrepa coopetition (Corte & Aria, 2016) og entreprenørielle økosystem (O'Connor et al., 2018). Utgangspunktet er at norsk distriktsreiseliv ikkje berre består av små, men også av store turistbedrifter, og vi undrar oss over kva ei slik samansetting kan bety for konkurransekrafta i distriktsreiselivet. Vi stiller spørsmålet om korleis aktørane tenkjer om samarbeid og samhandling. I tråd med tidlegare forskning ser også vi at større aktørar, som eigarar av distriktshotella, har gode moglegheiter for å bidra i reisemålsutviklinga, slik ein stor hotellaktør fortel om då han medverka til å utvikle ein ny aktivitet i bygda. Studien vår viser også at hotelleigarane hjelpte dei

mindre aktørane ved å sende gjestene sine til dei, medan gardsturismevertane tilbød hotella lokalproduserte varer som var høgt skatta av hotellgjestane. Samtidig viser også studien vår at entreprenørane i dei små verksemdene er kreative, utviklar attraktive produkt både for seg og for gjestane til dei større aktørane, distriktshotella. Eigargane av småbedriftene byr på viktige element i eit reisemål, nemleg autentiske opplevingar, formidla av tradisjonsberarane sjølve, og dei små spelar dermed ei vesentleg rolle for innovasjon og utvikling i reisemålet, i tråd med tidlegare studiar av små turismebedrifter i andre land (Ateljevic & Dorne, 2000; Shaw & Williams, 2004).

Samspelet mellom dei store og små aktørane bidreg til å skape eit attraktivt reisemål. Måten aktørane både konkurrerer, men også utfyller kvarandre, kjem fram gjennom omgrepet *coopetition*. Vi fann to ulike former for samarbeid og samhandling. Først, å spele kvarandre gode, som går ut på at konkurrerande bedrifter til dømes kjøper produkt eller råvare av kvarandre. Her er det først og fremst hotella som kjøper av gardsturismevertane, eller av bønder som produserer mat- og drikkeprodukt. Samtidig tilbyr dei og gjerne same produkta og tenestene, overnatting og matsservering, men ved å stå saman, som til dømes i det felles utsalet for spekepølse, løftar dei både kvarandre og reisemålet. Bedriftene utfyller også kvarandre, som når dei sende gjester til kvarandre. Eitt døme er hotellgjestane som vart kundar på den lokale kaféen for å kjøpe lunsj, noko hotellet ikkje tilbød. Dermed styrkar dei komplementariteten ved at ulike aktørar utfyller kvarandre, slik at den besøkande dermed opplever ein heilskap i tilbodet på reisemålet. Både gardsturisme-verksemdene og distriktshotella gjev uttrykk for at dei har eit slikt uformelt engasjement med andre aktørar, som å sende sine gjester til andre og omvendt.

Distriktsreiselivet – eit entreprenørielt økosystem

Å framheve entreprenøren, samt konteksten han opererer i, er noko vi meiner kanskje er eit endå viktigare poeng i økosystem-forståinga. Ifølgje O'Connor et al. (2018) er dei viktige faktorane i eit entreprenørielt økosystem nemleg entreprenøren sjølv, og staden som innovasjon og produktutvikling føregår på, samt kulturelle, sosiale og strukturelle faktorar. Hotelleigaren, som omtala ein mogleg samarbeidspart som ideelt sett «modig» og «litt galen», understrekar nettopp sjølv entreprenøren si viktige rolle. Dømet er ein god illustrasjon på at utvikling er avhengig av entreprenøren, og ikkje bedrifta.

Betydninga av ein kultur som tillèt og aksepterer entreprenøriell åtferd ved å skape akseptabel entreprenøriell praksis og normer, er også noko som omgrepet entreprenørielle økosystem peikar på (Spigel, 2017). Det betyr at aktørane må akseptere at konkurrentar leverer same produkt, og at dette løftar heile destinasjonen. Det må leggjast til rette for at konkurrerande aktørar av ulik storleik samarbeider og deler på oppgåver og dermed framstår som komplementære, i tillegg til å vere konkurrentar. Dette mogleggjer samarbeid og konkurranse på same tid ved at dei tillèt at andre lukkast. Følgja er at alle dermed lukkast på kvar sine tidspunkt.

Vi kan reflektere over om det mangla ein kultur for samarbeid i bygda der hotelleigaren ikkje lukkast å etablere samarbeid med bønder om hesteholding. Åtvaringa til hotelleigaren sin far kan tyde på det, når han seier at bygdefolk ikkje heiar på deg når du prøver noko nytt, men vi har berre fått fortalt hotelleigaren sin versjon og kan såleis ikkje vite kva motiv hesteeigarane hadde. Samtidig er det ikkje ei usannsynleg tolking, gitt kommentaren om at bygdefolk ikkje brukar å heie på nye initiativ. Manglande kultur for samarbeid kan også vere ei barriere for samarbeid. Dette er i tråd med forståinga om at det ikkje føreligg ein bestemt utviklingsveg i eit ruralt område med gitte rurale ressursar (Engeset, 2021; Halfacree, 1993). Samtidig fann vi også ein strategi blant både gardsturisme og hotell som gjekk ut på å samarbeide med andre, utanfor lokalsamfunnet, for å ivareta sine eigne tankar om autentisitet og kvalitet. Dette kan skuldast det vi kallar ein «rural thinnes» (Labrianidis, 2006; Tödting et al., 2011), at det kan vere tynt med dei rette ressursane i distrikta. Dei ulike strategiane blant gardsturismen og distrikthotella i høve lokale ressursar tyder på at lokal kontekst byr på moglegheiter, men også barrierar, forstått som mangel på dei med rett kompetanse, forståing eller rette kundegrupper. Kort formulert, funna viser at begge aktørane, gardsturismen og hotella, la vekt på samarbeid med andre aktørar, samtidig som at dei ynskte å ivareta eigne tankar om autentisitet og kvalitet. Dermed får omgrepet entreprenørielt økosystem fram det store biletet i eit reisemål, fordi omgrepet fokuserer på at aktørar har eit gjensidig avhengigheitsforhold som opererer innanfor eit avgrensa område.

Økosystemet-tankegangen vert eit perspektiv som gir nytt perspektiv på kva som kan bidra til konkurransekrafta i norsk distriktsreiseliv, ved å løfte fram entreprenøren og konteksten han opererer i. Spørsmålet vi stiller no er korleis verkemiddelapparatet forhold seg til entreprenøren som vi no har løfta fram?

Samspelet mellom aktør og systemnivå

Kva betyr funna for forholdet mellom aktørane og systemnivået, det vil seie verkemiddelapparatet som skal setje ein nasjonal reiselivsstrategi ut i live? Kapittelet set fram ei ny forståing av konkurranskrafta i norsk distriktsreiseliv som ikkje lenger handlar om storleik og innovasjonsevne, men kva dei ulike aktørane oppnår saman i eit slags konkurrerende samarbeidsforhold prega av gjensidig avhengigheit. Vi slår også fast at det ikkje nødvendigvis er ei utfordring i norsk distriktsreiseliv *at* det finst ulike aktørar med ulike tilbod, fordi desse ulike aktørane er komplementære til kvarandre og kan til saman skape heilskaplege opplevingar gjennom uformelt og formelt samarbeid. Det kan heller vere ei utfordring korleis norsk distriktsreiseliv vert handtert av systemnivået. Det kan sjå ut til at det manglar verktøy for å sjå entreprenørane i samanheng med kvarandre, som komplementære, som i eit konkurranseforhold, men likevel som komplementære og dermed som ein moglegheit for å løfte norsk distriktsreiseliv. Er det eit for einseitig fokus på reiselivet som ein redningsplanke for landbruket, som gjer at dei store aktørane fell utanfor? Eller vert det forventa full profesjonalitet forstått som alltid tilgjengeleg og alltid føreseieleg i produkttilbod og opningstider? Som Heggem og Rønningen (2016) understreker: «Dersom reiselivet og dens representantar er avhengige av kun strømlinjeformede leveranser, og ikke er i stand til å verdsette bygdekapitalen som et avgjørende premis for deler av ruralturismen, vil dette undergrave turistproduktene og rural turisme». Eit anna aspekt kan også vere å sjå dei store og etablerte som komplementære til dei små eller nyoppstarta. Kan eit einseitig fokus på nyetableringar og startfasar frå verkemiddelapparat føre til at entreprenørar ikkje får med seg erfaringar frå dei store? Sagt på ein annan måte, fører eit einseitig fokus på enkeltbedrifter til at ein går glipp av gevinsten ved ein kultur for reiselivsutvikling? Kan eit økosystem-perspektiv hjå verkemiddelapparatet betre kople saman gründerar og erfarne bedriftsleiarar? Kort sagt, vert ikkje entreprenøren sett, er fokuset på bedrifta?

Konklusjon

Kapittelet bringer fram nye forståingar av norsk distriktsreiseliv. Først viser kapittelet korleis aktørar med ulike utviklingstrekk alle er del av distriktsreiselivet. Deretter viser det korleis ulike turistbedrifter står i eit konkurrerende

samarbeidsforhold med kvarandre, og at eit reisemål difor kan forståast som eit økosystem av entreprenørar som driv konkurrerande samarbeid (cooperation) eller som tenkjer i tråd med konkurrerande samarbeid-perspektivet (O'Connor et al., 2018). Vidare er entreprenørane og foretaka gjensidig avhengig av kvarandre og kan oppnå eit godt samarbeid, særleg der det finst ein kultur for samarbeid om turismeutvikling i lokalsamfunnet. Ei viktig innsikt er også at det gjerne ikkje er bedriftsstorleiken, men først og fremst entreprenøren eller bedriftseigaren sjølv som har noko å seie for innovasjon og utvikling. Samtidig må vi hugse at entreprenøren opererer i ein lokal kontekst, som kan by på både moglegheiter og barrierar.

Kva implikasjonar har så dette for reiselivsnæringa? Å sjå eit reisemål som eit økosystem har noko verdifullt ved seg fordi det løfter blikket slik at ein ser heilskapen. Det gjer i alle fall turistane når dei kjem til eit reisemål, dei skil ikkje mellom kven som eig og driv eit turisttilbod. Kva implikasjonar har dette for politikkkutforming? Det kan vere nyttig å trekke fram observasjonen som Heggem (2020) gjorde då ho undersøkte lokalmatprodusentar og deira nettverk. Sjølv om materialet vårt ikkje er ein nettverksstudie, men eit sett med entreprenørar og deira tankar om samarbeid, meiner vi likevel at refleksjonane til Heggem (2020) er nyttige i denne samanhengen. Ho peikar nemleg på at både offentlege aktørar og verkemiddelapparat kan dra nytte av tankesettet rundt entreprenørielle økosystem som verktøy for verdiskaping og samfunnsutvikling. Heggem (2020) hevdar at verkemiddelapparatet, som instrument for bedriftsutvikling, bør fornye vurderingskriteria for stønad. Det er ikkje nok å sjå på til dømes historiske rekneskapstal, verkemiddelapparatet må også legge til grunn kva ressursar som finst i entreprenøren sjølv og omgjevnadane hans, meiner ho. Til slutt minner vi om at i mars 2023 la Reisemålsutvalet fram ein NOU med forslag til korleis reiselivet i Noreg bør utvikle seg. NOUen har eit stort fokus på reisemålsnivået og utvalet har teke høgde for at kvart område har sine lokale sær eigenheiter og bør difor ha sine egne reisemålsplanar. Bodskaen vår er at desse planane bør operasjonaliserast etter økosystem-tankesettet, der entreprenørane er gjensidig avhengige og står i eit dynamisk forhold til kvarandre, som konkurrentar, men også som samarbeidspartnarar.

Referansar

- Acs, Z. J., Stam, E., Audretsch, D. B. & O'Connor, A. (2017). The lineages of the entrepreneurial ecosystem approach. *Small Business Economics*, 49(1), 1–10. <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9864-8>
- Alsos, G. A. (2007). *Portfolio entrepreneurship: General and farm contexts*. Bodø Graduate School of Business.
- Alsos, G. A., Eide, D. & Madsen, E. L. (2014). Introduction: Innovation in tourism industries. I *Handbook of research on Innovation in Tourism Industries*. Edward Elgar Publishing
- Alvedalen, J. & Boschma, R. (2017). A critical review of entrepreneurial ecosystems research: towards a future research agenda. *European Planning Studies*, 25(6), 887–903. <https://doi.org/10.1080/09654313.2017.1299694>
- Alvesson, M. & Sköldböck, K. (2008). *Tolkning og refleksjon: Vetenskapsfilosofi och kvalitativ metod* (Bd. 2). Studentlitteratur.
- Ateljevic, I. & Doorne, S. (2000). «Staying Within the Fence»: Lifestyle Entrepreneurship in Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 8(5), 378–392. <https://doi.org/10.1080/09669580008667374>
- Aydin, E. (2022). Rural tourism research: A co-citation analysis. *Journal of Tourism Leisure and Hospitality*, 4(1), 30–36. <https://doi.org/10.48119/toleho.1006285>
- Berg, C. J. (2003). *En Reise gjennom hundre år: 1903–2003*. Norges Turistråd. <https://books.google.no/books?id=y87QNAEACAAJ>
- Brandth, B. & Haugen, M. S. (2008). Fra melkefjøs til gårdsturisme. Fleksible bønder på ny arena. I R. Almås, M. S. Haugen, J. F. Rye & M. Villa (Red.), *Den nye bygda* (s. 267–285). Tapir Akademiske Forlag.
- Brandth, B. & Haugen, M. S. (2011). Farm diversification into tourism – Implications for social identity? *Journal of Rural Studies*, 27(1), 35–44. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2010.09.002>
- Brudvik, A. I. (2002). «Combining the maximum of comfort with the minimum of trouble». *Reiser med turistskip til Norge kring 1900 i et ritualperspektiv* [Masteroppgave]. Universitetet i Oslo.
- Busby, G. & Rendle, S. (2000). The transition from tourism on farms to farm tourism. *Tourism Management*, 21(6), 635–642. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(00\)00011-X](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(00)00011-X)
- Cederholm, E. A. & Hultman, J. (2010). The Value of Intimacy – Negotiating Commercial Relationships in Lifestyle Entrepreneurship. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 10(1), 16–32. <https://doi.org/10.1080/15022250903442096>
- Chim-Miki, A. F. & Batista-Canino, R. M. (2017). Tourism cooptation: An introduction to the subject and a research agenda. *International Business Review*, 26(6), 1208–1217. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2017.05.00>
- Clausen, T. H., Alsos, G. A. & Breivik-Meyer, M. (2019). De gode hjelperne. En studie av inkubatorbedrifters økosystem. *Magma*, 20(8), 52–60.
- Cohen, B. (2006). Sustainable Valley entrepreneurial ecosystems. *Business Strategy and the Environment*, 15, 1–14. <https://doi.org/10.1002/bse.428>

- Coles, T. (2006). Enigma variations? The TALC, marketing models and the descendents of the product life cycle. I R. Butler (Red.), *The Tourism Area Life Cycle Volume 2, Aspects of Tourism* (s. 49–66). Channel View.
- Coltart, C., Henwood, K. & Shirani, F. (2013). Qualitative Secondary Analysis in Austere Times: Ethical, Professional and Methodological Considerations. *Historical Social Research / Historische Sozialforschung*, 38(4) (146), 271–292. <https://doi.org/10.12759/hsr.38.2013.4.271-292>
- Corte, V. D. & Aria, M. (2016). «Coopetition and sustainable competitive advantage. The case of tourist destinations». *Tourism Management*, 54, 524–540. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.12.009>
- Cunha, C., Kastenholz, E. & Carneiro, M. J. (2020). Entrepreneurs in rural tourism: Do lifestyle motivations contribute to management practices that enhance sustainable entrepreneurial https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.06
- Davidsson, P. (2003). The domain of entrepreneurship research: Some suggestions. I J. Katz & D. Shepherd (Red.), *Cognitive Approaches to Entrepreneurship Research. Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth* (Bd. 6, s. 315–372).
- Digernes, M. K. (2016). *Reiselivet i turistregionen Indre Sogn 1866–1910* [Masteroppgåve]. Universitetet i Bergen.
- Dwyer, L. & Kim, C. (2003). Destination competitiveness: determinants and indicators. *Current Issues in Tourism*, 6(5), 369–414. <https://doi.org/10.1080/13683500308667962>
- Engeset, A. B. (2020). «For better or for worse» – the role of family ownership in the resilience of rural hospitality firms. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 20(1), 68–84. <https://doi.org/10.1080/15022250.2020.1717600>
- Engeset, A. B. (2021). *Store tankar i små bygder? Overlevingsevna blant familiebedrifter i norsk distriktsreiseliv*. [Doktorgradsavhandling]. NTNU.
- Engeset, A. B. & Heggem, R. (2015). Strategies in Norwegian Farm Tourism: Product Development, Challenges, and Solutions. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 15(1–2), 122–137. <https://doi.org/10.1080/15022250.2015.1005332>
- Fog, J. (1996). Begrunnelsernes koreografi: Om kvalitativ ikke-statistisk representativitet. I H. Holter & R. Kalleberg (Red.), *Kvalitative metoder i samfunnsforskning* (s. 194–219). Universitetsforlaget.
- Forbord, M. (2012). Hvor «stort» er reiselivet i distriktene? Omsetning og sysselsetning. I M. Forbord, G. T. Kvam & M. Rønningen (Red.), *Turisme i distriktene*. Tapir forlag.
- Forbord, M. & Sivertsvik, R. M. (2021). The importance of interactions and network in the nature-based tourism industry. I P. Fredman & J. V. Haukeland (Red), *Nordic Perspectives on Nature-based tourism. From place-based resources to value-added experiences* (s. 162–175). Edward Elgar.
- Forbord, M., Schermer, M. & Griebmair, K. (2012). Stability and variety – Products, organization, and institutionalization in farm tourism. *Tourism Management*, 33(4), 895–909. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.08.01>
- Fu, H., Okumus, F., Wu, K. & Köseoglu, M. A. (2019). The entrepreneurship research in hospitality and tourism. *International Journal of Hospitality Management*, 78, 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.10.0>

- Fyall, A., Garrod, B. & Wang, Y. (2017). Destination collaboration: A critical review of theoretical approaches to a multi-dimensional phenomenon. *Journal of Destination Marketing and Management*, 1, 1–2, 10–26. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2012.10.002>
- Getz, D., Carlsen, J. & Morrison, A. (2004). *The family business in tourism and hospitality*. CABI.
- Halfacree, K. (1993). Locality and social representation: Space, discourse, and alternative definitions of the rural. *Journal of Rural Studies*, 9(1), 23–37. [https://doi.org/10.1016/0743-0167\(93\)90003-](https://doi.org/10.1016/0743-0167(93)90003-)
- Haugen, M. S. & Stræte, E. P. (2011). På sporet av det rurale. I M. S. Haugen & E. P. Stræte (Red.), *Rurale brytninger* (s. 9–26). Tapir forlag.
- Heggem, G. (2020). «Best lokalt» også best nasjonalt? *En casestudie om bedriftsnettverk og entreprenørielle økosystem i rurale strøk* [Masteroppgave]. NTNU.
- Heggem, R. & Rønningen, K. (2016). Bygdebasert reiseliv–profesjonalisering, venstre-håndsarbeid eller autensitet i praksis? *Plan*, 48(01), 32–37. <https://doi.org/10.18261/ISSN1504-3045-2016-01-07>
- Helgadóttir, G. & Dashper, K. (2020). 20 years of Nordic rural tourism research: a review and future research agenda. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 21/1, 60–69. <https://doi.org/10.1080/15022250.2020.1823246>
- Huggins, R. & Thompson, P. (2015). Local entrepreneurial resilience and culture: the role of social values in fostering economic recovery. *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 8(2), 313–330. <https://doi.org/10.1093/cjres/rsu035>
- Husabø, I. (2015). Gardsturisme er ikkje som anna turisme. *Forskning.no*. Henta 22.03.2023 frå forskning.no/kulturlandskap-partner-turisme/gardsturisme-er-ikkje-som-anna-turisme/461328
- Jacob, M., Tintore, J., Aguiló, E., Bravo, A. & Mulet, J. (2003). Innovation in the tourism sector: results from a pilot study in the Balearic Islands. *Tourism Economics*, 9(3), 279–295. <https://doi.org/10.1177/13548166030090030>
- Jacobsen, J. K. S. & Viken, A. (1997). *Turisme: Fenomen og næring*. Gyldendal akademisk.
- Johannessen, A., Tufte, P. A. & Christoffersen, L. (2016). *Introduksjon Til Samfunnsvitenskapelig Metode* (5. utg.). Abstrakt.
- Kallmuenzer, A. & Peters, M. (2018). Entrepreneurial behaviour, firm size, and financial performance: The case of rural tourism family firms. *Tourism Recreation Research*, 43(1), 2–14. <https://doi.org/10.1080/02508281.2017.1357782>
- Koh, K. Y. & Hatten, T. S. (2002). The tourism entrepreneur. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 3(1), 21–48. https://doi.org/10.1300/J149v03n01_02
- Komppula, R. (2014). The role of individual entrepreneurs in the development of competitiveness for a rural tourism destination – a case study. *Tourism Management*, 40, 461–371. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.07.007>
- Labrianidis, L. (2006). Fostering entrepreneurship as a means to overcome barriers to development of rural peripheral areas in Europe. *European Planning Studies*, 14(1), 3–8. <https://doi.org/10.1080/09654310500339067>
- Lane, B. (1994). What is rural tourism? *Journal of Sustainable Tourism*, 2(1–2), 7–21. <https://doi.org/10.1080/09669589409510680>

- Lane, B. (2009). Rural tourism: An overview. I T. Jamal & M. Robertson (Red.), *The SAGE Handbook of Tourism Studies* (s. 354–368). Sage.
- Lane, B. & Kastenholz, E. (2015). Rural tourism: the evolution of practice and research approaches – towards a new generation concept? *Journal of Sustainable Tourism*, 23(8–9), 1133–1156. <https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1083997>
- Long, P. & Lane, B. (2000). Rural Tourism Development. I W. C. Gartner & D. W. Lime (Red.), *Trends in outdoor recreation, leisure, and tourism*. CABI. 299–309.
- Løseth, K. (2014). *Adventure tourism. Exploring relations between knowledge and innovation* [Doktorgradsavhandling]. Aalborg University.
- McKercher, R. D. (1998). *The business of nature-based tourism*. Hospitality Press Melbourne.
- Mei, X. Y., Hågensen, A. M. S. & Kristiansen, H. S. (2020). Storytelling through experiencescape: Creating unique stories and extraordinary experiences in farm tourism. *Tourism and Hospitality Research*, 20(1), 93–104. <https://doi.org/10.1177/1467358418813410>
- Novelli, M., Schmitz, B. & Spencer, T. (2006). Networks, clusters, and innovation in tourism: A UK experience. *Tourism Management*, 27, 1141–1152. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.11.011>
- O'Connor, A., Stam, E., Sussan, F. & Audretsch, D. B. (2018). *Entrepreneurial Ecosystems*. Springer.
- Patton, M. Q. (1990). *Qualitative Evaluation and Research Methods*. SAGE.
- Petrou, A., Pantziou, E. F., Dimara, E. & Skuras, D. (2007). Resources and Activities Complementarities: The Role of Business Networks in the Provision of Integrated Rural Tourism. *Tourism Geographies*, 9(4), 421–440. <https://doi.org/10.1080/14616680701647634>
- Pikkemaat, B., Mike, P. & Chung-Shing, C. (2018). Needs, drivers, and barriers for innovation: The case of an alpine community-model destination. *Tourism Management Perspectives*, 25, 53–63. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.11.00>
- Pine, B. J. & Gilmore, J. H. (1999). *The Experience Economy: Work is Theatre & Every Business a Stage*. Harvard Business Press.
- Ritchie, J. R. B. & Crouch, G. I. (2003). *The Competitive Destination. A Sustainable Tourism Perspective*. CABI Publishing.
- Rosalina, P. D., Dupre, K. & Wang, Y. (2021). Rural tourism: A systematic review on definitions and challenges. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 47, 134–149. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.03.00>
- Roundy, P. T., Brockman, B. K. & Bradshaw, M. (2017). The resilience of entrepreneurial ecosystems. *Journal of Business Venturing Insights*, 8, 99–104. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2017.08.002>
- Russell, R. (2006). The contribution of entrepreneurship theory to the TALC model. I R. Butler (Red.), *The Tourism Area Life Cycle, Bd. 2, Conceptual and Theoretical Issues*. 105–124. Channel View.
- Ryan, T., Mottiar, Z. & Quinn, B. (2012). The Dynamic Role of Entrepreneurs in Destination Development. *The Journal of Tourism Planning & Development*, 2012. <https://doi.org/10.1080/21568316.2011.630747>

- Rønningen, M. (2010). Innovation in the Norwegian rural tourism industry: Results from a Norwegian survey. *The Open Social Science Journal*, 3, 15–29. <https://doi.org/10.2174/1874945301003010015>
- Shane, S. & Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217–226. <https://doi.org/10.5465/amr.2000.2791611>
- Sharpley, R. (2002). Rural tourism and the challenge of tourism diversification: The case of Cyprus. *Tourism Management*, 23(3), 233–244. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(01\)00078-4](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(01)00078-4)
- Sharpley, R. & Vass, A. (2006). Tourism, farming, and diversification: An attitudinal study. *Tourism Management*, 27(5), 1040–1052. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.10.025>
- Shaw, G. & Williams, A. M. (2004). *Tourism and Tourism Spaces*. Sage Publications.
- Skuras, D., Meccheri, N., Moreira, M. B., Rosell, J. & Stathopoulou, S. (2005). Entrepreneurial human capital accumulation and the growth of rural businesses: A four-country survey in mountainous and lagging areas of the European Union. *Journal of Rural Studies*, 21(1), 67–79. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2004.05.001>
- Spigel, B. (2017). The Relational Organization of Entrepreneurial Ecosystems. *Entrepreneurship theory and Practice*, 49–72. <https://doi.org/10.1111/etap.12>
- Spilling, O. R. (2000). *SMB 2000: fakta om små og mellomstore bedrifter i Norge*. Fagbokforlaget.
- Stam, E. (2015). Entrepreneurial Ecosystems and Regional Policy; A Sympathetic Critique. *European Planning Studies*, 23(9), 1–13. <https://doi.org/10.1080/09654313.2015.1061484>
- Stam, E. & Spigel, B. (2017). Entrepreneurial Ecosystems. I: *The SAGE Handbook of Small Business and Entrepreneurship* (s. 407–422). SAGE Publ., <https://doi.org/10.4135/>
- Sundbo, J., Orfila-Sintes, F. & Sørensen, F. (2007). The Innovative Behaviour of Tourism Firms – Comparative Studies of Denmark and Spain. *Research Policy*, 36(1), 88–106. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2006.08.00>
- Sørensen, A. & Nilsson, P. A. (2003). What is managed when managing rural tourism? The case of Denmark. I D. Hall, L. Roberts & M. Mitchell (Red.), *New directions in rural tourism* (Bd. 54–66). Routledge. S. 54–64.
- Tödting, F., Lengauer, L. & Höglinger, C. (2011). Knowledge Sourcing and Innovation in «Thick» and «Thin» Regional Innovation Systems—Comparing ICT Firms in Two Austrian Regions. *European Planning Studies*, 19(7), 1245–1276.

Leirdal, E. K. N, Karevoll, G. & Oklevik, O. (2024). Merkevarerinnovasjon som eit ruralt konkurransefortrinn. I T. Frimanslund & N. G. Bækkelund (Red.), *Rural konkurransekraft* (s. 59–86). Fagbokforlaget. DOI: <https://doi.org/10.55669/oa410403>

Kapittel 3

Merkevarerinnovasjon som eit ruralt konkurransefortrinn

Eli Kristin Nyttun Leirdal¹, Gurid Karevoll¹ og Ove Oklevik¹

¹ Handelshøgskulen, Høgskulen på Vestlandet

Samandrag: Innovasjon er ei avgjerande drivkraft for bedrifters verdiskaping og konkurransekraft. I konkurranseprega næringar som reiselivet er innovasjon ofte naudsynt, spesielt for regionale aktørar. Denne studien undersøker korleis innovasjon i rurale reiselivsverksemdar påverkar merkevarer, og om dette fører til meir tilfredse gjester, samt under kva vilkår desse samanhengane gjeld. Tilfredse gjester bidreg til positiv vareprat, noko som kan rekruttere framtidige gjester. Reiselivsverksemda Knutholmen i Kalvåg blir undersøkt som eit døme på ein merkevareinnovasjon og kva effekt dette har på gjestetilfredsheit og lønnsemd. Studien sitt rammeverk kan inspirere andre hotell til innovasjon og utvikling av unike merkevarer.

Nøkkelord: rural innovasjon, merkevareinnovasjon, merkevareopplevingar, rurale turisme, vandring

Abstract: Innovation is a crucial driver of businesses' value creation and competitiveness. In competitive industries like tourism, regional actors often need to innovate. This study explores how innovation in rural tourism businesses can impact branding, guest satisfaction, and under what conditions these effects occur. Satisfied guests contribute to positive word-of-mouth, which can attract future guests. The study examines Knutholmen, a tourism business in the fishing village of Kalvåg, as a case of brand innovation and its impact on guest satisfaction and profitability. The framework can inspire other hotels to innovate and develop unique profiles to strengthen their brands..

Keywords: rural innovation, brand innovation, brand experiences, rural tourism, hiking

Innleiing

Rural turisme er rekna som ein type turisme med høgt potensiale til å stimulere lokal økonomisk vekst (UNWTO, 2023). Reiselivsverksemder i rurale områder spelar ofte ei viktig rolle i lokalsamfunnet. Slike verksemder utfyller ofte eit noko manglande opplevingstilbod, både produkt og tenester, i form av aktivitetar, opplevingar og møteplassar, og er elles viktige som tilbydar av lokale arbeidsplassar. Samstundes er rurale reiselivsverksemder som regel avhengig av eit velfungerande samarbeid med andre lokale aktørar for å supplere og tilby eit attraktivt opplevingstilbod til sine gjester. Det er naudsynt at verksemdene er kreative for å utvikle noko nytt eller fornye eksisterande produkt og tenester som kan auke tilfredsheita til gjestene. Dette samarbeidet skjer ofte i eit system med andre rurale aktørar med sitt hovudvirke utanfor reiselivsbransjen. Dette vert i litteraturen omtala som eit regionalt innovasjonssystem (RIS) og vert forklart som den institusjonelle infrastrukturen som støttar innovasjon innanfor produksjonsstrukturen i ein region (Asheim & Coenen, 2005). Dette er nettverk, beståande av offentlege og private aktørar, innanfor eller på tvers av bransjar som har som føremål å fremje aktivitetar knytt til innovasjon. RIS fungerer som ei regional klynge av bedrifter og organisasjonar omgitt av ein regional «støttande» institusjonell infrastruktur (Asheim & Gertler, 2005, s. 301). Innovasjon føregår ikkje isolert, men må sjåast på som eit resultat av interaktiv læring i eit innovasjonsnettverk (Asheim et al., 2019, s. 3).

For å få lønnsemd ut av ein innovasjon, kan ein strategi vere å bygge merkevarer. Ein måte ei reiselivsverksemd kan bygge ei sterk merkevare på er å knyte unike, sterke og positive opplevingar til merkevara (Kotler & Keller, 2016, s. 433). Eit tiltak for å utvikle ei merkevare, er gjennom strategisk arbeid med merkevareinnovasjonar (Hariandja & Sartika, 2022). Ein anna strategi kan vere å bygge inn sterke opplevingar relatert til merket, i litteraturen vert dette beskrive som merkevareopplevingar («brand experiences»). Merkevareopplevingar har vore mykje diskutert i litteraturen det siste tiåret (Brakus et al., 2009; Nysveen et al., 2013; Manthiou et al., 2016; Khan & Rahman, 2017; Oklevik et al.; 2018). Det har derimot vore lite fokus på å forklare samanhengen mellom innovasjon og merkevareopplevingar (Hariandja & Sartika, 2022). Denne studien har til hensikt å fylle det kunnskapsholet ved å studere kva verknad ein innovasjon som det å tilrettelegge

for utvikling av vandrarstilbud har på merkevareopplevingane til ei merkevare. Reiselivsnæringa er ei næring prega av ein høg del tenester (Pikkemaat et al., 2019). Tenesteinnovasjon er relatert til nye og forbetra måtar å designe og levere tenester på (Toivonen & Tuominen, 2009). Tilrettelegging for vandring er ei slik type tenester, og i studien vår fann vi at det mangfaldige vandretilbodet i området var positivt for Knutholmen som opplevingsaktør då tilbodet traff dei som var interesserte i både lågterskel og meir krevjande vandreruter. Å innovere er ofte rekna som ein kritisk suksessfaktor og er nødvendig for vekst og langsiktig suksess for reiselivsbedrifter, organisasjonar og destinasjonar (Pikkemaat et al., 2019). Norge som reisemål er attraktivt mellom anna for sine mangfaldige vandreemoglegheiter, og i det naturbaserte reiselivet er det eit stort verdiskapingspotensiale gjennom meir bruk av både guiding og tilrettelegging for ulike målgrupper (Innovasjon Norge, 2021, s. 34). Reiselivsbedrifter må vere kreative og tilpassingsdyktige for å lukkast i sitt innovasjonsarbeid, uansett om det gjeld nyutviklingar eller fornying av produkt og tenester. Eit døme på nyutvikling når det kjem til vandring er gange med stavar, såkalla «Nordic Walking». Dette blei introdusert på 90-talet, og vart seinare å rekne som ein av Europas mest hurtigveksande former for trening (Pantzar & Shove, 2010). Andre eksempel er tilrettelegging og utvikling av stadig nye vandreruter, slik denne studien undersøker.

Det andre føremålet er å teste om ein innovasjon som utvikling av vandringstilbodet i Kålvåg påverkar effekten av merkevareopplevingar på gjestetilfredsheit hjå eit hotell. I studien vår fann vi ut at gjestene som nytta seg av vandretilbodet, faktisk var meir nøgde med opphaldet sitt enn dei som ikkje nytta seg av vandretilbodet. Litteraturstudien syner vidare at merkevareopplevingar er lite studert for hotellmerkevarer, sjølv om det finst nokre få dømer (Nysveen et al., 2013; Manthiou et al., 2016; Khan & Rahman, 2017; Oklevik et al., 2018). Det tredje føremålet ved denne studien er derfor å utvide litteraturen på dette feltet ved at merkevara som vert studert er reiselivsverksemda Knutholmen i Kalvåg i Sogn og Fjordane. I studien nyttar vi fem ulike opplevingsdimensjonar av hotellmerkevara (Brakus et al., 2009; Nysveen et al., 2013). Desse opplevingsdimensjonane testar effektane som ulike tilbydde opplevingar på Knutholmen har på gjestene sin tilfredsheit. Resultatet syner at dei sensoriske og relasjonelle dimensjonane har signifikant effekt på hotellgjestene sin tilfredsheit. I litteraturstudien vår fann vi ingen bidrag av studiar av mindre rurale merkevarer, og det fjerde føremålet ved denne studien er

å studere effektar merkevareopplevingar har i ein rural samanheng. Resultatet syner at stadeigne aktivitetar og innovasjonar kan forsterke opplevingane til ei hotellmerkevare i ein rural kontekst.

Knutholmen har, saman med andre aktørar i Kalvåg, introdusert ei rekke nye innovasjonar knytt til vandring. Studien syner at å utvikle og innovere for denne aktiviteten er med på å forsterke opplevingane gjestene har av verks- emda som merkevare. Strategisk innovasjonsarbeid er ei investering for eit ruralt hotell for å behalde eller etablere eit fortrinn i ein konkurranseprega marknad. I dette kapitlet forklarar vi caset Knutholmen og omgjevnadene i Kalvåg, deretter går vi gjennom relevant litteratur om regionale innovasjonssystem innan turisme, merkevareinnovasjon, merkevareopplevingar og vandring. Så gjer vi greie for den metodiske tilnærminga i studien, medan vi til slutt presenterer og diskuterer resultatata og dei teoretiske og praktiske implikasjonane av studien.

Knutholmen i Kalvåg

I denne studien er reiselivsverksemda Knutholmen i fiskeværet Kalvåg nytta for å vise døme på vellukka merkevareinnovasjon, og for å vise kva effekt merkevareinnovasjon har på gjestetilfredsheit og dermed lønnsemd. I dag driv andre- og tredje generasjon frå familien Fosse reiselivsverksemda saman ytst på øya Frøya i Bremanger. Familien har sidan 1980-talet restaurert og bygd opp ein stad som tek vare på kystkulturen og kysthistoria. Heile fiskeværet er i dag som eit stort og levande hotell. Overnatting blir tilbudd i rorbuer, leilegheiter og sjøhus gjennom heile året, og restauranten, med mat frå havet som sin spesialitet, er kjent for gode, smaksrike matopplevingar. Gastronomi, matopplevingar og lokal mat er alle viktige element i dagens reiseliv (Innovasjon Norge, 2021, s. 43). Gastronomiturisme, matturisme, kulinarisk turisme og gourmetturisme er nokre av omgrepa som blir brukt til å forklare denne veksande trenda i reiselivet (Okumus, 2020). Vidare har gastronomi blitt eit viktig element når det gjeld både lokal og regional utvikling og eit viktig element for turistar å bli kjent med kultur og levemåte på ein destinasjon (Rachão et al., 2019; Okumus, 2020). For gjestene på Knutholmen

er måltidsopplevingane ein viktig del av besøket og bedrifta sjølv beskriver restauranten som «sjølv hjartet av Knutholmen» (Knutholmen, 2023a). Hotellet er ein del av De Historiske Hotell & Spisesteder, ein medlemsorganisasjon bestående av fleire av Norges mest unike hotell og spisesteder (Knutholmen, 2023a).

På Knutholmen står formidling av lokal kultur- og naturarv sterkt, og dette gjenspeglast i opplevingstilbodet som omhandlar fiske, historiske vandringar, kystbaserte matopplevingar med meir. Opplevingstilbodet ber preg av Knutholmen sitt samspel i det regionale innovasjonssystemet i området. Innovasjonsaktivitet knytt til vandring er nærare undersøkt. Gjennom det mangfaldige opplevingstilbodet relatert til vandring er dei fleste alternativa til vandreruter i regi av andre aktørar enn Knutholmen sjølv. Likevel er vandretilboda populære aktivitetar for gjestene på Knutholmen. Til dømes eig det lokale idrettslaget Frøy i Kalvåg stormjakthytta Dosabu, som er ein populær dagstur med panoramautsikt til havet. Stormjakthytta er ein del av satsing innanfor «stormwatching»-konseptet (Visit Norway, 2023), og det er nærliggjande å tru at fleire besøker Knutholmen med formål om ein tur til denne dagsturhytta. Ei anna populær vandrerute er tur til Flona-hytta lokalisert i eit naturvernområde med rikt fugleliv og utsyn til havet (Visit Nordfjord, 2023a). Vidare besøker mange av Knutholmen sine gjester Europas høgaste sjøklippe Hornelen. Dette er ein lengre tur, og har dei siste åra blitt svært populær. Mange besøker Bremanger med formål om tur til Hornelen. Keipen Turlag eig nødbua Olavsbu-Hornelen på toppen og står også elles for oppmerking av den T-merka stien til toppen (Visit Nordfjord, 2023b).

På buavandring med guide i regi av Knutholmen tek ein føre seg både gamal og nær historie medan ein vandrar gjennom bygda og rundt vågen. Her er det også lagt inn eit besøk hjå ein annan lokal aktør, Galleri Frøya (Knutholmen, 2023b). Tur til Vingen, eit av dei største og mest særmerka helleristningsfelta i Nord-Europa, skjer i samarbeid med turistinformatjonen i Bremanger då ein lyt reise med guide til det veglause landskapsvernområdet (Visit Nordfjord, 2023c). På Vetten finn ein dagsturhytta til Bremanger kommune, Vetehytta. Fjelltoppen var ein del av det gamle vetesystemet langs kysten i mellomalderen. Dagsturhytteprosjektet er eit samarbeid mellom Vestland fylkeskommune, Sparebankstiftinga/Sparebanken Sogn og Fjordane og kommunane i Vestland (UT, 2023). Opplevingstilbodet med aktiviteten vandring er mangfaldig og noko for ein kvar. Det synlege arbeidet med merking og

rydding av stiar/ruter står som nemnt turlaget og idrettslaget for, medan det er fleire aktørar i det regionale innovasjonssystemet som direkte eller indirekte spelar ei rolle for at dei ulike prosjekta har blitt realisert, blant anna gjennom finansiering. Destinasjonsselskapet Visit Nordfjord og overordna Visit Norway er viktige aktørar for å spreie informasjon om og marknadsføre desse ulike vandretilboda.

Vidare er kommunen ein sentral aktør som legg til rette for og som er ansvarleg for folkehelsearbeidet gjennom blant anna lokal utvikling og planlegging. Dette er også satt på dagsorden i Bremanger kommune sin eigen kommunedelplan for fysisk aktivitet vedteke av kommunestyret. Vandring, i ulike former, er dermed eit satsingsområde i Bremanger som det er grunn til å tru også vil vidareutviklast framover. Dette vil både Knutholmen som opplevingstilbydar og deira gjester også nyte godt av.

Litteratur

Regionale innovasjonssystem (RIS) i rural turisme

Innovasjonslitteraturen legg i aukande grad vekt på at innovasjonar oppstår i samspel mellom ulike aktørar. Heller enn fokus på enkeltbedrifter og enkeltpersonar fokuserer dagens litteratur meir på relasjonar og samspel mellom ulike aktørar for å forklare innovasjonsaktivitet (Njøs & Sjøtun, 2016). Systemet rundt aktørane er viktig. I den systemorienterte tilnærminga er det samhandling mellom forskjellige aktørar og kunnskapen som ligg i desse systema som står sentralt, og dette er med på å legge til rette for innovasjonar (Njøs & Sjøtun, 2016). Dette samspellet blir kalla eit innovasjonssystem, og sentralt her er at ein legg til rette for innovasjon ved å sjå på det som eit system. Innovasjon oppstår i læringsprosessar der ulike aktørar i eit innovasjonssystem lærer gjennom samhandling med kvarandre. Gjennom samspel får ein flyt i informasjon, kunnskap, ressursar og så vidare, og denne interaksjonen mellom ulike aktørar er positivt for innovasjonsarbeidet (Njøs & Sjøtun, 2016).

Teoriar om regionale innovasjonssystem har vore sentral dei seinare åra, både blant politikarar, verkemiddelapparatet og i academia (Njøs & Sjøtun, 2016). Ifølgje Asheim & Gertler (2005) finst det ulike variantar av regionale

innovasjonssystem. Eit regionalt innovasjonssystem (RIS) vert forklart som dei regionale økonomiske, sosiale og institusjonelle faktorane som påverkar innovasjonsprosessen. Vidare er RIS rekna som den samla infrastrukturen som legg til rette for innovasjonsutvikling blant aktørar i ein region, og består av fire støttesystem: bedrifter, institusjonar, kunnskapsinfrastruktur og nasjonale/regionale verkemiddelaktørar (Asheim & Gertler, 2005; Asheim et al., 2011; Steinmo et al., 2018). Skogseid et al. (2017, s. 25) definerer eit regionalt innovasjonssystem som «eit system som består av regionale nettverk av interaksjon, innanfor eller på tvers av bransjar, offentlege og private, som har som føremål å fremje aktivitetar knytte til FoU og innovasjon». Kunnskapsutvikling og interaktive læringsprosessar mellom aktørane i systemet blir sett på som nødvendig for å skape innovasjonsaktivitetane (Asheim et al., 2011; Steinmo et al., 2018). RIS vektlegg korleis innovasjon må sjåast på som eit relasjonelt fenomen, som vert til gjennom samarbeid mellom bedrifter, FoU og offentlege organisasjonar (Njøs & Sjøtun, 2016). Aktørane i eit regionalt innovasjonssystem arbeider i fellesskap med utviklingssamarbeid, idémyldring og endringar og spreier i lag kunnskap om innovasjonar. Systemet kan spele ei viktig rolle for å styrke utvikling av ein region, og er eit sosialt, dynamisk og fleksibelt system som gjer det mogleg å støtte opp om innovasjonsprosessar på ulikt vis (Skogseid et al., 2017, s. 24).

Det regionale innovasjonssystemet (RIS) er eit mykje brukt rammeverk for å forklare og utforme retningslinjer for å styrke innovasjonsevna for den regionale økonomien (Asheim et al., 2019, s. 2). Hall & Williams (2008) hevdar at turismenæringa også kan gi betydeleg moglegheitsgjerande bidrag til regionale innovasjonssystem. Det er ofte naudsynt med innovasjon for regionale aktørar i konkurranseprega marknader som reiselivsnæringa, ei næring som til dels er tvungen til å innovere grunna intens konkurranse (Hariandja & Sartika, 2022). Innovasjon har blitt svært viktig for at regionale økonomiar skal kunne oppnå og oppretthalde konkurransekraft og velstand (Asheim et al., 2019, s. 1). Turisme generelt har gjennom historia vore prega av enorm innovasjon (Hjalager, 2010). Innovasjon relatert til rural turisme er ein kompleks prosess som involverer utveksling av kunnskap og ressursar mellom mange aktørar i nærmiljøet (Madanaguli et al., 2022). Rural turisme er rekna som ein type turisme med høgt potensiale til å stimulere lokal økonomisk vekst. Rural turisme finst i ikkje-urbane (rurale) område der det er låg befolkningstettleik, landskap og arealbruk ofte dominert av jordbruk og/

eller skogbruk og ein tradisjonell sosial struktur og livsstil. Turismeaktivitetane er ofte knytt til naturbaserte aktivitetar, landbruk, landleg livsstil/kultur, fiske og sightseeing (UNWTO, 2023). Ein kan skildre det rurale som ei motvekt til det urbane.

Eit reisemål er oftast mangfaldig og samansett med mange aktørar involvert. Det er fleire aktørgrupper som er rekna som avgjerande for ein destinasjon si utvikling, både offentlege (stat, fylke og kommune), halv-offentlege (FoU-miljø og destinasjonsapparat) og private (grunneigarar, verksemder og næringsorganisasjonar) aktørar. Desse vil ha ulike roller innan avgjerder, tilrettelegging og gjennomføring og har ofte ulike formål med å involvere seg. Dette kan vere både for å skape utvikling og å avgrense utvikling på ein destinasjon (Kamfjord, 2019, s. 179–183). Det er behov for at rurale reiselivsverksemder i samspel med andre aktørar i regionen er kreative og tilpassingsdyktige for å lykkast med innovasjonsarbeid, enten det gjeld å utvikle noko nytt eller fornye eksisterande produkt og tenester. Styring og utvikling av reisemål krev nettverk og samarbeid med mange aktørar i ulike roller og med ulike oppgåver (Kamfjord, 2019, s. 179–180). For reiselivsverksemder som opererer i eit regionalt innovasjonsnettverk, vil ein vere avhengig av aktørane i systemet for å få til både dei større og mindre innovasjonane som er med på å utvikle opplevingstilbodet og styrke hotellmerkevaren.

Merkevareinnovasjon og merkevareopplevingar

Stort sett har fokuset i eksisterande innovasjonslitteratur handla om utvikling av nye produkt, medan merkevareinnovasjon har blitt neglisjert (Herm, 2013; Thorbjørnsen et al., 2015; Drefšler & Paunovic, 2022). Merkevareinnovasjon («brand innovation») er ein strategi som kan bidra til å forbetre ytinga til eit merke og dermed nå sine målgrupper meir effektivt (Hariandja & Sartika, 2022). Merkevareinnovasjon har som mål å formidle både direkte og indirekte opplevingar til kundane, og det er rekna som essensielt å frå starten av vinne kundane sin tillit og verdi av å byggje merke (Hariandja & Sartika, 2022). Vellukka merkevareinnovasjon er også med på å auke ei merkevare sin verdi, service og produkt (Hsieh & Chang, 2016). Merkevarebygging kan føre til kreativitet over tid, og gjere ein innovasjon meir truverdig og rettmessig. Vidare kan merkevarebygging vere med på å tydeleggjere profilen til merket og effektivisere kommunikasjonen ut til kundane. Sterke merkevarer gir verdi til kundar på tre

ulike måtar, ved å redusere risiko, forenkle informasjonsbehandlninga og auke tilfredsheit (Kotler & Keller, 2016, s. 412–413). Tilfredse gjester bidreg med positiv vareprat, og kan fungere som ein viktig rekrutteringskanal for framtidige gjester (Oklevik, et al., 2018). Ein måte ein kan byggje merkevarer på er å legge til rette for sterke, positive og unike opplevingar av merket. Dette er beskrevet som merkevareopplevingar i litteraturen (Brakus et al., 2009). Tematikken har vore mykje studert etter at Brakus et al. (2009) publiserte det fyrste rammeverket for å måle slike opplevingar (Kim & Perdue, 2013; Nysveen et al., 2013; Ren et al., 2016; Manthiou et al., 2016; Kim & Park, 2017; Nysveen et al., 2018; Oklevik et al., 2018). Merkeopplevingar blir forklart som subjektive responsar framkalla av merkevarerelatert stimuli som til dømes design og identitet eller frå kommunikasjon frå merket. Merkevareropplevingar kan variere i styrke og intensitet, og kan bli opplevd både som positive og negative for forbrukarane (Brakus et al., 2009). Fire opplevingsdimensjonar er sentrale i Brakus et al. (2009) sitt rammeverk: sensoriske, kognitive, affektive og åtferdsmessige merkeopplevingar. Dette rammeverket er seinare utvida med ein femte dimensjon, relasjon (Nysveen et al., 2013). Nysveen et al. (2013) finn empirisk støtte for relevansen av å inkludere dimensjonen relasjonelle opplevingar når typiske servicemerker, slik som hotell, blir studert.

Merkevareopplevingar er tidlegare særleg studert i samband med merkevarer innan fysiske produkt som mobiltelefonar (Lee et al., 2015) og forbrukselektronikk (Pappu & Quester, 2016). Merkevarer innan tenesteproduksjon er også studert, dog i ei noko mindre grad, men ein ser at tidlegare forskning omhandlar blant anna banktenester (Nysveen & Pedersen, 2014). Sidan konteksten for denne studien er eit hotell lokalisert i eit ruralt område i Norge, vel vi altså å nytte Nysveen et al. (2013) si tilnærming med å måle merkeopplevinga med fem dimensjonar. Opplevingar av hotellmerkevarer er mindre studert i litteraturen, men nokre dømer finst (Manthiou et al., 2016; Nysveen et al., 2018; Oklevik et al., 2018). I den andre litteraturtradisjonen vi byggjer denne studien på, tek ein utgangspunkt i den faktiske opplevingsaktiviteten ein deltek i, vi finn mykje av denne tilnærminga innanfor tidskrift som fokuserer på konteksten reiseliv (Kim & Perdue, 2013; Nysveen et al., 2013; Ren et al., 2016; Kim & Park, 2017). Ein del av denne litteraturen fokuserer på vandring (Nysveen et al., 2018; Oklevik et al., 2018). Vidare blir bidrag frå desse to litteraturtradisjonane diskutert.

Vi vil no forklare korleis desse opplevingane kan vere i gjestene sitt møte med eit hotell. Ifølgje Oklevik et al. (2018) handlar den sensoriske dimensjonen om i kva grad hotellet stimulerer gjestene sine. Det handlar soleis om gjestene opplever ei grad av tilhøyring ved det å vere «ein del» av det merkevara har å tilby. Affektive merkeopplevingar handlar om til kva grad merkevara (i dette tilfellet eit hotell) vekker emosjonar og kjensler hjå gjestene. Den kognitive dimensjonen er knytt til i kva grad hotellet stimulerer problemløysing og får gjestene til å tenkje etter, medan den åtferdsmessige dimensjonen handlar om i kva grad ei merkevare vert opplevd som handlingsorientert og stimulerer til fysisk aktivitet hjå gjestene. Ifølgje Brakus et al. (2009) er korleis merket engasjerer kundane fysisk ein stor del av merkeopplevinga. Vidare hevdar studiane frå Nysveen et al. (2013) at det er viktig å inkludere dimensjonen relasjonelle opplevingar når typiske servicemerker blir studert. Ved å bygge sterke relasjonar til kundar, kan merker som tilbyr tenester (som for eksempel eit hotell) dra nytte av lojale kundar og positivt vareprat, noko som igjen vil føre til auka salsinntekter. Sidan opplevingsøkonomien står sentralt i hotellnæringa, er ein merkevarestrategi der ein skil seg ut basert på positive, sterke og unike opplevingar som ikkje er enkelt å kopiere, truleg ein betre måte å oppnå berekraftige konkurransefortrinn (Khan & Rahman, 2017).

Ei oppleving med eit merke kan vere både kortvarig og langvarig for forbrukarane. Tidlegare forskning har vidare synt at merkeopplevingar har ei positiv effekt på ei rekke mål på forbrukarevalueringar som tilfredsheit med merkevarer, merkekunnskap, merkeloyalitet, merkepersonlegdom, vareprat og intensjonar for gjenkjøp (Brakus et al., 2009; Manthiou et al., 2016; Khan & Rahman, 2017; Nysveen et al., 2018). Dette er ein av grunnane til at fleire hotell og andre overnattingsstadar i større grad enn tidlegare legg fokus på å skape unike opplevingar for sine gjester, nettopp fordi desse er vanskelegare å kopiere for andre (Oklevik et al., 2018). Brakus et al. (2009) viser til eit behov for meir forskning på denne skalaen av opplevingsdimensjonar, ettersom mange opplevingar, og då spesielt opplevingar i tenestenæringa, ofte utviklar seg over tid. Sjølv om det er få studiar på merkevareopplevingar i tenestenæringa, og endå mindre i hotellnæringa, er det nokre unntak.

Eit hotell kan skilje seg frå andre hotell på fleire måtar. Vanlege strategiar er val av design, fargar og fysiske element (Oklevik et al., 2018). Ulempa med ein slik strategi er at dette er element andre hotell lett kan kopiere. I merkevarebygging er det viktig å skaffe ein varig konkurransefordel og bygge ei

merkevare inn i ein posisjon som er unik, og som ikkje så lett kan kopierast av andre merkevarer (Kotler & Keller, 2016, s. 412–413). Eit anna verkemiddel ein nyttar for å bygge hotellmerkevarer er opplevingar. Opplevingar kan delast i to. Den eine opplevinga er opplevingar vi har med sjølve merkevara (Brakus et al., 2009; Nysveen et al., 2013; Manthiou et al., 2016; Khan & Rahman, 2017; Oklevik et al., 2018). Den andre opplevinga er aktivitetar i nær tilknytning til merkevara. I Nysveen et al. (2018) er heile utvalet som vart intervjuet med på motbakkeløpet «Skåla Opp» i Loen i Nordfjord. Merkevara som vart studert er Hotel Alexandra, arrangør av «Skåla Opp». Studien syner korleis innovasjonsgrad og grøn image påverkar opplevingane med merkevara Hotel Alexandra, som igjen bidreg til meir tilfredse hotellgjester. I studien til Nysveen et al. (2018), var utvalet homogent og skil seg dermed ut frå konteksten i denne studien.

I bidraget til Kim & Perdue (2013) er dei ulike opplevingsdimensjonane nytta for å få kunnskap om kva som påverkar kundane sitt val av hotell. Resultatet viser at dei affektive (komfort og underhaldning), sensoriske (relatert til element på hotellrom og atmosfære) og kognitive (pris, kvalitet og liknande faktorar) dimensjonane er viktige påverkningsfaktorar for kundane sitt val av hotell. Det same datasettet er nytta i Kim & Park (2017) der resultatet vidare viser at desse tre opplevingsdimensjonane er viktige for val av hotell for både fritids- og forretningmarknaden.

Bidraget til Nysveen et al. (2013) inkluderer som tidlegare nemnt også ein femte opplevingsdimensjon; relasjon. Resultatet frå studiar viser at opplevingsdimensjonane har effekt på merkepersonlegdom, merketilfredsheit og merkeloyalitet (Nysveen et al., 2013). Bidraget til Ren et al. (2016) undersøkte opplevd kundetilfredsheit på kinesiske hotell i budsjett-kategorien. Resultatet viser at faktorane inkludert i opplevingsdimensjonane er med å påverke kundetilfredsheit positivt (Ren et al., 2016). Til forskjell frå Nysveen et al. (2013), Nysveen et al. (2018) og Oklevik et al. (2018) nyttar ikkje studien til Manthiou et al. (2016) opplevingsdimensjonane for å rapportere ulike effektar, men til det overordna omgrepet merkeoppleving. Resultatet viser positive effektar av merkeoppleving på både merkekunnskap og merkeloyalitet (Manthiou et al., 2016).

Vandring

I denne studien ser vi nærare på utviklinga av vandreruter som eit innovasjonstiltak i regi av regionale aktørar i Kalvåg. På bakgrunn av dette

kan Knutholmen tilby eit mangfaldig vandretilbod med varierende vanskelegheitsgrad. Det mangfaldige vandretilbodet gjenspeglar type gjester ved Knutholmen.

Til liks med Svarstad (2010), Nordbø, Engilbertsson & Vale (2014) og Nordbø & Prebensen (2015) ser vi på omgrepet hiking som ein utandørsaktivitet der både korte og lengre gåturar (over fleire dagar) er inkludert, ofte i rurale områder og der natur og kultur er viktige komponentar for opplevinga. I det engelske språket er omgrepet «hiking» mest vanleg, og kan også refererast til med andre omgrep som walking, trekking, rambling, strolling og bushwalking (Nordbø et al., 2014; Nordbø & Prebensen, 2015). Vi omset desse til vandring på norsk, og vil i resten av kapittelet nytte omgrepet vandring om det å gå tur.

Vandring er ein viktig aktivitet i den norske befolkninga, då det er ein lågterskelaktivitet med liten fysisk påkjenning som nær sagt alle kan delta i (Hudson, 2003). I Innovasjon Norge sin marknadsstrategi «NORGE 2012–» blir vandring beskrive med fysiske behov som det å oppleve norsk natur, dele opplevingar, noko som er autentisk, historie, samvær, ynskje om aktivitet og som eit avbrekk frå kvardagen. Ei rekke aktivitetar som inngår i omgrepet: frå lang- og toppotur til guida turar og skilta, tilrettelagte turar (Innovasjon Norge, 2012). Vandring syner seg difor å omhandle alt frå lengre og krevjande turar til mindre fysisk krevjande turar som kan reknast meir som lågterskel. Det er eit stort verdiskapingspotensiale for naturbaserte opplevingar i Norge, og både allemannsretten og den norske friluftstradisjonen er viktige grunnlag for å utvikle dette på ein god måte (Innovasjon Norge, 2021, s. 34). Det er ei vurdering for kvar enkelt destinasjon og dei involverte aktørane å legge til rette for vandringsrelaterte innovasjonar tilpassa dei ynskja målgruppene. Ein slik suksessfull tilrettelegging vil føre til eit breiare aktivitetstilbod og truleg fleire gjestedøgn for ein destinasjon. Dette fører vidare til positive ringverknadar både kommersielt og økonomisk for dei involverte reiselivsverksemdene.

Når ein besøker ein destinasjon eller ei spesifikk oppleving er det ofte naturleg at det å gå er ein del av opplevinga. Hannam & Witte (2018) viser til at, sjølv om det kan bli vurdert som daglegdags, det å gå er viktig for det aller meste når det gjeld fritid og turisme. Til dømes lyt ein ta beina fatt dersom ein vil vitje kjende naturopplevingar som Preikestolen og Trolltunga eller oppleve kunsten og skulpturane i til dømes Vigelandsparken eller Ekebergparken. Vidare er det ifølgje Hannam et al. (2021) blitt auka merksemd på vandring i turismerelaterte studiar. Dei trekk særleg fram at vandring kan vere ein pri-

mæraktivitet i seg sjølv. Til dømes rekna ein fjellturen til Hornelen som ein av dei mest populære turistopplevingane i Bremanger (Visit Nordfjord, 2023b). Andre hevdar derimot at vandring har fått mindre merksemd enn det burde i forskinga då det å gå, i ulike former, er den mest grunnleggjande og mest utbreidde aktiviteten i ulike typar av turisme (Davies, 2018).

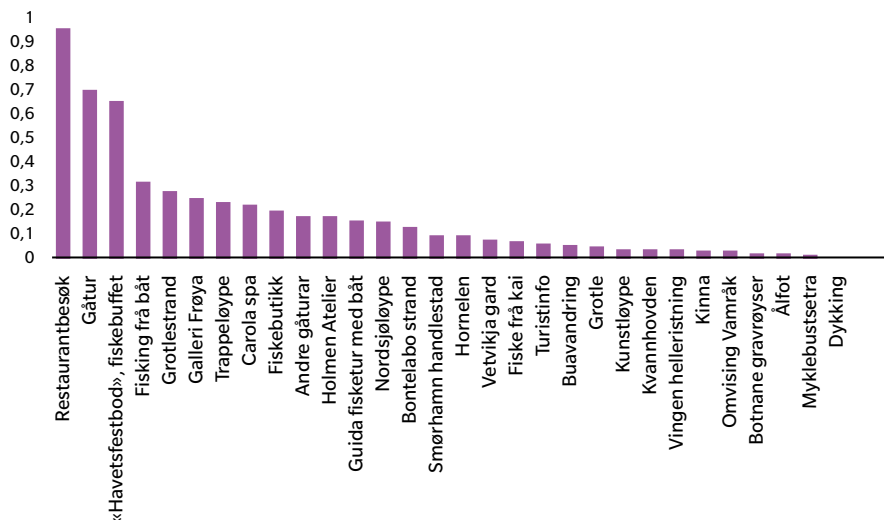
Nordbø & Prebensen (2015) viser til at temabasert turisme (special interest tourism) er veksande over heile verda og at i land som ofte nyttar naturen som ei av sine kjerneressursar i turismesamanheng, har fysiske aktivitetar som det å vandre blitt svært populær. Ifølgje Nordbø et al. (2014) har den norske turistnæringa dei siste åra også for fullt oppdaga potensialet for internasjonale turistar som eit segment for vandreturar, særleg i rurale område. Turgåing blir rekna som ein universell turistaktivitet, som omfattar eit vidt spekter; frå intensive, fysisk krevjande og lengre turstiar til kortare spontane turar (Davies, 2018). Nordbø & Prebensen (2015) viser til at formål med turgåing kan variere frå opplevingar og rein nyting til trening og liknande formål. Dette blir også beskrive i Nordbø et al. (2014) der forfattarane spesifikt definerer vandring i ein turistsamanheng. Denne definisjonen legg vekt på at det kan reknast som ein ferie- eller ferierelatert friluftaktivitet som består av kortare eller lengre turar (frå mindre enn ein time til opp til fleire dagar) i natur- og kulturlandskap, og ofte i rurale område. Dei mentale fordelane av vandring blir trekt fram som av større betydning enn fysiske fordelar (Nordbø & Prebensen, 2015).

Det å gå er grunnleggjande for destinasjonar som fokuserer på opplevingar, då infrastrukturen ofte er knapp. For å få tilgang til ulike opplevingar er det ofte naudsynt å gå (Davies, 2018). I ein del aktivitetar er vandring også sjølv hovudaktiviteten, som til dømes ei pilegrimsreise (Hannam et al., 2021). Davies (2018) hevdar at aktivitetar som inneber det å gå eller vandre er vid, og at ulike aktivitetar tiltrekkjer seg ulike typar turistar.

Datainnsamling

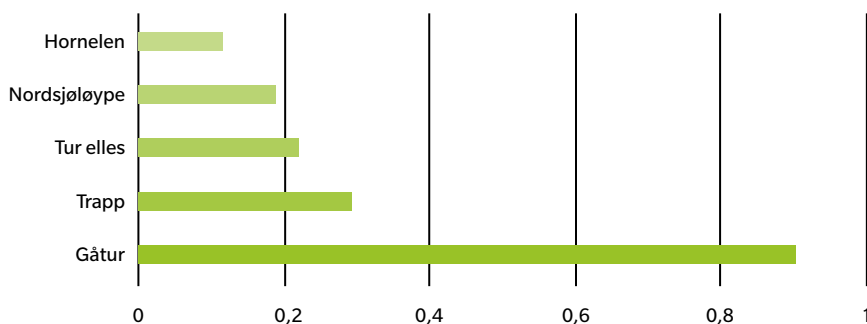
I 2018 vart det sendt ut ei Questback-spørjeundersøking ved hjelp av e-post til 1887 tidlegare gjester ved Knutholmen i Kalvåg. Nokre av desse e-postadressene var utdatert og ikkje lenger i bruk, noko som resulterte i ein forholdsvis

låg svarprosent med i alt 124 respondentar. Dette viser til ein responsrate på om lag 8 prosent. Gjennomsnittsalder på respondentane var 54,5 år, og kjønnsfordelinga viste 37,9 prosent kvinner og 62,1 prosent menn. I spørjeskjemaet blei respondentane spurt om å krysse av for ulike aktivitetar dei nytta seg av då dei besøkte Knutholmen. Til saman utgjorde det 30 ulike aktivitetar knytt til hotellopphaldet. Figur 3.1 viser ei oversikt over desse aktivitetane, samt prosentvis deltaking respondentane hadde på dei ulike aktivitetane ved sitt siste opphald. Restaurantbesøket synt til venstre i tabellen var den desidert mest populære aktiviteten, og viser at over 90 prosent av respondentane nytta seg av dette tilbodet. Elles syner tabellen at «Gåtur» og «Havets festbord» var populært, men at respondentane elles fordelte seg på ulike aktivitetar. «Gåtur» er vandring i Kalvåg, medan «havets festbord» er ein buffémiddag tilbudd i helgane. Forutan å krysse av for dei ulike aktivitetane som det var mogleg å nytte seg av i Kalvåg, svara respondentane på ei rekke spørsmål knytt til tilfredsheit og merkevareopplevingar, sjå vedlegg 1 for oversikt over spørsmål, og for rapportering av dei beskrivande statistiske eigenskapane til desse spørsmåla. For å teste måleeigenskapane til spørsmåla i undersøkinga, vart det vidare gjort ei bekreftande faktoranalyse, ved hjelp av statistikkprogramvara Mplus, versjon 8.8. Resultata, med standardiserte faktorladningar, chronbachs alpha, composite reliabilitet og average variance extracted, er også rapportert i vedlegg 1. Dette er gjort for å syne reliabiliteten og validiteten til undersøkinga. Vedlegg 1 syner at alle faktorladningane er over 0,8, bortsett frå eit av spørsmåla som var 0,71. Dette er uansett gode og høge verdiar på faktorladningar som syner at spørsmåla ladar til same begrep og langt over den føreslegne grensa på 0,5 (Hair et al., 2010). Vi kan derfor gå ut frå at begrepsvaliditeten til måla i studien er akseptable. Dette er ytterlegare bekrefta ved at det er høge verdiar på dei to reliabilitetsmåla Chronbachs alpha (0,85–0,98) og composite reliabilitet (0,86–0,98). Validiteten er og synt gjennom målet average variance extracted, også her er det høge og tilfredsstillande verdiar (0,68–0,95). På den andre sida så er svarprosenten i undersøkinga låg, 8 prosent, noko som gjer at sjølv om dei statistiske eigenskapane til måla og variablane i studien er gode, så må likevel resultata tolkast med ein viss varsemd, fordi det kan diskuteras om vi i studien har fått eit representativt utval av gjestene på Knutholmen. Alle spørsmåla knytt til dei fem opplevingsdimensjonane og tilfredsheit vart målt på ein likert skala frå 1 (usamd) til 7 (samd).

Figur 3.1*Relativ frekvens på bruk av aktivitetar i Kalvåg*

Samla sett nytta respondentane i gjennomsnitt 5,15 (SD = 3,14) tilbod kvar. Elles viser analysen at ein respondent ikkje nytta seg av nokon aktivitetar, medan respondentane som nytta seg av flest aktivitetar, var med på heile 16 aktivitetar. 80 prosent av respondentane nytta seg av minst tre ulike aktivitetstilbod i løpet av opphald sine. Dette tyder på at aktivitetar er ein viktig del av hoteloppshaldet for dei fleste gjestene på Knutholmen.

Figur 3.2 tek for spesifikt for seg respondentar som vandra i løpet av hoteloppshaldet sitt på Knutholmen, og kva aktivitetar som er knytt til denne variabelen. Ein ser her ulike vandretilbod, både lågterskel og meir krevjande som til dømes Hornelen. Opplevingstilbodet knytt til vandring ber preg av Knutholmen sitt samspel med andre aktørar i det regionale innovasjonssystemet. Turlag, idrettslag, grunneigarar og andre står for merking og rydding av ulike turløyper. Vidare er kommunen ein sentral aktør som legg til rette for og som er ansvarleg for folkehelsearbeidet gjennom blant anna lokal utvikling og planlegging. Dette er også satt på dagsorden i Bremanger kommune sin eigen kommunedelplan for fysisk aktivitet vedteke av kommunestyret. Destinasjonsselskapet Visit Nordfjord og overordna Visit Norway er viktige aktørar for å spreie informasjon om og marknadsføre desse ulike vandretilboda.

Figur 3.2*Aktivitetar i Kalvåg som er knytt til vandring*

Note. Andel respondentar som vandra, og har delteke på kvar av aktivitetane.

Ein kan også legge til at som sponsorar til tur- og idrettslag, det vil seie det lokale næringslivet indirekte med på utbetring og utvikling av eit mangfaldig vandretilbod. Innleiingsvis i denne studien vart nokre eksempel på ulike aktivitetar knytt til vandring i området rundt Knutholmen presentert. Desse går frå lågterskeltilbodet buavandring i og rundt området Knutholmen disponerer og krev lite tilrettelegging, til kortare og lengre turar i terreng som krev meir tilrettelegging av stiane/rutene, ofte i fjellet. Det synlege arbeidet med merking og rydding av stiar/ruter står som nemnt turlaget og idrettslaget for, medan det er fleire aktørar i det regionale innovasjonssystemet som direkte eller indirekte spelar ei rolle for at dei ulike prosjekta har vore gjennomførbare. Figur 3.2 syner at «Gåtur» (vandring rundt i Kalvåg) var den mest populære aktiviteten. Dette er eit lågterskel tilbod som nær sagt alle kan delta på. Vidare er summen av alle frekvensane meir enn 100 prosent, då nokre respondentar nytta seg av fleire vandretilbod. Frå tidlegare studiar som har brukt desse spørsmåla, veit me at spørsmåla er valide og pålitelege. Til å teste dette i studien vår nytta vi Chronbach's Alfa (Crano & Brewer, 2002). Studien frå Knutholmen syner at Chronbach's alfa ligg i området mellom 0,85–0,98, noko som er godt over terskelverdien til Crano og Brewer på 0,75. Vi konkluderer derfor med at variablane i studien er pålitelege og valide.

Resultat

Vi undersøkte fyrst om det er slik at dei gjestene som deltok i aktiviteten vandring har sterkare opplevingar enn dei som ikkje gjorde det. Tabell 3.1 syner gjennomsnittsscore på dei fem opplevingsdimensjonane og variabelen tilfredsheit i dei to gruppene. Resultatet viser at gjennomsnittsscore var høgare (sterkare opplevingar) for dei som deltok på vandring for to av opplevingsdimensjonar, samt for variabelen tilfredsheit. Gjestene som nytta seg av vandretilbodet var meir tilfredse med opphaldet sitt enn dei som ikkje gjorde det. Vidare syner resultatet at i gruppa som deltok på vandring (N = 95), var det ein signifikant høgare gjennomsnittsscore for dimensjonane sensorisk og åtferd. Dette tyder på at Knutholmen i større grad lukkast med å stimulere dei gjestene som nytta seg av vandreopplevingar enn dei som ikkje gjorde det. Dette er med på å gi gjestene kjensle av å vere «ein del» av det Knutholmen har å tilby. Vidare viser resultatet at gjestene som nytta seg av vandreopplevingane, i større grad opplevde Knutholmen som handlingsorientert og som ein aktør som stimulerer til fysisk aktivitet. Tilfredse gjester bidreg til positiv vareprat, som igjen kan bidra til meir besøkjande på Knutholmen samt auka salsinntekter.

Tabell 3.1

Gjennomsnitt og standardavvik for variablane blant dei som deltok på aktiviteten vandring (n = 95) og dei som ikkje deltok på vandring (n = 29) ved opphaldet sitt på Knutholmen

1. Variabel	2. Delteke på vandring (n = 95)		3. Ikkje delteke på vandring (n = 29)	
	4. Mean	5. SD	6. Mean	7. SD
Sensorisk	5,37 ^a	1,47	4,83 ^a	1,73
Affektiv	4,82	1,65	4,38	1,74
Relasjonell	4,69	1,71	4,43	1,81
Åtferd	4,40 ^a	1,36	3,91 ^a	1,32
Kognitiv	3,22	1,33	3,11	1,29
Tilfredsheit	5,78 ^a	1,33	5,17 ^a	1,67

^a Signifikant forskjellig gjennomsnitt ($p < 0,10$).

For å vise i kva grad merkevareopplevingane og vandring har ein positiv effekt på hotellgjestene sin tilfredsheit nytta vi regresjonsanalyse (Wooldridge, 2016). Dette er ein statistisk teknikk som viser kor mykje av variasjonen i avhengig variabel som kan forklarast av variasjonen i forklaringsvariablane.

Tabell 3.2

Avhengig variabel: Tilfredsheit

	Modell 1	N = 124	Modell 2	Vandra ikkje (n = 29)	Modell 3	Vandra (n = 95)
Variabel namn	Koeffisient	Std.avvik	Koeffisient	Std.avvik	Koeffisient	Std.avvik
Sensorisk	,467***	,102	,237	,262	,584***	,108
Affektiv	,015	,095	,282	,271	-,100	,094
Relasjonell	,286***	,067	,300	,272	,292***	,063
Åtferd	,063	,104	,120	,270	,066	,080
Kognitiv	-,018	,086	-,193	,238	-,001	,074
Alder	-,015*	,007	-,058*	,031	-,005	,007
Utdanningsnivå	,008	,092	-,073	,327	-,009	,087
Kjønn	-,125	,164	-,210	,570	-,223	,152
Konstant	2,529***	,582	5,309**	2,382	2,084***	,530

* $p < 0,1$

** $p < 0,05$

*** $p < 0,01$

Tabell 3.2 viser resultatata frå tre regresjonsmodellar med tilfredsheit som avhengig variabel. Den første modellen tek føre seg heile utvalet, medan modell 2 tek føre seg respondentar som ikkje deltok på aktivitetar som inkluderte vandring. Modell 3 ser på respondentar som vandra som ein del av deltakinga si på aktivitetar på Knutholmen. I modell 1 så har to av dei fem dimensjonane av merkevareopplevingar ein positiv effekt på tilfredsheit. Unntaket er den kognitive dimensjonen som syner ein svak negativ effekt ($\beta_{\text{kognitiv}} = -,02, p > 0,10$). Likevel så er det berre sensorisk og relasjonell dimensjon som er signifikante ($\beta_{\text{sensorisk}} = ,47, p < 0,01$ og $\beta_{\text{relasjonell}} = ,29, p < 0,01$). Alder viser også ein effekt ($\beta_{\text{alder}} = -,02, p < 0,10$), men er ikkje signifikant på 5 prosentnivå. I modell 2

var det ingen av dei fem opplevingsdimensjonane som var signifikante på avhengig variabel tilfredsheit ($p > 0,10$, for alle β). I modell 3 derimot, er respondentar som ikkje har delteke på vandring utelatne frå analysen. Dei signifikante effektane frå modell 1 finn vi også i modell 3. Effekten av alder er ikkje lenger signifikant på 10 prosent nivå ($\beta_{\text{alder}} = -.005$, $p > 0,10$).

Drøfting

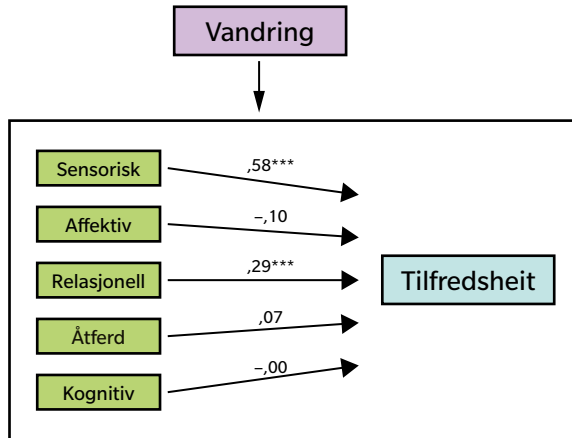
Det var fire føremål med denne studien. Det fyrste føremålet var å studere verknaden ein innovasjon som vandring har på merkevareopplevingane til ei merkevare. Resultatet synte at 80 prosent av respondentane nytta seg av minst tre ulike aktivitetstilbod i løpet av opphaldet sitt, og dette tyder på at aktivitetar er ein viktig del av hotellopphaldet for dei fleste gjestene på Knutholmen. Ein stor del av gjestene deltok på ei eller anna form for vandring i løpet av opphaldet sitt på Knutholmen. Vandring er ein lågterskelaktivitet som nær sagt alle kan delta i, og som kan leggest til rette for med forholdsvis avgrensa økonomiske ressursar. Å legge til rette for opplevingar knytt til vandring kan vere forholdsvis enkle tiltak å setje i verk. Studien vår syner at dei gjestene som deltok på vandring, hadde ei sterkare oppleving av merkevara Knutholmen. For to av dimensjonane, den sensoriske og åtferd, var det ein signifikant høgare gjennomsnittsscore for dei som deltok på vandreaktivar i løpet av opphaldet sitt. Eit attraktivt og mangfaldig tilbod i form av opplevingar relatert til vandring er eit sterkt fortrinn som det syner seg at er med på å forsterke opplevingane gjestene har av Knutholmen som merkevare.

Det andre føremålet med studien var å teste om ein innovasjon som utvikling av vandretilbodet i Kalvåg påverkar effekten av merkevareopplevingar på gjestetilfredsheit hjå eit hotell. Resultata syner at effektane av dimensjonar blir drivne av vandre-aktivitetar, som vist i Figur 3.3. Grunna den låge utvalsstørrelsen frå modell 2 er det behov for å sjå meir på vandring si effekt på tilfredsheit i framtidig forskning. Studien syner at innovasjonar som gir sterke og positive opplevingar for gjestene, er viktige i hotellnæringa, og å fokusere på dette viser seg å vere eit effektivt verkemiddel for å bygge hotellmerkevarer. Ved å stimulere gjestene, samt bygge sterke relasjonar til

dei, ser ein positiv effekt i form av lojale gjester og positivt vareprat. Dette støttast også av tidlegare forskning frå blant anna Oklevik et al. (2018) som viser til at tilfredse gjester bidreg med positiv vareprat og kan derfor vere ein særskild viktig rekrutteringskanal for framtidige gjester.

Det tredje føremålet med studien var å studere om mekanismane med merkevareopplevingar også fungerer i ein hotellkontekst. Studien tek utgangspunkt i eit etablert mål på merkevareoppleving, med i alt fem ulike opplevingsdimensjonar. Dette er Brakus et al. (2009) sine fire opplevingsdimensjonar: sensoriske, kognitive, affektive og åtferdsmessige merkeopplevingar. I tillegg til ein femte dimensjon: relasjon, som vart introdusert i Nysveen et al. (2013) som relevant for spesielt servicerelaterte merker. Resultatet frå studien syner at den sensoriske og den relasjonelle dimensjonen påverkar tilfredsheit i ein positiv retning i både modell 1 og 3. Dette er i tråd med tidlegare forskning som tyder på at dei ulike dimensjonane av merkevareopplevingar kan spele ulike roller for ulike merkevarer. Vi kan derfor konkludere med at av dei fem merkevareopplevingsdimensjonane vi har nytta i denne studien, er det den sensoriske og relasjonelle dimensjonen som er viktigast for å generere tilfredse gjester ved hotellet. Desse effektane finn vi ikkje i modell 2, der respondentar som ikkje har delteke i vandring er utelatne. Noko av forklaringa på dette kan ligge i at dette gjeld ein svært liten del av utvalet. Det er berre 29 respondentar som ikkje har delteke i vandring, så utvalet i modell 2 er såpass lite at det påverkar presisjonen for beta-verdien (Verbeek, 2017). Dette kan igjen påverke moglegheita for å få signifikante resultat. Resultata frå modell 2 må derfor tolkast med varsemd.

Det fjerde føremålet med denne studien var å studere effektar merkevareopplevingar har i ein rural samanheng. Resultatet viser at stadeigne aktivitetar og innovasjonar kan forsterke opplevingar til ei merkevare i ein rural kontekst. Knutholmen dreg god nytte av aktørane i det regionale innovasjonssystemet sitt arbeid med utvikling og utbetring av både lågterskel og meir krevjande stiar/ruter i området. Å ta del i dette samspelet er viktig for Knutholmen då effektane av tiltaka som blir gjort, små og store, viser seg å vere av betydning for gjestene. Dette innovasjonsarbeidet som er gjort har også bidrege til at gjestene er meir i fysisk aktivitet, blir kjent med og utforskar området. Ein kan på bakgrunn av dette rekne Knutholmen som ein aktør som er avhengig av sine lokale omgjevnader og det å samskape med aktørar det regionale innovasjonssystemet for å behalde konkurransefortrinnet sitt i marknaden.

Figur 3.3*Estimert modell, gitt respondentar som vandra*

Dette bokkapittelet syner resultat frå ei gjesteundersøking frå hotellet Knutholmen i Kalvåg, ei sterk hotellmerkevare som i tett samspel med andre aktørar i det regionale innovasjonssystemet stadig utviklar og forbetrar tilbydde gjesteopplevingar. Denne verksemda vart nytta for å vise til konkrete døme på ein merkevareinnovasjon. Hensikten er at rammeverket som er nytta her, kan vere nyttig for andre hotell for å utvikle sin unike profil og finne sine opplevingsdimensjonar for å bygge eiga merkevare. Med konkrete døme frå eit reelt case (Knutholmen) håpar ein dette kan vere til inspirasjon for andre liknande hotell i det rurale reiselivet. Dersom vi samanliknar med ein tidlegare studie frå Hotel Alexandra i Loen (Nysveen et al., 2018), ser vi at effekten av den sensoriske dimensjonen er den same, medan effekten av relasjon på gjestetilfredsheit er ulik. Medan vi finn denne effekten hjå gjestene til hotellet Knutholmen, finn vi den ikkje i studien på gjestene frå Hotel Alexandra. Tilsvarande vart det funne ein effekt av åtferdsdimensjonen hjå Hotel Alexandra, men ikkje på Knutholmen. Hotel Alexandra har bygd opp ei rekke med naturbaserte aktivitetar gjennom mange år, desse aktivitetane forutset eit visst ferdigheitsnivå. Aktivitetane rundt Knutholmen derimot har ein noko lågare terskel. Ein treng ikkje god kondisjon for å gjennomføre ein/ei gåtur/vandring i Kalvåg, og det er derfor naturleg at den relasjonelle dimensjonen står sterkare enn den åtferdsmessige.

Konklusjon

Resultata frå denne studien viser at innovasjonar som gir sterke og positive opplevingar for gjestene er viktige i hotellnæringa, og å fokusere på dette viser seg å vere eit effektivt verkemiddel for å byggje hotellmerkevarer. Opplevingar er vanskelege å kopiere, og eit godt utvikla vandretilbod kan fungere som eit konkurransefortrinn i ein rural kontekst. Resultata frå studien syner at det utvikla og innovative vandringstilbodet resulterte i signifikant positiv effekt for to av fem opplevingsdimensjonar av opplevingar med merkevara. I denne studien finn vi signifikante effektar av dimensjonane sensoriske og relasjonelle opplevingar på gjestetilfredsheit. For gjester som ikkje nytta vandretilbodet finn vi derimot ikkje denne effekten på tilfredsheit. Vi syner såleis at det i ulik grad er effektar av opplevingsdimensjonar på tilfredsheit med hotell. Dette er naturleg då hotell kan ha ulik opplevingsprofil i marknaden og dermed søker å stimulera opplevingane til gjestene på ulike måtar. Vi har særleg drøfta korleis å utvikle, legge til rette og innovere for meir vandring hjå hotellgjester kan vere eit moglege tiltak for å stimulera opplevingsdimensjonane. Det kan verke som at det politisk ofte er meir fokus på typiske radikale innovasjonar og mindre merksemd på mindre, trinnvise forbetringar av eksisterande produkt og tenester. Det er viktig at slike innovasjonar, som til dømes det å tilrettelegge for utvikling av vandretilbodet på ein destinasjon, også blir løfta fram, lagt til rette for og støtta. Slike tiltak kan bidra til å byggje opp viktige og nødvendige konkurransefortrinn for spesielt rurale reiselivsverksemdar, til dømes til å bidra til eit større opplevingstilbod, noko som kan vere med på å auke tilfredsheita til gjestene og dermed også lønnsenda på ein destinasjon. Det enkelte hotell må forstå sin eigen kontekst, og slik sett bruke opplevingsdimensjonane sine for å byggje si eiga hotellmerkevarer. Studien syner at innovasjonar som gir sterke og positive opplevingar for gjestene er viktige i hotellnæringa, og å fokusere på dette viser seg å vere eit effektivt verkemiddel for å byggje hotellmerkevarer, tilfredse hotellgjester og betre lønsemd.

Referansar

- Asheim, B. & Gertler, M. S. (2005). The Geography of Innovation: Regional Innovation Systems. I J. Fagerberg, D. C. Mowery & R. R. Nelson (Red.), *The Oxford Handbook of Innovation* (s. 291–317). Oxford University Press.
- Asheim, B. T. & Coenen, L. (2005). Knowledge bases and regional innovation systems: Comparing Nordic clusters. *Research Policy*, 34(8), 1173–1190. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2005.03.013>
- Asheim, B. T., Isaksen, A. & Trippel, M. (2019). *Advanced introduction to regional innovation systems*. Edward Elgar Publishing.
- Asheim, B. T., Smith, H. L. & Oughton, C. (2011). Regional Innovation Systems: Theory, Empirics and Policy. *Regional Studies*, 45(7), 875–891. <https://doi.org/10.1080/00343404.2011.596701>
- Brakus, J. J., Schmitt, B. H. & Zarantonello, L. (2009). Brand experience: what is it? How is it measured? Does it affect loyalty?. *Journal of Marketing*, 73(3), 52–68. <https://doi.org/10.1509/jmkg.73.3.052>
- Crano, W. D. & Brewer, M. B. (2002). *Principles and Methods of Social Research* (2. utg.). Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Davies, N. (2018) Who walks, where and why? Practitioners' observations and perspectives on recreational walkers at UK tourist destinations. *Annals of Leisure Research*, 21(5), 553–574.
- Dreßler, M. & Paunovic, I. (2022), Strategic brand innovation – an explorative study of up- and downstream brand innovation practices in SME wineries. *International Journal of Wine Business Research*. <https://doi.org/10.1108/IJWBR-07-2021-0037>
- Hair, J., Black, W., Babin, B. & Anderson, R. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7. utg.). Prentice Hall.
- Hall, C. M. & Williams, A. M. (2008). *Tourism and Innovation*. Routledge.
- Hannam, K. & Witte, A. (2018). Theorising Practices of Walking in Tourism. I L. James, C. Ren & H. Halkier (Red.), *Theories of Practice in Tourism* (s. 29–40). Routledge.
- Hannam, K., Butler, G., Witte, A. & Zuev, D. (2021). Tourist's mobilities: Walking, cycling, driving, and waiting. *Tourist Studies*, 21(1), 57–69. <https://doi.org/10.1177/1468797621992931>
- Hariandja, E. S. & Sartika, L. (2022). Effects of brand innovation and marketing dynamic capability on the performance of international hotels. *Innovative Marketing*, 18(1), 63–78. [https://doi.org/10.21511/im.18\(1\).2022.06](https://doi.org/10.21511/im.18(1).2022.06)
- Herm, S. (2013). When things go wrong, don't rely on committed consumers: effects of delayed product launches on brand trust. *Journal of Product Innovation Management*, 30(1), 70–81. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5885.2012.00987.x>
- Hjalager, A.-M. (2010). A review of innovation research in tourism. *Tourism Management*, 31(1), 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.08.012>
- Hsieh, S. H. & Chang, A. (2016). The Psychological Mechanism of Brand Co-creation Engagement. *Journal of Interactive Marketing*, 33, 13–26. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2015.10.001>
- Hudson, S. (2003). *Sport and adventure tourism*. The Haworth Hospitality Press.

- Innovasjon Norge. (2021). *Nasjonal Reiselivsstrategi 2030*. <https://business.visitnorway.com/no/strategi-for-norsk-reiseliv/>
- Kamfjord, G. (2019). *Det helhetlige reiselivsproduktet* (6. utg.). Fagspesialisten AS.
- Khan, I. & Rahman, Z. (2017). Development of a scale to measure hotel brand experiences. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(1), 268–287. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-08-2015-0439>
- Kim, D. & Park, B.-J. (2017). The moderating role of context in the effects of choice attributes on hotel choice: A discrete choice experiment. *Tourism Management*, 63, 439–451. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.07.014>
- Kim, D. & Perdue, R. R. (2013). The effects of cognitive, affective, and sensory attributes on hotel choice. *International Journal of Hospitality Management*, 35, 246–257. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2013.05.012>
- Knutholmen. (2023a). Om oss. Henta 10.03.2023 frå <https://knutholmen.no/om>
- Knutholmen. (2023b). Aktivitetar. Henta 10.03.2023 frå <https://knutholmen.no/aktivitetar>
- Kotler, P & Keller, K. L. (2016). *Markedsføringsledelse* (4. utg.). Gyldendal Akademiske.
- Lee, D., Moon, J., Kim, Y. J. & Yi, M. Y. (2015). Antecedents and consequences of mobile phone usability: Linking simplicity and interactivity to satisfaction, trust, and brand loyalty. *Information & Management*, 52(3), 295–304. <https://doi.org/10.1016/j.im.2014.12.001>
- Madanaguli, A., Kaur, P., Mazzoleni, A. & Dhir, A. (2022). The innovation ecosystem in rural tourism and hospitality – a systematic review of innovation in rural tourism. *Journal of Knowledge Management*, 26(7), 1732–1762. <https://doi.org/10.1108/JKM-01-2021-0050>
- Manthiou, A., Kang, J., Sumarjan, N. & Tang, L. (2016). The incorporation of consumer experience into the branding process: an investigation of name-brand hotels. *International Journal of Tourism Research*, 18(2), 105–115. <https://doi.org/10.1002/jtr.2037>
- Njøs, R. & Sjøtun, S. G. (2016). *Innovasjon: Ei kortfatta innføring i sentrale begrep og tenkemåtar* (Arbeidsnotatserien Senter for nyskaping 2-2016). Høgskolen i Bergen.
- Nordbø, I. & Prebensen, N. K. (2015). Hiking as Mental and Physical Experience. I *Advances in Hospitality and Leisure* (Vol. 11, s. 169–186). Emerald Group Publishing Limited.
- Nordbø, I., Engilbertsson, H. Ö. & Vale, S. (2014). Market myopia in the development of hiking destinations. The Case of Norwegian DMOs. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 23(4), 380–405. <https://doi.org/10.1080/19368623.2013.827608>
- Nysveen, H. & Pedersen, P. E. (2014). Influences of Cocreation on Brand Experience: the role of brand engagement. *International Journal of Market Research*, 56(6), 807–832. <https://doi.org/10.2501/IJMR-2014-016>
- Nysveen, H., Oklevik, O. & Pedersen, P. E. (2018). Brand satisfaction: Exploring the role of innovativeness, green image, and experience in the hotel sector. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(9), 2908–2924. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2017-0280>
- Nysveen, H., Pedersen, P. E. & Skard, S. (2013). Brand experiences in service organizations: exploring the individual effects of brand experience dimensions. *Journal of Brand Management*, 20(5), 404–423.

- Oklevik, O., Pedersen, P. E. & Nysveen, H. (2018). Tilfredsheit med eit hotell: Kva rolle spelar opplevingar med merkevara, innovasjonsgrad og grøn image? *Magma – Tidsskrift for økonomi og ledelse*, 21(7), 79–88.
- Okumus, B. (2021). Food tourism research: a perspective article. *Tourism Review*, 76(1), 38–42. <https://doi.org/10.1108/TR-11-2019-0450>
- Pantzar, M. & Shove, E. (2010). Understanding innovation in practice: a discussion of the production and re-production of Nordic Walking. *Technology Analysis & Strategic Management*, 22(4), 447–461. <https://doi.org/10.1080/09537321003714402>
- Pappu, R. & Quester, P. G. (2016). How does brand innovativeness affect brand loyalty? *European Journal of Marketing*, 50(1–2), 2–28. <https://doi.org/10.1108/EJM-01-2014-0020>
- Pikkemaat, B., Peters, M. & Bichler, B. F. (2019). Innovation research in tourism: Research streams and actions for the future. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 41, 184–196. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2019.10.007>
- Rachão, S., Breda, Z., Fernandes, C. & Joukes, V. (2019). Food tourism and regional development: A systematic literature review. *European Journal of Tourism Research*, 21, 33–49. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v21i.357>
- Ren, L., Qiu, H., Wang, P. & Lin, P. M. C. (2016). Exploring customer experience with budget hotels: Dimensionality and satisfaction. *International Journal of Hospitality Management*, 52, 13–23. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2015.09.009>
- Skogseid, I., Nesse, J. G. & Larsen, Ø. H. (2017). Innovasjonsøkosystem – ei teoretisk overbygning. I J. G. Nesse (Red.), *Innovasjonsøkosystem* (s. 23–48). Fagbokforlaget.
- Steinmo, M., Lauvås, T. A., Eidem, P.-A., Salamonsen, K. & Paulsen, M. (2018). Bedrifters innovasjonstilnærming i perifere regioner. *Søkelys på arbeidslivet*, 35(3), 221–238. <https://doi.org/10.18261/issn.1504-7989-2018-03-06>
- Svarstad, H. (2010). Why hiking? Rationality and reflexivity within three categories of meaning constriction. *Journal of Leisure Research*, 42(1), 91–110. <https://doi.org/10.1080/0022216.2010.11950196>
- Thorbjørnsen, H., Dahlén, M. & Lee, Y. H. (2015). The effect of new product preannouncements on the evaluation of other brand products. *Journal of Product Innovation Management*, 33(3), 342–355. <https://doi.org/10.1111/jpim.12280>
- Toivonen, M. & Tuominen, T. (2009). Emergence of innovations in services. *The Service Industries Journal*, 29(7), 887–902. <https://doi.org/10.1080/02642060902749492>
- UNWTO. (2023). *Rural Tourism*. Henta 27.01.2023 frå <https://www.unwto.org/rural-tourism>
- UT. (2023). *Vetehytta – dagsturhytta i Bremanger*. Henta 10.03.2023 frå <https://ut.no/hytte/101391/vetehytta-dagsturhytta-i-bremflona%20hyttaanger>
- Verbeek, M. (2017). *A guide to Modern Econometrics* (5. utg.). John Wiley & Sons, Inc.
- Visit Norway. (2023). *Dosabu stormjakhytte*. Henta 10.03.2023 frå <https://www.visitnorway.no/listings/dosabu-stormjakhytte/213037>
- Visit Nordfjord. (2023a). *Flona i Kalvåg*. Henta 10.03.2023 frå <https://www.nordfjord.no/flona-i-kalvag>
- Visit Nordfjord. (2023b). *Hornelen*. Henta 10.03.2023 fra <https://www.nordfjord.no/hornelen>

Visit Nordfjord. (2023c). *VINGEN – Naturens Kolossalmuseum*. Henta 10.03.2023 frå <https://www.nordfjord.no/bestill/se-gjore/1878244/vingen-naturens-kolossalmuseum/showdetails>

Wooldridge, J. M. (2016). *Introductory econometrics : a modern approach* (6. utg.). Cengage Learning.

Vedlegg 1

Spørsmål i undersøkinga, beskrivande statistikk, reliabilitet og validitetsmål

	Gj.snitt	Stdv.	Std. faktorladning	Chronbach's	Composite	AVE
Tilfredsheit	5,62	1,42		0,98	0,98	0,95
«Jeg er tilfreds med Knutholmen»	5,63	1,43	0,97			
«Å besøke Knutholmen var et godt valg for meg»	5,67	1,43	0,98			
«Knutholmen levde opp til mine forventninger»	5,62	1,51	0,98			
Sanseopplevingar	5,41	1,54		0,97	0,98	0,93
«Knutholmen gjør et sterkt inntrykk på sansene mine»	5,27	1,57	0,97			
«Det å besøke Knutholmen gir meg interessante sanseopplevinger»	5,25	1,60	0,96			
«Knutholmen appellerer i stor grad til mine sanseopplevelser»	5,20	1,55	0,97			
Følelsesopplevinger	4,71	1,67		0,96	0,98	0,9
«Knutholmen setter følelser i sving hos meg»	4,90	1,72	0,9			
«Jeg har sterke følelser overfor Knutholmen»	4,73	1,73	0,98			
«Knutholmen får meg ofte følelsesmessig engasjert»	4,52	1,77	0,97			

	Gj.snitt	Stdv.	Std. faktorladning	Chronbach's	Composite	AVE
Kognitive opplevelser	3,35	1,35		0,9	0,91	0,77
«Knutholmen utfordrer min måte å tenke på»	3,32	1,47	0,89			
«Jeg må tenke mye som gjest hos Knutholmen»	3,06	1,40	0,79			
«Det å være gjest hos Knutholmen utfordrer meg til å løse problemer»	3,22	1,44	0,94			
Åtferdsopplevingar	4,29	1,36		0,85	0,91	0,77
«Jeg er ofte aktiv og gjør ting når jeg besøker Knutholmen»	4,68	1,76	0,97			
«Som gjest hos Knutholmen forholder jeg meg sjeldent passiv»	4,88	1,72	0,88			
«Knutholmen utfordrer meg rent fysisk»	3,77	1,76	0,71			
Relasjonelle opplevingar	4,62	1,73		0,94	0,86	0,68
«Som gjest hos Knutholmen føler jeg meg som en del av et større fellesskap»	4,54	1,78	0,93			
«Jeg føler meg på en måte som en del av «Knutholmen-familien»	4,48	1,91	0,93			
«Når jeg besøker Knutholmen føler jeg meg aldri overlatt til meg selv»	4,86	1,79	0,89			

Halse, L. L. & Bjarnar, O. (2024). Tilbake til historie og kontekst som forståelsesramme for regional utvikling. I T. Frimanslund & N. G. Bækkelund (Red.), *Rural konkurransekraft* (s. 87–108). Fagbokforlaget. DOI: <https://doi.org/10.55669/oa410404>

Kapittel 4

Tilbake til historie og kontekst som forståelsesramme for regional utvikling

Lise Lillebrygfjeld Halse¹ og Ove Bjarnar¹

¹ Avdeling for økonomi og samfunnsvitenskap, Høgskolen i Molde

Sammendrag: I de siste tiårene har vi sett en økende interesse for regioners og klyngers evolusjon og stivhengighet. Stivhengighet er knyttet til regioners historie, som gjennom kollektiv kunnskap, institusjonelle strukturer, rutiner og sosiale konvensjoner former fremtidige utviklingsstier. I denne studien går vi derfor inn i nyere klyngelitteratur for å undersøke hvilken rolle kontekst og historiske utviklingsstier spiller for å forstå aktørers handlinger og fremtidig klyngeutvikling. Vi analyserer et omfattende historisk materiale om den norske maritime klyngen på Nord-Vestlandet, og diskuterer hvordan nyere klynge-teori kan bidra til å forstå klyngens historiske utvikling. Gjennom å studere det komplekse samspillet mellom kultur, ulike strukturelle endringer og aktørskap, innebygd i balansen mellom kulturell arv og utsikter for fremtidig utvikling, får vi frem den viktige rollen til historie og de generiske ressurser i fremveksten, utviklingen og globaliseringen av klynger. Studien demonstrerer behovet for å inkludere historiske perspektiver for å forstå den nåværende situasjonen og utfordringene klyngen står overfor.

Nøkkelord: historisk kontekst, maritim klynge, klyngeutvikling, stivhengighet

Abstract: In recent decades, we have seen a growing interest in the evolution and path dependence of regions and clusters. Path dependence concerns the history of regions, which, through collective knowledge, institutional structures, routines and social conventions, shape future development paths. In this study, we look into recent cluster literature to investigate the role of context and historical development paths in understanding actors' actions and future cluster development. We investigate extensive historical material on the Norwegian maritime cluster in Northwestern Norway and discuss how recent cluster theory can contribute to understanding the cluster's historical development. Through studying the complex interplay between culture, various structural changes and actors embedded in the balance between cultural heritage and prospects for future development, we bring out the important role of history and the generic resources in the emergence, development and globalization of clusters. The study demonstrates the need to incorporate historical perspectives to understand the cluster's current situation and challenges.

Keywords: historical context, maritime cluster, cluster development, path dependency

Innledning

I de siste tiårene har vi sett en økende interesse for regioners utvikling (Boschma & Martin, 2010). Det hevdes at regioner utvikles gjennom historiske stier som konstitueres av kollektiv kunnskap, institusjonelle strukturer, rutiner og sosiale konvensjoner som kan påvirke aktørers handlingsrom (Lambooy & Boschma, 2001). Denne evolusjonære dreiningen innen økonomisk geografi har bidratt til å kaste lys over regionale forutsetninger for innovasjon og dermed økonomisk vekst som er historisk betingede (Coenen et al., 2017). Fagfeltet evolusjonær økonomisk geografi (EEG) baserer seg på ideen om at kontekstuelle forhold ved steder spiller en avgjørende rolle for utvikling av nye økonomiske stier (Isaksen, 2014; MacKinnon et al., 2019).

Imidlertid har denne teoriretningen blitt gjenstand for kritikk. På tross av poengteringen av det kontekstuelle, fokuserer den ifølge kritikerne i praksis på struktur og mangler en tilfredsstillende forklaring på hvordan nye næringer vokser frem (Simmie, 2012; Sotarauta & Grillitsch, 2023). Kritikken har ført til en rekke empiriske og teoretiske studier som har adressert rollen til aktørskap (agency) for utvikling av nye stier i regioner (Benneworth et al., 2017; Grillitsch & Sotarauta, 2020; Sotarauta & Suvinen, 2018). I denne litteraturen anses aktørskap å være et svar på behovet for endring når regioner står overfor økonomiske og miljømessige kriser (Grillitsch, Asheim, Isaksen, et al., 2022). Ulike former for aktørskap kan videre forklare hvorfor noen regioner er mer vellykkede enn andre (Grillitsch & Sotarauta, 2020), og spiller forskjellige roller i utviklingen av vellykkede regioner (Bækkelund, 2021).

Samtidig som vi erkjenner at oppmerksomheten rundt aktørskap kan ha bidratt til forståelsen av regional evolusjon, kan det også se ut som at konteksten og dens historiske grunnlag har fått en redusert rolle i analysene, noe som kan ha ført til at samspillet mellom historie, kontekst og kultur som påvirker regionale aktører og organisasjoner har fått mindre plass.

I denne studien går vi derfor inn i nyere litteratur om regional utvikling for å undersøke hvilken rolle kontekst spiller for å forstå historiske utviklingsstier. Vi relaterer dette til et omfattende historisk materiale om det norske maritime miljøet på nordvestlandet, hvor vi belyser romlige økonomiske og sosiale utviklingsprosesser som har foregått gjennom et komplekst samspill mellom kultur, ulike strukturelle endringer og aktørskap. På denne måten søker vi å få frem hvordan historie og kontekst får betydning for aktørers handlinger og dermed for regional utvikling.

Romlige prosesser i et evolusjonært perspektiv

Siden 1980-tallet har vi sett en institusjonell eller kulturell dreining innen økonomisk geografi (Amin & Thrift, 2000). Denne dreiningen representerte et motstykke til datidens dominerende nyklassiske økonomiske analyser, basert på matematiske modeller for likevektsbetraktninger (James et al., 2007). Kritikerne trakk frem regioners institusjonelle egenskaper, og sentrale forskere etterlyste en forankring av disse forutsetningene i rom og tid. Dette ble særlig tydelig i boka «Handbook of Evolutionary Economic Geography» (2010), hvor Ron Boschma og Ron Martin hevdet at de dominerende teoriene om agglomerasjon av økonomisk aktivitet manglet en reell anerkjennelse av hvordan historie og prosesser i tid former det økonomiske landskapet. De etterlyste blant annet et geografisk evolusjonært perspektiv på utviklingen av industrielle klynger. Den nye retningen hentet ideer og konsepter fra evolusjonær økonomi for å kunne analysere regional utvikling (Boschma & Frenken, 2006). De siste par tiårene har evolusjonær økonomisk geografi utviklet seg til et distinkt paradigme, som har tatt mål av seg til å forme en ny forskningsagenda for å forstå romlige økonomiske prosesser.

I det tidlige stadiet av teoriutviklingen innen evolusjonær økonomisk geografi var det noen sentrale temaer: For det første at prosesser som fører til utvikling av klynger og regioner er stivhengige. Det vil si at tidligere beslutninger og hendelser former fremtiden, og at prosesser er irreversible. Dette gir historien en fremtredende posisjon i denne teoriretningen. Et annet sentralt fokus var at økonomien transformerer seg selv innenfra. Dette innebærer fokus på intern dynamikk og at nyhet er kilden til økonomisk selvtransformasjon (Boschma & Martin, 2010). Nyhet handler om den «kreative» kapasiteten til økonomiske aktører som er uløselig knyttet til kunnskap og innovasjon, som gir assosiasjoner til Schumpeters kreative kapitalisme. Likevel må denne nyheten forstås å være kontekstuell, siden evolusjonær økonomisk geografi ønsker å belyse hvordan «geography matters in determining the nature and trajectory of evolution of the economic system» (Boschma & Frenken, 2007, s. 6). Dette betyr en vektlegging av de romlige aspektene ved innovasjoner, organisasjoner og nettverk. Det nye oppstår fra handlingene (på mikronivå) til de økonomiske aktørene i regioner (individer og organisasjoner), hvor den institusjonelle konteksten former slike handlinger. Betydningen av kunnskap står sentralt innenfor dette perspektivet. Det er den interne utviklingen

av kunnskap som er selve grunnlaget for regioners evolusjon. Kunnskap og kunnskapens geografiske distribusjon spiller en sentral rolle for økonomisk-geografisk transformasjon. I denne tidlige strømmingen av evolusjonær økonomisk geografi var det dermed lagt vekt på den historiske konteksten der aktørskap kunne spille seg ut og skape endring. Romlig distribuerte normer og verdier er en forutsetning for utviklingen av organiske systemer som klynger.

I kjølvannet av ovennevnte bok, så vi utover 2010-tallet en økende oppmerksomhet rundt begrepet stivhengighet, spesielt med en ambisjon om å forklare hvordan nye utviklingsstier kan oppstå (Neffke et al., 2011). I tråd med den ovennevnte kulturelle dreiningen, fastholder denne tilnærmingen i utgangspunktet at «historie betyr noe». Dette innebærer at regioners og klyngers eksisterende kultur, kunnskapsbase og struktur er et resultat av tidligere industriell utvikling. Den stedsbundne egenskapen til stivhengighet fremheves av Martin og Sunley (2006) som argumenterer for at historien spiller en sentral rolle i å forklare dannelse og transformering av romlig organiseringen av økonomisk aktivitet (Martin & Sunley, 2013). Isaksen og Trippel (2016) peker imidlertid på at en slik forståelse av stivhengighet kan føre til at forskningen overbetoner en bestemt kontinuitet i romlige økonomier og deres kulturelle tradisjoner. De fremmer derfor et mer nyansert syn hvor regioner kan fornye seg ved å bevege seg utenfor eksisterende stier. Isaksen og Trippel (2016) sitt anliggende er primært å øke forståelsen av hvordan klynger kan fornyes gjennom strukturelle endringsprosesser som innebærer etablering av nye stier. I dette ligger et tydelig skille mellom stifornyelse («path renewal») og stietablering («path creation»), hvor den første innebærer diversifisering av eksisterende industrier, mens sistnevnte handler om at det oppstår helt nye industrier i en region.

Aktørskap og stivutvikling

Flere forskere på feltet hevder at vi mangler tilstrekkelige forklaringer på hvordan stier skapes og hvordan gamle og nye stier eventuelt brytes mot hverandre. Simmie (2012) hevder at det er «lack of an adequate economic explanation of how new pathways are created in the first place» (s. 756). Simmie viser til

tidligere arbeider av Garud og Karnøe (2001), som foreslo at ulike typer entreprenører skaper nye stier gjennom det som kalles «mindful deviation» (s. 2). I dette perspektivet bidrar aktører til å skape nye utviklingsstier samtidig som de er en del av («embedded») tidligere historisk utvikling: «Agency associated with technological entrepreneurship is distributed, embedded, and can vary by paths» (s. 281). Simmie hevder at Garud og Karnøe fremmer en alternativ teori for stiu utvikling som utgjør et ontologisk skifte, hvor etablering av stier kommer som resultat av interaksjoner mellom aktører og strukturene de er en del av. I denne sosiologiske forståelsen av stiafhengighet spiller historie en sentral rolle. Basert på dette foreslår Simmie en hybrid teori som kan skape ny forståelse for interaksjonen mellom stiafhengig økonomisk utvikling, og hvordan de sosiale handlingene til aktører bidrar til etableringen av nye stier. Dette kan for eksempel innebære å tilføre ny teknologi samtidig som en anvender eksisterende teknologi.

Simmie er også opptatt av at den tidligere stiafhengige utviklingen kan utgjøre en barriere for nye utviklingsstier, og at nye stier derfor krever et «vennlig» miljø for å kunne utvikle seg (Simmie, 2013, s. 181). Med «vennlig» menes et miljø som gir frihet og rom slik at nye teknologier kan utvikles og spres og nå en kritisk masse i markedet. Aktørenes evne til å påvirke utviklingen av nye stier er i dette perspektivet innnevnd i regioners historiske kontekst. I den nyere litteraturen som omhandler klyngeutvikling, har en utforsket ulike former for aktørskap knyttet til regioners stier for vekst. Hassink et al. (2019) skiller mellom to typer aktørskap på to ulike nivå, nemlig bedrifts- og systemnivå. Den førstnevnte virker på organisasjonsnivå, mens den andre representerer en påvirkning utenfor organisasjonens grenser, som et regionalt innovasjonssystem. Grillitsch og Sotarauta (2020) har utviklet en modell som de kaller «trinity of change agency» (TCA) som består av «Schumpeterian innovative entrepreneurship», «institutional entrepreneurship» og «place-based leadership». Disse har ulike teoretiske røtter og bidrar på ulike måter til stiu utviklinger. Forfatterne anvender begrepet mulighetsrom for å belyse sammenhengen mellom TCA og strukturen som aktørene er en del av. I dette mulighetsrommet kan aktørene også gjøre strategiske og rasjonelle vurderinger av fremtiden: «Agents reflect in a strategic manner considering how structures may evolve in the future and considering how their actions might affect this evolution» (s. 713). På denne måten dekonstrueres begrepet aktørskap, for å søke å fange samspillet mellom individer, organisasjoner og regionen.

De kulturelle dimensjonene av konteksten er til en viss grad inkludert i de ovennevnte teoretiske tilnærmingene. Dette gjelder for eksempel typen aktørskap som benevnes «institusjonelt entreprenørskap», som bygger på institusjonell teori. Aktørskap dreier seg her om institusjonelle endringer som er nødvendige for å skape nye stier. Denne formen for aktørskap kan utøves av individer, grupper av individer (som organisasjoner) eller grupper av organisasjoner, som er formelt eller uformelt «embedded» og utgjør bevisste handlinger som «are directed towards transforming existing or creating new institutions» (Grillitsch & Sotarauta, 2020, s. 708). Sitatene indikerer en relativt strukturell og rasjonell forståelse av kontekst. Dette kommer også til uttrykk gjennom de empiriske eksemplene hvor TCA-rammeverket er anvendt (f.eks. Grillitsch, Asheim, Isaksen, et al., 2022; Grillitsch, Sotarauta, et al., 2022; Jolly et al., 2020; Sotarauta et al., 2021). I den grad de bringer inn den historiske konteksten som forklaring, er det primært for å beskrive hvilken type industri som har eksistert i regionen tidligere og hvilke formelle institusjoner som befinner seg der. Analysen er videre gjerne begrenset til korte tidsspenn, som for eksempel i Grillitsch, Asheim og Nielsen (2022) som studerer temporalitet til aktørskap i den maritime klyngen i Møre og Romsdal i perioden 2005–2019. Her legger de i liten grad vekt på hvordan historiske og kulturelle trekk ved denne klyngens lange historie har formet aktørers handlinger og den senere utvikling av klyngen.

Utfordringen med disse tilnærmingene er dermed at en i mindre grad reflekterer de komplekse prosessene og de historiske institusjonene med akkumulert kunnskap, hvor aktørskap er konstruert (Staber, 2010). En står dermed i fare for å ha mistet kjernen i det som innovative regioner og klynger handler om. Til tross for at det teoretiske grunnlaget for denne forståelsen av klyngeutvikling påstår å skulle bygge på sosiologi og institusjonell teori, og hvor «history matters», synes denne litteraturstrømmen å fremheve er relativt rasjonelt perspektiv på klynger, hvor historiens rolle fremstår som begrenset. Denne nye teoretiske vendingen har dermed betydelige implikasjoner for empirisk forståelse av stiuutvikling.

En lignende bekymring kan vi finne i en artikkel av Martin og Sunley (2022). De peker på det de kaller et «curious feature» i evolusjonær økonomisk geografi, nemlig at til tross for at dette fagområdet handler om historisk endring og transformasjon, så tas ikke historie alvorlig. I det følgende vil vi gå inn på denne sentrale artikkelen og undersøke om den kan bidra til å revita-

lisere kontekst og historie, som var et viktig utgangspunkt for det kulturelle og evolusjonære fokuset som oppstod tidligere i fagfeltet.

Transformasjon i tid og rom

Ifølge Martin og Sunley (2022) er det viktig å finne svar på hvilke krefter som definerer hvordan romlige økonomier transformeres, hvilke endringer vi ser over tid, deres natur, tempo og retning. De argumenterer for å bruke tykke historiske studier for å forstå hvordan romlige økonomier har utviklet seg til det de ser ut til å ha blitt i dag. Forståelsen av den historiske konteksten gir økt innsikt i kausale drivere for transformasjon. Martin og Sunley retter blant annet oppmerksomheten mot rekken av nye sti-begreper i nyere litteratur, og advarer mot at de ikke bare mangler historisk kontekst, men har en tendens til å bli tomme begreper som i liten grad er etterprøvbare.

Med et historisk og kontekstuellet perspektiv som utgangspunkt argumenterer Martin og Sunley (2022) mot deterministiske og reduksjonistiske posisjoner i den senere litteraturutviklingen. Denne kritikken rammer på en grunnleggende måte ambisjonen om å forenkle kontekst gjennom forhåndsdefinerte variabler eller typologier. Her beveger de seg inn i et velkjent historiografisk dilemma, fordi historien ikke kan bli meningsbærende uten å være eksplisitt teoretisk informert. Kontekst har en egenverdi som grunnlag for å forstå transformasjon, samtidig som den er teoretisk konstruert (Kipping & Üsdiken, 2014; Martin & Sunley, 2022). Aktørskap er derfor aktører og steder som samhandler i en bestemt historisk kontekst, som vi må forstå på dens egne premisser: «Finally, constitutive logics focus on how actors themselves understand and represent the past, how they manage history, and how this shapes their future actions and decisions» (Martin & Sunley, 2022, s. 10). For å belyse dette kreves teoretiske inntak som er egnet til å si oss noe om hvilke generative prosesser som er i sving i ulike faser som knytter tid, hendelser og strukturer sammen, og som ikke minst knytter sammenhenger mellom historie og nåtid. Martin og Sunley (2022) mener at denne typen historiske prosessuelle studier er viktige for å teste eksisterende teorier og dessuten avgjørende for å kunne utvikle ny teori innen evolusjonær økonomisk geografi. De har

mange gode poenger i sin kritikk av utviklingen av dette fagfeltet. Det som imidlertid mangler i deres betimelige refleksjoner, er empiriske eksempler som illustrerer hvordan historiske prosesser og kontekst kan bidra til vår forståelse av hvordan regioner og klynger utvikler seg. Målet med denne studien er å bidra til dette.

I det følgende vil vi gå langt tilbake i tid for å forstå samspillet mellom historie, aktørskap og struktur innenfor en romlig konsentrert økonomi på nordvest-landet, den maritime klyngen, og særlig en bestemt transformasjon som har definert den i moderne tid. Det dreier seg om en utvikling fra en fiskeridominert økonomi som i stor grad var forankret i konkurransedyktige bygdesamfunn til en petroleumsrelatert klynge med en regionalt forankret verdikjede og økende integrasjon i globale romligheter. Vi bygger vår analyse primært på tidligere studier av klyngen med tykke beskrivelser av den historiske konteksten i regionen. Vi har valgt å konsentrere analysen om overgangen fra fiske til offshore som skjedde på 1980- og 1990-tallet, og rollen til den historiske konteksten og dens generiske ressurser i denne overgangen. Den maritime klyngen har blitt brukt som empirisk case i flere sentrale studier som omhandler aktørskap og stutvikling (f.eks. Grillitsch, Asheim, Isaksen, et al., 2022; Grillitsch et al., 2021), men uten at den historiske konteksten har fått en fremtredende rolle i analysene. Dette caset er derfor særlig relevant å studere nærmere.

Steder i Møre og Romsdal og deres generiske ressurser

Allerede fra 1800-tallet ble bygdesamfunn i Møre og Romsdal, og spesielt i sørfylket, preget av et sett av religiøse og kulturelle verdier som fikk stor betydning for økonomisk modernisering og regional utvikling (Halse & Bjarnar, 2021). Inspirert av Max Weber hevdes det at disse lokalsamfunnene betraktet personlig økonomisk velstand som sosialt, religiøst og kulturelt legitimt (Bukve et al., 2004; Løseth, 1996). I vår region ble dette verdensbildet understøttet av vilje til å reinvestere fortjeneste i bedriften og lokalsamfunnet. En nær relasjon mellom høy arbeidsmoral og egalitære kristne verdier bygget opp under denne praksisen, også blant de som ikke var aktivt kristne (om

hvordan moral legitimerer markedet, se Sejersted, 1993). Relativt små sosiale forskjeller ga i tillegg grobunn for samarbeid innad og mellom bygdesamfunn.

Disse generiske ressursene skapte, særlig i bygdene i sørfylket, betingelser for økonomisk entreprenørskap. Det var bygdene som var de sentrale næringsmessige agentene. Forsøksvis kunne vi definere det som en bygdesti som pekte framover mot senere regionaliseringsprosesser spesielt i sørfylket. Denne stien underbygges av at den sosiale avstanden var mindre i den sørlige delen av fylket (Sunnmøre og sørlige del av Romsdal) sammenlignet med de nordlige delregionene. Det er kjent at husmannsvesenet var annerledes i sørfylket enn i nord. I sør arbeidet husmenn på kontrakt, de var frie bønder. I andre deler av fylket var husmenn bundet til å arbeide mesteparten av tiden for bonden eller væreiere. Slike forhold bidro også til mer polariserte samfunn i nordfylket økonomisk og politisk. Særlig Løseth (2004) gir en bred analyse og sammenfatning av disse sosiokulturelle, næringsmessige og politiske forholdene og de generiske ressursene. Han bygger på omfattende egen forskning, lokalhistoriske studier og med referanser til nasjonal og internasjonal litteratur.

Samarbeidsrelasjoner var sentrale i bygdens økonomi. Både på lokalt og regionalt nivå var det vanlig med distribuert og kollektivt eierskap til produksjonsmidler, mest utbredt var det likevel i sør. Fortjeneste ble delt mellom partnerne. I fiskeriene har lottsystemet overlevd som en sentral institusjon helt inn i vår tid selv i det moderne havfisket (Bjarnar & Berge, 2006). Samarbeid var viktig for å kunne modernisere båter og utstyr og for å sikre rekruttering til fisket. Bygdeøkonomiene hvilte i stor grad på en samarbeidskultur, og den utløste også større samarbeidsprosjekter om modernisering og diversifisering av kystfisket og havfisket (Døssland, 2006b).

Vi bør antakelig se den videre moderniseringen av fiskeriene og utviklingen av en rekke relaterte næringer som en parallell evolusjon av flere transformasjoner og kanskje stier innenfor et bygdesamfunnsunivers (Amdam et al., 2020). Samarbeidskulturen fremmet den teknologiske utviklingen, for eksempel da samhandling mellom fiskere og skipsbyggere stimulerte bruk av motorer, ofte tilpasset for mindre trebåter. Dette førte til en gradvis utvikling av større båter med større maskiner og teknologi. En annen viktig spesialisering var bygging av dampdrevne stålbåter (Døssland, 2006a). Det var moderniseringsprosesser som var forankret i bygdene og deres generiske ressurser som historisk kontekst (Halse & Bjarnar, 2021), og som satte dem i stand til å gjennomføre omfattende transformasjoner, først til et teknologisk avansert

havfiske, og senere til forsyningstjenester for petroleumsnæringen (Amdam & Bjarnar, 2015; Wicken, 1995).

Bygdene som entreprenører eller agenter nådde sitt foreløpige høydepunkt på 1960-tallet. De ble sentre for utvikling og bruk av ny teknologi innen hydraulikk, konstruksjon av fartøyer, fremdriftssystemer, utstyr og fiskeleting. Gjennom disse mekanismene ble også regionen et nasjonalt senter for fiske, skipsbyggingsindustri og relaterte næringer (Berge, 2006b). Ulike bygdesamfunn valgte ulike spesialiseringer, og det medførte at den nye ekspanderende havfiskeflåten var relativt teknologisk og geografisk segmentert på regionalt nivå. Fabrikkskip, trålere, småindustri-trålere, store moderne linebåter og banklineflåten var i stor grad lokale spesialiseringer (Bjarnar & Berge, 2006). Den risikopregede og gjennomgripende moderniseringen ble gjennomført av ganske spredte kystsamfunn, spesielt i Sunnmøre-området. De sto for denne transformasjonen, mens rederi- og handelsselskapene i byene nesten forsvant, noe som illustrerer de sosiokulturelle forutsetningene til de ulike stedene (Halse & Bjarnar, 2021).

Stier i det regionale rommet

Gjennom disse moderniseringsprosessene utviklet det seg en mer tydelig regional romlighet. Regionale aktører hadde stor suksess i internasjonale markeder, og fra 2000-tallet ble regionen i økende grad innvevd i globaliseringsprosesser (Halse, 2014, Amdam og Bjarnar, 2015). Vi tror at nære relasjoner og felles kulturell kapital var viktige drivere for utvidelse av institusjonalisert samarbeid på regionalt nivå. Ulike samarbeidskonstellasjoner ble etablert med sikte på å øke eksporten fra regionen (Ulstein, 2007). Samarbeidsrelasjoner ble også institusjonalisert innenfor salg, markedsføring og finans. Dette fellesskapet åpnet blant annet muligheter for mindre selskaper til å delta i store prosjekter (Andersen, 1997; Bjarnar et al., 2006). Kunnskap fra internasjonale markeder var viktig for den teknologiske utviklingen. Disse prosessene var dessuten forankret i et nasjonalt og regionalt maritimt industrielt kompleks, som gjennom en lang historie hadde utviklet en bred kunnskapsinfrastruktur, med sertifiseringsorgan, forsikring, rådgivning og finansielle tjenester (Andersen, 1997).

Politiske prosesser bidro dessuten til denne utviklingen. Omfattende internasjonale og nasjonale reguleringer innen fiskeriene skapte ytterligere insentiver for regionalt samarbeid fra 1970-tallet (Bjarnar & Berge, 2006). Det institusjonaliserte samarbeidet ble en viktig plattform for en lokal og regional konsentrasjon av virksomhet til bygging og drift av forsyningskip til petroleumssektoren fra tidlig på 1970-tallet. Overføring av erfaringsbasert kunnskap fra konstruksjon av fiskefartøyer, som skulle operere i krevende farvann som Nordsjøen, var en essensiell faktor i denne utviklingen (Berge, 2006a). Bygdenes rolle i denne regionale overgangen er tydelig. Det var først og fremst fiskerimiljøene i bygder som Herøy, Ulstein og andre lokalsamfunn som drev denne satsingen framover fra 1980-tallet, etter at det en tid hadde vært tunge tider i fiskeriene.

Disse bygdene mobiliserte både lokale og regionale ressurser kjenetegnet av de samme generiske verdiene som hadde preget tidligere moderniseringer. Vi ser igjen trekk ved kulturen som aksepten i miljøet for entreprenørskap og å ta og tåle risiko. På midten av 1980-tallet oppsto det krise i offshoremarkedet, og offshoremiljøet ble rammet av konkurser. Aktører som Per Sævik, Stig, Åge og Ståle Remøy mobiliserte igjen slike ressurser på 1990-tallet. De understreker selv hvordan en kombinasjon av samarbeid og konkurranse preget utviklingen av næringen (Berge, 2006b; Bjarnar & Berge, 2006), som illustreres ved sitatene:

Overgangen fra fiske var ikke så stor. Når du ser naboen får det til, vil man følge etter», sier Stig Remøy [...] konkurransen er en trigger. «Vi kan aldri lene oss tilbake», sier Per Sævik. Om det tette miljøet uttaler Åger Remøy: «Det er vanskelig å holde noe hemmelig. Konkurrentene får fort snusen i hva man driver med [...] man er på hugget hele tiden. (Berge, 2006, s. 433)

Dette illustrerer også samspillet mellom aktørskap utøvet av disse enkeltpersonene, og konteksten. Historiske tradisjoner med spredt eierstruktur og samarbeid spilte fortsatt en sentral rolle, som samarbeid mellom brødre og partssamarbeid. Berge (2006a) reiser et spørsmål om ikke de historiske tradisjonene også ble utfordret. Børsnotering innebar ifølge Berge kompliserte kontrakter, hyppige rapporteringer og dermed et mer kortsiktig fokus på transaksjonsnivået. Han antyder at overgangen til offshore introduserte en

ny finansiell og sosioøkonomisk logikk i miljøet, men påpeker samtidig at de historiske strukturene når det gjaldt eierskap i stor grad var intakte. Det gjaldt også en bedriftskultur som fremmet deling av kunnskap og innovasjon (Berge, 2006a). I denne perioden utspilte det seg også en betydelig transformasjonsprosess da utstysproducentene fulgte rederiene og verftene til offshoresektoren (OSV-sektoren).

Det er rimelig å definere det nye regionale rommet som en gradvis geografisk konsentrasjon av økonomisk virksomhet som kjennetegner en industriell klynge, med en regionalt forankret verdikjede med ustrakt samarbeid mellom verft, rederier, designere og utstysleverandører.

Tilbake til historie og kontekst

Ovenfor har vi gitt en kort presentasjon av maritim klynges lokale historie, og betydningen av de stedbundne generiske ressursene for klyngens utvikling. Det rike materialet om klyngen som vi har gitt en kort fremstilling av her, viser hvordan den regionale kulturen representerer selve grunnlaget for utvikling av denne klyngen, gjennom egalitær kultur, utvikling av normer for samarbeid og deling av kunnskap. Med dette imøtekommer vi flere av de evolusjonære mekanismene Martin og Sunley (2022) etterlyser. Den økonomiske suksessen til klyngen de siste tiårene kan i stor grad tilskrives de mulighetene som utvinning av olje i Nordsjøen har representert. Reorienteringen fra fiskeri til offshore supply som skjedde på 1980-tallet, har derfor vært helt avgjørende for klyngeutviklingen disse årene og representerer en sektor som de senere år har opplevd store utfordringer. Vi har derfor valgt å fokusere spesielt på denne svært betydningsfulle overgangen, og det møter både forståelsen av utvikling som kontekstuell og ideografisk definert hos så vel Martin og Sunley (2022) som hos Kipping og Üsdiken (2014).

Med utgangspunkt i evolusjonær økonomisk geografi er det mulig å analysere overgangen til offshore som en ny utviklings-sti for regionen. Det kommer an på hvordan en forstår begrepet «sti» i denne sammenhengen. I de nyere studiene som vi har vist til i teoridelen av dette kapitlet, som (Grillitsch & Sotarauta, 2020; Sotarauta & Suvinen, 2018), fremgår dette ikke klart. I de

empiriske eksemplene i disse studiene vil det å tilnærme seg et nytt marked kunne representere en ny sti. For at denne nye stien skulle kunne oppstå, måtte det ifølge et slikt rammeverk eksistere en form for aktørskap som er definert som rasjonelle aktører og valg. I et slikt perspektiv er det nærliggende å betrakte de ovenfor nevnte enkeltpersoner som entreprenører som utøvet aktørskap, som gjennom sin risikotaking startet med å bygge båter til offshore-markedet før og etter konkursene på 1980-tallet. De øynet en mulighet, og deres satsing var nok med bakenforliggende hensikter og mål. Disse personene var også utvilsomt nødvendige for den senere utviklingen av denne industrien og for denne regionens utvikling, men en slik analyse, hevder vi, forteller bare en liten del av historien. Det rike empiriske materialet fra den maritime klyngen viser at entreprenørenes handlinger var et uttrykk for en historisk kultur med verdier og normer som medførte en aksept for å ta risiko og som verdsatte det å starte opp ny virksomhet. Betydningen av dette blir særlig tydelig når vi ser på forskjeller mellom nord og sør i fylket. I nord var denne typen entreprenørskap ikke vanlig, til tross for at det samme markedet åpnet seg på denne tiden. De sentrale aktørene fremviste også en praksis for reinvestering som hadde lange røtter i klyngen. De regionale generiske ressursene representerer dermed en sentral kontekst for aktørskap.

Relasjoner mellom aktørene og den kontekstavhengige kunnskapen i denne regionen var avgjørende for aktørers mulighetsrom og for at aktørskap skulle kunne utøves. Uten eksisterende kunnskap og teknologi gjennom utvikling av avanserte fiskebåter, hadde ikke denne utviklingen av klyngen vært mulig. Den maritime klyngen ble dominert av nye båter for et nytt marked. De moderne havfiskebåtene var teknologisk avanserte, til en viss grad mer avanserte enn de nye supply-båtene (Berge, 2006b). Den betydelige overgangen til offshore innebar en videreføring av en eksisterende teknologisk sti hvor kunnskapsdelingen og samarbeidsrelasjoner forble intakte eller til og med utvidet, til tross for nye finansielle og kontraktsmessige utfordringer. Overgangen til offshore innebar en stor grad av innovasjon og kreativ utvikling innenfor en regional romlig og historisk kontekst. Dette er i tråd med klyngens historie hvor vi har sett aktørene har vist en unik evne til å utvikle samarbeid og finne nye teknologiske løsninger når markedet har endret seg (som i overgangen fra tre til stål). Ekspansjonen innen offshore bidro videre til økt horisontal som vertikal integrasjon i regionen både gjennom oppkjøp, sammenslåing og gjennom vidstrakt samarbeid mellom regionale bedrifter

(Amdam et al., 2020). De industrielle og strukturelle effektene av erobringen av offshoremarkedet var påtakelige.¹ Basert på dette vil vi hevde at denne overgangen ikke hadde vært mulig uten den historisk betingede konteksten.

Overgangen til offshore supply representerte på en måte overgangen til en ny regional maritim klynge. Institusjonaliseringen av samarbeidsmønstre som vi ser på 1970- og 80- tallet, utviklet seg til tette samspillmekanismer utover 1990- og 2000-tallet. Etter hvert økte bevisstheten om betydningen av kunnskapsdelingen og samarbeidet blant aktørene, og det utviklet det seg ikke bare agglomerasjonsprosesser og nettverks-prosesser, men også prosesser der klyngen ble representert som en sosial enhet (Fløysand et al., 2012). Denne identiteten og normer for kunnskapsdeling og samarbeid har stått sterkt, selv i en tid med økt globalisering (Halse, 2014).

Pågående stuetvikling?

Grillitsch, Asheim, Isaksen, et al. (2022) hevder i en nyere studie at innovativt entreprenørskap av ledende bedrifter i regionen og «place based leadership» fra klyngeorganisasjonen og en regional utdanningsinstitusjon (NTNU) i stor grad har formet klyngens utvikling etter fallet i oljeprisen i 2014. Her fremstilles denne utviklingen i et positivt lys. Sett fra et stiperspektiv har disse formene for aktørskap ført til mange nye utviklingsstier, som synes nødvendige i en situasjon hvor en kan forvente nedbygging av oljesektoren. Uten en dyp forståelse for kontekstens rolle i denne utviklingen kan man imidlertid stå i fare for å underkommunisere de potensielle utfordringene som klyngen står ovenfor.

En historisk kontekst preget av tette relasjonelle bånd mellom kunder (shippingselskaper), utstyrsleverandører, designmiljø og skipsverft, har drevet mye av innovasjonen i klyngen. Etter 2014 har klyngen blitt fragmentert, og retter seg i dag mot flere ulike markeder, hvorav flere ikke er en del av den

1 I årene 1995–1998 var 40 prosent av skipskonsultenes marked innen fiskerisektoren, mot bare 17 prosent i 2001–2002. Nå sto offshorefartøy for over 73 prosent av deres oppdrag (Berge 2006). I 2022 er andelen offshorefartøy falt til 17 prosent.

regionale klyngen. Sentrale aktører har gitt uttrykk for at det har vært behov for å bygge opp ny kunnskap rettet mot disse markedene. Dette har ført til en større variasjon i kunnskap, og nye relasjoner knyttet til de ulike markedene. Denne fragmenteringen kan potensielt undergrave de nevnte generiske ressursene som en kan hevde er grunnlaget for klyngens lange historie og suksess. Et voksende innslag av globalt distribuerte verdikjeder og nettverk innenfor flere markeder fører til at de krevende kundene og prosjektene i økende grad er lokalisert utenfor regionen. Det kan være en form for co-evolusjon mellom en ny og en gammel sti, eller det kan være en diversifisering som skjer innenfor en etablert historisk kontekst.

Vi kan uansett være vitne til institusjonelle endringer, som kan legge føringer på klyngens fremtid. Fra internasjonal litteratur vet vi nå at når formelle og uformelle institusjoner endres (som kunnskapsdeling) kan det ha dype konsekvenser for klyngens omstillingsevne. Transformasjonen kan bety dype strukturelle og kulturelle endringer. Fra et evolusjonært teoretisk perspektiv er det imidlertid for tidlig å trekke konklusjoner. Klyngen står nå midt i denne utviklingen, og vi vet ennå ikke hvilke stier som kommer ut av denne transformasjonen. Utviklingen synes å generere nye sentrale spørsmål til hvilken type historisk transformasjon klyngen nå er inne i. Et historisk tilbakeblikk kan bidra til å definere hvilke typer spørsmål som er sentrale også i dag. Denne konfigurasjonen av tid, sted og aktører har overlevd i en lang fase, og gjennom store teknologiske og økonomiske endringer. Hvis vi skal kunne si noe om et brudd i utviklingen i form av for eksempel ny stuetvikling eller klyngeutvikling, må vi undersøke om det har utviklet seg nye og andre typer relasjoner mellom struktur, sted og aktør.

Konklusjon

Utgangspunktet for denne studien har vært den senere teoriutviklingen innenfor litteratur som søker å forklare utviklingen til regioner, klynger og steder. I denne litteraturstrømmen har vi i de senere årene sett at aktørskap har blitt fremhevet som en sentral forklaring på hvorfor regioner utvikler seg i bestemte utviklingsstier. I samsvar med Martin og Sunley (2022) hevder vi at

disse studiene ikke i tilstrekkelig grad har inkludert historie i sine rammeverk og analyser, som var utgangspunktet for den «kulturelle dreiningen» innen evolusjonær økonomisk teori på 2000-tallet. Her var det et sentralt anliggende at historie og prosesser i tid former det økonomiske landskapet. Målet med denne studien er igjen å rette oppmerksomheten mot betydningen av historie og kontekst for regioners og klyngers utvikling.

Gjennom en analyse av den maritime klyngen i Møre og Romsdal som er basert på et omfattende og rikt historiske materiale samlet over flere tiår, har vi søkt å demonstrere betydningen av den historiske konteksten for å forstå aktørers valg og dermed klyngens stitvikling. Historisk rekonstruksjon og konstruksjon viser hvordan spesifikke formelle og uformelle historiske institusjoner spilte en avgjørende rolle i overgangen fra fiske til offshore særlig på 1980- og 1990-tallet. Vi følger her Marin og Sunley (2022) i at slike historiske analyser er avgjørende for å forstå de prosessene som spiller seg ut i en romlig økonomi i dag, og hvordan historisk-kontekstuelle funn tvinger frem nye spørsmål og behov for nye analyser.

I tråd med dette har vi ført analysen videre til nyere tid, og spør om det kan være mye som tyder på at den maritime klynger er inne i en ny, stor transformasjon med uklar retning. Nyere studier av denne klyngen har tatt utgangspunkt i aktørskap for å forsøke å identifisere endringsprosesser, men har i liten grad knyttet analysen til historiske og kulturelle forhold ved klyngen. Disse studiene hevder at klyngen nå er preget av kreativ og positiv stitvikling gjennom nye former for samspill som i økende grad er knyttet til de formelle institusjonene, som klyngeorganisasjoner og academia. Denne tilnærmingen mangler imidlertid en nærmere bestemmelse av sti-begrepet og hvilken ny sti de konkrete initiativene vil lede til. Relatert til den historiske konteksten kan diversifiseringen vi nå ser i klyngen like gjerne representere en trussel for klyngens utvikling gjennom en erodering av de generiske og stedbundne ressursene, knyttet til former for kunnskap og normer for kunnskapsdeling. En analyse hvor historie og kontekst får en mer sentral rolle gir dermed et mer nyansert bilde av aktørskap og regional utvikling.

Den maritime klynges historie demonstrerer at konteksten må forstås i sin egen tid, og denne konteksten må søke å avdekke aktører og aktørskap. Konteksten er unik i tid og rom, og har en egentyngde som forklaring eller forståelsesramme. Konteksten danner forbindelse mellom ulike tidsfaser av strømmer av demografiske, strukturelle, teknologiske og andre utviklingspro-

sesser. Dette har implikasjoner for hvordan en tilnærmer seg empiri i slike studier. Vi må bevege oss i en retning hvor kontekst i større grad trekkes inn i analysene for å kunne forstå aktørers handlinger og deres betydning for regional utvikling. Videre må en utvise forsiktighet ved å trekke konklusjoner om fremtidige utviklingsstier basert på data som samles, samtidig som vi potensielt kan være inne i en transformasjon med økende press på klyngens relasjonelle økonomi.

Vi har i denne artikkelen tatt Martin og Sunley (2022) et skritt videre ved å operasjonalisere en empirisk kontekst for de ambisjonene de har flagget for nye evolusjonære studier. For å kunne fortolke og bestemme hvordan omfattende generiske og kontekstuelle resurser har utviklet seg gjennom romlige prosesser, har vi måttet bruke sti-begrepet og aktørskap i vid og kompleks forstand som gir den historiske konteksten en egen tyngde som fortolkningsramme.

Referanser

- Amdam, R. P. & Bjarnar, O. (2015). Globalization and the development of industrial clusters: Comparing two Norwegian clusters, 1900–2010. *Business History Review*, 89(4), 693–716. <http://dx.doi.org/10.1017/S0007680515001051>
- Amdam, R. P., Bjarnar, O. & Berge, D. M. (2020). Resilience and related variety: The role of family firms in an ocean-related Norwegian region. *Business History*, 1–21. <https://doi.org/10.1080/00076791.2020.1822329>
- Amin, A. & Thrift, N. (2000). What kind of economic theory for what kind of economic geography? *Antipode*, 32(1), 4–9. <http://dx.doi.org/10.1111/1467-8330.00117>
- Andersen, H. W. (1997). Producing producers: Shippers, shipyards and the cooperative infrastructure of the Norwegian maritime complex since 1850. I J. Zeitlin & C. F. Sabel (Red.), *World of possibilities: Flexibility and mass production in western industrialization* (s. 119–150). Cambridge University Press.
- Benneworth, P., Pinheiro, R. & Karlsen, J. (2017). Strategic agency and institutional change: Investigating the role of universities in regional innovation systems (RISs). *Regional Studies*, 51(2), 235–248. <https://doi.org/10.1080/00343404.2016.1215599>
- Berge, D. M. (2006a). Havfiske inn i nye næringer. I O. Bjarnar, D. M. Berge & O. Melle (Red.), *Havfiskeflåten i Møre og Romsdal og Trøndelag 1960–2006: Fra fri fisker til regulert spesialist* (Bd. 2, s. 405–438). Tapir Akademisk Forlag.
- Berge, D. M. (2006b). Ringvirkninger og nyskaping. I O. Bjarnar, D. M. Berge & O. Melle (Red.), *Havfiskeflåten i Møre og Romsdal og Trøndelag: Fra fri fisker til regulert spesialist 1960–2006* (Bd. 2, s. 317–366). Tapir Akademisk Forlag.
- Bjarnar, O. & Berge, D. M. (2006). Skipperrederier, havfiske og industriell utvikling 1960–2006. I O. Bjarnar, D. M. Berge & O. Melle (Red.), *Havfiskeflåten i Møre og Romsdal og Trøndelag: Fra fri fisker til regulert spesialist 1960–2006* (s. 439–456). Tapir Akademisk Forlag.
- Bjarnar, O., Berge, D. M. & Melle, O. (2006). *Havfiskeflåten i Møre og Romsdal og Trøndelag bind 2: Fra fri fisker til regulert spesialist*. Tapir Akademisk Forlag.
- Boschma, R. A. & Frenken, K. (2006). Why is economic geography not an evolutionary science? Towards an evolutionary economic geography. *Journal of Economic Geography*, 6(3), 273–302. <https://doi.org/10.1093/jeg/lbi022>
- Boschma, R. & Frenken, K. (2007). Introduction: Applications of evolutionary economic geography. I K. Frenken (Red.), *Applied evolutionary economics and economic geography* (s. 1–15). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781847205391.00009>
- Boschma, R. & Martin, R. (2010). *The Handbook of evolutionary economic geography*. Edward Elgar.
- Bukve, O., Løseth, A. & Gammelsæter, H. (2004). *Nord-Vestlandet – liv laga?* Sunnmørsposten Forlag.
- Bækkelund, N. G. (2021). Change agency and reproductive agency in the course of industrial path evolution. *Regional Studies*, 55(4), 757–768. <https://doi.org/10.1080/00343404.2021.1893291>
- Coenen, L., Asheim, B., Bugge, M. M. & Herstad, S. J. (2017). Advancing regional innovation systems: What does evolutionary economic geography bring to the policy

- table? *Environment and Planning C: Politics and Space*, 35(4), 600–620. <https://doi.org/10.1177/0263774X16646583>
- Døssland, A. (2006a). Gjennombrotstida for fiskedampen. I A. Døssland & A. Løseth (Red.), *Havfiskeflåten i Møre og Romsdal og Trøndelag: Mot fjernare farvatn 1860–1960* (s. 119–150). Tapir Akademisk Forlag.
- Døssland, A. (2006b). Ålesund – eit kraftsenter for skøytefiske. I A. Døssland & A. Løseth (Red.), *Havfiskeflåten i Møre og Romsdal og Trøndelag: Mot fjernare farvatn 1860–1960* (Bd. 1, s. 43–80). Tapir Akademisk Forlag.
- Fløysand, A., Jakobsen, S.-E. & Bjarnar, O. (2012). The dynamism of clustering: Interweaving material and discursive processes. *Geoforum*, 43(5), 948–958. <http://dx.doi.org/10.1016/j.geoforum.2012.05.002>
- Garud, R. & Karnøe, P. (2001). Path creation as a process of mindful deviation. I R. Garud & P. Karnøe (Red.), *Path Dependence and Creation* (s. 1–38). Erlbaum.
- Grillitsch, M. & Sotarauta, M. (2020). Trinity of change agency, regional development paths and opportunity spaces. *Progress in Human Geography*, 44(4), 704–723. <https://doi.org/10.1177/0309132519853870>
- Grillitsch, M., Asheim, B. & Nielsen, H. (2022). Temporality of agency in regional development. *European Urban and Regional Studies*, 29(1), 107–125. <https://doi.org/10.1177/09697764211028884>
- Grillitsch, M., Asheim, B., Isaksen, A. & Nielsen, H. (2022). Advancing the treatment of human agency in the analysis of regional economic development: Illustrated with three Norwegian cases. *Growth and Change*, 53(1), 248–275. <https://doi.org/10.1111/grow.12583>
- Grillitsch, M., Rekers, J. & Sotarauta, M. (2021). Investigating agency: Methodological and empirical challenges. I M. Sotarauta, A. Beer & P. Edward Elgar (Red.), *Handbook on city and regional leadership* (s. 302–323) (Research handbooks in urban studies series). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781788979689.00028>
- Grillitsch, M., Sotarauta, M., Asheim, B., Fitjar, R. D., Haus-Reve, S., Kolehmainen, J., Kurikka, H., Lundquist, K.-J., Martynovich, M., Monteilhet, S., Nielsen, H., Nilsson, M., Rekers, J., Sopanen, S. & Stihl, L. (2022). Agency and economic change in regions: Identifying routes to new path development using qualitative comparative analysis. *Regional Studies*, 1–16. <https://doi.org/10.1080/00343404.2022.2053095>
- Halse, L. L. (2014). Walking the path of change: Globalization of the maritime cluster in North West Norway (Publikasjonsnr. 2014:3) [Doktorgradsavhandling, Molde University College, Specialized University in Logistics].
- Halse, L. L. & Bjarnar, O. (2021). Tilbake til stedet – steder, klynger og regional utvikling. I L. Longvanes, E. Bjørhusdal, J. Fossøy, D. Sekkingstad & T. Årethun (Red.), *Stadutvikling* (s. 186–205). Universitetsforlaget. <https://doi.org/10.18261/9788215053349-2021-10>
- Hassink, R., Isaksen, A. & Trippel, M. (2019). Towards a comprehensive understanding of new regional industrial path development. *Regional Studies*, 1–10. <https://doi.org/10.1080/00343404.2019.1566704>
- Isaksen, A. (2014). Industrial development in thin regions: Trapped in path extension? *Journal of Economic Geography*, 15(3), 585–600. <https://doi.org/10.1093/jeg/lbu026>

- Isaksen, A. & Trippel, M. (2016). Path development in different regional innovation systems. A conceptual analysis. I M. D. Parilli, R. D. Fitjar & A. Rodríguez-Pose (Red.), *Innovation drivers and regional innovation strategies* (s. 1–24). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315671475>
- James, A., Martin, R. & Sunley, P. (2007). The rise of cultural economic geography. I R. L. Martin & P. Sunley (Red.), *Critical concepts in economic geography* (Bd. IV, s. 1–30). Routledge.
- Jolly, S., Grillitsch, M. & Hansen, T. (2020). Agency and actors in regional industrial path development. A framework and longitudinal analysis. *Geoforum*, 111, 176–188. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2020.02.013>
- Kipping, M. & Üsdiken, B. (2014). History in organization and management theory: More than meets the eye. *The Academy of Management Annals*, 8(1), 535–588. <http://dx.doi.org/10.1080/19416520.2014.911579>
- Lambooy, J. G. & Boschma, R. A. (2001). Evolutionary economics and regional policy. *The Annals of Regional Science*, 35(1), 113–131. <http://dx.doi.org/10.1007/s001680000033>
- Løseth, A. (1996). *Likskap og lagdeling: 1920–1972* (Bd. 3). Samlaget.
- Løseth, A. (2004). Region, kultur og økonomi – Nord-Vestlandet 1850–1975. I O. Bukve, A. Løseth & H. Gammelsæter (Red.), *Nord-Vestlandet – liv laga?* (s. 1–20). Sunnmørsposten Forlag.
- MacKinnon, D., Dawley, S., Pike, A. & Cumbers, A. (2019). Rethinking path creation: A geographical political economy approach. *Economic Geography*, 95(2), 113–135. <https://doi.org/10.1080/00130095.2018.1498294>
- Martin, R. & Sunley, P. (2006). Path dependence and regional economic evolution. *Journal of Economic Geography*, 6(4), 395–437. <https://doi.org/10.1093/jeg/lbl012>
- Martin, R. & Sunley, P. (2013). Forms of emergence and the evolution of economic landscapes. I P. Cooke (Red.), *Re-framing regional development: Evolution, innovation, and transition* (Bd. 62, s. 73–94). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203097489>
- Martin, R. & Sunley, P. (2022). Making history matter more in evolutionary economic geography. *ZFW – Advances in Economic Geography*, 66. <https://doi.org/10.1515/zfw-2022-0014>
- Neffke, F., Henning, M. & Boschma, R. (2011). How do regions diversify over time? Industry relatedness and the development of new growth paths in regions. *Economic Geography*, 87(3), 237–265. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1944-8287.2011.01121.x>
- Sejersted, F. (1993). *Demokratisk kapitalisme*. Universitetsforlaget.
- Simmie, J. (2012). Path dependence and new technological path creation in the Danish wind power industry. *European Planning Studies*, 20(5), 753–772. <https://doi.org/10.1080/09654313.2012.667924>
- Simmie, J. (2013). Path dependence and new technological path creation in the economic landscape. I P. Cooke (Red.), *Re-framing regional development: Evolution, innovation, and transition* (Bd. 62, s. 1–25). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203097489>
- Sotara, M. & Grillitsch, M. (2023). Path tracing in the study of agency and structures: Methodological considerations. *Progress in Human Geography*, 47(1), 85–102. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/03091325221145590>

- Sotarauta, M. & Suvinen, N. (2018). Institutional agency and path creation: Institutional path from industrial to knowledge city. I A. Isaksen, R. Martin & M. Trippel (Red.), *New avenues for regional innovation systems: Theoretical advances, empirical cases and policy lessons* (s. 1–22). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-71661-9_5
- Sotarauta, M., Suvinen, N., Jolly, S. & Hansen, T. (2021). The many roles of change agency in the game of green path development in the North. *European Urban and Regional Studies*, 28(2), 92–110. <https://doi.org/10.1177/0969776420944995>
- Staber, U. (2010). A social-evolutionary perspective on regional clusters. I R. Boschma & R. Martin (Red.), *The handbook of evolutionary economic geography* (s. 221–238). Edward Elgar.
- Ulstein. (2007). *Turning visions into reality. Forretnings- og strategiplan for Ulsteinkonsernet 2007–2009*.
- Wicken, O. (1995). *Norsk fiskeriteknologi: Politiske mål i møte med regionale kulturer* (Bd. 17, s. 94). SINTEF, STEP – Centre for Innovation Research.

Isaksen, A. (2024). Konkurranseskraft i omstillingstid: Regionale effekter av batterifabrikker i små skandinaviske regioner. I T. Frimanslund & N. G. Bækkelund (Red.), *Rural konkurranseskraft* (s. 109–135). Fagbokforlaget. DOI: <https://doi.org/10.55669/oa410405>

Kapittel 5

Konkurranseskraft i omstillingstid

Regionale effekter av batterifabrikker i små skandinaviske regioner

Arne Isaksen¹

¹ Institutt for arbeidsliv og innovasjon, Universitetet i Agder. Arne Isaksen gikk bort kort tid før utgivelsen av antologien. Gode kollegaer har lest korrektur, og bidraget står til minne om Isaksen som en sentral figur innen forskning på regional utvikling.

Sammendrag: Dette kapitlet diskuterer hvordan etableringen av såkalte giga-batterifabrikker med forventede 1500–2500 arbeidsplasser kan påvirke regionale industrielle baner i fire mindre sentrale regioner i Norge og Sverige. Denne empiriske analysen kartlegger de historisk skapte regionale innovasjonssystemene (RIS) og viktige regionale industrielle baner i fire mindre sentrale skandinaviske regioner, samt batterifabrikkenes lokaliseringsstrategi. Batterifabrikkene kan i prinsippet føre til to hovedtyper av endringer i deres industrielle baner og RIS-er. For det første, videreføring og oppgradering av den nåværende industrielle stien og RIS. For det andre, starten på en mulig ny regional bane og transformasjonen av RIS. Rutiner, praksiser og regional industriell kultur fornyes, og nye aktører og nettverk aktiveres.

Nøkkelord: regional omstilling, regionale næringsbaner, batterifabrikker, Skandinavia

Abstract: This chapter discusses how the establishment of so-called giga battery factories with 1500–2500 expected jobs can affect regional industrial paths in four less central regions in Norway and Sweden. The empirical analysis maps the historically created regional innovation system (RIS), key regional industrial paths in four less central Scandinavian regions, and the battery factories location strategies. The battery factories can, in principle, lead to two main types of changes in their industrial paths and RISs. First, continuation and upgrading of the current industrial path and RIS. Second, the initiation of a possibly new regional path and the transformation of RIS. Routines, practices, and regional industrial culture are then renewed, and new actors and networks are activated.

Keywords: regional restructuring, regional industrial paths, battery factories, Scandinavia

Innledning

Omstilling til mer økologisk bærekraftig, populært sagt grønnere, næringsliv og samfunn er høyt på dagsorden i politikk, samfunnsdebatt og forskning. Konkurranseskraft for bedrifter, næringer, regioner og nasjoner dreier seg ikke kun om å oppnå økonomisk vekst, men også om evne til å vri økonomisk aktivitet i grønnere retning. Det kan skje gjennom grønnere produksjonsprosesser og verdikjeder i eksisterende bedrifter og næringer, og etablering og vekst av nye grønne næringer for å erstatte «brune» næringer.

Grønn omstilling skjer på mange nivåer, innbefattet i regioner innenfor land. Forhold og prosesser i en region påvirker omstilling i regionens næringsliv, men det gjør også for eksempel nasjonale og internasjonale reguleringer (Coenen et al., 2021). Mindre sentrale områder, som gjerne omfatter organisatorisk tynne regionale innovasjonssystemer, har vært sett på som dårlig rustet for omstilling i næringslivet (Isaksen & Trippel, 2016). Slike områder har blant annet få eller ingen høyere utdanningsinstitusjoner og forskningsinstitutter. Bedrifter, entreprenører og kunnskapsorganisasjoner som universiteter og høyskolen kan riktignok hente inn kunnskap og kompetanse gjennom nasjonale og globale produksjonsnettverk og innovasjonssystemer (Bathelt et al., 2004). Likevel kan særlig «tynne regioner» være i utviklingsbaner som forsterker tradisjonelle løsninger i bedrifter og næringer (Isaksen, 2015).

Muligheten for grønn omstilling i mange perifere områder kan imidlertid ha endret seg ved at mer tradisjonelle lokaliseringfaktorer (enn relevant kunnskap, kompetanse og næringsmiljø) har fått økt betydning. Viktig ved grønn omstilling er elektrifisering av næringsliv og samfunn, eksemplifisert ved vekst av batterielektriske biler og ferger. Viktige lokaliseringfaktorer er nærhet til grønn, elektrisk kraft og store arealer for utbygging av batterifabrikker og datalagringscentre, nærhet til skogressurser for produksjon av biobrensel og arealer for landbasert og offshore vindkraft. Dette er lokaliseringfaktorer som har gjort mindre sentrale områder til aktuelle steder for det som betegnes som grønne næringer.

De naturbaserte lokaliseringfaktorene betyr at mange mindre sentrale områder har noen fordeler i den grønne omstillingen. Samtidig bør de mulige langsiktige effektene av investeringer i nye, «grønne» bedrifter i slike områder diskuteres – blant annet om de naturbaserte fordelene kan lede til systemisk forankret, regional konkurranseskraft, eller om det kan lede til en form for

«filialøkonomi», der nye, store bedrifter eies og styres av aktører utenfra regionen, som multinasjonale selskaper.

Dette kapitlet vil nettopp diskutere og analysere mulig langsiktig betydning av nye, store bedriftsetableringer i mindre og forholdsvis perifere områder. Kapitlet tar ikke for seg den typen nyttige analyser som konsulentselskapet Menon har gjennomført, som gjelder antall direkte og indirekte lokale arbeidsplasser fra batterifabrikkene Morrow og Freyr, betydning for befolkningsutvikling, behov for nye boliger og for utbygging av offentlige tjenester (Winje et al., 2021; Vennerød et al., 2022). Kapitlet skal derimot diskutere hvordan etablering av batterifabrikk, såkalte gigafabrikk med 1500–2500 arbeidsplasser, kan påvirke områdenes regionale innovasjonssystemer (RIS) og de regionale næringsmessige utviklingsbanene og på den måten føre til langsiktige effekter på næringsutviklingen. Fabrikkene er lokalisert i Mo i Rana, Haugalandet, Arendal og Skellefteå i Sverige. For å analysere mulige endringer i innovasjonssystem og utviklingsbane kartlegger vi i) det historisk skapte regionale innovasjonssystemet og utviklingsbanene i de fire områdene og ii) batterifabrikkenes utviklings- og lokaliseringsstrategier så langt det lar seg gjøre midt i 2023, som er før produksjonen er kommet i gang i tre av gigafabrikkene. Kapitlets forskerspørsmål er hvordan etablering av batterifabrikkene kan forsterke eller endre de historisk skapte næringsmessige utviklingsbanene i de fire regionene. Det følges opp med spørsmål om mulige langsiktige effekter av etableringene på regionenes næringsutvikling og konkurransekraft. Resten av kapitlet starter med å utvikle et analytisk rammeverk, før status for regionenes RIS og utviklingsbaner kartlegges og mulige regionale effekter av de fire planlagte skandinaviske gigafabrikkene diskuteres.

Filialøkonomier, innovasjonssystemer og utviklingsbaner

Batterifabrikkenes mulige regionale effekter kan analyseres fra flere faglige perspektiver. Ett sentralt perspektiv tilbake fra 1960- og 70-tallet omfatter å analysere nærings- og samfunnsutviklingen i (noen) mindre sentrale regioner gjennom begrepet filialøkonomier (*branch plant economies*) (Dawley,

2011). Begrepet viser til at sentrale produksjonsenheter i et område inngår i større og eksternt styrte konsern, og der enhetenes aktiviteter og oppgaver bestemmes av den rollen de tildeles innenfor konsernet. Som vi skal se senere i kapitlet stammer flere av gigafabrikkene fra initiativ hos lokale aktører, men store investeringsbehov vanner ut det lokale eierskapet som gjør perspektivet med filialøkonomier relevant å diskutere.

Filialøkonomi betyr at sentrale bedrifter i en region (eller land) styres og ledes utenfra. Poenget videre er at regioners næringsutvikling påvirkes av den rollen som filialbedrifter har innenfor den funksjonelle og geografiske arbeidsdelingen i eierkonsernet. På 1960- og 70-tallet fikk noen mindre sentrale områder produksjonsenheter som kun krevde ufaglært arbeidskraft, mens hovedkontorfunksjoner og utviklings- og innovasjonsaktiviteter fortsatte å være lokalisert i mer sentrale og større områder, en utvikling som ble studert og teoretisert om i Storbritannia av Massey (1984). De «fjernstyrte» produksjonsenheter bidro med små ringvirkninger i mindre sentrale regioner når det gjelder økt kompetanse i arbeidsstokken, teknologisk oppgradering av annet lokalt næringsliv og etablering av nye leverandørbedrifter (Dawley, 2011). Utviklingen var knyttet til Fordistisk masseproduksjon og en lineær innovasjonsmodell, der innovasjonsaktiviteten skjer i konserners forsknings- og utviklingsavdelinger, gjerne i samarbeid med universiteter og forskningsinstitutter.

Det skjedde et brudd med Fordistisk produksjonsmåte fra 1970-tallet gjennom framvekst av mer fleksibel spesialisert produksjon (Piore & Sabel, 1984) og spredning av lean produksjonsprinsipper (Katayama & Bennett, 1996). Fleksibel spesialisering omfattet blant annet bruk av datastyrt produksjonsutstyr som gjør det mer mulig med effektiv produksjon i mindre serier. Lean produksjon var blant annet innrettet mot kontinuerlig forbedring av særlig produksjonsprosesser. Begge endringene bidro til at faglært arbeidskraft fikk en økt rolle for stegvise innovasjoner i produkter og produksjonsmåter, og endringene bidro til tettere funksjonelt samarbeid om produksjon og innovasjon, og også kortere geografisk avstand mellom kunder og leverandører. Det bidrar igjen til framvekst av en mer interaktiv innovasjonsmodell, der innovasjon i stor grad består i å løse konkrete utfordringer i egen produksjon og hos kunder med hjelp av kompetanse til mange ansatte og hos ulike typer av partnere (Lundvall, 1992). For filialøkonomier betydde det at produksjonsenheter i store konsern forankres mer i regionale næringsmiljøer og kan gi opphav til

større ringvirkninger, som spredning av kunnskap om organisasjonsmodeller og teknologi og økt kompetanse i arbeidsstokken. Ringvirkninger krever også absorpsjonskapasitet på regionalt nivå (Giuliano & Bell, 2005), som her kan forstås som evnen et regionalt næringsliv har til å ta imot, bearbeide og utnytte kunnskap fra avanserte filialbedrifter. Den evnen henger sammen med historisk utviklede regionale ressurser og hvordan disse passer overens med lokaliseringsfaktorer som etterspørres fra globale konsern (Yeung, 2015).

Basert på beskrivelsen foran, ser vi at filialøkonomiers betydning for regional næringsutvikling avhenger av i) strategier til filialbedriftene (og eierkonsernene) om blant annet hvordan ulike aktiviteter organiseres og plasseres geografisk og ii) egenskaper ved regionen der filialbedriftene lokaliseres. Regioners egenskaper knytter vi i dette kapitlet til tilnærmingen med historisk utviklede utviklingsbaner for regionalt næringsliv. Vi diskuterer i hvilken grad og hvordan batterifabrikken som svært store etableringer av helt ny produksjon og aktivitet i regionene kan bygge på regioners utviklingsbaner eller bidrar til å endre disse.

Regionale utviklingsbaner

Den diskusjonen krever først en avklaring av innholdet i begrepet regional næringsmessig utviklingsbane. Det avgrenses som sentrale kjennetegn ved den langsiktige utviklingen i næringslivet i en region, som er forholdvis stabil, men som kan endres (Hassink et al., 2019). *Regionale* utviklingsbaner karakteriserer regioners eksportnæringer, næringer regionen er spesialisert i og som betjener nasjonale og eventuelt internasjonale markeder. Alle næringer påvirkes av globale bransjestandarder og reguleringer, de bygger på næringsspesifikk kunnskap, praksis, normer, organisasjonsmåter og samarbeidsmønstre (Malerba, 2002). Sentrale næringer i en region kan likevel over tid utvikle særegne måter å organisere og drive sine aktiviteter på. Lokalmarkedsnæringer vil ventelig i større grad følge nasjonale og internasjonale modeller og praksiser for drift. For eksempel vil trolig dagligvarehandel organiseres noenlunde likt i hele Norge, mens tradisjonelle regionale klynger som møbelindustrien på Sunnmøre, bildelsleverandører på Raufoss eller utviklere av kreftmedisin i Oslo mest trolig skaper noen egne praksiser som kan avvike fra den måten tilsvarende næringer driver på andre steder.

Tilnærmingen med regionale utviklingsbaner framhever at kjennetegn ved næringslivet i en region i dag er resultat av en historisk utvikling som er

påvirket av globale skifter, nasjonal politikk, næringers markedsmessige og teknologiske endringer og regionale ressurser, i tillegg til mange aktørers handlinger og også tilfeldige hendelser. Næringslivet i en region er i denne forståelsen forankret i historisk utviklede ressurser og strukturer som kan beskrives gjennom elementene i regionale innovasjonssystemer (Asheim et al., 2019). Regionale innovasjonssystemer (RIS) bygges opp over tid for å støtte innovasjonsevne og -aktivitet i sterke næringer i en region. Innovasjonssystemet består av i) aktører, særlig private bedrifter, offentlig administrasjon og organisasjoner, utdanningsinstitusjoner, forskningsinstitutter, andre kunnskapsformidlere, men også organisasjoner som påvirker politikk. Det består videre av ii) langsiktig samarbeid mellom aktører, særlig mellom næringsliv og kunnskapsorganisasjoner og iii) en institusjonell infrastruktur av reguleringer, politiske virkemidler, lover og regler (formelle institusjoner) og verdier, normer og næringskultur (uformelle institusjoner). Sunley og Martin (2023) legger vekt på punkt iii når de beskriver næringers utviklingsbaner som framvoksende resultater av kombinasjoner av verdier, rutiner, konvensjoner, praksiser, bedrifter, institusjoner og politiske virkemidler på bestemte steder (s. 135). Med den forståelsen består regionale utviklingsbaner av uformelle spilleregler for forretningsmessig oppførsel i en region («slik vi gjør det her») og hvordan spillereglene gjenspeiles i praksis i bedrifter og støttes av politikk. Videre hevder Sunley og Martin (2023, s. 136) at de fleste studiene definerer utviklingsbaner som lokale ansamlinger av bedrifter som deler teknologisk paradigme eller næringskultur. En slik forståelse samsvarer med bruken av begrepet regionale næringsmessige utviklingsbaner i dette kapitlet, som omfatter verdier, normer og praksiser som kjennetegner flere ulike næringer og verdikjeder i en region. Kapitlet gir en dermed en bred forståelse av regional utviklingsbane til å gjelde regioners overordnede kjennetegn («deres DNA») når det gjelder næringsutvikling.

Forsterking og endring av utviklingsbane

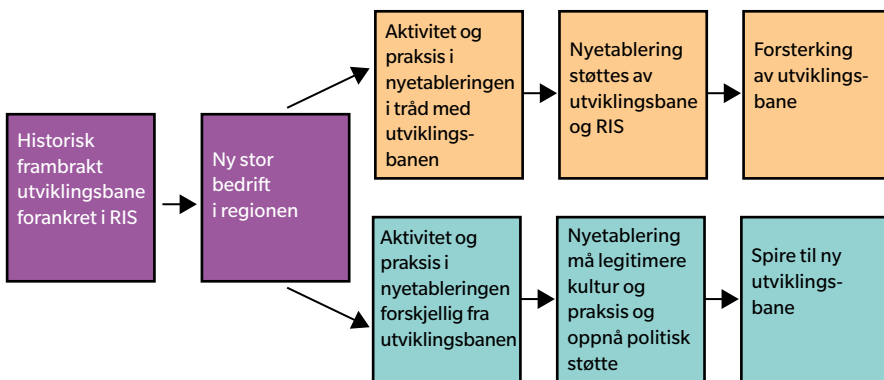
Næringslivet endres hele tida. Bedrifter vokser og krymper, etableres og nedlegges, næringer krymper og forsvinner og nye næringer kommer til. Det påvirker regionale utviklingsbaner, men når utviklingsbaner har vokst fram over lang tid og blitt forankret i regionale innovasjonssystemer, blir de stabile og retningsgivende for mye framtidig næringsutvikling. Derfor vil regionale utviklingsbaner

ofte forlenges og forsterkes over tid. I mange tilfeller kan sterke RIS støtte opp om framvekst av ny næringsaktivitet og nye næringer hvis normer og praksiser i det nye næringslivet passer til den etablerte regionale utviklingsbanen. I andre tilfeller kan stabile RIS og utviklingsbaner hemme vekst av ny næringsaktivitet som ikke finner støtte i eksisterende regionale måter å tenke og handle på innen næringsliv og politikk. Neffke et al. (2011) fant i en studie av utvikling i svenske regioner at næringer som hadde annen teknologisk kompetanse enn eksisterende regionalt næringsliv, sjeldnere vokste fram og oftere forsvant fra regioner enn næringer som brukte nærliggende teknologi.

Når det funnet settes i sammenheng med forståelsen av utviklingsbaner, framkommer to alternativer for hvordan bedrifter med produkter, tjenester eller løsninger som er nye for en region, påvirker regionens næringsutvikling. Det første gjelder bedrifter som har med seg eller skaper aktivitet og praksis som passer til regionens eksisterende utviklingsbane (Figur 5.1).

Figur 5.1

Rammeverk for å analysere effekter på utviklingsbane av en stor nyetablering i en region



Selv om nye bedrifter skiller seg markert ut fra produkter og tjenester som har dominert i regionen, som er tilfellet med etablering av batterifabriker, kan de bygge på samme uformelle spilleregler og praksiser som etablert aktivitet i regionen. Denne typen bedrifter kan oppnå legitimitet hos befolkning og arbeidstakere i regionen og støtte fra det regionale innovasjonssystemet (Eriksen & Isaksen, 2021). Det andre alternativet er når nye bedrifter har annen aktivitet og praksis enn

det som er vanlig i regionen fra tidligere, som *kan* gi grunnlag for etablering av en ny regional utviklingsbane til erstatning for eller i tillegg til den eksisterende banen.

Hvordan identifisere en regional utviklingsbane?

Kapitlet diskuterer mulige regionale effekter av etablering av batterifabrikker i fire skandinaviske regioner, basert på tankerekka i Figur 5.1. En slik studie krever at i) utviklingsbanene i regionenes næringsliv og ii) batterifabrikkenes (planlagte) aktivitet og praksis identifiseres og beskrives. I tråd med diskusjonen foran består en regional utviklingsbane av tre sammenhengende deler; a) normer, verdier, konvensjoner, som kan sammenfattes som regional næringskultur, b) praksiser i næringslivet og c) og politikk, her avgrenset til regionale strategier for å støtte næringslivet. Kapitlet diskuterer nå hver av de tre delene for senere å sammenholde regionenes utviklingsbane med det vi ut fra tilgjengelige data kan slutte om batterifabrikkenes måte å drive på, avgrenset til deres erklærte strategier.

Regional næringskultur kan avgrenses på flere måter. Eriksen et al. (2023) definerer næringskultur som akseptert forståelse av næringsmessig oppførsel blant aktører, som omfatter delte konvensjoner, forståelser, normer, verdier og etikk. Den forståelsen av regional næringskultur sammenfaller med bruken av konvensjoner i studier av næringsutvikling hos Storper og Salais (1997). Konvensjoner forstås som rammeverk for handlinger som gir uformelle regler for «hvordan vi gjør det i næringslivet her» (Sunley, 2011). Konvensjoner skapes av aktørers erfaringer fra ulike situasjoner som blir felles oppfatninger blant en gruppe aktører, slik for eksempel bedriftsledere i fritidsbåtindustrien i Arendalsområdet hadde «lært» fra nedleggingen av storbedriften Fjordplast på 1970-tallet at masseproduksjon av båter ikke passer til den typen båter og marked som båtbyggerier i Arendal spesialiserte seg på (Isaksen, 2018).

En av dimensjonene hos Storper and Salais (1997) er skillet mellom konvensjonene knyttet til standardisering og spesialisering av næringsaktivitet. Det første er typisk masseproduksjon med standardisering av produkter og produksjonsprosesser og med konkurranse på pris, som tilsvarer det vi foran omtalte som Fordistisk masseproduksjon.

Storper og Salais (1997) kobler standardisering av arbeidsprosessen til initiativ for å gjøre den enkelte arbeiders kompetanse og initiativ lite viktig for produksjonsresultatet. En slik rolle for den enkelte arbeider passer ikke til organisering av arbeidsprosesser i det meste av norsk næringsliv. Lundvall og Lorenz (2012) viser til en endring mot mer lærende organisasjoner (til erstatning for Fordismen), som er særlig utbredt i Norge og nordiske land. Lærende organisasjoner kjennetegnes av at læring og forbedringer er en del av «det vanlige arbeidet». Læringen fremmes av desentralisering av ansvar og beslutninger i organisasjoner, at ansatte har varierte arbeidsoppgaver og kan ta egne initiativ og bruke egne ideer. Det sammenfaller mer med filialbedriften som er forankret i regionale næringsmiljøer, som vist foran. Det bidrar til høyt omfang av problemløsning lavt i organisasjon, og omfatter en næringskultur der faglærte arbeidere forventes å bidra til forbedringer i produkter, tjenester og produksjonsprosesser ut fra sine erfaringer. Vi betegner det som en *kollektiv arbeiderkultur*.

I motsetningen til kollektiv arbeiderkultur forankret i standardisert produksjon og arbeidstakerlivsformen, setter vi *etablererkultur*. Regioner med etablererkultur har ofte forholdsvis mange små og unge bedrifter, og gjerne i nye og voksende bransjer. Det gir grunnlag for spinn-off, rollemodeller og variert læring for ansatte (Bosma et al., 2011). En etablererkultur forankret i småbedriftsmiljøer vil også sammenfalle mer med konvensjonen om spesialisert produksjon og mindre seriestørrelser enn standardisert produksjon hos Storper og Salais (1997). Graden av etablererkultur *kan* måles gjennom nyetableringstakt (antall nyetableringer per 1000 innbyggere) i en region. Stam og Welter (2020) bruker nyetableringstakt som en indikator for kulturelle holdninger til nyetableringer. Relativt få nyetableringer *kan* tyde på at en region har mange stabile organisasjoner og en kollektiv arbeiderkultur. Høy nyetableringstakt peker mot en etablererkultur som oppmuntrer til å starte nye bedrifter.

Regional næringskultur er det første kjennetegnet på regionale utviklingsbaner for næringslivet. Det andre kjennetegnet på en utviklingsbane i dette kapitlet er praksis i næringslivet. En viktig praksis er knyttet til (kombinasjonen av) innovasjonsmåter i en regions næringsliv. Det skiller mellom en forskningsbasert innovasjonsmåte, betegnet som *Science, Technology, Innovation* (STI) og en erfaringsbasert innovasjonsmåte, *Doing, Using, Interacting* (DUI) (Jensen et al., 2007). I STI-måten skjer mye av innovasjonsaktiviteten i forsknings- og utviklingsprosjekter gjennomført av høyt utdannede ansatte internt i bedrifter og i samarbeid med forskere ved universitet og forskningsinstitutter. Tilnærmingen

er at prosjekter kan lede til forskningsresultater som kan forbedre eksisterende, eller lede til nye, produkter, tjenester og produksjonsmåter. DUI-innovasjoner skjer i bedrifters «daglige virksomhet» for å løse interne utfordringer eller svare på etterspørsel eller krav fra kunder. Bedrifter bruker intern, erfaringsbasert kunnskap, har noe prøving og feiling og henter ved behov hjelp utenfra bedriften for å løse problemer som oppstår underveis i innovasjonsprosessen. DUI-måten leder særlig til forbedringer i eksisterende produkter, tjenester og produksjonsmåter. De to innovasjonsmåtene kan kombineres i bedrifter, men det skiller likevel mellom en forskningsbasert del (STI) og en produksjonsrettet del (DUI) av regionale næringsmessige utviklingsbaner.

Det tredje kjennetegnet på regional utviklingsbane her er regional strategi for og *forståelse av næringsutvikling*. Vi trekker et skille mellom endogen og eksogen forståelse av regional næringsutvikling. Det gjelder forståelse blant sentrale aktører i en region om utviklingen i næringslivet hovedsakelig skjer gjennom regioninterne eller -eksterne prosesser. Bortsett fra rene lokalmarkedsnæringer er næringslivet i en region generelt integrert i nasjonale og globale produksjons- og innovasjonsnettverk (Schmitz, 2004). Det varierer likevel mellom regioner i hvor stor grad initiativ og vekstimpulser i næringslivet har kommet fra regionen selv eller utenfra regionen. I det første tilfellet har lokale gründere historisk sett stått bak etablering av sentrale bedrifter og næringer, mens nasjonale og internasjonale investorer og konsern har stått for mye av veksten i næringslivet i det andre tilfellet. Regioner kjennetegnes ikke av enten regionalt eller eksternt igangsatt vekst, men er et sted på en skala fra regionale til eksterne vekstimpulser. Tilnærmingen her er at historiske erfaringer har skapt en forståelse av hvor regionen er på en slik skala. Vi ser imidlertid også at oppfatningen i forskning og politikk endrer seg over tid, for eksempel fra å være opptatt av (en ideologi om) lokal næringsutvikling basert på utnytting av lokale ressurser i små og mellomstore bedrifter på 1980- og 90-tallet (blant annet Stöhr, 1990) til mer oppmerksomhet senere år om globale produksjonsnettverk og hvordan regioner kan utvikles som attraktive lokaliseringsteder for internasjonale konsern (Yeung, 2018).

Utviklingsbaner varierer mellom regioner. Den enkle definisjonen av utviklingsbaner her er utarbeidet for å kunne identifisere særtrekk ved utviklingsbaner i de fire regionene som skal huse store batterifabrikker. Neste steg i kapitlet er nettopp å diskutere hvilke utviklingsbaner som dominerer i de fire regionene.

Empirisk kontekst: Fire gigafabrikker i fire regioner

Kapitlet diskuterer mulige langsiktige effekter fra etablering av store batterifabrikker i fire skandinaviske regioner. Diskusjonen konsentreres om mulige endringer i næringsmessige utviklingsbaner forankret i regionale innovasjonssystemer. Diskusjonen baseres hovedsakelig på sekundærdata som statistikk, tidligere studier og nettsider, supplert med noen få intervjuer.

Første steg i analysen er, i tråd med Figur 5.1, å kartlegge sentrale kjenne-tegn ved regionenes nåværende utviklingsbane og RIS. Det kan være en omfattende oppgave i seg selv. Beskrivelsen av RIS og utviklingsbane avgrenses til noen indikatorer som anses å være relevante for batterifabrikkenes aktivitet og mulige næringsmessige ringvirkninger (Tabell 5.1).

Regionene er avgrenset til bo- og arbeidsmarkedsregioner, slik disse er definert av Statistisk Sentralbyrå i Norge, og til lokale arbeidsmarkeder definert av SCB Statistikkmyndigheten i Sverige¹. Det gir sammenliknbare geografiske områder. Arbeidsmarkedsregionene er imidlertid små områder som kan inngå i formelt samarbeid innen større geografiske områder og der næringslivet ofte rekrutterer arbeidskraft og finner samarbeidspartnere fra et større geografisk område. Det tas hensyn til senere i kapitlet. Tre av arbeidsmarkedsregionene har fra 75 000 til drøyt 100 000 innbyggere, mens Mo i Rana er betydelige mindre².

Tre av regionene er overrepresentert med industriarbeidsplasser³. Lokaliseringskvotienter på 1,6 og 1,7 betyr at regionene har 60 og 70 prosent flere arbeidsplasser i industri enn deres andel av alle landets arbeidsplasser skulle tilsi. Arendsregionen har derimot færre arbeidsplasser i industri enn landsgjennomsnittet (mens Agder som helhet har en lokaliseringkvotient for industri på 1,3).

Relevansen av det eksisterende næringslivet for batterifabrikkenes produksjon indikeres også av spesialiseringen og kompetansen til eventuelle

1 SSB: Økonomiske regioner 2020 (<https://www.ssb.no/klass/klassifikasjoner/108/versjon/1308/korrespondanser/535>). SCB (2019). Regionale inddelningar i Sverige den 1 januari 2019. Meddelanden i samordningsfrågor för Sveriges officiella statistik, MIS 209:1. Örebro, Statistics Sweden (https://www.scb.se/contentassets/62c26e4de91c4ff190afd-627f2a701c4/ov9999_2019a01_br_x20br1901.pdf).

2 Tall hentet fra Statistisk Sentralbyrå (SSB) og SCB Statistikkmyndigheten i Sverige.

3 Tabell 07984 i Statistikkbanken SSB og tabell for Förvärsarbetande 16–74 år med arbetsplats i regionen (dagbefolkning) og for tilverkning og utvinning frå SCB Statistikkdatabasen.

klynger i regionene. De tre norske regionene har offisielle klynger som er del av det norske klyngeprogrammet til Innovasjon Norge, Forskningsrådet og SIVA⁴. Det er riktigere å si at regionen huser klyngeorganisasjoner, mens bedrifter og andre klyngemedlemmer er spredt over større avstander. Mo i Rana har klyngeorganisasjonen for ACT Artic Cluster Team, som er en såkalt Arena Pro-klynge i klyngeprogrammet. Det er nivå 2 i klyngeprogrammet som skal stimulere klyngene til å være mer enn en koblings- og samhandlingsarenaer. ACT-klyngen omfatter prosessindustrien med verdikjeden og blant annet organisasjoner for kunnskapsutvikling. Haugalandet har klyngeorganisasjonen Norwegian Offshore Wind, som også er en Arena Pro-klynge. Målet for klyngen er å bygge kunnskap, øke innovasjonsaktivitet og konkurranseskraft for bedrifter for å bli en fortrukket totalleverandør av flytende offshore vindparker. Arendal har som Mo i Rana en klyngeorganisasjon innenfor prosessindustrien, som skulle være rettet inn mot kompetanse som er svært relevant for denne industrien. Klyngen i Arendal er NCE Eyde, som er på trinn 3 i det norske klyngeprogrammet som en Norwegian Centres of Expertise klynge. Det er klynger med bedrifter som hevder seg internasjonalt og der klyngen skal bidra til å målrette, forbedre og akselerere pågående utviklingsprosesser. NCE Eyde har medlemmer innenfor prosessindustrien og leverandører konsentrert om Agder, men også noen medlemmer andre steder i landet. Sverige har ikke et tilsvarende klyngeprogram som det norske. Smart spesialiseringsstrategien for Västerbotten kan gi noe informasjon om hva dette länet anser som viktige framtidige satsingsområder innenfor næringsutvikling og basert på eksisterende sterke sider. Næringsmessige satsingsområder omfatter fornybar energi og IKT-teknologi⁵, som nok har relevans for batterietableringen i Skellefteå.

På «kunnskapssida» av RIS-modellen, og som et ufullkommet mål på den forskningsbaserte delen av utviklingsbanen, bruker vi to grove indikatorer for formell kunnskap. Det gjøres selv om vi er fullt klar over at erfaringsbasert kompetanse og fagarbeiderkompetanse (DUI-måten), og ikke minst koblingen mellom erfaringsbasert kompetanse og vitenskapelig basert kunnskap (STI-måten), er viktig for effektiv produksjon og innovasjonsaktivitet. Andel sysselsatte med akademiske og høyskoleyrker er lavere i de fire regionene enn

4 <https://www.innovasjon norge.no/nic/>

5 <https://s3platform.jrc.ec.europa.eu/map/-/eye3/y/2014-2020>

for landsgjennomsnittet som er 39,7 prosent for Norge og 37,6 prosent for Sverige⁶. En lavere andel i de to yrkesgruppene er typisk for mindre sentrale områder. Vi ser at andelen er litt høyere i Arendal enn i de tre andre regionene.

Antall studenter og andel studenter av totalbefolkningen varierer mellom regionene. Andelen er høyest i Arendal, der studentene er på Universitetet i Agder, Campus Grimstad⁷. Mo i Rana har studenter på campus til Nord Universitet i Mo i Rana og på Nesna, og Haugalandet huser studenter på campus Haugesund som er del av Høgskulen på Vestlandet. Studentene i Skellefteå er på Campus Skellefteå som består av utdanninger fra Universitetet i Umeå og Luleå tekniska universitet.

Regionenes utviklingsbaner

Kapittel 4 har hittil diskutert kjennetegn ved regionenes innovasjonssystemer. Regionenes historiske utviklingsbane diskuteres nå ut fra kjennetegn ved næringskultur, praksis og forståelse for næringsutvikling, slik det vises i regionale næringsstrategier.

Når det gjelder næringskultur har Mo i Rana gjennom sin næringshistorie med store industribedrifter utviklet en næringskultur med betydelig innslag av fagforeningsvirksomhet og kollektiv arbeiderkultur, som inkluderer skiftarbeid som en naturlig del av arbeidslivet (Lindeløv & Karlsen, 2002)⁸. En liknende utvikling kan observeres på Haugalandet. Regionen har noen store lokomotivselskaper, som i stor grad er eksternt eide, og som står for mye av sysselsettingen⁹. Det gjelder Hydro Aluminium som ble etablert i 1967 som Hydros første aluminiumsverk, Aibels verft i Haugesund, som er et av de største verftene i Norge, og Equinors prosessanlegg for gass på Kårstø fra 1985. Med den bedriftsstrukturen vurderer vi en kollektiv arbeiderkultur som

6 Tallene for yrker i Norge er hentet fra tabell 11619 i SSB Statistikkbanken og gjelder for året 2022. Tilsvarende tall i Sverige er hentet fra tabell i SCB Statistikdatabasen med tittel Anställda 16–64 år med arbetsplass i regionen (dagbeg) og gjelder år 2021. I begge land inngår også militære yrker i gruppen med høyskoleyrker.

7 Tallene for Norge er for 2021 og er hentet fra tabell 03814 i SSB Statistikkbanken. Tallene for Skellefteå fra 2023 og stammer fra e-post-korrespondanse med Campus Skellefteå.

8 Kilde: Samtale med leder av Kunnskapsparken Helgeland i mars 2023 og Temaplan Næringsutvikling for Rana kommune.

9 Veikart for Haugalandet. En strategi for regional næringsutvikling (2021–2025). Bakgrunnsdokument. Haugaland Vekst 25.03.2021.

viktig også på Haugalandet. Arendal har en mer variert næringsstruktur og -historie enn de to andre norske regionene. Arendal har som nevnt foran en klart lavere andel industriarbeidsplasser enn de øvrige regionene. Regionen har en forholdsvis stor elektronikkprodusent, Kitron med drøyt 300 ansatte¹⁰, men ellers små og mellomstore bedrifter i flere sektorer. Arendal har også noe høyere nyetableringstakt enn Mo i Rana og Haugesund, og vurderes å ha mindre av den kollektive arbeiderkulturen fra store industribedrifter enn de to andre norske regionene. Agder har imidlertid en betydelig smelteverksindustri, der den nordiske modellen med lærende organisasjoner og kollektiv arbeiderkultur er utbredt (Isaksen, 2015, når det gjelder regionene Lyngdal/Farsund og Flekkefjord). Skellefteå har en lang historie med gruvevirksomhet, og Boliden AB er den største arbeidsgiveren med ca. 3000 ansatte i 2021 (Coates & Holroyd, 2021). Gruvevirksomheten har også gitt grunnlag for en stor produsent av heiser med nær 300 ansatte (Coates & Holroyd, 2021) og et smelteverk, Boliden Rönnskar med ca. 880 ansatte¹¹. Denne næringshistorien tyder på at Skellefteå også kjennetegnes av en kollektiv arbeiderkultur.

Arendal skårer litt høyere enn de to andre norske regionene når det gjelder nyetableringstakt, men de tre norske regionene er alle under landsgjennomsnittet med 12,4 nyetableringer per 1000 innbyggere¹². Tallet for Skellefteå gjelder *nyetablerade företag* og er trolig ikke sammenliknbart med de norske tallene, men Skellefteå er betydelig bak det svenske gjennomsnittet på 6,5¹³. Det synes å bryte med selvforståelsen i Skellefteå om at kommunen har en sterk tradisjon for entreprenørskap i næringslivet (Steinvall, 2021).

Når det gjelder næringsstrategi tyder næringsutviklingen i Mo i Rana på at regionen historisk sett har hatt en endogen strategi for utvikling av næringslivet. Det går tilbake til etableringen av Norsk Jernverk i Mo i 1955, senere Norsk Koksverk og etablering av en avdeling av Nasjonalbiblioteket og Statens innkrevingsentral rundt 1990, i etterkant av at staten avvirket eierskapet i Norsk Jernverk (Lindeløv & Karlsen, 2002). Etter det har Mo i Rana utviklet

10 Kitron Annual Report 2022.

11 <https://www.boliden.com/sv/verksamhet/smaltverk/boliden-ronnskar>

12 Tallene for Norge er gjennomsnitt av åra 2017–2021, hentet fra tabell 06104 i SSB Statistikkbanken.

13 Tallene for Skellefteå og Sverige er hentet fra Tilväxtanalys der kun 2018 og 2019 synes å ha tall på kommunenivå.

organisasjoner som styrker kunnskapsutvikling, forskningsbasert innovasjon og lokale etableringer, som peker mot en endogen strategi. Det gjelder Mo kunnskapspark fra 2004, Campus Helgeland fra 2013, avdeling av Sintef og industriinkubator fra 2016, og deretter ATC-klyngen. Det tyder også på innslag av STI-måten for innovasjon i Mo i Rana¹⁴. Men som diskutert tidligere er det vanskelig å identifisere rendyrkede strategier for næringsutvikling.

Det er vanskelig å karakterisere næringsstrategien som hovedsakelig endogen eller eksogen fordi den gjerne er omfattende med innslag av flere typer strategier. Det gjelder også Haugalandet. Grunnlagsdokumentet for næringsstrategien er opptatt av bosettings- og næringsattraktivitet, som omfatter å holde på befolkning og stimulere lokalt næringsliv, men som likevel peker mot attraktivitet for innflyttere og bedrifter og investeringer utenfra. Vi vurderer dermed næringsstrategien i Haugalandet som mest eksogen. Arendal derimot synes å ha mest oppmerksomhet om endogen strategi gjennom å bygge videre på regionale bedrifter og kunnskapsorganisasjoner, deriblant nye organisasjoner og spinn-off fra Universitetet i Agders Campus i Grimstad¹⁵. Samtidig har Invest in Agder mål om å tiltrekke internasjonale bedrifter, talenter og kapital til fylket. Utviklingsplanen for Skellefteå mot 2030¹⁶ hevder at perspektivet nå utvides fra den regionale til den globale arenaen. Det framgår av planen at næringslivet i Skellefteå har vært mye basert på naturressurser, skog, elektrisk kraft og malm. Med utvikling av bostedskvaliteter og markedsføring av regionen søker Skellefteå å bli mer attraktiv for personer, etablerere, investeringer og bedrifter utenfra, og strategien rettes mer inn mot å tiltrekke eksterne ressurser (Coates & Holroyd, 2021).

Beskrivelsen av indikatorene i Tabell 5.1 gir grunnlag for å karakterisere regionenes langsiktige næringsutvikling, som søker å fange et hovedtrekk ved regionenes utviklingsbane med få ord. Utviklingsbanen for næringslivet i Mo i Rana beskrives som skaping av industriell konkurransekraft innenfor prosesindustri og mekanisk industri med basis i store, eksternt eide bedrifter og i lokal erfaringsbasert og etter hvert mer forskningsbasert kompetanse. Utviklingsbanen på Haugalandet kjennetegnes av avansert produksjon og utvikling internt i noen eksternt eide og eksternt rettede bedrifter. Arendals utviklingsbane er kjenneteg-

14 Det er problematisk å vurdere regionenes omfang av STI-måten for innovasjon av mangel på tilgjengelig statistikk om for eksempel næringslivets FoU-kostnader på regionalt nivå.

15 Det framgår av Næringspolitisk handlingsplan for Arendal kommune 2017–2023.

16 <https://skelleftea.se/2030/startside/arbetsliv-och-tillvaxt>

net av etablerervirksomhet og *spinn-off* innen mange næringer og støttet oppe av regionale kunnskapsorganisasjoner, som tyder på innslag av STI-innovasjon i regionen. Den norske modellen for medarbeiderdrevet innovasjon kan «læres» fra store, eksternt eide prosessbedrifter ellers i Agder. Utviklingsbanen i Skellefteå har særlig vært bygd på utnyttelse av rike naturressurser til industriell aktivitet. I konklusjonen diskuteres hvordan utviklingsbanene kan passe til batterifabrikkenes (planlagte) produksjon og aktivitet for forskning og utvikling (FoU).

Tabell 5.1

Kjennetegn ved regionale innovasjonssystemer og utviklingsbaner

	Mo i Rana	Haugaland	Arendal	Skellefteå
Folketall 2023	32 222	102 083	76 652	78 442
Antall arbeidsplasser og LK i industri	1909 LK = 1,6	6154 LK = 1,7	2318 LK = 0,9	6499 LK = 1,6
Klyngeorganisasjon (Smart spesialisingsstrategi for Västerbotten)	ACT Artic Cluster Team	Norwegian Offshore Wind	NCE Eyde	Fornybar energi og IKT
Andel i akademiske yrker og høyskoleyrker. Relativt til landsgjennomsnittet (Landet = 100)	34,6 87,3	35,3 89,1	37,7 94,9	32,2 85,4
Antall og andel studenter i høyere utdanning av befolkningen	896 2,8 %	1695 1,7 %	3329 4,3 %	1500 1,9 %
Kjennetegn ved næringskultur	Kollektiv arbeiderkultur	Kollektiv arbeiderkultur	Mer etablererkultur, kollektiv arbeiderkultur i Agders prosessindustri	Kollektiv arbeiderkultur
Andel nyetableringer per 1000 innbyggere Relativt til landsgjennomsnittet (Landet = 100)	8,0 64,1	10,0 80,3	10,7 86,2	4,5 70,1
Regional næringsstrategi	Fra eksogen mot endogen	Mest eksogen	Mest endogen	Fra endogen mot eksogen
Karakterisering av utviklingsbane	Industriell konkurransekraft	Avansert aktivitet i eksternt eide bedrifter	Allsidig entreprenørskap støttet av RIS	Utnyttelse av naturressurser

Fabrikkene

Batterifabrikkenes verdikjede omfatter produksjon av battericeller, innkjøp av innsatsvarer (råvarer og prosessteknologi), men også pilotproduksjon og oppskalering for å utvikle kvalitet på battericeller og produksjonsprosesser til gigafabrikken, og i tillegg kommer forskning og utvikling på battericeller og prosesser, hovedkontorfunksjoner og resirkulering av batterier. Celleproduksjon krever inngående materialkunnskap, der Norge har et fortrinn, blant annet fra metallurgisk industri. Etter celleprodusentene overtar bedrifter som setter cellene sammen til batteripakker, for biler, skip, stasjonær lagring, nettstabilisering eller annet¹⁷.

En likhet mellom batterifabrikkene er forskningsaktivitet for å utvikle unike battericeller. Det er særlig motivert av behovet for å produsere annet enn litium-batterier som inneholder ulike blandinger av kritiske mineraler som kobolt, litium, grafitt, mangan og nikkel. Det er mineraler som i stor grad hentes fra områder med svært dårlige arbeidsforhold for gruvearbeidere. Europa er for det meste avhengig av import for både råmaterialene og foredlingen av dem. Batterifabrikkene har ellers ulik bakgrunn og ulik innovasjons- og produksjonsaktivitet og forskjellige strategier.

Northvolt Ett i Skellefteå er Europas første gigafabrikk for produksjon av battericeller til elbiler. Produksjonen ble satt i gang våren 2022, med ca. 2500 ansatte mot slutten av 2023. Morrow, Beyond og Freyr i gang med pilotproduksjon av battericeller, men har ikke skalert opp produksjonen som Northvolt.

Northvolt

Northvolt besluttet å lokalisere den første batterifabrikken Northvolt Ett i Skellefteå i 2017. Skellefteå vant en internasjonal konkurranse om plasseringen av denne gigafabrikken. Som for Freyr og Morrow var tilgang til elektrisk kraft, ledige arealer, industriell kompetanse og kommunal tilrettelegging sentrale lokaliseringfaktorer, og i Northvolts tilfelle også litium i lokal gruve (Coates & Holroyd, 2021).

17 Teknisk Ukeblad Ekstra, 23.11.2023.

Northvolt er multilokalisert. I tillegg til Northvolt Ett i Skellefteå har Northvolt en FoU-avdeling, der det også drives testproduksjon med rundt 1000 ansatte i Västerås omtrent 70 mil sør for Skellefteå og hovedkontor i Stockholm. Produksjon er også i gang i Gdansk, i to mindre fabrikker¹⁸. Northvolt planlegger en fabrikk i Quebec i Kanada, grunnet *Inflation Reduction Act* (IRA) som gir skattelettelser for blant annet elbiler som har minst 50 prosent av komponenter fra Nord-Amerika, inkludert Kanada. Bedriften i Quebec kan gi Northvolt muligheter for å komme inn på det amerikanske markedet for elbilproduksjon.

Northvolt teknologiutvikling foregår i hovedspor: i) NMC-batterier (nikkel, mangan, kobolt) uten sjeldne mineraler, ii) litiumbatterier tilpasset elfly, som utvikles av det heleide selskapet Cuberg i Silicon Valley og iii) Northvolt vil utvikle sodium-ion batterier, som i første omgang er laget for energilagring¹⁹.

I februar 2022 presenterte Northvolt og Volvo Cars planer om en gigafabrikk som skal skape 3000 jobber. Videre har den svenske lastebilprodusenten Scania og Northvolt utviklet en battericelle for tunge transporter²⁰. Produksjonen av disse batteriene er forsinket, noe som gir problemer for Scania. Samarbeidet med Volvo og Scania er dermed koblet mot det svenske nasjonale innovasjonssystemet gjennom svensk bilindustri. Northvolt Ett i Skellefteå er ikke koblet mot et regionalt innovasjonssystem så langt ettersom Skellefteå ikke har noe universitet eller forskningsinstitutt av betydning. FoU-enheten i Västerås bidrar og drar trolig nytte av en allerede stor forskningsaktivitet i en utvidet stockholmsregion.

Morrow Batteries

Morrow Batteries ble etablert i 2020 med lokale og nasjonale investorer, deriblant det regionale energiselskapet Å energi. Å energi Invest er den største eieren i Morrow med 49,9 prosent av aksjene i november 2023²¹. Arendal vant en konkurranse mellom kommuner på Agder om etablering av Morrow.

18 Norran, 22.08.2023.

19 Teknisk Ukeblad Ekstra, 23.10.2018.

20 TrafikkForum, 22.11.2023.

21 Agderposten 23.11.2023.

Morrow åpnet er FoU-senter for testing og utvikling av nye battericeller på UiAs Campus Grimstad våren 2023, som Morrow selv betegner som det største batteriforskningscenteret i Norden med over 70 forskere²². Morrow åpnet også en kundekvalifiseringsfabrikk i Sør-Korea, der utstyret til fabrikkene er produsert, på samme tidspunkt. Produksjon ved fabrikkene i Arendal planlegges å starte opp i 2024 og er under bygging siden midt i 2023.

Produksjonsutstyret er utviklet i Sør-Korea, testet og installasjon i Morrow Cell Factory startet i november 2023. Ca. 200 sørkoreanere arbeider med å få produksjonslinja på plass. Morrow satser på kjent teknologi (litiumbatterier) i første omgang. Batterisenteret forsker på nye batterityper som bruker andre metaller, blant annet fra regional smelteverksindustri.

Morrow er koblet mot et nasjonalt og regionalt innovasjonssystem. Nasjonalt har IFE (Institutt for energiteknikk), som er en uavhengig forskningsstiftelse med drøy 700 ansatte etablert i 1948, åpnet et nytt laboratorium for battericelleproduksjon i nærheten av Oslo i november 2023²³. Laboratoriet er en del av den nasjonale batteriforskningsinfrastrukturen NABLA (Norwegian Advanced Battery Laboratory), blant annet finansiert av Norges forskningsråd. IFE vil skreddersy testing, simulering og modellering av batterier for ulike norske aktører, deriblant Morrow, og IFE og samarbeider blant annet med UiA.

Regionalt har Morrow som sagt samarbeid med UiA, som også har satt i gang utdanning på universitetsnivå som er relevant for Morrow. Den større regionen Agder har også en betydelig smelteverksindustri, som er organisert i næringsklyngen NCE Eyde der det er langvarig og sterkt samarbeid. Kompetanse i denne industrien er relevant for Morrow, som har rekruttert noen nøkkelpersoner derfra. I tillegg har videregående skoler i Arendal etablert fagutdanning relevant for Morrow.

Beyonder

Beyonder ble etablert av en lokal gründer i 2016. Gründeren er sønn av en serieentreprenør av oljeservicebedrifter (Blomgren, 2021), der salget av den

22 Agderposten 23.11.2023.

23 Energi Aktuelt 25.11.2023.

siste av disse gav startkapital til Beyonder²⁴. I slutten av 2020 kom Equinor inn på eiersida.

Etableringen av Beyonder var ikke resultat av en bevisst lokaliseringsbeslutning som de tre andre batterifabrikkene. Selskapet ble etablert i området der gründeren allerede bodde og arbeidet. Beyonder har hovedkontor, batterisenter og pilotfabrikk på Forus, Sandnes, der omtrent 70 personer arbeider med utvikling av teknologien og bedriften og med testproduksjon²⁵.

Bedriften skiller seg ut gjennom å ha en egenutviklet og patentert batteriteknologi²⁶. Den lager karbon av sagflis, som videreføres til høykvalitets katodemateriale gjennom en egenutviklet prosess. Utviklingen bruker noe kompetanse fra oljesektoren, har samarbeid med flere norske universiteter om forskning og utvikling, med Siemens om prosesseteknologi, og bedriften rekrutterer spesialister fra Asia.

Beyonder satser på to fabrikker, den ene ligger i Kina og den andre i Taiwan. Beyonder har sikret betydelig produksjonskapasitet ved de to fabrikkene, der mottatte bestillinger skal leveres tidlig i 2024²⁷. Selskapet har en tomt som er påtenkt en batterifabrikk på Haugaland, men foreløpig er det usikkert med strømtilførsel.

Freyr

Freyr ble i likhet med Beyonder startet av en entreprenør. Mens Beyonder ble etablert ved entreprenørens bosted, søkte etablereren av Freyr etter et sted å lokalisere en batterifabrikk²⁸. Han ble tipset om Mo i Rana. Der fikk han hjelp fra Kunnskapsparken og en industriinkubator et par år med å konkretisere forretningsideen.

Hovedkontoret til Freyr er på Lysaker ved Oslo, men Freyr signaliserte tidlig store planer om å bygge en fabrikk, Giga Artic, i Mo i Rana og en i Vasa

24 Samtale med etablereren i januar 2023.

25 Teknisk Ukeblad Extra, 17.03.2021.

26 <https://new.siemens.com/no/no/siemens-i-norge/nyheter/industri/beyonder-batterifabrik.html>

27 Haugesund Avis, 30.11.2023.

28 Samtale med leder for Kunnskapsparken Helgeland og Årsrapporten 2021 til SIVA (<https://arsrapport21.siva.no/fra-inkubatorbedrift-til-norsk-industrieventyr/>).

i Finland²⁹. Freyr har også bygd produksjonslokaler (uten produksjonsutstyr) til en Giga Artic i Mo i Rana. I november 2023 ble imidlertid fabrikken i Mo i Rana satt på vent på ubestemt tid. Freyr planlegger i stedet en gigantfabrikk i Atlanta i USA, grunnet støtte gjennom *Inflation Reduction Act*³⁰. Adm. direktør i Freyr hevder at støtte gjennom IRA vil redusere produksjonskostnadene med 30–40 prosent sammenliknet med Norge.

Freyr åpnet imidlertid en kundekvalifiseringsfabrikk med rundt 100 ansatte i Mo i Rana i slutten av mars 2023. Freyrs strategi nå er å starte automatisert produksjon ved denne fabrikken, deretter skalere opp battericelleproduksjon til gigaskala, først i USA³¹. Freyr har en strategisk rammeavtale med et sørkoreansk selskap om å utvikle utstyr og automatiseringsløsninger til sine fabrikker³², og også et teknologisenter i Boston³³. Freyrs teknologi er koboltfrie LFP-battericeller (litium-mangan-jernfosfat), som er relativt rimelige å produsere. Kundekvalifiseringsfabrikken arbeider med å bevise at teknologien fungerer kommersielt, basert på teknologi fra selskapet 24M³⁴.

Dette viser at Freyr har et globalt nettverk innen produkt- og prosessutvikling, men den lovede gigafabrikken i Mo i Rana er altså (foreløpig eller permanent) lagt på is.

Mulige regionale effekter av batterifabrikkene

Kapitlet har kartlagt viktige forhold ved de historisk skapte utviklingsbanene og de regionale innovasjonssystemene i fire skandinaviske regioner der store batterifabrikker er etablert, eller under etablering, samt beskrevet sider ved batterifabrikkenes strategier. Videre diskuteres hvordan etablering av batterifabrikkene kan forsterke eller endre de næringsmessige utviklingsbanene

29 Finansavisen 31.03.2023.

30 Teknisk Ukeblad Ekstra, 28.11.2023.

31 Rana Blad Pluss, 09.11.2023.

32 Teknisk Ukeblad Extra, 18.12.2023.

33 Teknisk Ukeblad Extra, 18.12.2023.

34 Dagens Næringsliv, 20.11.2023.

i regionene og hvilke mulige langsiktige effekter etableringene kan ha på regionenes næringsutvikling.

De regionale innovasjonssystemene og utviklingsbanene har noen likhetstrekk som bunner i at regionene er forholdsvis små og noe perifert plassert. Regionene har blant annet en lav andel i akademiske og høyskoleyrker og lav nyetableringstakt sammenliknet med landsgjennomsnittene. Regionene har likevel ikke spesielt tynne regionale innovasjonssystemer. Alle har en universitetscampus innenfor sine grenser, de tre norske regionene har klyngeorganisasjoner i offisielle næringsklynger og regionene har ellers ulike organisasjoner som støtter opp om den lokale næringsutviklingen.

Regionene kan få en felles utfordring med å rekruttere tilstrekkelig arbeidskraft til produksjonen i batterifabrikkene, belyst for Skellefteås tilfelle av Westin (2023). Spørsmålet om hvorvidt gigafabrikkene vil forsterke eller endre regionenes utviklingsbaner, dreier seg imidlertid om i hvilken grad aktivitet og praksis i fabrikkene passer med de historisk skapte utviklingsbanene i regionene. Analysen tyder på at batterifabrikkene stort sett vil forsterke en produksjonsrettet del av regionale utviklingsbaner i Mo, Haugaland og Skellefteå. Dette er industriregioner med storskala prosessindustri, kollektiv arbeiderkultur og med erfaring og ambisjoner om å trekke til seg eksterne bedrifter og investeringer. Arendal er noe annerledes med relativt færre industriarbeidsplasser, nesten ikke prosessindustri³⁵, en næringskultur som likner mer på etablererkultur og tradisjonelt en mest endogent rettet næringsstrategi. Arendal huser imidlertid klyngeorganisasjonen NCE Eyde og kan trolig dra nytte av dens erfaringer og av den sterke prosessindustrien ellers i Agder.

Etableringen av Morrow kan forsterke en forskningsrettet del av utviklingsbanen i Arendal. Den er særlig knyttet opp mot forskning og undervisning på UiAs «teknologiske campus» i Grimstad, der Morrow har etablert sin FoU-avdeling våren 2023. En noe tilsvarende utvikling observeres i Mo i Rana, men den forskningsbaserte delen av utviklingsbanen er forholdsvis ny og basert mye på eksterne organisasjoner som SINTEF. Haugaland og Skellefteå synes å ha mindre forskningsbasert innovasjon av relevans for batteriproduksjon, og gigafabrikkene synes heller ikke foreløpig å gi viktige

35 I Arendal er det kun 44 ansatte i smelteverket Fiven Norge AS, avdeling Eydehavn. Kilde: Regnskapstall.no.

impulser til denne typen utvikling. I Beyonder vil forskning og utvikling i stor grad foregå ved hovedkontoret på Forus som bidrar til å forsterke en forskningsbasert utvikling i Stavangerområdet, mens Northvolt Lab er lokalisert til Västerås og bidrar til allerede stor forskningsaktivitet i en utvidet stockholmsregion (Westin, 2023). Det er imidlertid ikke helt tydelige skiller mellom regionene når det gjelder FoU-aktivitet. Hydro Aluminium på Haugalandet har for eksempel et FoU-senter som arbeider med forbedring av produksjonsprosessen³⁶, mens Boliden Rönnskar i Skellefteå har utviklet en prosess for å resirkulere kopper fra elektronisk avfall (Coates & Holroyd, 2021). Likevel vurderes ikke FoU-aktiviteten til Beyonder og Northvolt å bidra til å utvikle en forskningsbasert del av utviklingsbanene på Haugaland og i Skellefteå, mens aktiviteten i Morrow og Freyr kan styrke eksisterende forskningsbaserte deler av utviklingsbanene i Arendal og Mo i Rana.

Hvilke langsiktige effekter *kan* batterietableringene gi opphav til? Tanken bak Figur 5.1 er at der gigafabrikkene bidrar til å forsterke eksisterende utviklingsbaner, kan ringvirkninger komme ganske raskt. Da kan mye eksisterende industriell kompetanse, utdanning, virkemidler og næringskultur støtte opp om aktivitet i gigafabrikkene og hos mulige lokale og tilflyttede leverandører. Med bakgrunn i denne tankegangen er Mo i Rana, Haugalandet og Skellefteå i en posisjon der effekter fra gigafabrikkene kan komme raskt. Arendal kan ha en lenger vei med å etablere storskala industriproduksjon som en spesifikk utviklingsbane i denne regionen.

Arendal har derimot en forskningsrettet del av utviklingsbanen som kan forsterkes av Morrrows FoU-aktivitet på Campus Grimstad. Noe tilsvarende kan sies om Freyr og utviklingsbanen i Mo i Rana. Arendal og Mo *kan* dermed, i tråd med tankegangen i kapitlet, få ganske raske effekter i form av mer relatert forsknings- og utviklingsaktivitet. Vi vurderer derimot at Haugalandet og Skellefteå må bygge en ny forskningsrettet del av sine utviklingsbaner, hvis det er mulig ut fra strategiene til Beyonder og Northvolt. Den empiriske diskusjonen viser at det er analytisk relevant å definere utviklingsbaner som generell forståelse og praksis på tvers av enkelt næringer og skille mellom en produksjonsrettet og forskningsbasert del av utviklingsbanene.

36 <https://www.hydro.com/no-NO/om-hydro/hydro-locations-worldwide/europe/norway/hydro-karmoy/>

Referanser

- Asheim, B., Isaksen, A. & Trippel, M. (2019). *Advanced introduction to regional innovation systems*. Elgar.
- Bathelt, H., Malmberg, A. & Maskell, P. (2004). Clusters and knowledge: local buzz, global pipeline and the process of knowledge creation. *Progress in Human Geography*, 28(1), 31–56.
- Blomgren, A. (2021). *Recycling petroleum related knowledge and resources: A case study of channels for knowledge transition and diversification in South West Norway*. NORCE rapport nr. 34–2021. NORCE.
- Bosma, N., Schutjens, V. & Stam, E. (2011). Regional entrepreneurship. I P. Cooke, B. Asheim, R. Boschma, R. Martin, D. Schwartz & F. Tödtling (Red.), *Handbook of regional innovation and growth* (s. 482–494). Edward Elgar.
- Coates, K. & Holroyd, C. (2021). Northern Sweden and economic development. *Journal of Northern Studies*, 15(1), 7–24.
- Coenen, L., Hansen, T., Glasmeier, A. & Hassink, R. (2021). Regional foundations of energy transitions. *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 14, 219–233.
- Dawley, S. (2011). Transnational corporations and local and regional development. I A. Pike, A. Rodriguez-Pose & J. Tomney (Red.), *Handbook of local and regional development* (s. 394–412). Routledge.
- Eriksen, E. L. & Isaksen, A. (2021). The emergence of new industries at the regional level: alignment of organizational and regional industrial culture. *Regional Studies, Regional Science*, 8(1), 387–401.
- Eriksen, E. L., Isaksen, A. & Rypestøl, J. O. (2023). Exploring regional industrial culture. Changing industrial culture and human agency in a Norwegian region. *European Planning Studies*. <https://doi.org/10.1080/09654313.2022.2162333>
- Giuliani, E. & Bell, M. (2005). The micro-determinants of meso-level learning and innovation: evidence from a Chilean wine cluster. *Research Policy*, 34(1), 47–68.
- Hassink, R., Isaksen, A. & Trippel, M. (2019). Towards a comprehensive understanding of new regional industrial path development. *Regional Studies*, 53(11), 1636–1645.
- Isaksen, A. (2015). Industrial development in thin regions: trapped in path extension? *Journal of Economic Geography*, 15(3), 585–600.
- Isaksen, A. (2018). From success to failure, the disappearance of clusters: a study of a Norwegian boat-building cluster. *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 11(2), 241–255.
- Isaksen, A. & Trippel, M. (2016). Path development in different regional innovation systems: a conceptual analysis. I M. D. Parrilli, R. D. Fitjar & A. Rodriguez-Pose (Red.), *Innovation drivers and regional innovation strategies* (s. 66–84). Routledge.
- Jensen, M. B., Johnson, B., Lorenz, E. & Lundvall, B. Å. (2007). Forms of knowledge and modes of innovation. *Research Policy*, 36, 680–693.
- Jensen, M. B., Johnson, B., Lorenz, E., Lundvall, B. Å. & Lundvall, B. A. (2007). Forms of knowledge and modes of innovation. *The learning economy and the economics of hope*, 155.

- Katayama, H. & Bennett, D. (1996). Lean production in a changing competitive world: A Japanese perspective. *International Journal of Operations & Production Management*, 16(2), 8–23.
- Lindeløv, B. & Karlsen, A. (2002). Fra brudd til kontinuitet i Ranas næringskultur. I Å. Mariussen (Red.), *Kulturelle betingelser for innovasjon – en studie av regionale næringsmiljøer. NF-rapport nr. 5, 2002* (s. 97–120). Nordlandsforskning.
- Lundvall, B.-Å. & Lorenz, E. (2012). Innovation and competence building in the learning economy: Implications for innovation policy. I B. T. Asheim & M. D. Parrilli (Red.), *Interactive learning for innovation: A key driver within clusters and innovation systems* (s. 33–89). Palgrave Macmillan.
- Lundvall, B.-Å. (1992). *National systems of innovation: Towards a theory of innovation and interactive learning*. Anthem Press.
- Malerba, F. (2002). Sectoral systems: concepts and issues. I M. Malerba (Red.), *Sectoral systems of innovation* (s. 9–41). Cambridge University Press.
- Massey, D. (1984). *Spatial divisions of labour: Social structures and the geography of production*. Macmillan.
- Neffke, F., Henning, M. & Boschma, R. (2011). How do regions diversify over time? Industry relatedness and the development of new growth paths in regions. *Economic Geography*, 87(3), 237–265.
- Piore, M. J. & Sabel, C. F. (1984). *The second industrial divide: Possibilities for prosperity*. Basic Books.
- Schmitz, H. (2004). Globalized localities: Introduction. I H. Schmitz (Red.), *Local enterprises in the global economy* (s. 1–19). Edward Elgar.
- Stam, E. & Welter, F. (2020). *Geographical contexts of entrepreneurship: Spaces, places and entrepreneurial agency*. Working Paper, No 04/20. Institut für Mittelstandforschung (IfM) Bonn.
- Steinvall, A. (2021). *Batterifabriken: Skellefteå och resan mot framtidslandet*. Norma.
- Storper, M. & Salais, R. (1997). *Worlds of production: The action frameworks of the economy*. Harvard University Press.
- Stöhr, W. B. (1990). Synthesis. I W. B. Stöhr (Red.), *Global challenges and local response* (s. 1–19). The United Nations University and Mansell.
- Sunley, P. (2011). Worlds of production: Conventions and the microfoundations of regional economies. I P. Cooke, B. Asheim, R. Boschma, R. Martin, D. Schwartz & F. Tödting (Red.), *Handbook of regional innovation and growth* (s. 339–349). Edward Elgar.
- Sunley, P. & Martin, R. (2023). Place and industrial development: Paths to understanding? I P. Bianchi, S. Labory & P. R. Tomlinson (Red.), *Handbook of industrial development* (s. 135–150). Elgar.
- Vennerød, Ø., Nerdrum, L., Winje, E., Aslesen, S. & Erraia. (2022). *Ringvirkninger og samfunnseffekter av Morrøys etablering i Arendalsregionen*. MENON-publikasjon nr. 54/2022.
- Westin, L. (2023). The green industry of Northern Sweden: Will the boom also build growth? I T. N. Ishikawa (Red.), *Industrial location and vitalization of regional economy* (s. 95–116). Springer.

- Winje, E., Vennerød, Ø., Johnsen, P. F., Grünfeld, L. A., Albertsen, M. O. & Erraia, J. (2021). *Ringvirkninger og samfunnseffekter av Freyrs etablering i Mo i Rana*. MENON-publikasjon nr. 111/2021.
- Yeung, H. W. (2015). Regional development in the global economy: A dynamic perspective of strategic coupling in global production network. *Regional Science Policy & Practice*, 7(1), 1–23.
- Yeung, H. W. (2018). The logic of production networks. I G. L. Clark, M. P. Feldman & M. C. Gertler (Red.), *The new Oxford handbook of economic geography* (s. 382–406). Oxford University Press.

Sæther, B. (2024). Partnerskap og konstruksjon av fortrinn i en svensk-norsk grenseregion. I T. Frimanslund & N. G. Bækkelund (Red.), *Rural konkurransekraft* (s. 137–159). Fagbokforlaget. DOI: <https://doi.org/10.55669/oa410406>

Kapittel 6

Partnerskap og konstruksjon av fortrinn i en svensk-norsk grenseregion

Bjørnar Sæther¹

¹ Institutt for sosiologi og samfunnsgeografi, Universitetet i Oslo

Sammendrag: Kapitlet analyserer utviklingsdynamikk i en rural grenseregion. Trysil og Sälen etablerte seg som ledende destinasjoner for ski-basert turisme fra 1960-tallet av. Skistar var den sentrale aktøren på svensk side, mens grunneierne organisert i Trysil Utmarkslag drev utviklingen på norsk side. I 2005 kjøpte Skistar skianleggene fra Trysil Utmarkslag. Det ble etablert et partnerskap mellom bedrifter og kommunale myndigheter på tvers av grensa. EUs Interreg program støttet institusjonaliseringen av samarbeidet og finansierte utviklingsaktiviteter. Samarbeidet var avgjørende for at det ble bygd en flyplass i Sälen, noe som ga økt tilgang på internasjonale gjester. I Trysil har en satset på flere gjester om sommeren, tilrettelegging for sykling har vært viktig. Målet har vært å få flere helårs arbeidsplasser, noe som har vært avgjørende for å få stoppet nedgangen i folketallet. Regionen har siden 1960-tallet endret seg fra å være en innelåst ressursbasert region til å bli en innelåst spesialisert region.

Nøkkelord: konstruerte fortrinn, grensekryssende læreprosesser, entreprenørskap, sårbarhet, endogene ressurser

Abstract: The chapter analyses development dynamics in a rural border region. Trysil and Sälen established themselves as leading destinations for ski-based tourism from the 1960s onwards. Skistar was the central actor on the Swedish side, while the landowners organized in Trysil Utmarkslag drove the development on the Norwegian side. In 2005, Skistar bought the ski resorts from Trysil Utmarkslag. A partnership was established between businesses and municipal authorities across the border. The EU's Interreg program supported the institutionalization of the cooperation and financed development activities. The collaboration was decisive for an airport being built in Sälen, which gave increased access to international guests. In Trysil, one has invested in attracting more guests during summer, and provision for cycling has been important. The aim has been to get more year-round jobs, which has been crucial in stopping the population decline. Since the 1960s, the region has changed from a locked-in resource-based region to a locked-in specialized region.

Keywords: constructed advantages, border-crossing learning processes, entrepreneurship, vulnerability, endogenous resources

Innledning

Sälen, Idre og Trysil har over tid utviklet seg til ledende destinasjoner i Skandinavia. Veksten har vært avgjørende for nærings- og befolkningsutviklingen i kommunene Älvdalen, Malung-Sälen, Trysil og Engerdal. De to svenske og to norske kommunene utgjør SITE-regionen. De første etableringene innen vinterturisme kom på 1960-tallet og siden 2015 har regionen etablert seg som en helårs destinasjon med appell til et bredere internasjonalt marked. Kapitlet argumenter for at SITE-regionen over tid har konstruert regionale fortrinn basert på endogene ressurser understøttet av eksogene ressurser. Fortrinnene har blitt konstruert selv om regionen har mange av de samme kjennetegnene andre rurale regioner langt fra større byer har, inkludert mangel på formaliserte kunnskapsmiljøer og en langvarig befolkningsnedgang. I tillegg har regionen en nasjonal grense i sin midte som representerer en barriere for interaksjon og samhandling. Over tid har imidlertid samhandlingen økt, og kapitlet vil redegjøre for etableringen av et partnerskap mellom kommuner og næringsliv på tvers av riksgrensa. Kommunene har hatt viktige roller, i tett samarbeid med EUs Interreg program som støtter næringsutvikling langs den svensk-norske grensa. Med dette som utgangspunkt vil kapitlet diskutere:

- Hvilke fortrinn har grenseregionen etablert for å bli en konkurransedyktig destinasjon?
- Hvilke aktører har vært sentrale og hvordan har de klart å overkomme strukturelle barrierer?

Kapitlet starter med en redegjørelse for litteratur og teori som anvendes i analysen av regionen. Deretter beskrives framveksten av reiselivsnæringa i regionen der de sentrale aktørene presenteres. Analysen legger vekt på å forstå de noe ulike aktørene på svensk og norsk side i lys av de strukturelle ulempene som kjennetegner grenseregionen. Det konkluderes med at SITE-regionen trolig er en av få rurale grenseregioner i Europa som kan vise til en tilsvarende positiv utvikling over tid.

Forfatteren har tidligere studert 25 års utviklingsarbeid i regi av Interreg Indre Skandinavia programmet (Sæther, 2021). Der ble det satt søkelys på satsingsområdene til Indre Skandinavia programmet, blant annet reiselivsne-

ringa i SITE-regionen. Analysen var i stor grad basert på et skriftlig kildemateriale som ble gjort tilgjengelig av Hedmark, nå Innlandet, fylkeskommune. I dette kapitlet er problemstillingen en annen og kildematerialet er reanalysert og oppdatert fram til 2023 basert på skriftlige kilder og informantintervjuer.

Rurale grenseregioner i forskningslitteraturen

Det er knapt noen litteratur på rurale grenseregioner innen økonomisk geografi (Sæther, 2022). Her foreslås det et analytisk rammeverk basert på litteraturen om konstruerte regionale fortrinn (Doloreux et al., 2012; Asheim et al., 2011a; EU-kommisjonen, 2006), kjennetegn ved grenseregioner (Medeiros, 2014a, b), innovasjon på tvers av landegrenser (Lundquist & Tripl, 2013) og rurale regioner (Nilsen et al., 2023).

Basert på kunnskap om regional innovasjon (Asheim & Gertler, 2005) ble det på 2000-tallet formulert noen prinsipper omkring hvordan regioner kan konstruere regionale fortrinn. En planmessig og systematisk tilnærming til innovasjon i en globaliserende kunnskapsøkonomi var utgangspunktet. Prinsippene for konstruerte fortrinn la større vekt på det offentliges rolle i økonomien, enn hva teorien om konkurransefortrinn tradisjonelt gjorde (EU-kommisjonen, 2006). Offentlig-private partnerskap med et mål om økt interaksjon mellom bedrifter, myndigheter og kunnskapsleverandører var et sentralt virkemiddel. Teorien pekte på at foretak ofte var svakt koblet mot andre bedrifter og kunnskapsleverandører og det ville være gunstig hvis kommuner tok ansvar for å etablere partnerskap.

Partnerskap er beskrevet i den norske litteraturen innen regional planlegging (Falleth & Hofstad, 2008; Røiseland & Vabo, 2016). Partnerskap brukes for å nå visse, ofte politiske bestemte målsettinger og er av langvarig karakter. Partnerskap innebærer at minst to prinsipaler overfører ressurser til partnerskapet der partnerne tar et felles ansvar for utfallet. Partnerskap kjennetegnes av utfordringer ved koordinering og det er nødvendig å etablere en felles problemoppfatning for å enes om hvordan ressurser som kunnskap og penger skal koordineres. Hvis aktørene håndterer disse utfordringene, er det gode muligheter for at de samlet oppnår mer enn hva de kunne ha klart på egen hånd, i tråd med prinsippet om addisjonaltet (Røiseland & Vabo, 2016, s. 25).

EU-kommisjonen (2017) har pekt på at grenseregioner har en svakere sosio-økonomisk utvikling enn de nasjonale økonomiene og anslår to prosent lavere økonomisk vekst i grenseregioner over tid. I og med at om lag 150 millioner innbyggere er bosatt i EUs grenseregioner, er dette av stor betydning. Årsaken til en svakere sosio-økonomisk utvikling er at landegrenser utgjør barrierer for ulike former for samhandling som handel, arbeidskraftens mobilitet, skatteinnkreving og læring (Medeiros, 2018; EU-kommisjonen, 2017). Rurale grenseregioner har i tillegg svake kunnskapsmiljøer, et ensidig næringsliv og en svakt utdannet og aldrende befolkning lik andre rurale regioner langt fra storbyer, de er «tynne», slik Isaksen og Trippel (2017) påpeker. Rurale grenseregioner har dermed et *dobbelt sett* av barrierer de må overkomme for at befolkningen skal kunne ta del i en positiv samfunnsutvikling på linje med andre regioner.

Det er betydelige variasjoner mht. hvor store grensebarrierene er mellom EU og land som står utenfor EU. Landegrensa mellom Sverige og Norge har vært regnet som en av Europas mest åpne, som eksempel ble det innført passfrihet i 1958. Det er et felles regelverk for hele den svensk-norske grensa. Samtidig har det vært betydelig romlig variasjon i hvor tett interaksjonen har vært. Arvika-Kongsvinger-regionen etablerte en samarbeidskomite allerede i 1967 og grensependlere har utgjort over 20 prosent av sysselsatte innbyggere i Eda og Årjäng kommuner (Ørbeck & Gløtvold-Solbu, 2012). Lenger nord i grenseområdene mellom Dalarnas län og Hedmark fylke, som inkluderer SITE-regionen, var det tilnærmet ingen interaksjon fram til 2000-tallet. Store avstander og tynt befolkede områder var en viktig grunn til det. Etableringen av en grensekomite i 2012 forsøkte å rette på dette, komiteen skulle stimulere til utvikling, attraktivitet og redusere betydningen av grensehindre (Nauwelaers et al., 2013). Samtidig ønsket Interreg Indre Skandinavia å prioritere de nordlige delene av sitt programområde. Flere utviklingsprosjekter har vært gjennomført i perioden 2006–2021. Prosjektene, som fremmer reiselivet i SITE-regionen, har gitt de tydeligste positive regionale effektene (Sæther, 2021).

Etablering av grenseoverskridende innovasjonssystem er en strategi for å redusere grensebarrierer og øke tilgangen på kunnskap og kompetanse i en grenseregion. Det innebærer å endre grensa fra å være en barriere for læring til å bli en kilde til kunnskap og nettverk ved at to tidligere adskilte regioner over tid kan bli en funksjonell region (Sæther et al., 2019; Ørbeck et al., 2012; Lundquist & Trippel, 2013). I et svakt integrert innovasjonssystem har grensa

en betydelig barriereeffekt. Ved å etablere nettverk, arenaer for samhandling og andre tiltak kan det vokse fram et mer integrert innovasjonssystem. Åpne grenser har imidlertid vært under press de seinere åra, først i forbindelse med tilstrømmingen av flyktninger fra Midtøsten 2015–2017 (Reitel et al., 2018), og seinere da nasjonale myndigheter stengte grensene for å bekjempe COVID-19-pandemien. Det er grunn til å anta at grensa fortsatt vil ha en barriereeffekt på innovasjonssystemer.

I analyser av rurale grenseregioner bør en være forsiktig med å importere modeller og teorier som er utviklet i langt større regioner. Ny forskning på rurale regioner har imidlertid en tydelig relevans for analysen av SITE-regionen. Nilsen et al. (2023) foreslår en typologisering av periferier basert på kombinasjoner av aktørsammensetning og maktforhold (Tabell 6.1).

Tabell 6.1

En typologi av periferier

		Aktør sammensetning	
		Differensiert	Homogen
Makt forhold	Balansert	Type I: Robust regionalt service senter	Type III: Sårbar rural region
	Skeiv	Type II: Innelåst og spesialisert region	Type IV: Innelåst og sårbar ressurs-basert region

Kilde: Nilsen et al. 2023. Forfatterens oversettelse.

Ulike aktører kontrollerer ulike ressurser som kunnskap, nettverk og kapital. En variert sammensetning av aktører gir tilgang til varierte ressurser og motvirker monopolisering av utviklingsagendaen. Samtidig er det større behov for koordinering, noe som gjør det relevant å vektlegge betydningen av partnerskap i regioner med variert aktørsammensetning. Maktforhold forstås som en situasjon der ett stort foretak dominerer arbeidsmarkedet og forfølger egne målsettinger som bidrar til innlåsing. Typologiseringen av periferier sammen med litteraturen om partnerskap og grenseoverskridende innovasjonssystem

er utgangspunktet for analysen av regionale konkurransefortrinn og aktørene i SITE-regionen.

Entreprenørskap på fjellet

For å forstå utviklinga av reiselivet er det nødvendig å gå tilbake til starten på 1960-tallet da skogbruket var den dominerende næringa med rundt 1200 sysselsatte bare i Trysil (Trysilfjell Utmarkslag SA, 2022). Regionen ble utsatt for et økonomisk sjokk fra 1950-tallet og framover på grunn av innovasjoner i form av mekanisering av verdikjeden knyttet til hogst, transport og videreforedling av tømmer (Halberg, 1999). Introduksjonen av motorsaga på 1950-tallet økte skogsarbeidernes produktivitet, transport av tømmer med traktor, og etter hvert lastebil, utkonkurrerte hesten. På 1980-tallet ble behovet for arbeidskraft ytterligere redusert, samtidig som realprisen på tømmer ble svekket. Mange gårdsbruk ble ulønnsomme når bonden ikke lenger hadde arbeid i skogen om vinteren (Trysilfjell Utmarkslag SA, 2022). Undersysselsetting, arbeidsløshet og dårlig økonomi preget skogsbygdene på begge sider av grensa. Regionen var låst inne i avhengighet av en næring som gjennomgikk radikale innovasjoner, noe som bidro til nedgang i folketallet fra 1960 til 1980 på nesten 15 prosent (Tabell 6.1). I tråd med typologiseringen til Nilsen et al. (2023) kan regionen karakteriseres som innelåst, sårbar og (natur) ressursbasert på 1960-tallet. Aktørsammensetningen var homogen og maktforholdene skeive.

Situasjonen var alvorlig, «I 1962 var den økonomiske situasjonen i Trysil så alvorlig at kommunestyret måtte ta et initiativ. Og gjorde det» (Trysilfjell Utmarkslag SA, 2022, s. 8). Distriktenes Utbyggingsfond ble mobilisert og en rekke tiltak ble iverksatt. Det ble satset på industrialisering gjennom hus- og hytteproduksjon og Trysilhus produserte hus og Trybo hytter. Bedriftene var i vekst i en periode med relativt mange ansatte, etter hvert ble hus og hyttefabrikkene fusjonert, men det endte i konkurs på 1980-tallet. Dette var en forløper eller et mellomspill til økende satsing på reiselivet, ifølge informasjon fra tidligere ordfører. Brødrene Søgaard begynte å klargjøre ett av de første hytteområdene i Norge på Fageråsen i Trysil i 1965, og åpnet de første skitrek-

kene i 1966. Inntektene fra salg av hyttetomter og heiskort var begrensede, men det var ikke forventninger om store fortjenester som motiverte grunneierne. Snarere var det som en av våre informanter påpeker, slik at «nøden lærte naken kvinne å spinne». Det ble etablert et samarbeid mellom grunneierne om den videre utbyggingen av Trysilfjellet. Den største grunneieren var Trysil kommune som stiftet Trysilfjell Utmarkslag sammen med 12 private grunneiere i 1971 (Trysilfjell Utmarkslag SA, 2020). Utmarkslaget startet med salg av hyttetomter i 1971 og var ansvarlige for bygging av skiheiser fram til 1988, da Trysilfjellet AS ble etablert som eier av alle skiheiser og alpinbakker.

Trysil Utmarkslag etablerte tidlig rutiner for samarbeid, og viktige beslutninger krevde enstemmighet. Utmarkslaget ble etablert som et samvirke, noe som kan skyldes at flere av medlemmene kjente samvirkeprinsippene (Johnstad, 1998), som medlemmer i Trysilvassdraget Skogeierforening. I tråd med samvirkeprinsippene ble inntektene delt mellom medlemmene. De som ikke hadde tomter å selge, fikk inntekter hvis deres eiendommer var viktige for å anlegge skiløyper. Det ble etablert rutiner og en kultur for samarbeid før det kom store inntekter. Denne formen for samarbeid kan sees som en nødvendig forutsetning for den videre utviklinga i Trysil. Destinasjon Trysil påpeker at «Samarbeidet har vært Trysils viktigste ikke kopierbare sterke side» (Destinasjon Trysil, 2020, s. 9). I litteraturen om entreprenørskap skiller det mellom entreprenørskap drevet av henholdsvis nødvendighet eller mulighet (Backman & Karlsson, 2022). Det argumenteres for at entreprenørskap drevet av nødvendighet er overrepresentert i rurale områder. Det er rimelig å karakterisere entreprenørskapet i Trysil på 1960- og 70-tallet som drevet av nødvendighet. I Trysil hadde entreprenørskapet en kollektiv karakter da det var basert på en modell for samarbeid mellom grunneierne.

Det svenske børsnoterte selskapet SkiStar AB kjøpte alpinvirksomheten av Trysilfjellet utmarkslag i 2005 for 240 millioner kroner (Moen, 2017). Salgssummen ble fordelt mellom eierne etter en på forhånd avtalt fordelingsnøkkel (Trysilfjell Utmarkslag SA, 2022). SkiStar overtok ansvaret for markedsføring og drift av anleggene, mens Trysilfjell Utmarkslag fortsatte med salg av hyttetomter og bygging av veier. Trysils relative nærhet til Oslo og Akershus tilsa at det var et betydelig markedspotensial for vinterturisme basert på alpint og langrenn (Sæther, 2021). Via Oslo havn og Gardermoen flyplass kom internasjonale gjester til Trysil, særlig danske skiturister ble en

viktig kundegruppe. Utlendinger sto i 2019 for rundt 70 prosent av de kommersielle gjestedøgnene i Trysil¹.

Älvdalen og Malung-Sälen kommuner hadde mange av de samme problemene som Trysil og Engerdal, med økende arbeidsledighet og nedgang i folketallet fra 1960-tallet og framover. I Sälen ble de første forsøkene med vinterturisme gjort på 1930-tallet, men det var ikke før på 1970-tallet at utviklingen skjøt fart. Mens skogseiere får mye av æren for veksten i reiselivet i Trysil, var det andre aktører bak utviklingen i Sälen. Mats og Erik Paulsson fra Båstad etablerte i 1957 PEAB som har blitt en av Nordens største bedrifter innen bygg og anlegg. Brødrene Paulsson ønsket å etablere et feriested til sine ansatte og kjøpte i 1975 Lindvallen i Sälen, der de etablerte Sälenstjärnan for å tilby vinterturisme. Selskapet ble notert på Stockholmsbørsen i 1994, skiftet navn til SkiStar i 2002 og er i dag eier av alpinanlegg i Sälen, Åre, Vemdalen i Jämtland, Trysil og Hemsedal (Moen, 2017). De kapitalsterke brødrene fra Båstad har drevet mye av utviklingen på svensk side og etter hvert på norsk side. Entreprenørskapet kan karakteriseres som drevet av muligheter. Brødrene er i dag å finne på Forbes' liste over verdens rikeste personer, mens neste generasjon Paulsson sørger for langsiktig eierskap gjennom en stor eierandel i SkiStar. SkiStar har en børsverdi på om lag 10 milliarder svenske kroner i januar 2024. I tillegg har andre familier og investorer eierinteresser i hoteller, hytter og restauranter i Sälen, Idre og Trysil.

Det er noen vedvarende forskjeller mellom Trysil og Sälen når det gjelder organisering av destinasjonene. I Sälen har SkiStar vært og er den sentrale aktøren for utvikling av destinasjonen. SkiStar har hatt klare kommersielle målsettinger de har styrt etter. Andre målsettinger som har ligget på siden av det kommersielle, har det vært mindre oppmerksomhet om fra ledelsens side, ifølge en av våre informanter. Kritiske røster blant informantene hevder at SkiStar noen ganger forfølger kommersielle målsettinger som ikke nødvendigvis er til det beste for regionen som helhet (Sæther, 2021, s.84). Disse utsagnene indikerer mulige skeive maktforhold i regionen ved at en kommersielt sterk aktør setter en agenda som ikke alltid er til det beste for regionen som helhet. Her kan det legges til at det har vært vanskelig for forskeren å få

1 Pressemelding fra Destinasjon Trysil september 2019.

tilgang til informanter som kunne bidratt med mer detaljert informasjon om maktforholdene.

På norsk side har SkiStar markedsansvar for Trysil som alpint skisted, mens Destinasjon Trysil har markedsansvaret sommer og høst (Destinasjon Trysil, 2020). Destinasjon Trysil er organisert som et samvirke der små og store bedrifter sammen med kommunen samarbeider for å utvikle tilbudet innen blant annet stisykling og toppturer. Kompetanseheving og tilrettelegging av møteplasser hører med til fellesgodene Destinasjon Trysil arbeider for å utvikle.

Endringer i folketallet er en resultatindikator for utviklingen i en region og sier noe om den allmenne økonomiske og sosiale tilstanden (Hagen, 2007). Folketallet i regionen ble redusert med omtrent 30 prosent fra 1960 til 2015. Deretter har utviklingen stabilisert seg og tallene for 2022 tyder på at pandemien ikke har rokket ved dette. De to kommunene med størst aktivitet innen reiselivet, Malung-Sälen og Trysil, hadde en befolkningsøkning i perioden 2015–2020.

Tabell 6.2

Endringer i folketall (Kilder: SSB, SCB og egne beregninger)

Folketall	Sälen-Malung	Älvdalen	Trysil	Engerdal	SITE-regionen	
					Samlet folketall	Endring i prosent
1960	13 131	11 467	8382	1818	34 798	
1980	11 971	8348	7567	1795	29 681	-14,7
2000	10 799	7718	7069	1580	27 166	-8,5
2010	10 356	7207	6763	1434	25 760	-5,2
2015	10 036	7035	6569	1359	24 999	-2,9
2020	10 138	7031	6627	1268	25 064	0,2
2023	10 258	7018	6582	1328	25 186	0,0
Endring 2015–2023 i prosent	0,0	0,0	0,0	0,0		0,0

Interaksjon over grensa

Vinterturismen utviklet seg parallelt på hver side av grensa uten noe samarbeid fram til 2000-tallet. Etter hvert ble det et ønske blant politikere i Dalarna og Hedmark om å styrke næringsssamarbeidet over grensa. Interreg Indre Skandinavia-programmene ble et viktig regionalpolitisk virkemiddel for å forfølge denne målsettingen. Interreg Indre Skandinavia er overordnet forankret i EU-kommisjonens arbeid for å styrke grenseregioner innad i EU og langs EUs yttergrenser. Territoriell sammenveving er den overordnede målsettingen for Interreg-programmene (Medeiros, 2016). Norge ble invitert inn i Interreg av Sverige og Finland i 1996. EU-kommisjonen vedtar 7-årige programmer og den 6. generasjonen Interreg startet i 2022. Statene etablerer planer med utgangspunkt i EUs forordning og grenseregionenes behov. EU finansierer mye av aktiviteten, men siden Norge ikke er medlem av EU, må den norske regjeringen bidra over statsbudsjettet. Disse bevilgningene har blitt vesentlig redusert de 10 siste årene.

Den videre operasjonalisering og iverksettingen av programmene ledes av grenseregionale partnerskap. Fylkespolitikere fra Dalarna, Värmland, Hedmark (Innlandet), Østfold og Akershus utgjør et partnerskap som gjør prioriteringer for Indre Skandinavia. Fra 2022 er det endringer i programgeografien som nå inkluderer nordre del av Västra Götalands län og hele Østfold fylke. Partnerskapet gir fylkespolitikernes mulighet til å drive nærings- og samfunnsutvikling basert på grenseregionens egne behov. Interreg-programmene gir tilgang til ressurser i tillegg til ordinære statlige regionalpolitiske virkemidler. På 1990-tallet finansierte Interreg Indre Skandinavia tiltak for å etablere samarbeid innen reiselivet i Sälen-Trysil-regionen, uten at det ga resultater. På 2000-tallet var det økende kontakt mellom ordførere og kommunale næringssejere, samtidig som SkiStar investerte betydelige summer i Trysil. I forbindelse med oppstart av en ny Interreg-programperiode i 2006 gjorde partnerskapet i Indre Skandinavia, støttet av sekretariater i Karlstad og på Hamar, strategiske vurderinger av langsiktige satsingsområder for grenseoverskridende næringsutvikling. Reiselivet i SITE-regionen ble ett av de utvalgte satsingsområdene.

I første omgang ble det finansiert mindre prosjekter for å skape tillit og etablere nettverk over grensa. Etter hvert ønsket representantene for næringslivet og kommunene å konkretisere arbeidet og fikk midler til å et «Grenseløst energisamarbeid (Green)». Målet var å utrede tiltak for energieffektivisering

og redusert energiforbruk blant bedrifter i Indre Skandinavia². Tabell 6.3 gir en oversikt over prosjekter som har vært finansiert av Interreg.

Tabell 6.3

Interreg-finansierte prosjekter i SITE-regionen (Sæther, 2021, s. 85)

	Tidsrom	Hovedmålsetting	Sentrale aktører	Resultat
Trust	2005–2007	Etablere tillit og institusjonalisere samarbeid over riksgrensa	Kommuner og næringslivet	Økt tillit og nettverk over grensa
Green og Green 2020	2008–2014	Introdusere energibesparende løsninger i næringslivet	Länsstyrelsen i Dalarna, Trysil kommune, næringslivet og kompetansemiljøer	Energi-effektivisering av skidestinasjoner
SITE-I	2011–2014	Støtte planlegging av flyplass	Kommunene, destinasjonsselskap, SkiStar og andre	Vedtak om bygging av flyplass
SITE-II	2016–2018	Internasjonalisering, miljøsertifisering av destinasjoner	Kommunene, destinasjonsselskap og næringslivet	Destinasjonene er miljøsertifisert og forberedt på internasjonale kunder
SITE-III	2019–2022	Utvikle en bærekraftig helårs verdensdestinasjon	Kommunene, destinasjonsselskap og næringslivet	Stenging av grensa vanskeliggjorde arbeidet

Green-prosjektet hadde i den første perioden karakter av å være utprøvende, og mange bedriftsledere syntes å ha lite kunnskap om energiforbruk. Kartlegging av energiforbruk ved hjelp av innleid kompetanse ble derfor et viktig tiltak. Kompetanseheving gjennom kurs og arbeid med tiltaksplaner for energieffektivisering var viktig. Prosjektarbeidet rettet seg mot de største skidestinasjonene og deres organisasjoner. Interregmidlene gjorde det mulig å leie inn spisskompetanse og en hollandsk sivilingeniør tilførte viktig kompetanse innen energieffektivisering, ett tiltak var LED basert belysning i skibakkene. Som

² Prosjektplan for Green. Notat, Trysil kommune 2008.

ledd i prosjektarbeidet ble Trysil kommune en pilot i Innovasjon Norges arbeid med en sertifiseringsordning for bærekraftige reisemål. Etter hvert brukte destinasjonene et positivt miljøbudskap i markedsføringen (Sæther, 2021).

Konkret handlet prosjektet om energieffektivisering, men indirekte også om hvordan kommuner og bedrifter kunne samarbeide over riksgrensa. Produksjon av kunstsno er energi- og kostnadskreven, men gjør at sesongen kan starte tidligere om høsten, noe som er økonomisk viktig. Trysil var en pioner i å utvikle kompetanse for å produsere kunstsno (Trysilfjell Utmarkslag SA, 2022), men skianleggene i regionen så på slik kompetanse som en forretningshemmelighet. Gjennom Green-prosjektene ble det etablert tillit og kompetanse som ble delt mellom skianleggene over grensa. Erfaringene fra Green-prosjektene bidro til at politikerne ønsket å intensivere samarbeidet over grensa. Politikerne i de fire kommunene møttes i 2010 og ble enige om at regionen burde løfte blikket og se utover det skandinaviske markedet. Ved god markedsføring kunne regionen ta gjester fra konkurrerende destinasjoner som Lillehammer, men for å få til en reell vekst som skapte nye arbeidsplasser, ville politikerne fly inn gjester. Politikerne ble enige om en visjon om at regionen skulle bli en verdensdestinasjon. Arbeidet med å virkeliggjøre denne visjonen er sentralt for å forstå den videre utviklingen i regionen (Sæther, 2021).

Næringssjefen i Malung-Sälen mente et prosjekt finansiert av Interreg ville være nyttig for å gi det grenseoverskridende samarbeidet nødvendig struktur og for å engasjere ekstern kompetanse. Prosjektsøknaden ble begrunnet med en hardere konkurranse, og destinasjonene måtte løfte seg til et nytt nivå for å beholde sin ledende posisjon. Et slikt løft krevde bedre forståelse for aktørenes ulike roller, samarbeid over grensa og ivaretagelse av kreativiteten i regionen³. Om vinteren var det 3000 sesongarbeidere i regionen, men sesongarbeid ga ikke grunnlag for fast bosetting, og kommunene så for seg en ytterligere befolkningsnedgang om det ikke ble etablert flere helårs arbeidsplasser. I 2010 var fordelingen mellom vinter- og sommerturisme 90–10, 90 prosent av alle turister besøkte regionen om vinteren. Målsettingen var å endre forholdstallet til 80–20, noe som krevde en fordobling av antallet kommersielle gjestedøgn om sommeren (Destinasjon Trysil, 2020). Det ble ansett

3 Prosjektplan destinasjonsutvikling Sälen-Idre-Trysil-Engerdal, kommunenes rolle og oppdrag. Søknad til Interreg Norge-Sverige IVA. Trysil kommune, upublisert notat 2011.

som krevende, da det var vekst i antall besøkende om vinteren. Tilgang til nye markeder var nødvendig for å etablere flere helårs arbeidsplasser. Interreg-prosjektet skulle knytte offentlige og private aktører sammen for å nå fire mål:

- Fordype det grenseoverskridende samarbeidet
- Etablere dialog mellom kommuner og næringslivet for å skape en felles oppfatning av regionen
- Styrke kunnskap og analyse
- Samordne planlegging av infrastruktur⁴

Planene om flyplass var den direkte årsaken til det økte samarbeidet mellom kommunene og næringslivet over grensa. Det ble en tett kobling mellom arbeidet i de Interreg-finansierte prosjektene og målsettingen om å utvikle en internasjonal destinasjon, der de politiske og kommersielle målsettingene støttet hverandre.

En modell for grenseoverskridende samarbeid?

På begge sider av riksgrensa var det offensive mål for videreutvikling av reiselivet, samtidig var det en erkjennelse av at det ville være vanskelig å nå målene. Idre og Sälen hadde en høy markedsandel nasjonalt, men relativt få internasjonale gjester. Avstanden fra nærmeste større flyplass, Arlanda ved Stockholm, ble for lang for internasjonale gjester. I Trysil hadde en lyktes bedre med å tiltrekke seg utenlandske gjester, men så muligheter for å nå nye markeder. Sälen hadde en småflyplass, men den var for kort til å kunne ta imot flytypene som er dominerende innen charter og ruteflyvninger. Ideen om å utvide flyplassen ble lansert av en vertshuseier i Sälen i 2008. Kommunene og næringslivet sto etter hvert sammen bak planene om flyplass og snakket med en felles røst overfor nasjonale myndigheter. Norske myndigheter hadde

4 Prosjektplan destinasjonsutvikling Sälen-Idre-Trysil-Engerdal, kommunenes rolle og oppdrag. Søknad til Interreg Norge-Sverige IVA. Trysil kommune, upublisert notat 2011.

ingen innvendinger mot planene, mens svenske myndigheter gikk inn på eiersiden av flyplassen (Sæther, 2021). SkiStar, den svenske regjeringen og en rekke andre private og offentlige aktører forpliktet seg til å bidra finansielt slik at anleggsarbeidene kunne starte i 2015.

Vedtaket om bygging av flyplass skapte optimisme og aktivitet i regionen (Moen, 2017). I tillegg til selve flyplassen investerte svenske myndigheter i nye veier, kapasiteten på hotell og skianlegg ble økt og oppgradert til et høyere servicenivå. Til grunn for investeringen lå det en antakelse om at internasjonale gjester stiller høye krav til bosted, mat og service. I Sälen var en rekke mindre bedrifter etablert for å tilby naturbasert turisme, og de trodde det ville komme flere turister som var villige til å betale for å være tett på relativt urørt natur. Elgsafari og bålturer er eksempler på slike produkter, men for å få volum på slike tilbud krevdes det flere ikke-skandinaviske turister (Sæther, 2021).

Besøksnæringa i SITE-regionen hadde 6,4 millioner gjestedøgn og en omsetning på 5,6 milliarder kroner⁵ i 2018. Det er investert i størrelsesorden 5 milliarder kroner i en region med 25 000 mennesker, noe som gir betydelige ringvirkninger innen bygg og anlegg og andre næringer som leverer til reiselivsnaeringa. Flyplassen ble bygd etter internasjonale mål med en rullebane på 2500 meter og åpnet i desember 2019. Vinteren 2020 startet med flyvninger fra London, København, Stockholm og Göteborg til Sälen. Det var forventninger om at flyankomstene ville bringe 100 000 nye gjester til SITE-regionen,⁶ men koronapandemien medførte en tilnærmet stans i internasjonal flytrafikk fra mars 2020.

De sentrale aktørene i SITE-regionen er enige om at samarbeid over grensa mellom private og offentlige aktører har vært avgjørende for å realisere utviklingen, særlig knyttet til flyplassen i Sälen. Dette synspunktet har kommet fram i intervjuer med tidligere ordførere, kommunale ledere og representanter for næringslivet. Betydningen av det grenseregionale samarbeidet er også uttrykt i skriftlige dokumenter. I en prosjektsøknad ble det pekt på at SITE ikke først og fremst er ett eller flere prosjekter, men at det er en arbeidsform, eller en modell som bygger på upretensjøs dialog mellom offentlig og privat sektor. Modellen skaper engasjement og deltakelse på lokalt, regionalt og nasjonalt nivå⁷.

5 Prosjektsøknad SITE-III 2019. Upublisert notat.

6 Sluttrapport Scandinavian Mountains 2015–2018. SITE Destination, upublisert notat 2019.

7 Prosjektplan destinasjonsutvikling Sälen-Idre-Trysil-Engerdal – kommunenes rolle og oppdrag. Søknad til Interreg Norge-Sverige VIA, upublisert notat 2011.

Helårs arbeidsplasser ble ansett som nødvendig for å få vekst i folketallet. Allerede tidlig på 2000-tallet ble det åpnet en golfbane i Trysil. Politikerne og reiselivsnæringa diskuterte hvordan en kunne styrke sommerturismen, og reiste til Skottland for å lære om stisykling tidlig på 2010-tallet. Politikerne konkluderte med at det var et potensial for å satse på sykling i Trysil. Næringslivet mente en slik satsing kunne gi 100 nye arbeidsplasser. Trysil kommune var villig til å bruke 5 millioner kroner på utbygging av sykkelstier, hvis næringslivet ville satse. Det ville næringslivet, og fram til 2019 ble det investert 30 millioner i sykkelbaserte aktiviteter (Trysilfjell Utmarkslag SA, 2022). Tidligere ordfører i Trysil sa under et intervju med forfatteren i 2019 at: «Ser en hva [satsingen på sykling] har generert av gjestedøgn på sommeren og av helårsansettelser, så har en noe av forklaringen på hvorfor folketallet i Trysil igjen øker». I en evaluering av effektene på reiseliv og lokalsamfunn av sykkelbaseringen konkluderte Telemarksforskning med at satsingen hadde vært vellykket med en vekst i antall gjestedøgn i perioden juli til oktober (Svardal et al., 2019). En informant stiller spørsmål ved konklusjonen til Telemarksforskning fordi den har et svakt datagrunnlag.

Sluttrapporten for SITE II-prosjektet summerer opp arbeidet for å bli en internasjonal og bærekraftig destinasjon. Strukturen på reiselivsnæringa i SITE-regionen preges på den ene siden av noen større bedrifter som SkiStar og de store hotellene. På den andre siden preges den av en rekke småbedrifter som tilbyr opplevelser som guidede turer, hundekjøring, bålturer og snøscooter-kjøring. Målet for kompetansehevingen var å gjøre de små bedriftene modne for å jobbe mot et internasjonalt marked. Ett konkret resultat var at alle destinasjonene oppnådde «Merket for bærekraftig reisemål» hos Innovasjon Norge. Trysil var blant de første destinasjonene som oppnådde merket i 2013. Malung-Sälen og Älvdalen ønsket å kvalifisere seg for merket og ble piloter i Sverige.

Søknaden om et SITE-III-prosjektet fra 2019 kan leses som en status for regionen og legger vekt på at mangel på arbeidsplasser var byttet ut med mangel på arbeidskraft (Sæther, 2021). Kravet til kompetanse var økende, og knappheten på godt utdannet arbeidskraft merkbar. En tydelig vektlegging av utdanning og forskning var nytt, med planer om å etablere koblinger mellom høyskolene i Dalarna, Innlandet, næringslivet og kommunene der målet var å utvikle en vertskapsutdanning lokalisert i regionen⁸. Ulike deler

8 Hållbar internationell världsdestinasjon. Projektansökan 2019–2022. Upublisert notat.

av næringslivet hadde ulike utfordringer, de små og middelstore bedriftene hadde behov for å øke sin kompetanse for å bli konkurransedyktige, mens de store bedriftene ønsket seg innovative arbeidsmodeller og effektiv myndighetsutøvelse. Arbeidsområdene i prosjektet ble forsøkt koblet sammen for å møte utfordringene og gi positiv effekt for besøksnæringa. Kort tid etter oppstart av prosjektet traff COVID-19-pandemien Sverige og Norge for fullt og tiltakene som ble satt i verk for å bremse pandemien, fikk dramatiske konsekvenser for reiselivet.

De svenske og norske regjeringene valgte ulike strategier for å bekjempe viruset. Som ledd i den norske regjeringens nedstengning av samfunnet 12. mars 2020 ble grensa mot Sverge stengt, sammen med skiheiser og hoteller. Personer med bosted i en annen norsk kommune fikk ikke lov å besøke hyttene sine 12. mars til 20. april 2020. Sverige ble ikke stengt ned på samme måte, og hoteller og skianlegg var åpne ut sesongen. Nedstengingen ga store konsekvenser på norsk side, og det ble anslått at reiselivet i Trysil tapte 750 millioner kroner på fraværet av turister i påskesesongen 2020. I mai 2020 hadde 25 prosent av arbeidsstyrken i Trysil søkt om dagpenger under permittering⁹. På svensk side var det en sterk økning i antall permitteringer og arbeidsledige som følge av koronakrisa. I Malung-Sälen doblet arbeidsledigheten seg til om lag 8 prosent, mens den i Älvdalen økte med 70 prosent til om lag 8,5 prosent¹⁰. Den politiske ledelsen i Trysil kommune var i tett dialog med nasjonale myndigheter om innføringen av kompensasjonsordningene for næringslivet som ble innført for å redusere de økonomiske konsekvensene av nedstengingen av samfunnet.

Sommeren 2020 kunne norske hytteeiere igjen bruke hyttene sine, samtidig som utenlandsferier var lite aktuelt. Dette medførte økt bruk av hyttene i Trysil, med sykling som en viktig attraksjon. Samtidig betydde bortfallet av utenlandske turister at markedet for de små opplevelsesbedriftene forsvant. Stengingen av grensa ga store utfordringer for arbeidstakere som var avhengige av å krysse grensa for å komme til og fra jobb. I etterkant av pandemien er det mye som tyder på at dette har gitt en varig reduksjon i antallet svenske ungdommer som ønsker å jobbe i Trysil. I 2023 er internasjonale kunder tilbake, men mangelen

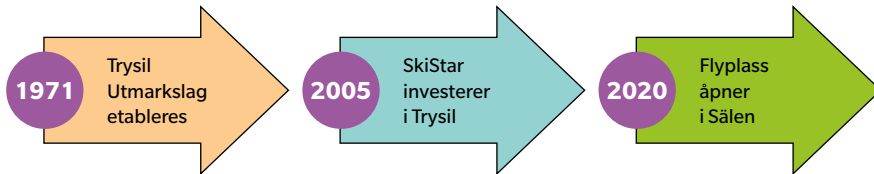
9 <https://e24.no/spesial/2020/coronaviruset/permitteringer>

10 http://qvs12ext.ams.se/QvAJAXZfc/opendoc.htm?document=extern%5Cmstatplus_extern.qvw&host=QVS%40w001765&anonymous=true%20&select=StartTrigger,1

på arbeidskraft er prekær for noen virksomheter. De små og spesialiserte bedriftene klarer ikke å få tak i arbeidskraft. Kombinert med at pandemien tæret på likviditeten, gjør dette at flere har måttet innstille virksomheten.

Figur 6.1

Viktige hendelser i regionen



Regional utviklingsdynamikk

Framveksten av reiselivsnæringa i SITE-regionen er eksempel på en region som har etablert en ny industriell utviklingsbane (Neffke et al., 2011). De mest sentrale hendelsene er skissert i Figur 6.1. Siden 1960-tallet er det utviklet en betydelig virksomhet innen vinterturisme som en ny næring i regionen. De initiale endogene ressursene var entreprenørskap. SkiStar og grunneierne i Trysilfjellet har vært sentrale aktører over lang tid. Det viktig å merke seg at SkiStar har hatt langsiktige eiere i familien Poulsson fra Båstad. Fram til starten på 2000-tallet var det en parallell utvikling på hver side av riksgrensa, men fra 2005 ble det gradvis etablert sterkere koblinger mellom bedriftene og kommunene over grensa. Det startet med at SkiStar kjøpte opp skianlegg i Trysil i 2005, deretter ble det skapt grenseoverskridende institusjonaliserte koblinger mellom offentlige og private aktører gjennom Interreg-finansierte prosjekter og bygging av flyplass. Samarbeidet over grensa har gitt regionen økt utviklingskapasitet med en mer differensiert sammensetning av aktører. Innovasjonsarbeidet foregår etter en nettverksmodell (Asheim et al., 2011b) gjennom å styrke grenseoverskridende læringsprosesser og interaksjon med eksterne kunnskapsmiljøer. Over tid har regionen utviklet seg i retning av et delvis integrert grenseoverskridende innovasjonssystem.

Den framvoksende reiselivsnæringa i SITE-regionen har ikke kunnet støtte seg på relaterte næringer. Det kan også hevdes at en i Sälen har hatt en selektiv faktorulemp (Porter, 1990), knyttet til at fjellene der ikke er hverken høye eller bratte, men destinasjonen har klart å kompensere for dette ved å legge vekt på at skiløypene er familievennlige og passer for barna. Regionen har vært en pioner innen vinterturisme i Norge og Sverige. Aktørene har etablert en ny næring i en perifer grenseregion uten støtte fra relaterte næringer, noe som er relativt unikt i litteraturen om etablering av nye næringer (Isaksen & Trippel, 2017).

Fraværet av relaterte næringer og formalisert FoU-kapasitet har betydd at spesialisert kompetanse hovedsakelig har blitt utviklet i regionen basert på egne erfaringer. Evnen til over tid å utnytte og videreutvikle regionens egne ressurser er hovedforklaringen bak den positive utviklingen. Kompetanse til å bygge og drive skibakker, heisanlegg og bosteder er et viktig eksempel på en endogen erfaringsbasert kompetanse. Markedsføring og salg av produkter basert på snø og ski er et annet eksempel på kritisk kompetanse som har vært utviklet lokalt, enten av destinasjonsselskapene eller av SkiStar. Samtidig er det rapporter om at allerede på 1970-tallet besøkte sentrale aktører i Trysil ledende skisteder i Alpene og Nord-Amerika. De tok med seg kunnskapen hjem og brukte den i utviklingen av skianleggene i Trysil (Trysilfjell Utmarkslag SA, 2022). Teknologisk spisskompetanse har i noen tilfelle vært hentet utenfra og blitt tilpasset lokale behov, som for eksempel belysning i skibakker og produksjon av snø. Innen sommerturisme har Trysil lært av andre steder i Europa og tilpasset lærdommen lokalt. Stisykling er nå en betydelig aktivitet og har bidratt til en økning i sommerturismen. Vekst i reiselivet på sommertid har vært avgjørende for å få økt tilflytting (Destinasjon Trysil, 2020).

Siden 2005 har det vært en grenseoverskridende utviklingsdynamikk i regionen. Blant informantene er det to syn på hva som har forårsaket denne dynamikken. En informant mener de store private aktørene skaper dynamikk gjennom å forfølge egne kommersielle målsettinger. SITE-samarbeidet har tilført noen perspektiver om bærekraftige destinasjoner som har kommet alle til gode, uten at det har hatt avgjørende betydning for regionen. De andre informantene mener at SITE-samarbeidet har vært en avgjørende forutsetning for den dynamikken som er skapt. Informantene hevder at flyplassen neppe hadde blitt realisert uten det institusjonaliserte grenseoverskridende samarbeidet som SITE-samarbeidet bidro til (Sæther, 2021, s. 94). Framveksten av

et systematisk samarbeid skapte en funksjonalitet over grensa, og aktørene i regionen begynte å se på seg selv som én region, og ikke to på hver side av riksgrensa. Dette har gitt den kritiske massen, eller territorielle sammenvevingen, Interreg-programmene søker å etablere gjennom grenseoverskridende samarbeid. Interreg har bidratt med et institusjonalisert rammeverk for grenseoverskridende samarbeid som har vært viktig for å utløse samhandling og private og offentlige investeringer i regionen.

Interreg har bidratt med «såkornmidler» inn i en regional utviklingsdynamikk som har utløst investeringer i en størrelsesorden som har medført økt helårs sysselsetting og tilflytting. Gjennom en periode på 50 år har regionen gått fra å være råvarebasert til å være plassert i en voksende tjenestetende næring, turisme. Utviklingsarbeidet i SITE-regionen har *de facto* vært i samsvar med prinsipper i teorien om å konstruere regionale fortrinn basert på lokale menneskelige og naturgitte ressurser. Interreg-partnerskapet har anerkjent kommunenes sentrale rolle og bidratt til å institusjonalisere et grenseoverskridende privat–offentlig partnerskap i SITE-regionen. Dermed har det vært partnerskap på to nivåer, ett for hele Indre Skandinavia bestående vesentlig av läns/fylkespolitikere og ett i SITE-regionen bestående av kommuner og næringsliv.

Konklusjon – fortsatt sårbarhet

Trysil kommune legger til grunn at det er om lag 1000 sysselsatte innen reiselivet i Trysil, inkludert varehandel og transport ifølge tidligere ordfører. Det er og om lag 1000 sysselsatte i offentlig tjenesteyting og 1000 i annet privat næringsliv i 2023. Når 1/3 av sysselsetting i næringslivet kommer med de tilreisende, indikerer det en avhengighet av at destinasjonene må være attraktive og tilgjengelige for de tilreisende. Bortfallet av gjester, tap av verdiskaping og høy arbeidsledighet under pandemien viste tydelig at SITE-regionen var og er sårbar. Denne gangen var det ikke teknologiske endringer som synliggjorde sårbarheten, men nedstenging av reiselivet som ledd i å bekjempe en global pandemi. Erkjennelsen av de strukturelle problemene den regionale spesialiseringen av næringslivet medfører er tydelig i regionen. Tiltak disku-

teres, og Trysil kommune ønsker å satse på jordbruk og matproduksjon, men realiteten er, slik denne forfatteren forstår situasjonen, at det neppe finnes noen realistisk strategi for å unngå en fortsatt avhengighet av reiselivet. Basert på typologiseringen til Nilsen et al. (2023) har regionen gått fra å være en innelåst ressursbasert region til å bli en innelåst spesialisert region. Det er et mer differensiert aktørskap nå enn hva tilfellet var på 1960-tallet, men det er tendenser til skjeve maktforhold fordi én stor kommersiell aktør har betydelig innflytelse i regionen. Så er det viktig å legge til at kommunene har en aktiv næringspolitikk og er sentrale aktører med mål om å videreutvikle regionale fortrinn. Ved å ta en aktiv rolle har kommunene en mulighet til å balansere den innflytelsen store private bedrifter har. Hvor unik SITE-regionen er som eksempel på en europeisk rural grenseregion som har klart å konstruere regionale fortrinn, må ellers bestemmes i framtidige forskningsprosjekt.

Referanser

- Asheim, B. T. & Gertler, M. (2005). The geography of innovation: Regional innovation systems. I J. Fagerberg, D. C. Mowery & R. R. Nelson (Red.), *The Oxford handbook of innovation* (s. 291–317). Oxford University Press.
- Asheim, B. T., Boschma, R. & Cooke, P. (2011a). Constructing regional advantage: Platform policies based on related variety and differentiated knowledge bases. *Regional Studies*, 45(7), 893–904. <https://doi.org/10.1080/00343404.2010.543126>
- Asheim, B. T., Smith, H. L. & Oughton, C. (2011b). Regional innovation systems: Theory, empirics, and policy. *Regional Studies*, 45(7), 875–891. <https://doi.org/10.1080/00343404.2011.596701>
- Backman, M. & Karlsson, C. (2022). Opportunity- and necessity-driven entrepreneurship in urban versus rural locations. I B. Leick, S. Gretzinger & T. Makkonen (Red.), *The rural enterprise economy* (s. 109–124). Routledge.
- Destinasjon Trysil. (2020). *Reiselivsstrategi for Trysil*. Destinasjon Trysil.
- Doloreux, D., Isaksen, A., Karlsen, J. & Dionne, S. (2012). Constructing regional advantage in non-metropolitan regions: A comparison between La Pocatière (Canada) and Tromsø (Norway). *Norsk Geografisk Tidsskrift – Norwegian Journal of Geography*, 66(3), 144–154. <https://doi.org/10.1080/00291951.2012.681687>
- EU-kommisjonen. (2006). *Constructing regional advantage: Principles, perspectives, policies*. https://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/presenta/region_source2020.pdf
- EU-kommisjonen. (2017). *Boosting growth and cohesion in EU border regions, Communication from the commission to the council and the European Parliament*. https://ec.europa.eu/regional_policy/en/information/publications/communications/2017/boosting-growth-and-cohesion-in-eu-border-regions
- Falleth, E. & Hofstad, H. (2008). Rural response to urban-biased land use policy – new bottom-up planning strategies in Norway. *European Journal of Spatial Development*. <https://archive.nordregio.se/Global/EJSD/Refereed%20articles/refereed30.pdf>
- Hagen, S. E. (2007). *Indikatorer for næringsstruktur og demografisk utvikling i Åmot* (Notat nr. 12/2007). Østlandsforskning.
- Halberg, P. T. (1999). *Bjelker i bygde-Norge: skogeierorganisasjonen og skogbruksnæringen 1894–1994 med fokus på Glomma-vassdraget*. Glommen skogeierforening.
- Isaksen, A. & Trippel, M. (2017). Exogenously led and policy-supported new path development in peripheral regions: Analytical and synthetic routes. *Economic Geography*, 93(5), 436–457. <https://doi.org/10.1080/00130095.2016.1154443>
- Johnstad, T. (1998). *Samarbeid og samvirke: Utvikling og organisering av samvirke*. Tano Aschehoug.
- Lundquist, K. J. & Trippel, M. (2013). Distance, proximity and types of cross-border innovation systems: A conceptual analysis. *Regional Studies*, 47(3), 450–460. <https://doi.org/10.1080/00343404.2011.560933>
- Medeiros, E. (2014a). Territorial cohesion trends in Inner Scandinavia: The role of cross-border cooperation (Interreg A 1994–2010). *Norsk Geografisk Tidsskrift – Norwegian Journal of Geography*, 68(5), 310–317. <https://doi.org/10.1080/00291951.2014.960949>

- Medeiros, E. (2014b). Is there a new trust in Inner Scandinavia, evidence from cross-border planning and governance. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 96(4), 363–386.
- Medeiros, E. (2016). Territorial cohesion: An EU concept. *European Journal of Spatial Development*, 60. <http://www.nordregio.org/publications/territorial-cohesion-an-eu-concept>
- Medeiros, E. (2018). The role of European territorial cooperation (ETC) in EU cohesion policy. I E. Medeiros (Red.), *European territorial cooperation* (s. 1–26). Springer Nature.
- Moen, R. A. (2017). *Turisteventyret Trysilfjellet*. Destinasjon Trysil.
- Nauwelaers, C., Maguire, K. & Marsan, G. A. (2013). The case of Hedmark-Dalarna (Norway-Sweden) regions and innovation: Collaborating across borders (Regional Development Working Papers No. 18/2013). OECD.
- Neffke, F., Henning, M. & Boschma, R. (2011). How do regions diversify over time? Industry relatedness and the development of new growth paths in regions. *Economic Geography*, 87(3), 237–265. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1111/j.1944-8287.2011.01121.x>
- Nilsen, T., Grillitsch, M. & Hauge, A. (2023). Varieties of periphery and local agency in regional development. *Regional Studies*, 57(4), 749–762. <https://doi.org/10.1080/00343404.2022.2106364>
- Porter, M. E. (1990). *The competitive advantage of nations*. Macmillan.
- Reitel, B., Wassenberg, B. & Peyrony, J. (2018). The Interreg experience in bridging European territories: A 30-year summary. I E. Medeiros (Red.), *European territorial cooperation* (s. 7–24). Springer Nature.
- Røiseland, A. & Vabo, S.-I. (2016). *Styring og samstyring – governance på norsk*. Fagbokforlaget.
- Svardal, S., Miland, K. & Vareide, K. (2019). *Trysil bike arena. Evaluering av effekter på reiseliv og lokalsamfunn* (Rapport nr. 480). Telemarksforskning.
- Sæther, B. (2021). *Kunnskapsbasert utviklingsarbeid i grenseland. Partnerskap for Indre Skandinavia og EUs Interreg-programmer 1996–2020*. Universitetsforlaget.
- Sæther, B. (2022). The challenge for economic development and innovation in border regions: Cases from Inner Scandinavia. I E. Medeiros (Red.), *Border cities and territorial development* (s. 91–110). Routledge.
- Sæther, B., Andersen, B. T. & Hagen, E. (2019). Cross-border functional regions and innovation: Cases from Inner Scandinavian regions. I E. Medeiros (Red.), *Territorial cohesion, the urban dimension* (s. 91–110). Springer Nature.
- Trysilfjellet Utmarkslag SA. (2022). *50 år i fjellet*. Trysilfjellet Utmarkslag SA.
- Ørbeck, M. & Gløtvold-Solbu, K. (2012). Svensker på jobb i Norge. I E. Olsson, A. Hauge & B. Ericsson (Red.), *På gränsen. Interaktion, attraktivitet och globalisering i Inre Skandinavien* (s. 85–101). Universitetstrykkeriet.
- Ørbeck, M., Olsson, E., Hauge, A. & Ericsson, B. (2012). Att göra regionala skillnader till en styrka – En introduktion. I E. Olsson, A. Hauge & B. Ericsson (Red.), *På gränsen. Interaktion, attraktivitet och globalisering i Inre Skandinavien* (s. 9–25). Universitetstrykkeriet.

Larsen, Ø. H., Skogseid, I. & Nesse, J. G. (2024). Institusjonell kapasitet som grunnlag for rural konkurransekraft. I T. Frimanslund & N. G. Bækkelund (Red.), *Rural konkurransekraft* (s. 161–196). Fagbokforlaget. DOI: <https://doi.org/10.55669/oa410407>

Kapittel 7

Institusjonell kapasitet som grunnlag for rural konkurransekraft

Øyvind Heimset Larsen¹, Ingjerd Skogseid¹ og Jon Gunnar Nesse²

¹ Vestlandsforskning

² Fakultet for teknologi, miljø- og samfunnsvitenskap, Høgskulen på Vestlandet

Samandrag: Dette kapitlet viser, med seks lokale nettverk som døme, korleis bygging av institusjonell kapasitet gjennom samarbeid i nettverk kan vere med på å styrke den rurale konkurransekrafta, og såleis gjere lokalsamfunn betre i stand til å handtere endringskrefter som kjem utanfrå. Slike eksterne endringskrefter kan vere globale eller nasjonale trendar som kan framstå både med truslar og moglegheiter på det regionale eller lokale nivået. Fem sentrale komponentar i institusjonell kapasitet blir drøfta: kapital i form av kompetanse, relasjonar og pengar, og dessutan mobiliseringsevne og danning av motnettverk. Datagrunnlaget er intervju med sentrale deltakarar i fem av nettverka, og diverse sekundærmateriale i det sjette. Dei nettverka vi har studert har hatt ulik grad av suksess i bygging av institusjonell kapasitet og konkurransekraft. Fire av dei har lukkast godt, eit var middels vellukka og eit var mislukka. Vi har altså døme på både «beste praksis» og fallgruver i arbeidet med å handtere eksterne endringskrefter gjennom nettverk.

Nøkkelord: institusjonell kapasitet, rural konkurransekraft, eksterne endringskrefter, motnettverk, ressursmobilisering

Abstract: This chapter shows, using six local networks as examples, how the building of institutional capacity through collaboration in networks can help to strengthen the rural competitiveness, and thus make local communities better able to handle the outside forces of change. Such external forces of change can be global or national trends such as can present both threats and opportunities at the regional or local level. Five key components of institutional capacity are discussed: Capital in the form of competence, relationships and money, and in addition the ability to mobilize and the formation of counter-networks. The data is based on interviews with key participants in five of the networks, and various others secondary material in the sixth. The networks we have studied have had varying degrees of success building institutional capacity and competitiveness. Four of them have closed well, one was moderately successful, and one was unsuccessful. We therefore have examples of both «best practice» and pitfalls in the work of handling external forces of change through networks.

Keywords: institutional capacity, rural competitiveness and networks, counter-networks, resource mobilization

Introduksjon

Temaet i dette kapitlet er korleis oppbygging av institusjonell kapasitet gjennom samarbeid i nettverk kan skape konkurransedyktige lokalsamfunn. Gjennom analysar av seks rurale nettverk ønskjer vi å få fram korleis lokalsamfunn, ved å bygge institusjonell kapasitet i nettverk, kan bli flinkare til å handtere trugsmål og utnytte moglegheiter som oppstår som følge av nasjonale og internasjonale endringskrefter. Rurale område eksisterer ikkje i eit vakuum. Det som skjer nasjonalt og internasjonalt innanfor felt som jus, økonomi, politikk og teknologi, kan få følgjer for rurale samfunn og organisasjonar (bedrifter, offentleg arbeidsliv og ideelle grupperingar). Desse eksterne utviklings- eller endringskreftene påverkar lokalsamfunn gjennom å sette nye grenser for kva som er moglege tenkjemåtar og handlingar. Ut frå institusjonell teori kan slike grenser vere både formelle (ufråvikelege) i form av lover, forskrifter, avtalar og eigedomsrettar, og uformelle i form av normer for kva som er moralsk eller etisk åtferd (North, 1991). Internasjonale avtalar om redusert utslepp av klimagassar får eksempelvis følgjer for norske politiske mål og i neste omgang for produksjon og transport rundt omkring i landet. Elektrifisering av ferjer har t.d. kosta mykje for fylka på Vestlandet.

Dei eksterne utviklingskreftene kan oppfattast både som truslar og moglegheiter, og dei krev gjerne ein respons frå lokale eller regionale aktørar. Ein skulle kanskje tru at rurale område er meir utsette enn urbane område når ei internasjonal krise finn stad. Dette er ikkje nødvendigvis rett. Ženka et al. (2017) såg på verknadene av den økonomiske krisa på slutten av 2000-talet, og fann at rurale område som hadde eksterne nettverkskontaktar klarte seg like bra som ulike typar urbane område. Li et al. (2009) peiker på tre faktorar som gjer at enkelte rurale område klarar seg betre enn andre: innovasjon, entreprenørskap og sosial kapital (nettverk).

Korleis kan så rurale samfunn på fornuftig vis handtere eksterne påverknadskrefter? Inspirert mellom anna av den britiske forskaren Patsy Healey (Healey et al., 1999), vil vi her drøfte oppbygging av institusjonell kapasitet gjennom nettverk som ei mogleg løysing. Healey et al. (1999) såg på ein sterk institusjonell kapasitet som føresetnad for å kunne handtere eksterne endringskrefter. Det å ha høg grad av institusjonell kapasitet i eit lokalsamfunn betyr at lokale aktørar må ha ressursar i form av kompetanse (kulturell kapital), relasjonar (kontaktar, sosial kapital), pengar (økonomisk kapital) og mobiliseringsevne.

Ut frå teorien om institusjonell kapasitet er det altså ikkje tilstrekkeleg å ha rikeleg med kapital i ulike former, om desse ikkje blir mobiliserte for lokal utvikling. Eit prinsipp som står sterkt i denne teorien er følgeleg at dei som ønskjer at noko skal skje i sine lokalsamfunn, må ta eigne initiativ for å få til noko, ikkje berre vente på at «noko skjer» eller «nokon gjer noko». Her skal vi sjå korleis den lokale mobiliseringa kan skje gjennom å etablere og drive nettverk beståande av aktørar frå ulike delar av samfunnet, som næringsliv, det offentlege og academia. Sidan vi i den moderne verda er utsett for mange straumar med informasjon og impulsar, kan det vere vanskeleg for enkeltaktørar å finne logiske tiltak for å handtere endringskreftene. Samarbeid i regionale nettverk kan vere ein fruktbar måte å møte utfordringane på. Som vi skal sjå, kan desse nettverka utvikle seg til å bli «motnettverk». Motnettverk blir gjerne utvikla gjennom prosessar som er knytte til lokale behov, og som ein reaksjon på trugsmål og moglegheiter som oppstår i presset frå dei eksterne utviklingskreftene. Det er viktig å understreke at motnettverk ikkje treng å vere bakstreverske, det er ikkje snakk om at utviklinga skal stoppast, men at også rurale område skal få del i utviklinga. Vi tenkjer her t.d. på framvekst av initiativ nedanfrå, identitetsbygging, mobilisering av ressursar og innovasjon. Teoriar om institusjonell kapasitet og motnettverk heng altså nøye saman, og vi vil i denne artikkelen rekne utvikling av motnettverk som ein del av den institusjonelle kapasiteten. Empirien vår vert utgjort av seks lokale nettverk med ulik alder og ulik grad av suksess.

Vi har på grunnlag av det føregåande formulert følgjande forskings-spørsmål i form av hovud- og delspørsmål:

- Korleis kan oppbygging av institusjonell kapasitet gjennom samarbeid i nettverk skape konkurransedyktige lokalsamfunn?
 - I kva grad har nettverka bygd opp institusjonell kapasitet?
 - I kva grad har nettverka karakter av å vere motnettverk?
 - Korleis heng grader av institusjonell kapasitet/ motnettverk saman med utvikling av rural konkurransekraft?

Resten av artikkelen er lagt opp slik: Først legg vi fram relevant teori, så forklarar vi korleis vi har samla inn og analysert data frå dei seks nettverka.

Deretter presenterer og drøftar vi funna våre, og til slutt kjem eit avsnitt med oppsummering og konklusjonar.

Teorigrunnlag

Vi skal i det følgjande ta føre oss to sentrale omgrep i forskingsspørsmåla: nettverk og institusjonell kapital.

Nettverk (innovasjonsøkosystem)

Sosiale nettverk kan generelt definerast som eit mønster av band mellom aktørar (Greve, 1995). Aktørar kan vere både personar og organisasjonar. Banda er ulike typar relasjonar og samarbeid. Ulike nettverk kan ha ulike føremål, men her er vi spesielt interesserte i nettverk danna for å auke verdiskapinga i eit lokalsamfunn eller region. Slike nettverk kan bestå av representantar for bedrifter, det offentlege og akademien. Om alle desse tre gruppene av aktørar er representerte, snakkar vi om trippel heliks-nettverk (Etzkowitz, 2008; Etzkowitz & Leydesdorff, 2000; Leydesdorff & Etzkowitz, 2001).

Nettverk kan utvikle seg gjennom fleire fasar, som t.d. etablering, vekst, modning og eventuelt omstilling og ny vekst (Skogseid et al., 2017). Nettverk kan ha ulike kjenneteikn knytt til tettleik i relasjonane, struktur og opphav. Nettverk er gjerne også omtala som innovasjonssystem, eventuelt innovasjonsøkosystem (Nesse, 2017) og av og til også som klynger (Reve, 2007). Som Reve (2007) er inne på, er definisjonen av klynge svært streng, og ingen av våre nettverk kan klassifiserast som klynge. Innovasjons(øko)system kan eventuelt brukast. Vi kan definere eit innovasjonsøkosystem som eit økonomisk fellesskap av samhandlande organisasjonar og individ, gjerne med trippel heliks-status, som søker å vinne konkurransekraft gjennom t.d. kunnskapsdeling og innovasjonar (Moore, 1993; Nesse, 2017). Nettverk (innovasjonsøkosystem) kan studerast på ulike nivå, både nasjonalt (Lundvall, 1992) og regionalt eller lokalt (Asheim & Isaksen, 1997a; Storper, 1997). Her ser vi på regionale eller lokale nettverk, det vil seie nettverk som er lokalisert i eit gitt geografisk område.

Det finst mykje litteratur som viser at samarbeid i nettverk, og særleg trippel heliks-nettverk, styrker medlemmane si konkurransekraft gjennom læringsprosessar, kunnskapsspreiing, innovasjonar og endringsprosessar (Asheim & Isaksen, 1997a; Asheim & Isaksen, 1997b; Cooke, 1998; Latour, 1987; Leydesdorff & Etzkowitz, 2001; Lundvall, 1992). Forklaringa er så enkel som at læring og innovasjon skjer med større dynamikk i interaktive prosessar mellom organisasjonar i nettverk som går inn i samspel med omkringliggende sosiale og tekniske miljø (Asheim & Isaksen, 1997a; Gregersen & Johnson, 1997; Leydesdorff & Etzkowitz, 2001; Morgan, 1997).

Institusjonell kapasitet

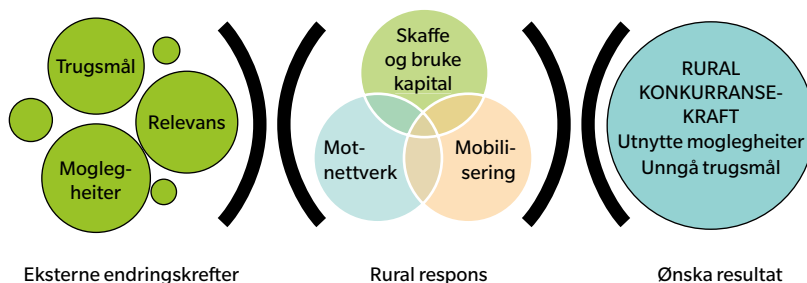
Rurale nettverk kan altså spele ei viktig rolle for å styrke utviklinga av ein region. Nettverka kan initiere og støtte innovasjons- og endringsprosessar, og viktige innsatsfaktorar er ressursar i form av sosial, kulturell og økonomisk kapital (Bourdieu, 2001; Healey et al., 1999; Putnam, 1993, 2000). Healey et al. (1999) har lansert omgrepet institusjonell kapasitet som uttrykk for den evna eit lokalsamfunn har til å møte endringskrefter på ein oppbyggjande og utviklande måte. I denne artikkelen definerer vi institusjonell kapasitet som den evna eit ruralt nettverk, og deltakarane i nettverket, har til å handtere truslar og moglegheiter frå eksterne endringskrefter, på ein konstruktiv måte ved å mobilisere ressursar i form av kunnskapar og relasjonar (Healey et al., 1999). Vi ser dessutan danning av motnettverk som ein del av den institusjonelle kapasiteten. Det å vere konstruktiv betyr å utnytte utviklingstendensane til eigen fordel. Fleire av dei nettverka vi brukar som døme har klart dette. Likevel skal vi sjå at evna til å utnytte moglegheitene varierer mellom nettverka.

Figur 7.1 er inspirert av Healey et al. (1999), og illustrerer prosessen med å bygge institusjonell kapasitet. Eksterne endringskrefter har sine opphav utanfor lokalsamfunna, og påverkar rammevilkåra for verdiskapande aktivitetar lokalt. Typiske endringskrefter som påverkar rurale regionar er sentraliseringstendensar, tap av arbeidsplassar, fråflytting og tap av kompetanse. Særleg aktuelt i den seinare tida er konsekvensar av digitalisering, klimaendringar (t.d. grøn omstilling), epidemiar (t.d. Covid) og energikrise (t.d. forsyningsproblem og høge prisar). Endringskreftene kan verke truande, men kan også gi moglegheiter for ny næringsverksemd og for nødvendig

omstilling og innovasjon. Slike truslar og moglegheiter kan avdekkast ved PESTEL-analysar, der politiske, økonomiske, sosiokulturelle, teknologiske, miljømessige og juridiske forhold blir tekne omsyn til (Abdullah et al., 2022). Endringar innan desse felta som får kritiske følgjer for lokalsamfunnet, må på ein eller annan måte responderast på, som illustrert i figur 7.1. Responsen vi ser på her er det vi har definert som bygging av institusjonell kapasitet.

Figur 7.1

Institusjonell kapasitet og rural konkurransekraft



Kor vidt responsen er vellukka, avheng av både styrken i, og fokuseringa av, den institusjonelle kapasiteten. Ein fragmentert institusjonell kapasitet har ikkje like stor gjennomføringskraft som ein som er fokusert. Den institusjonelle kapasiteten fortel noko om evna til å møte endringskreftene, ved å gjennomføre endringar tilpassa lokale behov og føresetnader. Desse lokale tilpassingane kan vere større eller mindre innovasjonar i eksisterande verksemdar, men kan også innebære oppstart av nye bedrifter.

Her ser vi spesielt på danning av nettverk (innovasjonsøkosystem) som ein respons på eksterne endringskrefter. For å bygge institusjonell kapasitet må nettverka ta i bruk dei fem komponentane kunnskap, relasjonar, finansiering, mobilisering og danning av motnettverk. Vi ser på desse komponentane som nødvendige ressursar for å få til rural utvikling, og gjer kort greie for dei i det følgjande.

Kunnskapsressursar er den mengde av kunnskap, nivå og bredde, som finst blant dei som er involverte i nettverket. Meir spesifikt dreier det seg om relevant kunnskap for utfordringar som skal løysast, og viljen til å ta nye idear opp til vurdering. Slike ressursar er også kalla kulturell kapital (Bourdieu,

2001). Ny kunnskap skaffar vi oss gjennom oppseding, skulegang og erfaring (Bourdieu, 2001). I nettverk kan kunnskapar utviklast gjennom presentasjon av nye idear, utforsking av felles idear, tilførsel av ny kunnskap og gjennom å endre samhandlingsformer. Medlemskap i nettverk gir bedrifter tilgang på ny kunnskap som kan danne grunnlag for innovasjonar som aukar lønsemda og betrar konkurransekrafta (Yam et al., 2010).

Relasjonsressursar dreier seg om kven som er med i nettverket og kven – både i og utanfor nettverket – som kan involverast i utviklinga. Slike ressursar blir av og til omtalte som sosial kapital (Bourdieu, 2001; Putnam, 1993; Putnam, 2000). Sosial kapital kan byggast opp gjennom å etablere felles møtepunkt, felles aktivitetar og felles prosjekt. Utan slik aktivitet vil det bli vanskeleg å rekruttere nye medlemmer, og engasjementet blant eksisterande medlemmer vil døy ut. Dessutan må stadig strukturering og re-strukturering til for å tilpasse nettverket til det gjeldande formålet. Nettverket må vere ope samtidig som det utviklar eit sett med band og opplevde fordelar som knyter aktørane til nettverket. Ein viktig føresetnad er at nettverket oppnår trippel heliks-status, altså at det er deltakarar frå ulike sfærar i samfunnet, som næringsliv, styresmakter og akademia (Etzkowitz, 2008; Etzkowitz & Leydesdorff, 2000; Leydesdorff & Etzkowitz, 2001). Dessutan må deltakarane i trippel heliks ha komplementære kompetansar, altså utfylle kvarandre. Særleg i tilfelle der det er det svake ledd i heliksen, som det gjerne vil vere i rurale strøk, må andre ledd steppe inn for det svake leddet (Skogseid et al., 2017).

Økonomisk kapital omfattar pengar og andre verdisaker som raskt kan vekslast om i pengar (Bourdieu, 2001). Nettverk kan mobilisere økonomiske ressursar frå medlemmane og frå ulike typar offentleg støtte. Nettverket må som regel ha ei leiing som kan organisere aktivitetane, og dette krev sjølvsagt finansiering.

Mobiliseringsevne er ein nødvendig føresetnad for å bygge opp ein berekraftig institusjonell kapasitet (Healey et al., 1999). Dei ulike typane ressursar må mobiliserast for at nettverket skal kunne kome frå tanke til handling. Mobiliseringsevne omfattar t.d. det å knyte til seg relevante kunnskapsaktørar gjennom relasjonsbygging, og det å mobilisere nettverket til handling når moglegheiter opnar seg. Det kan også vere tale om å skaffe finansiering, bruke sosiale media, nytte spesielle endringsagentar eller å ta i bruk andre mobiliseringsteknikkar. Ønska resultat av mobiliseringa kan vere innovasjonar, betre bedrifter, nye arbeidsplassar og nye bedrifter.

Motnettverk

Vi har teke med danning av motnettverk som ein femte komponent innan institusjonell kapasitet. Dette har vi gjort fordi det er element i teorien om motnettverk som minner mykje om Healy et al. (1999) si framstilling av institusjonell kapasitet som verkemiddel til å stå opp imot eksterne endringskrefter. Dominerande globale og nasjonale nettverk er ikkje rettferdige i den forstand at alle er likeverdige partnarar. Dersom rurale regionar blir passive i forhold til slike nettverk, vil dei til slutt bli utarma og marginaliserte. Det aktive alternativet er å kople seg på nasjonale og internasjonale nettverk gjennom såkalla «counter processes» (Castells, 1997) eller «counter networks» (Mosse & Sahay, 2001). Danning av motnettverk er ein typisk botn opp-prosess, og er gjerne meir vellukka enn toppstyrte prosessar fordi dei involverte aktørane er flinkare til å identifisere, mobilisere og kombinere lokale ressursar (Stöhr, 1990). Eldsjeler eller samfunnsentreprenørar er ofte sentrale når lokale nettverk blir organisert for å få til stadutvikling i form av festivalar, opplevingstilbod og nye bedrifter (Arbo & Bukve, 1990; Rønning, 2010). Funksjonen til slike eldsjeler vil vere å motivere til innsats for å handtere ei felles utfordring.

Motnettverk («counter networks») vart brukt av Mosse & Sahay (2001) for å illustrere korleis eksterne utviklingskrefter kunne møtast, ikkje ved å stoppe dei, men ved å redusere uheldige verknader og utnytte moglegheiter. Dette er tydeleg inspirert av Castells (1997, 2000, 2004, 2007) bruk av termar som makt vs. motmakt, dominans vs. motdominans, kultur vs. motkultur. Castells (2007) definerer motmakt som «den kapasiteten sosiale aktørar har til å utfordre og eventuelt endre maktrelasjonar som er institusjonalisert i eit samfunn» (Castells, 2007, s. 248, vår omsetjing). Slike motkrefter eller motnettverk kan vise seg i ulike former og med ulik intensitet i ulike samfunn. Og der det finst ei dominerande makt, vil motmakt kunne oppstå, av økonomiske, politiske, kulturelle, psykologiske eller andre grunnar. Til ei viss grad minner dette om den norske «populismen» som hadde si stordomstid på 1960- og 70-talet, med markante personar som Ottar Brox og Hartvig Sætra (Eriksen et al., 2003). Denne rørsla presenterte seg som motvekt mot ei teknokratisk og sentraliserande samfunnsutvikling, styrt av teknologar og økonomar. Sentrale omgrep som prega rørsla var grasrotperspektiv, motekspertise og desentralisering (Eriksen et al., 2003).

I tråd med Mosse & Sahay (2001) definerer vi motnettverk som nettverk etablert for å handtere nasjonale eller internasjonale endringskrefter som truar lokal eller regional næringsutvikling på ein konstruktiv måte, ved å ta vare på dei moglegheitene som desse endringskreftene kan føre med seg. For oss betyr det at motnettverk prøver å kople seg *på* utviklinga, ikkje *av*, men på eigne premisser.

Kva gjer eit nettverk til eit motnettverk, og ikkje berre eit vanleg nettverk? Omgrepet «counter» blir brukt for å illustrere at nettverket arbeider for å redusere ein ulikskap; noko som kan verke urettferdig. Eit døme på det er alt arbeidet som vart lagt ned av IT-forum for å sikre tilgang på breiband i Sogn og Fjordane, på linje med meir urbane strøk (Ekström, 2014). Dei som er med i eit motnettverk har felles mål for å stå opp mot ei alvorleg ekstern utfordring, eventuelt ein krevjande motstandar. Dette skapar ein felles identitet, ein «identitet for motstand» (Castells, 1997), men det er ikkje så lett å få merksemd og nå fram med krav i eit moderne kommunikasjonssamfunn. Castells (2000) ser berre to måtar dette kan skje på: enten ved å spele på sterke religiøse, nasjonale, geografiske eller etniske verdier, eller ved å etablere alternative nettverk basert på aktuelle saker som miljøvern, feminisme eller menneskerettar. Når vi i denne artikkelen set søkelyset på rural konkurransekraft kombinerer vi dei to kjeldene til sosial endring ved at det både er ein geografisk faktor og ei god sak, nemleg lokal næringsutvikling. På grunnlag av ein teorigjennomgang sette Larsen et al. (2017) opp ei liste over indikasjonar på motnettverk. Her tek vi med dei mest sentrale av desse:

- Situasjonsforståing: Nettverket oppfattar og tek ansvar for truslar og moglegheiter som ligg i dei eksterne endringskreftene.
- Identitetsbygging: Ein identitet for motstand eller konstruktiv respons veks fram.
- Involverte aktørar: Fullstendig eller ufullstendig trippel heliks?
- Legitimitetsbygging: Grad av tillit, internt blant medlemmane og eksternt i samfunnet rundt. Vert ein oppfatta som ein seriøs aktør, høyrte på og lytta til?
- Innovasjon: Utvikling nye innsatsfaktorar, produkt, prosessar, marknader, organisasjonsformer (Schumpeter, 1934).

Institusjonell kapasitet og rural konkurransekraft

Institusjonell kapasitet er noko som alt kan eksistere i eit samfunn, men han kan også byggast opp eller utviklast dynamisk over tid. I eit ruralt samfunn kan tilgang på institusjonell kapasitet vere ei mangelvare, men gjennom nettverk kan dei utviklast. Alle samfunn er påverka av eksterne endringskrefter, og når den institusjonelle kapasiteten er bygt opp og halden ved like, har samfunnet moglegheit til å bruke denne kapasiteten til å påverke eiga utvikling og skape konkurransekraft.

Metode

I det følgjande skal vi gjere greie for dei seks utvalde typedøma, datainnsamlinga og analysemetode.

Typedøma (dei seks nettverka)

Typedøma stammar frå tre ulike Forskningsråds-prosjekt frå ulike tidsperiodar: VRI2 (2011–14), VRI3 (2014–17) og Kapasitetsløftet (2018–24). I VRI2 var det ein omfattande prosedyre for å velje typedøme (Nesse et al., 2014). Frå eit første utval på 117 nettverk vart vi til slutt ståande igjen med fem (Ekström, 2014; Løseth, 2014; Nesse et al., 2014; Skarbø, 2014). Fire av desse er brukt i denne artikkelen: Energi, Frukt og grønt, IT og Reiseliv. Maritimt nettverk er henta frå VRI3 (Larsen & Nesse, 2017) og Teknoløft frå Kapasitetsløftet (Vestlandsforskning, 2023). Vi har dermed typedøme frå ulike bransjar som er svært så aktuelle når det gjeld rural utvikling og konkurransekraft. Nedanfor følgjer ei kort skildring av dei seks typedøma. Eit fellestrekk ved døma er at dei involverte aktørane har stått overfor eksterne endringskrefter med truslar og moglegheiter, og har danna nettverk for å møte utfordringane. Dei aktuelle trugsmåla som nettverka stod overfor då dei vart danna, er teke med i starten av skildringane nedanfor:

Energinettverk: Situasjonen for kraftbransjen i Sogn og Fjordane var at fylket stod framfor store utbyggingar: Ny 420kV linje Ørskog-Fardal, bygging av småkraftverk, utviding av eksisterande vasskraftanlegg, utbygging av vind-

kraft og energieffektivisering. Det opplevde eksterne trugsmålet var at mykje av oppdraga kunne gå til større selskap utanfor fylket, så noko måtte gjerast for å kunne ta del i denne verdiskapinga. Det første initiativet til *Energiregion Sogn og Fjordane* kom i 2010, og i 2011 løyvde Sogn og Fjordane fylkeskommune pengar til tiltaket. Nettverket er ikkje lenger aktivt, men medlemmane representerte alle tre område i ein klassisk trippel heliks-modell: bedrifter frå heile verdikjeda i produksjon og sal av fornybar energi, underleverandørar knytt til bygging av ny infrastruktur (som entreprenørselskap), FoU-miljø og det offentlege verkemiddelapparatet. Nettverket klarte ikkje å mobilisere ressursar på ein konstruktiv måte, trass i at potensialet var der. Dette kan delvis skuldast feil fokus, då ein søknadsprosess om å oppnå Arena-status tok mykje tid, utan å føre fram.

Frukt- og grønt-nettverk: Rundt tusenårsskiftet var det krisestemming blant bøndene i Lærdal. Det var eksterne trugsmål i form av klager på kvalitet og dermed dårleg økonomi (Skarbø, 2014). Spørsmålet var om ein skulle legge ned eller satse vidare. Lærdal Grønt SA vart etablert i 1999, og har vore del av «Arena frukt- og bær» 2010–13). Frukt- og bærproduksjon er ei næring med små marginar der innovasjonsprosessar tek tid, og det har vore vanskar med rekruttering, rammevilkår og prispress frå matvarekjeder, men trenden i matmarknaden, med mat som oppleving, identitet og kvalitet, gav eit vekstpotensial som dei lokale aktørane såg kunne utnyttast. Nettverket har hatt vekst opp gjennom 2000-talet og sel poteter, gulrøter, blomkål og ulike typar bær på vegner av meir enn 40 produsentar i Lærdal. I september 2020 vedtok Lærdal Grønt og Sognefrukt på Leikanger å gå saman i *Sogn Frukt og Grønt SA*, med ca. 140 medlemmar. I 2022 vart det etablert eit nytt og moderne fellespakkeri på Håbakken, der det også har kome opp ein profileringsbutikk og visingsenter.

IT-nettverk: *IT-Forum Vest* (tidlegare IT-forum Sogn og Fjordane) vart etablert i 1995 som eit breitt samarbeid og spleiselag som skulle sikre at Sogn og Fjordane var i fremste rekkje i å utnytte informasjons- og kommunikasjonsteknologi (IKT) i næringsliv, offentleg sektor, opplæring og utdanning (Ekström, 2014). Det eksterne trugsmålet var at Sogn og Fjordane kunne hamne langt bak i køen når breiband skulle byggast ut i landet, noko som ville vere ei stor ulempe både for bedrifter, utdanningsinstitusjonar og det offentlege elles. IT-nettverket har hatt stor suksess i arbeidet for utbygging av breiband i Sogn og Fjordane. I samband med samanslåinga av Sogn og

Fjordane og Hordaland til Vestland fylke frå 01.01.2020 vart det aktuelt med namneskifte, og nettverket heiter no IT-Forum Vest. Føremålet er no å bidra til berekraftig vekst i Vestland gjennom eit breitt samarbeid om IT i næringsliv, offentleg sektor, utdanning og forskning. IT-forum Vest tek initiativ til, samordnar og bidrar i felles utviklingsaktivitetar til nytte for heile regionen. Nettverket har 20 medlemmar. Vestland fylkeskommune har vedteke å inngå samarbeidsavtale med IT-Forum Vest for utviklingsarbeid knytt til innovasjon og næringsutvikling for åra 2021, 2022 og 2023. Avtalen er eit fagleg samarbeid og nettverk for å nå mål og strategiar i Vestland fylke.

Reiselivsnettverk: *Bedriftsnettverket i Jostedalen* vart starta opp i 2012, med støtte frå Innovasjon Norge (Løseth, 2014; Larsen et al., 2021). Situasjonen var prega av små og fragmenterte aktørar med lite kunnskapar om marknaden internasjonalt. Aktørane ønska å utnytte skuldresesongane betre, og opplevde også konkurranse frå masseturisme i nærområdet (cruise-turisme). Trugsmålet var altså at dei kunne tape i konkurransen på grunn av dei nemnde situasjonsfaktorane. Reiselivsaktørane i Jostedalen såg behovet for å samordne seg og i fellesskap få til ei endring. Av 10 aktuelle reiselivsbedrifter vart åtte med i nettverket. Målet var å kome bort frå den fragmenterte situasjonen der kvar enkelt utvikla eigne produkt og med lite felles utviklingsarbeid, til ein situasjon der dei i større grad mobiliserte ressursar i fellesskap. Bedriftene måtte ta tak i dette med ei tru på produkta sine innan aktivitetsturisme, som internasjonalt har vore i vekst. Samarbeidet som vart etablert vart ført vidare under namnet Jostedal SigNatur. Per 2023 er samarbeidet uformelt, og alle reiselivsverksemdar i bygda er med.

Maritimt nettverk: Den maritime næringa i Sogn og Fjordane var før 2012 mykje meir fragmentert enn den tilsvarande sterke maritime klynga på Sunnmøre. Det var opplagt eit trugsmål at bedriftene i Sogn og Fjordane kunne hamne i skuggen av sunnmørsbedriftene. Maritim Forening Sogn og Fjordane vart etablert i 2012, og endra namn til *Hub for Ocean* (HFO) i 2019 (Larsen & Nesse, 2017; Larsen et al., 2021). Føremålet var å styrke innovasjons- og konkurransevna, og dermed auke verdiskapinga i bedriftene. Nettverket har etablert to nye autonome delnettverk under same paraply:

- Ocean Hyway Cluster (OHC), som arbeider for å realisere hydrogenbaserte løysingar i maritim næring, kom gjennom nålauget som Arena klynge i 2019 og gjekk vidare til neste nivå Arena Pro i 2022

(Innovasjon Norge, 2023). Fusjon til eit formelt nettverk vart vedteke på eit årsmøte i 2020 gjeldande i frå 01.01.2021.

- Node GCE: GCE (Global Centre of Expertise) Ocean Technology etablerte sin første node utanfor Bergen i Florø i 2015, med fem medlemsbedrifter i Sogn og Fjordane. GCE er øvste nivå for klyngestatus i Noreg. Nettverket rapporterer at nodestatus fall bort i 2021, men at samarbeidet om arrangement er vidareført.

Hub for Ocean er eit nettverk for verksemder med havromsbasert aktivitet i Sogn og Fjordane. Nettverket hadde 66 medlemsverksemder i 2020. Medlemmene kom frå heile verdikjeda av havromsrelatert verksemd, og var spreidde rundt i Sogn og Fjordane, men med ein konsentrasjon på kysten i og rundt Kinn kommune. På dei faste samlingane til nettverket møter ei blanding av bedrifter, offentleg tilsette og akademia, samt også private kapitalaktørar som bankar og fond. Trippel heliks-faktoren er klårt til stades, kanskje også kvadruppel- og kvintippel-heliks med gründerar og finansaktørar innafør nettverket. Dei fekk tidleg etablert ei havromsrelatert høgskuleutdanning i Florø og vart tett integrert med større nasjonale nettverk som node til GCE Ocean Technology i Bergen alt i 2015.

Nettverket fasiliterer internasjonale prosjekt, studieturar, workshops fysisk og digitalt og ein årleg stor internasjonal konferanse. I dei seinare åra har berekraft og grøn omstilling vore ei prioritert satsing. Vestland fylkeskommune har inngått samarbeidsavtale med nettverket for utviklingsarbeid knytt til innovasjon og næringsutvikling for åra 2021–2023. Det maritime næringslivet på Vestlandet er verdsleiane på design og bygging av ulike type fartøy. Noregs største ferjereiarlag hadde lenge hovudkontor i Florø. Fjord Base med 700 arbeidsplassar er i 2023 rekna som ein av Noregs største oljeforsyningsbasar. Samstundes har regionen overskot av fornybar energi, og her finst aktørar som er spesialiserte innan prosessindustri. HFO og eit breitt utval næringsaktørar ville utnytte desse fortrinna og legge til rette for bruk av hydrogen til nullutslepp-framdrift av fartøy. Nettverket søkte i 2018 og fekk støtte frå Innovasjon Norge, Forskingsrådet og Siva til å opprette Arena-klynga Ocean Hyway Cluster, med base i Florø. Klynga femner om bedrifter som er kopla opp mot hydrogenbruk i dei havbaserte næringane. Dette delnettverket hadde 48 medlemmar i 2020, og er ei nasjonal klynge, eit kompetansesenter og møteplass for bedrifter innan hydrogen-verdikjeda i maritim sektor.

Teknologift: I næringslivet skjer det eit omfattande digitalt skifte som bedriftene må henge med på, for ikkje å tape i konkurransen. Dette kan vere eit ekstra stort trugsmål for bedrifter i distrikta. *Teknologift Sogn og Fjordane* er ein del av satsinga «Kapasitetsløftet» hos Forskningsrådet (Norges forskningsråd, 2016, 2021). Kapasitetsløftet skal bidra til auka verdiskaping og omstilling i distrikta, ved at fleire fagmiljø ved universitet, høgskular og forskingsinstitutt blir relevante samarbeidspartnarar for det regionale næringslivet. Målsettinga for Teknologift Sogn og Fjordane er å bidra til å lette den digitale omstillinga i bedriftene gjennom deling av kunnskapar, problemstillingar og kompetanse mellom FOU-miljø og næringsliv (Norges forskningsråd, 2023).

I 2017 utvikla ei gruppe på fire frå Vestlandsforskning (VF) og Høgskulen på Vestlandet (HVL) ei seksårig nettverksatsing der det vart rekruttert eit breitt sett av samarbeidspartnarar frå privat næringsliv, offentleg sektor og finanssektoren. Satsinga var ein av berre sju som fekk støtte i første tildelingsrunde (seinare er ytterlegare 8 satsingar tekne opp i programmet). Teknologift Sogn og Fjordane har sidan oppstart i 2018 lukkast med å utvikle, styrke og næringsretta forskingsmiljøa ved HVL og VF med auka kapasitet og kompetanse innan digitalisering og automatisering, med vekt på robotikk og stordata, og har gjennom det gjort FoU-miljøa meir relevante for næringslivet i Sogn og Fjordane (Vestlandsforskning, 2023). Midtvegsevaluering (Hjertvikrem et al., 2020) og statusrapportar (Kyrkjebø, 2022) undervegs syner òg at nettverks-samarbeidet har lukkast med å nå Teknologift-måla.

Datainnsamling

Data for fem av dei seks nettverka er samla inn gjennom djupintervju med sentrale aktørar i nettverka. Det var intervju både med leiinga av nettverka og mange av deltakarane i nettverka, deriblant mest bedrifter, men også representantar for det offentlege støtteapparatet (Fylkeskommunen og Innovasjon Norge). Vi brukte eigne intervjuguidar for høvesvis nettverksleiing, nettverksmedlemmar og støtteapparatet. Dei vi intervjuar var velvillige nok til å gi oss tilgang til relevante sekundærdata. Dessutan tipsa dei oss om kven andre i nettverket som kunne vere interessante å intervju. Vi hadde semi-strukturerte intervju på ca. ein time med dei utvalde respondentane og dei som etter kvart kom i tillegg. Data om desse fem nettverka stammar frå to ulike forskningsrådsprosjekt, VRI2 (Nesse et al., 2014) og VRI3 (Larsen &

Nesse, 2017), der same intervjuguide er nytta. I tillegg har det vore fullstendige oppdateringsintervju (minst 1 time) med representantar for tre av nettverka. Det dreier seg i alt om 70 intervju, fordelt slik på dei fem nettverka:

- Energi: 18 intervju i 2012–13 (nettverket er nedlagt)
- Frukt og grønt: 20 intervju, 19 i 2012–13, eitt fullt oppfølgingsintervju i 2020
- IT: 11 intervju, 10 i 2012–13, eitt fullt oppfølgingsintervju i 2020
- Reiseliv: 7 intervju, 7 i 2012–13, oppdatert informasjon via e-post frå Luster kommune i 2020 og 2023
- Maritimt: 14 intervju, 13 i 2015, eitt fullt oppfølgingsintervju i 2020

Alle intervju vart fullstendig transkriberte som grunnlag for analyse.

Det sjette nettverket, Teknoløft, er også eit Forskningsrådprosjekt. Data der er henta inn frå statusrapportar (Kyrkjebø, 2022) og nettsidene til Forskningsrådet (Norges Forskningsråd, 2016, 2021) og partnerskapen (Kyrkjebø, 2023a), og eit møte i styringsgruppa (Kyrkjebø, 2023b). Ei god kjelde er midtvegsevalueringa utført av NORCE (Hjertvikrem et al., 2020).

Analysemetode

Dei innsamla data frå dei fem nettverka frå VRI2 og VRI3 er tidlegare analysert ut frå ulike problemstillingar (Larsen & Nesse, 2017; Larsen et al., 2021; Nesse, 2017; Nesse et al., 2014). I denne artikkelen har vi gått gjennom desse dataa på nytt og omstrukturert materialet for å kunne svare på forskingsspørsmåla i denne artikkelen. Dette er gjort etter mønster av tabell 7.1, merk at dette er ein prinsipp-tabell utan innhald. Materialet vi har om Teknoløft er analysert på same måte.

I tabell 7.1 er dei seks nettverka oppført til venstre, og dei tre forskings-spørsmåla er sett opp øvst i kolonnane 2–4. Merk at sjølv om motnettverk kan tolkast som ein komponent i den institusjonelle kapasiteten, vel vi å handsame motnettverk som eit sjølvstendig punkt. Med utgangspunkt i tabell 7.1 vart materialet analysert slik: For kvart av dei seks nettverka plukka vi ut relevante tekstblokker frå datamaterialet for å kunne plassere data i kolonnane 2–4 i tabell 7.1. Dette resulterte i ein tabell som vart så stor at vi ikkje kan ta han med her. Denne store tabellen dannar grunnlaget for resultatpresentasjonen og drøftinga som kjem i det følgjande.

Tabell 7.1

Analysemodell

Nettverk	Grad av institusjonell kapasitet	Viktigaste funn	
		Grad av motnettverk	Utvikling av rural konkurransekraft
Energi			
Frukt og grønt			
IT	Kunnskap, relasjonar, finansiering og mobilisering	Situasjonsforståing, identitetsbygging, trippel heliks, legitimitet, innovasjon	Handtering av endringskrefter, grad av måloppnåing, suksess
Reiseliv			
Maritimt			
Teknologift			

Resultat og drøfting

Forskingsspørsmålet vi presenterte i innleiinga er: Korleis kan rurale nettverk handtere eksterne endringskrefter på ein konstruktiv måte gjennom å utvikle og utnytte den institusjonelle kapasiteten? Vi presiserte vidare at vi ville studere dette gjennom tre underpunkt. I det følgjande presenterer vi resultat og drøftar dei tre delpunkta i problemstillinga.

I kva grad har nettverka bygd opp institusjonell kapasitet?

Vi ser her på korleis dei ulike nettverka har klart å bygge opp institusjonell kapasitet i form av kompetanse, relasjonar, finansiering og mobilisering (Healey et al., 1999).

Energi

Kompetanse: Nettverket omfatta både små og store bedrifter med breitt kompetansegrunnlag, ein viktig ressurs nettverket underutnytta. Informasjon

om høve til felles verdiskaping vart spreidd på møta, men motivasjonen var variabel. Når det gjeld kompetanse i nettverket, var nokre bedrifter brukte som flaggskip, og dei engasjerte seg. Ei utfordring er det faktum at det er mange småbedrifter i Sogn og Fjordane, og dermed lite ressursar (tid og pengar) til utviklingstiltak.

Relasjonar: Nettverket hadde stor velvilje i Fylkeskommunen og Innovasjon Norge grunna det store verdiskapingspotensialet. Mange av personane frå det offentlege støtteapparatet og academia kjende kvarandre frå før, og fleire av dei største og mest aktive bedriftsaktørane var velkjende med støtteapparatet. Mellom bedriftsaktørane hadde det vore lite kontakt, då dei såg meir på kvarandre som konkurrentar, og det var lite tradisjon for samarbeid mellom bedriftene. Utanom eit par forskingsprosjekt hadde det vore lite kontakt mellom academia og bedriftsaktørane i nettverket. Eit viktig kontaktpunkt var dei godt besøkte medlemsmøta, men desse var verken hyppige eller konkrete nok til at det skapte den nødvendige dynamikken mellom aktørane.

Finansiering: Energienettverket skaffa lite finansielle prosjektressursar, men nettverket i seg sjølv hadde stor velvilje. Eit forprosjekt fekk offentleg finansiering, og det var hovudsakleg offentleg finansiering av prosjektleiinga. Offentlege aktørar såg potensialet til nettverket.

Kanskje førte det offentlege engasjementet til at det sterke fokuset på Arena-søknaden kom i vegen for reelle behov hjå aktørane i nettverket. Det er eit paradoks at resultatet av satsinga kunne vorte annleis om ein ikkje hadde hatt eit så stort offentleg engasjement.

Mobilisering: Motivasjonen for å delta i nettverket var ønske om å delta i store oppdrag og kontraktar, for å behalde verdiskapinga i fylket. Leverandørar til næringa var interesserte, produsentar i næringa var ikkje det. Som ein informant sa: «Dei er ikkje tente med at leverandørane organiserer seg, dei vil ha mest mogleg konkurranse og billegast mogleg utvikling.» Nettverket ønskte å gi eit bidrag til å utvikle samfunnet, men lukkast ikkje å etablere og forankre samarbeidet godt nok. Arbeidet med ein søknad om å oppnå Arena-status tok mykje av merksemda, og styrte kven som var mest aktive. Nokre store aktørar, som Sognekraft, var ikkje med. Mange småbedrifter var rett nok med, men ikkje alle desse var like engasjerte, for dagleg drift av bedriftene tok mykje av tida, og det var lite tid igjen til utviklingsarbeid. Paradoksalt nok var dei gode tidene den gongen ei utfordring, for bedriftene hadde nok å gjere, men

liten kapasitet til å tenkje strategisk. Her var det potensial for mobilisering og samarbeid som ikkje var utnytta.

Frukt- og grønt

Kompetanse: Mange av dei som har nøkkelroller i nettverket, både innanfor bedrifter, rådgjeving, FoU, og offentleg sektor, har solid landbruksfagleg utdanning. I tillegg er der personar i nettverket som har andre utdannings- og erfaringsbakgrunnar, mellom anna innan teknikk, informasjonsteknologi, og økonomi. Ein har nådd langt i å gjere ulike kompetansebakgrunnar til ein styrke, slik at ulike personar tek seg av ulike, utfyllande oppgåver, og får bruke evnene sine til det beste for fellesskapen. Det er godt samarbeid mellom aktørane når det gjeld kunnskapsutvikling og -spreiing. Det er ikkje berre eit hierarkisk system med vertikal kommunikasjon; sjølv om FoU- og rådgjevingsinstitusjonar spelar viktige roller, så er også bedriftene og produsentane aktive i både det å hente inn ny kunnskap utanfrå, og å dele han vidare. Kunnskap vert henta inn gjennom studieturar innan- og utanlands. Særleg FoU-institusjonane hentar også inn kunnskap frå vitenskaplege publikasjonar. Dei fleste aktørane er også medlemmer av andre nettverk på eit nasjonalt eller internasjonalt plan, og hentar inn kunnskapar derifrå, gjennom for eksempel deltaking på møte og konferansar. Det er vidare henta inn konsulentar for å gi kursing og oppdateringar på produksjonsteknikkar som plantemønster og skjering. Kunnskapar blir dessutan spreidde gjennom lunsjseminar, workshopar, kurs, ei eiga web-side og e-post.

Relasjonar: Aktørane i nettverket er knytte til kvarandre på fleire vis, både formelt og uformelt, og både lokalt og regionalt. På det lokale nivået er der formelle relasjonar mellom produsentar og mottak. Vidare er både produsentane og fruktmottaka knytte til kvarandre gjennom medlemskap i og samarbeid under organisasjonar som Norsk landbruksrådgiving og Gartnerhallen. I tillegg til desse meir formelle relasjonane, så er der også uformelle relasjonar mellom dei aktuelle aktørane. Bygdene der frukt og bærproduksjonen og foredlinga går føre seg er ikkje større enn at mange kjenner kvarandre også utanom desse næringsaktivitetane. Dei mange formelle og uformelle relasjonane mellom ei brei gruppe aktørar, både på langs og på tvers i verdikjeda, FoU og støttande roller i offentleg sektor, gjer at nettverket

framstår som robust – det har blitt bygd opp over tid, og det er såleis ikkje noko «korthus». Innovasjon Noreg har alltid vore positive, også Statsforvaltaren.

Finansiering: Der har vore ein vekselverknad ved at nettverket har stilt opp, så har det vore lett for å skaffe prosjekt, og fordi nettverket har fått prosjekt, så har ein hatt pengar til å reise på studietur osv. Nettverket har mobilisert over 90 millionar til ei satsing kalla Lærdal Grønt 2.0. Når det gjeld mobilisering av finansielle ressursar, så har nettverksarbeidet vorte støtta av midlar gjennom Statsforvaltaren, fylkeskommunen, Kommunal- og regionaldepartementet, og Innovasjon Norge. Fleire forskings- og utviklingsprosjekt har også fått støtte gjennom Norges Forskningsråd. Vidare har lokale og regionale bankar stilt opp med lånekapital.

Mobilisering: Frukt og grønt er eit 20 år gammalt nettverk som framleis er aktivt, og som satsar kontinuerleg på omstilling. I 2020 vart det gjennomført fusjon mellom Lærdal Grønt og Sognefrukt. Neste steg er Lærdal Grønt 2.0 på Håbakken. Nettverket har klart å mobilisere ein kombinasjon av lokale og eksterne ressursar når det gjeld kompetanse og finansiering. Nettverks- og innovasjonsarbeidet har vorte drive av eit breitt lag av menneske med høg kompetanse. Dei fleste viser også eit solid engasjement for det å utvikle næringa, og dette engasjementet og entusiasmen har vore ein viktig ressurs.

IT

Kompetanse: Små miljø oppnår meir ved å samarbeide. Kunnskapsdeling er viktig. Hovuddelen av kunnskapsdelinga skjer i arbeidsgruppene, både gjennom det formelle samarbeidet og i uformell samhandling. Arbeidsgruppene kan arrangere kurs, eller invitere eksterne foredragshaldarar til sine møte. Det finst nokre nøkkelaktørar som sitter på avgjerande viktig kompetanse for nettverket. Dette er ofte dei som har vore med lengst og som var med å etablere nettverket i sin tid.

Relasjonar: Nettverket har tette relasjonar, både formelt og uformelt. Formelle relasjonar mellom aktørane i nettverket finst i representantskapet, styringsgruppa og i sekretariatet, og i definerte prosjekt knytte til arbeidsgrupper. Den årlege konferansen er viktig for fagleg uformell kontakt. Vanlegvis blir nasjonale eller internasjonale foredragshaldarar invitert til å presentere aktuelle tema som kan bli nye satsingsområde framover. Nettverket er eit av få døme på regionale nettverk i Stortingsmelding 5, 2019–20 (Meld. St. 5, 2019–2020).

Det: Bygger samarbeids-infrastruktur mellom etablerte organisasjonar. Er aktive i strategiske satsingar. Har nærleik til avgjerdstakrarar, høringsinstans og lobbyverksemd (breiband, helse). Arrangerer studieturar og konferansar. Driv prosjektsamarbeid for å utvikle felles gode, som breibandutbygging. Har bana vegen for statlege arbeidsplassar i fylket (t.d. Digdir).

Finansiering: Fleire av medlemmane har bygd seg opp god kjennskap til strukturar og system, og ein har gjennom dette klart å mobilisere finansielle ressursar både innan nettverket og i form av prosjektmiddel på regionalt, nasjonalt og europeisk nivå. Finansiering frå fylkeskommunen, medlemsfinansiering og prosjektfinsiering.

Mobilisering: 25 år gammalt nettverk som framleis er aktivt og får støtte frå fylkeskommunen. Er ein arena for innovasjon der nye idear vert vidareutvikla for fylket og medlemmane sitt beste. Stor grad av involvering av ulike medlemmar, men tid og ressursar er knappe faktorar hjå dei små verksemdene. Ressursar blir mobilisert gjennom både internt og eksternt samarbeid, kunnskapsutvikling og kompetanseoversikt. Nettverket har vist evne til å mobilisere ved fleire tilfelle, t.d. gjennom breibandsatsinga i fylket, gjennom Breibandforum. Økonomiske midlar vart kanalisert til fylket for å bygge ut breiband. Arbeidet blei administrert og kontrollert innanfor nettverket. Mange av veteranane er godt vaksne menn. For berekraft over tid er det viktig med rekruttering av yngre personar, også kvinner. Ein del yngre folk har etter kvart kome til, nettverket er dei siste åra leia av ei kvinne, tre av sju i styret og ein av tre i administrasjonen i 2022 var kvinner.

Maritimt

Kompetanse: Medlemmane får kunnskap og informasjon gjennom nettverket, og hjelp frå andre aktørar til å løyse problem for kundane sine. Spesialkompetanse innan maritime fag.

Relasjonar: Motiverte og engasjerte leiararar skapar høg intern legitimitet. Suksess som døropnar, profilerte prosjekt/konferansar, er ein indikator på eksternt legitimitet. Del av nasjonalt øvste nivå av nettverksprogram, GCE: verdslieande klynger med potensial til vekst i internasjonale marknader. Lokalt nærvær i regionen. Godt forhold til fylkeskommunen

Finansiering: Nettverket er om lag tredelt medlems-, offentleg- og prosjektfinsiert. Stor aktivitet nasjonalt og internasjonalt. Offentleg støtte auka

etter oppnådd Arenastatus. «Det som går på finans og risikokapital og investorer, er kanskje det vi har jobba minst med, som vi no har byrja å intensivere.» Tett på store finansmiljø.

Mobilisering: Har makta å etablere seg som eit viktig nettverk for maritim bedrifter, særleg langs kysten i Sogn og Fjordane. Har evna å handtere korona med høg aktivitet via webinar og digital teknologi, samt mobilisert til nye prosjekt. Fleire av medlemmane har bygd seg opp god kjennskap til struktur og system, og ein har gjennom dette klart å mobilisere finansielle ressursar både innan nettverket og i form av prosjektmiddel på regionalt, nasjonalt og europeisk nivå. Finansiering kjem frå fylkeskommunen, medlemmer og prosjekt.

Reiseliv

Kompetanse: Nyttan av å samarbeide og lære frå kvarande for å oppnå meir og få ny marknadskunnskap. Tilrettelagde nettverkssamlingar. Hatt problem med å innhente spesifikk marknadsinformasjon som grunnlag for produktutvikling, og med ei formalisering av samarbeidet utover prosjektperioden. Aktørane har tette band med mykje uformell kunnskapsdeling. Utfordringa har vore å få inn viktig informasjon utanfrå om marknaden. Innovasjon Norge har vore til god hjelp der.

Relasjonar: Rådgivingsstøtta frå Innovasjon Norge var svært viktig for nettverket. God kontakt med kommunen. Nettverket har høg legitimitet i reiselivsnæringa regionalt. Kopla til av NCE Fjord-tourism. Det er små bedrifter der enkeltpersonar må lære å samarbeide. Nokre få heldt seg utanfor.

Finansiering: Svært små enkeltbedrifter. Lite pengar å sette inn. Ei halv prosjektleiarstilling vart finansiert, og gjer at det er framdrift i arbeidet og lettast belastninga for kvar enkelt bedrift.

Mobilisering: Det er mangel på pengar og tid, og varierende motivasjon hos enkelte kan frustrere dei andre, men aktørane kjenner kvarandre godt og får mykje til. Nettverket er uformelt og lite synleg, men nærings sjefen i kommunen bekreftar (2020) eksistens. Lukkast nettverket, vil også reiselivet i resten av regionen, spesielt Luster, få fleire turistar i utvida sesong. Tett nettverk med lang samarbeidshistorie, men ulik motivasjon blant bedriftene utfordrar samarbeidet.

Teknoløft

Kompetanse: Nettverket har i perioden 2018–2023 lukkast godt med å bygge akademisk kompetanse innan dei definerte bransjane robotikk/automasjon og stordata/digitalisering. Utfordringa var mellom anna at teknologiutdanningane i Sogn og Fjordane ikkje vart sett på som attraktive og det var behov for ein innsats. Nye fagressursar er rekruttert i HVL og på VF, fagtilsette har fått opprykk, stipendiatar er utdanna, studentoppgåver gjennomført, nye kurs og nye studium heilt opp på masternivå er etablert og på veg til å bli etablert. Dette for å auke tilgangen på relevant og kompetent arbeidskraft for næringslivet i fylket.

Relasjonar: Nettverket har utvikla relasjonar til næringsliv og mellomromsaktørar. Det er etablert partnerskap-bedrifter og med aktørar som Kunnskapsparken Vestland, samt Vestland fylkeskommune. Nettverksleiinga har dialog med bedrifter direkte, på frukostmøte, på prosjektsamlingar og driv aktiv forskingsprosjektutvikling for bedriftene.

Finansiering: Nettverket har henta midlar frå private og offentlege aktørar. Først til eigeninnsatsen til satsinga frå Sparebankstiftinga SSF, fylkeskommunen, og frå deltakarbedrifter. I 2023 7,5 millionar frå Sparebankstiftinga SSF til vidare robotsatsing i Førde.

Mobilisering: Teknoløft evna å etablere nettverket ved å mobilisere aktørar (relasjonar) med kunnskap. Nettverket har lukkast med å mobilisere til meir forskning som del av innovasjon i bedriftene i regionen. Nettverket kan dokumentere stor auke, meir enn ei dobling, av forskingsprosjekt som del av innovasjonar i bransjane nettverket jobbar med grunna aktiv kunnskapsbasert prosjekt-mobilisering og utvikling.

I kva grad har nettverka karakter av å vere motnettverk?

Det vi fokuserer på her, er i kor stor grad nettverka har i seg element som karakteriserer motnettverk: situasjonsforståing (oppfatning av eksterne endringskrefter), identitetsbygging, trippel heliks, legitimitet og innovasjonar (Larsen et al., 2017; Mosse & Sahay, 2001). Merk at nettverka er danna ut frå eit eksternt trugsmål eller ei moglegheit som bydde seg. Dei kan derfor ha element av motnettverk i seg frå starten, men enkelte kjenneteikn, som identitet eller legitimitet, utviklar seg over tid, så det er vanskeleg å seie at eitt bestemt tidspunkt markerer ein overgang frå nettverk til motnettverk.

Energi

Situasjonsforståing: Aktørane i nettverket oppdaga at dei trengde å gjere noko for å ta del i den verdiskapinga som ville kome med store utbyggingar innan småkraft, utviding av eksisterande vasskraftanlegg, utbygging av vindkraft og energieffektivisering. Utan betre samarbeid frykta dei at bedrifter utanfor fylket ville ta kontraktane. Medlemmane hadde eit ønske om å bevege seg til ein situasjon der dei kunne klare å skape lokal utvikling i samspel med eksterne endringar. Dei målbar samla behovet for mobilisering av ressursar for å henge med, for å unngå å bli forbikeyrde av nasjonale eller internasjonale aktørar knytt til store utbyggingsoppdrag som ville kome. Ein vi intervjuva sa det slik: «Me har eit stort potensiale i fylket her og me meiner at alt for liten del av kaka blir fordelt lokalt.»

Andre punkt: Denne situasjonsforståinga var veldig god, men nettverket skåra lågt på identitetsbygging, legitimitet og innovasjon. Deltakinga i nettverket tyda på ein viss trippel heliks-status, men viktige aktørar mangla. Nettverket døydde derfor ut.

Frukt og grønt

Situasjonsforståing: Nettverket har gjennom satsingar frå år 2000 evna å mobilisere internt for å møte eksterne truslar (m.a. klager på kvalitet, dårleg økonomi, nedlegging av ein lokal forskingsstasjon) og modellert dette til nytenking og innovasjon innanfor produksjon og organisasjon. Nettverket leverer høg kvalitet slik at det no er god økonomi i næringa. Omsetninga av dei seks største frukt- og bærartane på fruktmottaka i fylket gjekk opp frå under 20 millionar i 2002 til om lag 97 millionar i 2012. I 2009 vart Sogn og Fjordane det største frukt- og bærfylket i landet målt i omsetning, ein posisjon som nettverket sidan har halde på.

Andre punkt: Nettverket har altså klart å handtere trugsmåla på ein framifrå måte. Det skårar også høgt på identitetsbygging, legitimitet, innovasjon og deltaking (trippel heliks).

IT

Situasjonsforståing: Nettverket vart etablert for å sikre at Sogn og Fjordane var i fremste rekkje i å utnytte IKT i næringsliv, offentleg sektor, opplæring

og utdanning. Det har evna å ta opp eksterne truslar (m.a. dårleg tilgang til breiband) og modellert dette til å sikre fylket tilgang på like vilkår som resten av landet, og til nesten same tid.

Andre punkt: Utan dette nettverket kunne næringslivet og utdanningane i fylket hamna i bakleksa. Nettverket skårar høgt på identitetsbygging, legitimitet, innovasjon og deltaking (trippel heliks). Dette har gjort det svært vellukka som motnettverk.

Reiseliv

Situasjonsforståing: Reiselivsaktørane i Jostedalen såg behovet for å samordne seg og i fellesskap få til ei endring. Målet var å kome bort frå ein fragmentert situasjon der kvar enkelt utvikla eigne produkt og med lite felles utviklingsarbeid, til ein situasjon der dei i større grad mobiliserte ressursar i fellesskap. Trugsmåla dei såg var låg lønsemd og vanskeleg infrastruktur og manglande kunnskap om utanlandske marknader. Bedriftene måtte ta tak i dette med ei tru på produkta sine innan aktivitetsturisme, som internasjonalt har vore i vekst.

Andre punkt: Nettverket skårar høgt på identitetsbygging, legitimitet og innovasjon, og lågt på deltaking (nokre bedrifter stod utanfor, akademia lite involvert). Det makta i middels til liten grad å adressere trugsmåla i undersøkingsperioden.

Maritimt

Situasjonsforståing: Kanskje aktørane i utgangspunktet var meir opptekne av moglegheiter enn trugsmål. Dei var opptekne av å få opp eit nettverk etter modell av den vellukka maritime klynga på Sunnmøre. Gode bedrifter kunne bli endå betre gjennom samarbeid. Av konkrete målområde kan nemnast: behov for havromsrelatert høgskulestudium i Florø for å sikre rekrutteringa til næringa, ulike prosjektsatsingar, internasjonalisering, oppnå Arena-status og satsing på hydrogen.

Andre punkt: Nettverket skårar høgt på identitetsbygging, legitimitet, innovasjon og deltaking (trippel heliks). Eit døme på ei satsing som styrkar alle desse områda, er Havrom2050, som er retta direkte til medlemsbedrifter i nettverket, deira underleverandørar og samarbeidspartnarar. Programmet

skal støtte den maritime industrien i overgangen til ei berekraftig framtid. Målet er både å auke berekraftfokus i næringa og å synleggjere medlemsmassen sitt arbeid med berekraft (Hub for Ocean, 2023a). Eit anna døme er Symbiose Fjordane, som starta opp i 2021. Symbiose Fjordane har som mål å etablere fullstendige verdikjeder for handtering av restråstoff. Dette er viktig med tanke på overgangen frå lineær til sirkulær økonomi (Hub for Ocean, 2023b).

Teknoløft

Situasjonsforståing: Den internasjonale og nasjonale utviklinga når det gjeld digitalisering, automatisering og robotisering kan vere krevjande for mange bedrifter i rurale strøk. Teknologiutdanningane i Sogn og Fjordane var ikkje sterke nok. Dette er det viktigaste trugsmålet som ligg bak etableringa av Teknoløft. Dessutan har det vore dårleg kontakt mellom akademia og næringsliv i Sogn og Fjordane, så initiativtakarane såg her høvet til å slå to fluger i ein smekk. Initiativtakarane tok utfordringa og gjekk mot trenden og fekk argumentert fram Teknoløftet som ei ny teknologisatsing, der ein i tillegg var på lag med næringslivet og kva behov dei hadde.

Andre punkt: Dette nettverket har støtta it-utdanning og mobilisert til etablering av ny utdanning på masternivå innan automasjon hausten 2023 til nytte for næringslivet. Dette har motverka at utdanningane i fylket hamna i bakleksa. Nettverket kan og vise til meir enn ei dobling av forskingsprosjekt som del av innovasjonsprosessane til næringslivet i regionen undervegs. Midtvegsrapporten dreg fram robot-miljøet i satsinga lokalisert i Campus Førde Verft som eit godt døme på ein fysisk skapt samhandlingsarena mellom næringsliv og akademia, og at det er ivrige næringspartnarar som ønskjer synlege resultat ut fort. Nettverket skårar høgt på identitetsbygging, legitimitet, innovasjon og deltaking (trippel heliks). Dette har gjort det vellukka som motnettverk.

Korleis heng grader av institusjonell kapasitet/ motnettverk saman med utvikling av rural konkurransekraft?

Som tidlegare nemnt, seier den institusjonelle kapasiteten noko om korleis ytre endringskrefter vert møtt (Healey et al., 1999). Alle dei seks nettverka vi har brukt som typedøme har i hovudsak oppstått som eit resultat av eksterne

utfordringar og endringskrefter. Dei representerer dessutan næringar som er svært aktuelle i rurale strøk. Korleis har nettverka handtert utfordringane frå endringskreftene? Har dei nådd sentrale mål?

Aktørane i Energinettverket oppdaga at dei var i ein fragmentert situasjon, og at dei måtte gjere noko. Dei hadde eit ønske om å posisjonere seg for å kunne skape lokal utvikling i samspel med eksterne utfordringar og moglegheiter. Sjølv om dei hadde eit potensial, klarte dei aldri å mobilisere ressursar på ein konstruktiv måte. Det var mangel på intern legitimitet i nettverket, mellom anna var ikkje alle einige om å satse så hardt på Arena-søknaden. Arena-status var sterkt ønskt av nettverksleiinga, men ikkje like sterkt av medlemmane. Det var usemje om ressursbruken på dette. Den einsidige og mislukka satsinga på ein søknad til Arena-programmet vart nok til hinder for utviklinga av nettverket, då få andre aktivitetar kom i stand. Søknadsprosessen genererte mykje arbeid til liten nytte, og tok fokus vekk frå andre og mindre prosjekt som kunne vore mogleg og fått til. Den offentlege støtta nettverket fekk kan dessverre ha medverka til denne feilaktige prioriteringa. Nettverket er for lengst lagt ned.

Frukt- og grønt-nettverket klarte å mobilisere internt for å møte eksterne truslar (m.a. klager på kvalitet, dårleg økonomi, nedlegging av Bioforsk sin forskingsstasjon). Responen vart ein suksess, mellom anna med mykje nytenking og innovasjon innanfor produksjon og organisasjon. Dei leverer produkt av høg kvalitet slik at det no er økonomi i næringa og hos dei andre aktørane i nettverket som er avhengige av den regionale frukt-, bær – og grønt-produksjonen gjennom tenestetilbod og leverandørforhold. I 2020 vart det gjennomført ein vellukka fusjon mellom Lærdal Grønt SA og Sognefrukt SA til Sogn Frukt og Grønt SA. Eit nytt og moderne frukt- og grøntpakkeri vart i 2022 opna på Håbakken i Lærdal. Dette vil mellom anna bidra til betre logistikk i heile distribusjonssystemet.

IT-nettverket har også evna å ta opp eksterne truslar (m.a. dårleg tilgang til breiband) og å skape lokal utvikling i samspel med eksterne endringar. Nettverket vart ein suksess og over tid har det medverka både til å nå felles målsettingar og å oppfylle dei individuelle medlemmene sine resultatmål. Mellom anna har vellukka fellesprosjekt danna grunnlag for mange offentlege (IT-)arbeidsplassar i Sogn og Fjordane. Nettverket har også gjennom å skaffe statlege midlar og organisere eit spleiselag sikra regionen tilgang til breiband på like vilkår som resten av landet, og til nesten same tid. Ein har altså evna

å organisere seg på ein ny måte, for å sjå og utnytte nye moglegheiter som følgje av den sterke eksterne endringskrafta informasjonsteknologi. Med nye Vestland kommune er nettverket utvida til å dekke også gamle Hordaland fylke.

Aktørane i Reiselivsnettverket makta å samordne seg og i fellesskap flytte seg frå ein fragmentert situasjon der kvar enkelt utvikla eigne produkt og med lite felles utviklingsarbeid, mot ein situasjon der dei i større grad mobiliserer ressursar i fellesskap, t.d. ved å lage produktpakkar på tvers av bedriftene. Dei har også fått fleire «svake» band utover, og gjennom dette byggjer dei nye produkt basert på ny kunnskap. På det viset evnar dei å skape lokal utvikling i samspel med eksterne utfordringar slik at dei kan dra nytte av eksterne endringar i eiga utvikling. I 2023 er Reiselivsnettverket berre eit uformelt nettverk, men alle reiselivsbedriftene er med. Satsinga på aktivitetsturisme er ein interessant kontrast til masseturismen andre stader i Sogn.

Maritimt nettverk har i tidleg fase mobilisert til eit nytt studium som var relevant for rekruttering til bransjen, men først og fremst har nettverket medverka til verdikjedesatsingar til nytte for medlemmane innan hydrogen-teknologi og sirkulærøkonomi og framstått som ein arena der mindre aktørar kan bli meir synlege og få betre kontakt med store aktørar og nasjonale/internasjonale miljø enn dei elles ville fått til sjølve. Maritimt nettverk har lukkast i å bli ei nasjonal satsing som Arena Pro-nettverk på hydrogen, og oppnådd status som samarbeidspartnar for å realisere Vestland fylke sin næringsstrategi. Nettverket har også markante initiativ for grøn omstilling i bransjen gjennom Havrom 2050 og Symbiose Fjordane (Hub for Ocean, 2023a, 2023b).

Teknoløft har gjort akademisk kompetanse i regionen tilgjengeleg for næringslivet på fagområde der det er hard kamp om kunnskap og rekruttering. Nettverket har lukkast i å bygge opp nisjemiljø med relevant teknologisk fagkompetanse og kapasitet. Satsinga har òg medverka til å etablere og revitalisere viktige teknologistudium, og til å auke forskingsbasert innovasjon i regionen på nisjeområda sine. Nye studium gjer det òg lettare å rekruttere arbeidskraft med relevant kompetanse, kanskje særleg for bedrifter som tilbyr studentoppgåver og såleis kjem i tidleg kontakt med studentane på dei nye og forsterka studia. Teknoløft har ført til meir næringsretta forskning i Sogn og Fjordane, noko som har hatt direkte innverknad på samarbeidet og konkurransekrafta i dei tilknytte næringane i regionen, til dømes ved å utløyse meir innovasjon i konkrete samarbeidsprosjekt (Kyrkjebø, 2023a, 2023b). Nettverket har også

utløyst nye trippel heliks- og internasjonaliseringssamarbeid. Teknologift har også bidrege indirekte ved at personar som har gjennomført dei nye utdanningane, tilfører næringsliv og offentleg sektor ettertrakta kompetanse, noko som kan styrke konkurransekrafta på sikt.

Energinettverket var ein god idé, men viktige aktørar innan energibransjen var ikkje med, og satsinga på Arena-søknaden var truleg feil, så nettverket vart nedlagt utan å ha nådd viktige mål. Reiselivsnettverket hadde ei fin utvikling, og klarte å samle 8 av 10 bedrifter i eit bedriftsnettverk i regi av Innovasjon Norge. Per 2023 er det berre eit uformelt lokalt nettverk, men alle aktuelle bedrifter er med. Vi held dette for å vere middels vellukka. Frukt og grønt, IT, Maritimt og Teknologift er døme på «beste praksis», men dei må heile tida vere på hogget med nye satsingar for å løfte nettverket og dei relevante omgjevnadane til nettverket. Av dei seks nettverka var altså fire vellukka, eitt middels vellukka og eitt mislukka (sjå tabell 7.2).

Tabell 7.2 viser at det er ein samanheng mellom grad av institusjonell kapasitet (inklusive motnettverk) og grad av suksess i handteringa av dei eksterne endringskreftene. Dei nettverka som skårar høgast på institusjonell kapasitet er også dei med best resultat, og Energinettverket, som ikkje nådde sine mål og vart avvikla, hadde låg utteljing på institusjonell kapasitet. Vi må understreke at dei ulike nettverka stiller ulikt når det gjeld ressursar i utgangspunktet. Det klart at det er skilnad mellom Maritimt og t.d. Reiselivsnettverket i så måte. Reiselivsnettverket består av små bedrifter med lite ressursar til å finansiere samarbeidet og til å gjere marknadsundersøkingar. Likevel har Reiselivsnettverket hatt ein brukbar suksess når det gjeld å bygge opp eit levedyktig og berekraftig alternativ til masseturisme. Dette er ei bragd, sjølv om nettverket ikkje verkar så imponerende ut frå tabell 7.2, og manglande institusjonell kapasitet er eit problem for store så vel som små bedrifter; Energinettverket er eit døme på det. Hovudkonklusjonen står derfor fast: Det å bygge institusjonell kapasitet er sentralt for å oppnå rural konkurransekraft. Målet for eit nettverk (eller lokalsamfunn) må derfor vere å halde eit høgt nivå på den institusjonelle kapasiteten, og å evne å observere og å reflektere over eksterne endringskrefter. Slik kan ein ta opp det relevante og gi avkall på det irrelevante. Tilgang på kompetanse står her sentralt.

Tabell 7.2

Oppsummering av viktigaste resultat

Nettverk	Viktigaste funn		
	Grad av institusjonell kapasitet	Grad av motnettverk	Utvikling av rural konkurransekraft
Energi	MIDDELS: God kompetanse, gode relasjonar til det offentlege, svake relasjonar mellom bedriftene, middels finansiering, svak mobilisering	LÅG: God situasjons-forståing; skåra lågt på identitetsbygging, legitimitet og innovasjon. Viktige aktørar mangla,	LÅG: Nettverket fekk ikkje Arena-status. Satsinga på å oppnå slik status kan ha vore ei feilprioritering. Nettverket døydde ut.
Frukt og grønt	HØG: God kompetanse, gode relasjonar internt og eksternt, god finansiering, god mobilisering	HØG: God situasjons-forståing. Skårar også høgt på identitetsbygging, legitimitet, innovasjon og deltaking (trippel heliks).	HØG: Nettverket vart ein suksess, mykje nytenking og innovasjon innanfor produksjon og organisasjon.
IT	HØG: God kompetanse, gode relasjonar internt og eksternt, god finansiering, god mobilisering	HØG: God situasjons-forståing. Skårar også høgt på identitetsbygging, legitimitet, innovasjon og deltaking (trippel heliks).	HØG: God handtering av eksterne truslar (m.a. dårleg tilgang til breiband). Medverka til lokal utvikling i samspel med eksterne endringar.
Reiseliv	MIDDELS: Middels kompetanse, middels interne og eksterne relasjonar, svak finansiering, middels mobilisering	MIDDELS: God situasjons-forståing. Skårar høgt på identitetsbygging, legitimitet og innovasjon, og lågt på deltaking (nokre bedrifter stod utanfor, akademia lite involvert).	MIDDELS: Har laga produktpakkar på tvers av bedrifter. Framstår som godt alternativ til masseturisme. Har etter kvart fått alle med, men er eit uformelt og lite synleg nettverk.
Maritimt	HØG: God kompetanse, gode relasjonar internt og eksternt, god finansiering, god mobilisering	HØG: God situasjons-forståing. Skårar også høgt på identitetsbygging, legitimitet, innovasjon og deltaking (trippel heliks).	HØG: Har medverka til satsingar innan hydrogenteknologi og sirkulærøkonomi. Vellukka også for mindre aktørar. Arena Pro-nettverk innan hydrogen.
Teknologif	HØG: God kompetanse, gode relasjonar internt og eksternt, god finansiering, god mobilisering	HØG: God situasjons-forståing. Skårar også høgt på identitetsbygging, legitimitet, innovasjon og deltaking (trippel heliks).	HØG: Gjort akademisk kompetanse tilgjengeleg for næringslivet. Medverka til å etablere og revitalisere viktige teknologistudium, og til å auke forskingsbasert innovasjon.

Rurale regionar står overfor ei utfordring når meir og meir av produksjonen vert avhengig av flyt av informasjon og samarbeid. Skal bedriftene henge med i utviklinga, er dei avhengige av tilgang til informasjon og tilgang til kunnskapsressursar (tilsette) som kan omsette denne informasjonen til kunnskap for verksemda og til handling. Vi ser at mange rurale regionar er utsett for «brain drain» ved at unge, høgt utdanna vel å flytte frå regionen, slik situasjonen også er i Sogn og Fjordane (Jakobsen et al., 2012). Dette blir også bekrefta av Årethun (2014), som fann at det var høgare utdanningsnivå blant fråflyttarar enn blant tilflyttarar til Sogn og Fjordane. Ifølge Porter (1990) skapar og opprettheld lokaliserte prosessar konkurransefortrinn for dei som deltek. Døme på slike lokaliserte prosessar kan vere breibandsatsinga i IT-nettverket, eller at reiselivssamarbeidet i Jostedalen fekk eit anna innhald når dei vart med i bedriftsnettverksprogrammet, eller at frukt- og grøntnæringa i Sogn har fått ein styrka posisjon gjennom nettverkssamarbeidet. Dei har fått eit felles verdigrunnlag, ein meir felles kultur for samarbeid og innhald i samarbeid, noko som dannar eit godt utgangspunkt for å bygge opp konkurransekraft (Asheim & Isaksen, 1997a; Porter, 1990). Skal det utviklast spesielle produkt, er læring og innovasjonsprosessar mellom lokale aktørar viktig (Lundvall & Johnson, 1994; Storper, 1997).

Det er derfor mogleg for bedrifter og rurale regionar å lære av kvarandre, men å ukritisk kopiere frå andre vil ikkje fungere fordi føresetnadene i ulike kontekstar vil vere forskjellige. Den institusjonelle kapasiteten er avhengig av kunnskap, lokal kunnskap og kunnskapsressursar, men også av band til kunnskapsressursar i andre settingar, som er del av den globale flyten av informasjon. Lokale kunnskapspersonar og -organisasjonar vil kunne bidra til å omsette og tilpasse kunnskap til det lokale verdigrunnlaget og den lokale kulturen.

Oppsummering og konklusjon

I dette kapitlet har vi drøfta nærare dette forskingsspørsmålet: Korleis kan oppbygging av institusjonell kapasitet gjennom samarbeid i nettverk skape konkurransedyktige lokalsamfunn? Figur 7.1 viser vår analysemodell. Vi tenkjer oss at eit lokalsamfunn er utsett for eksterne endringskrefter som medfører både trugsmål og moglegheiter. For å handtere desse endringskreftene

kan lokalsamfunnet ta i bruk ulike strategiar. Ifølgje Healey et al. (1999) må lokalsamfunna bygge opp institusjonell kapasitet for å møte endringskreftene på ein konstruktiv måte. Det å vere konstruktiv betyr både handtering av trugsmåla og utnytting av dei moglegheitene som byr seg. I denne artikkelen har vi utvida Healey et al. (1999) sitt omgrep institusjonell kapasitet ved å ta med det nærliggande omgrepet motnettverk. Ved å bruke seks nettverk som typedøme, drøftar vi korleis bygging av institusjonell kapasitet (inklusive motnettverk) kan føre til betre rural konkurransekraft. Nettverka representerer næringer eller felt som er viktige i rurale samfunn: Energi, Frukt og grønt, IT, Maritim næring, Reiseliv og Teknologiløft.

Dei viktigaste funna våre er vist i tabell 7.2. Fire av dei undersøkte nettverka lukkast godt, eitt lukkast i moderat grad og eitt var mislukka. Nettverka har på ulike måtar, og med ulik grad av suksess, prøvt å respondere på endringskreftene. Dei som har lukkast best er dei som har høg grad av institusjonell kapasitet (inklusive motnettverk). Omvendt er det nettverket som har lukkast dårlegast også svakt når det gjeld institusjonell kapasitet. Alt i alt vil vi seie at typedøma viser at det gjennom nettverksarbeid er mogleg å handtere ytre endringskrefter på ein måte som gjer skaping av eiga framtid mogleg. Potensialet for institusjonell kapasitet eksisterer i eit kvart nettverk, men det kan vere utfordrande å nå opp til dette potensialet.

Det som krevst for å bygge institusjonell kapasitet er å arbeide systematisk med dei ulike elementa som inngår i omgrepet: skaffe ressursar i form av kompetanse (kulturell kapital), relasjonar (kontaktar, sosial kapital) og pengar (økonomisk kapital), og i tillegg ha evne til å mobilisere til innsats. For å bygge motnettverk krevst situasjonsforståing, identitetsbygging, trippel heliks-samarbeid, legitimitetsbygging og innovasjon.

Merknader

Førsteforfattar Larsen har vore og er aktiv som forskar og koordinator for ein av partnerane i Teknoløft Sogn og Fjordane, som del av administrasjonen i IT-Forum Vest, og har fram til i 2023 representert eit medlem på mange av nettverksmøta og årsmøta i HubforOcean. Elles har forfattarane ingen interessekonflikatar.

Referansar

- Abdullah, M. F., Zainol, Z., Thian, S. Y., Ab Ghani, N. H., Mat Jusoh, A., Mat Amin, M. Z. & Mohamad, N. A. (2022). Big data in criteria selection and identification in managing flood disaster events based on macro domain PESTEL analysis: Case study of Malaysia adaptation index. *Big Data and Cognitive Computing*, 6(1), 25. <https://doi.org/10.3390/bdcc6010025>
- Arbo, P. & Bukve, O. (1990). Regionalpolitiske snuoperasjoner og lokale handlingsmiljø. Tertiærsektoren som distriktspolitisk drivkraft. I H. Baldersheim (Red.), *Fornyelse nedenfra. Desentralisering av den nordiske regionalpolitikken* (s. 101–136). NordREFO/Akademisk Forlag.
- Asheim, B. T. & Isaksen, A. (1997a). Location, agglomeration, and innovation: Towards regional innovation systems in Norway? *European Planning Studies*, 5(3), 299–330. <https://doi.org/10.1080/09654319708720402>
- Asheim, B. T. & Isaksen, A. (1997b). Regionale innovasjonssystemer – en teoretisk diskusjon. I A. Isaksen (Red.), *Innovasjoner, næringsutvikling og regionalpolitikk* (s. 51–77). Høyskoleforlaget.
- Berg Eriksen, T., Hompland, A. & Tjønneland, E. (2003). *Norsk idéhistorie VI: Et lite land i verden*. Aschehoug.
- Bourdieu, P. (2001). The forms of capital. I M. Granovetter & R. Swedberg (Red.), *The sociology of economic life* (s. 96–111). Westview Press.
- Castells, M. (1997). *The power of identity*. Blackwell Publishers.
- Castells, M. (2000). Materials for an exploratory theory of the network society. *British Journal of Sociology*, 51(1), 5–24. <https://doi.org/10.1111/j.1468-4446.2000.00005.x>
- Castells, M. (2004). Informationalism, networks, and the network society: A theoretical blueprint. I M. Castells (Red.), *The network society: A cross-cultural perspective* (s. 3–45). Edward Elgar. <https://doi.org/10.4337/9781845421663.00010>
- Castells, M. (2007). Communication, power, and counter-power in the network society. *International Journal of Communication*, 1(1), 29.
- Ekström, F. (2014). IT-forum Sogn og Fjordane. I J. G. Nesse et al. (Red.), *Innovasjon i Sogn og Fjordane – vilkår og barrierar – Dokumentasjonsrapport* (s. 68–74). VF-rapport 3/2014. Vestlandsforskning.
- Etzkowitz, H. (2008). *The triple helix: University-industry-government/innovation in action*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203929605>
- Etzkowitz, H. & Leydesdorff, L. (2000). The dynamics of innovation: From national systems and «mode 2» to a triple helix of university-industry-government relations. *Research Policy*, 29, 109–123. [http://dx.doi.org/10.1016/S0048-7333\(99\)00055-4](http://dx.doi.org/10.1016/S0048-7333(99)00055-4)
- Gregersen, B. & Johnson, B. (1997). Learning economies, innovation systems and European integration. *Regional Studies*, 31(5), 479–490. <https://doi.org/10.1080/00343409750132270>
- Greve, A. (1995). *Organisasjonsteori – nyere perspektiver*. Universitetsforlaget.
- Healey, P., Magalhaes, C. d. & Madanipour, A. (1999). Institutional capacity-building, urban planning, and urban regeneration projects. *FUTURA (Journal of the Finnish Society for Futures Studies)*, 3, 117–137.

- Hjertvikrem, N., Fiskå, M., Stene, T. M. & Haus-Reve, S. (2020). *Midtveisvurdering – av Kapasitetsløft-prosjektene i FORREGION* (Rapport 26–2020). NORCE Samfunnsforskning.
- Hub for Ocean. (2023a). *FNs bærekraftsmål*. <https://hubforocean.squarespace.com/berekraft>
- Hub for Ocean. (2023b). *Julehelsing 2023*. <https://www.hubforocean.no/aktuelt/julehelsing-2023>
- Innovasjon Norge. (2023). *Arena*. https://www.innovasjonnorge.no/no/subsites/forside/om_klyngeprogrammet/arena/
- Jakobsen, E. W., Idsø, J. & Skogseid, I. (2012). *Strategier for utvikling av et kunnskapsbasert Sogn og Fjordane – sluttrapport (versjon 2)*. VF-rapport 5/2012. Vestlandsforskning.
- Kyrkjebø, E. (2022). *Årsrapport – aktivitet og resultat i Kapasitetsløft i FORREGION*. Årsrapport for Teknologt Sogn og Fjordane. Upublisert.
- Kyrkjebø, E. (2023a). *Teknologt Sogn og Fjordane*. <https://www.hvl.no/teknoloft>
- Kyrkjebø, E. (2023b). *Teknologt Sogn og Fjordane. Styringsgruppemøte 07. desember 2023*. [Upublisert PDF-fil fra Powerpoint-presentasjon].
- Larsen, Ø. H. & Nesse, J. G. (2017). Den immaterielle sida av nettverkssamarbeid. I J. R. Andersen et al. (Red.), *Immateriell kapital: Fjordantologien 2017* (s. 362–397). Universitetsforlaget. <https://doi.org/10.18261/9788215028163-2017-19>
- Larsen, Ø. H., Nesse, J. G. & Skogseid, I. (2021). «Niliv»: Innovasjonsøkosystem for stadutvikling – lærdomar frå åtte nettverk. I L. Longvanes et al. (Red.), *Stadutvikling: Fjordantologien 2021* (s. 122–143). Universitetsforlaget. <https://doi.org/10.18261/9788215053349-2021-07>
- Larsen, Ø. H., Skogseid, I. & Nesse, J. G. (2017). Mot-nettverk som ei kraft i periferer innovasjonsøkosystem. I J. G. Nesse (Red.), *Innovasjonsøkosystem* (s. 69–88). Fagbokforlaget.
- Latour, B. (1987). *Science in action: How to follow scientists and engineers through society*. Harvard University Press.
- Leydesdorff, L. & Etzkowitz, H. (2001). The transformation of university-industry-government relations. *Electronic Journal of Sociology*, 5(4).
- Li, Y., Westlund, H. & Liu, Y. (2019). Why some rural areas decline while some others not: An overview of rural evolution in the world. *Journal of Rural Studies*, 68, 135–143. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2019.03.003>
- Lundvall, B.-Å. (Red.). (1992). *National systems of innovation*. Pinter.
- Lundvall, B.-Å. (1993). Explaining interfirm cooperation and innovation: Limits of the transaction-cost approach. I G. Grabher (Red.), *The embedded firm: On the socioeconomics of industrial networks* (s. 52–64). Routledge.
- Lundvall, B.-Å. & Johnson, B. (1994). The learning economy. *Journal of Industrial Studies*, 1, 23–42. <http://dx.doi.org/10.1080/13662719400000002>
- Løseth, K. (2014). Case bedriftsnettverket i Jostedalen. I J. G. Nesse et al. (Red.), *Innovasjon i Sogn og Fjordane – vilkår og barrierar – Dokumentasjonsrapport* (s. 54–67). VF-rapport 3/2014. Vestlandsforskning.
- Meld. St. 5 (2019–2020). *Levende lokalsamfunn for fremtiden – Distriktmeldingen*. Kommunal- og moderniseringsdepartementet. <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/meld.-st.-5-20192020/id2672148/>

- Moore, J. F. (1993). Predators and prey: A new ecology of competition. *Harvard Business Review*, 71(3), 75–86.
- Morgan, K. (1997). The learning region: Institutions, innovations, and regional renewal. *Regional Studies*, 31(5), 491–503. <https://doi.org/10.1080/00343409750132289>
- Mosse, E. L. & Sahay, S. (2001). Counter networks and social exclusion: The case of health information in Mozambique. I S. Bjørnstad, S. Moe, R. E. Mørch & A. I. Opdahl (Red.), *Proceedings of the 24th Information Systems Research Seminar in Scandinavia (IRIS 24)*, 1, 75–85.
- Nesse, J. G. (Red.) (2017). *Innovasjonsøkosystem*. Fagbokforlaget.
- Nesse, J. G. & Skogseid, I. (2017). Datagrunnlaget for boka. I J. G. Nesse (Red.), *Innovasjonsøkosystem* (s. 49–65). Fagbokforlaget.
- Nesse, J. G., Skogseid, I., Skarbø, K. & Larsen, Ø. H. (2014). *Innovasjon i Sogn og Fjordane – vilkår og barrierer – Dokumentasjonsrapport*. VF-rapport 3/2014. Vestlandsforskning.
- Norges forskningsråd. (2016). *Regional satsing for forskningsbasert innovasjon*. <https://www.forskningsradet.no/siteassets/publikasjoner/1254021855133.pdf>
- Norges forskningsråd. (2021). 223 millioner til forskning og utvikling som styrker regionalt næringsliv. <https://www.forskningsradet.no/nyheter/2021/223-millioner-til-forskning-og-utvikling-som-styrker-regionalt-naringsliv/>
- Norges forskningsråd. (2023). *Teknoloft Sogn og Fjordane*. <https://prosjektbanken.forskningsradet.no/project/FORISS/280771>
- North, D. C. (1991). Institutions. *Journal of Economic Perspectives*, 5(1), 97–112. <https://doi.org/10.1257/jep.5.1.97>
- Porter, M. (1990). *The competitive advantage of nations*. Macmillan.
- Putnam, R. D. (1993). *Making democracy work: Civil traditions in modern Italy*. Princeton University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctt7s8r7>
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon & Schuster. <https://doi.org/10.1145/358916.36199>
- Reve, T. (2007). 15 år med klyngestudier – hva har vi lært? I O. R. Spilling (Red.), *Kunnskap, næringsutvikling og innovasjonspolitik* (s. 43–68). Fagbokforlaget.
- Rønning, L. (2010). Samfunnsentreprenørskap som initiering av lokal næringsutvikling. I O. J. Borch & A. Førde (Red.), *Innovative bygdemiljø: Ildsjeler og nyskapsarbeid* (s. 53–67). Fagbokforlaget.
- Schumpeter, J. A. (1934, 1983). *The theory of economic development*. Transaction Books.
- Skarbø, K. (2014). Case Frukt- og bær-nettverket i Sogn og Fjordane. I J. G. Nesse et al. (Red.), *Innovasjon i Sogn og Fjordane – vilkår og barrierer – Dokumentasjonsrapport* (s. 75–82). VF-rapport 3/2014. Vestlandsforskning.
- Skogseid, I., Larsen, Ø. H. & Nesse, J. G. (2017). Innovasjonsøkosystem – Ei teoretisk overbygning. I J. G. Nesse (Red.), *Innovasjonsøkosystem* (s. 23–48). Fagbokforlaget.
- Storper, M. (1997). *The regional world: Territorial development in a global economy*. The Guilford Press.
- Stöhr, W. B. (Red.) (1990). *Global challenge and local response: Initiatives for economic regeneration in contemporary Europe*. United Nations. <https://digitallibrary.un.org/record/142993>

- Vestlandsforskning. (2023). *Teknoloft Sogn og Fjordane*. <https://www.vestforsk.no/nn/project/teknoloft-sogn-og-fjordane>
- Yam, R. C. M., Lo, W., Tang, E. P. Y. & Lau, A. K. W. (2011). Analysis of sources of innovation, technological innovation capabilities, and performance: An empirical study of Hong Kong manufacturing industries. *Research Policy*, 40, 391–402.
- Ženka, J., Pavlík, A. & Slach, O. (2017). Resilience of metropolitan, urban, and rural regions: A Central European perspective. *GeoScape*, 11(1), 25–40. <https://doi.org/10.1515/geosc-2017-0003>
- Årethun, T. (2014). Arbeidskraft: Flyttestraumar og utdanningsnivå. I J. G. Nesse et al. (Red.), *Innovasjon i Sogn og Fjordane – vilkår og barrierar – Dokumentasjonsrapport* (s. 109–116). VF-rapport 3/2014. Vestlandsforskning.

Aarstad, J., Jakobsen, S. -E. & Kvitastein, O. A. (2024). Hvilke foretak klarte seg best under COVID-19 pandemien? I T. Frimanslund & N. G. Bækkelund (Red.), *Rural konkurransekraft* (s. 197–218). Fagbokforlaget. DOI: <https://doi.org/10.55669/oa410408>

Kapittel 8

Hvilke foretak klarte seg best under COVID-19 pandemien?

Betydningen av geografi og foretaksinterne ressurser

Jarle Aarstad¹, Stig-Erik Jakobsen¹ og Olav Andreas Kvitastein¹

¹ Handelshøgskulen, Høgskulen på Vestlandet

Sammendrag: Kapitlet belyser om geografi eller foretaksinterne ressurser forklarer hvordan norske foretak håndterte COVID-19, og baserer seg på analyser av Statistisk Sentralbyrås innovasjonsundersøkelser før (2018) og under (2020) pandemien. Vi finner at begge deler har en betydning. Foretak i sentrale, det vil si befolkningstette, regioner har i større grad styrket virksomheten i kjølvannet av COVID-19 enn i rurale, det vil si befolkningstynne, regioner. Funnene indikerer relativt svak rural konkurransekraft, men motsatt finner vi at produktive- og FoU-intensive foretak i rurale regioner hadde lavere inntektsfall enn i sentrale. For øvrig klarte foretak med nasjonalt hovedmarked seg bedre gjennom pandemien enn de med regionalt hovedmarked. Når det gjelder foretaksinterne ressurser finner vi at innovative foretak og de med mange ansatte klarte seg relativt bra gjennom pandemien. Til sist finner vi at store foretak med mange ansatte hevder å være best rustet mot fremtidige kriser.

Nøkkelord: geografi, foretaksinterne ressurser, COVID-19, konkurransekraft

Abstract: The chapter studies whether geography or internal resources explain how Norwegian enterprises coped with COVID-19 and is based on analyses of Statistics Norway's community innovation surveys before (2018) and during (2020) the pandemic. We find that both issues matter. To a larger extent, enterprises in central, i.e., densely populated regions, have been strengthened in the wake of COVID-19 than those in rural, i.e., sparsely populated, regions. The findings indicate relatively low rural competitiveness, but on the contrary, we find that productive and R&D-intensive enterprises in rural regions had a lower revenue decrease than those in central regions. Moreover, enterprises with a domestic major market coped better with the pandemic than those with a regional major market. Concerning internal resources, innovative enterprises and those with many employees coped relatively well with the pandemic. Lastly, large enterprises with many employees claim to be best prepared against future crises.

Keywords: geography, internal resources, COVID-19, competitiveness

Introduksjon

Hovedformålet med dette kapittelet er å belyse hvordan geografi og foretaksinterne ressurser har betydning for hvordan norske foretak ble påvirket av og håndterte COVID-19-pandemien. Geografi handler om romlig lokalisering. Vi er opptatt av forskjellen mellom å være lokalisert i sentrale, det vil si befolkningstette, regioner, med rik tilgang på samarbeidspartnere, kompetansemiljøer og kunder, versus å være lokalisert i rurale, det vil si befolkningstynne regioner, med begrenset tilgang på kompetanse og ressurser, men med tette og tillitsbaserte samarbeidsrelasjoner (Jakobsen & Lorentzen, 2015). Vi studerer også om det er forskjell på foretak med hovedmarked i regionen hvor de er lokalisert eller utenfor.

Når det gjelder foretaksinterne ressurser ser vi på, i tråd med tidligere forskning (Aarstad et al., 2021), om innovasjonsaktivitet, FoU-investeringer og størrelse har hatt betydning for hvordan foretak ble påvirket av COVID-19. Til slutt analyserer vi om foretaksinterne ressurser har påvirket foretaks håndtering av pandemien ulikt i rurale versus sentrale regioner.

Med et geografisk utgangspunkt anvender vi hovedsakelig det teoretiske rammeverket regional økonomisk resiliens (Christopherson et al., 2010). I tillegg anvender vi rammeverket dynamiske kapabiliteter (Teece et al., 1997). Metodisk analyserer vi to ulike årganger av Statistisk Sentralbyrås (SSBs) innovasjonsundersøkelser, 2018 (før pandemien) og 2020 (under pandemien). I følgene seksjoner gjør vi rede for studiens teoretiske forankring og forklarer metode og dataanalyser. I avsluttende del diskuterer vi sentrale funn, påpeker studiens teoretiske og praktiske bidrag, gjør rede for dens begrensninger og foreslår retninger for videre forskning.

Litteraturgjennomgang og teoretisk forankring

Økonomiske effekter av COVID-19

I forbindelse med koronapandemien innførte Norge, i likhet med andre land, strenge restriksjoner i mars 2020 som førte til store utfordringer for deler av næringslivet. Parallelt ble det i offentlig regi gjennomført tiltakspakker

for å kompensere inntektsbortfall. Den ekstraordinære situasjonen med restriksjoner for næringsaktivitet varte i varierende grad fram til februar 2022 (Jakobsen et al., 2022).

Internasjonalt har det vært publisert mye regional- og foretaksrelatert forskning som har belyst økonomiske effekter av pandemien. En del av disse bidragene er oppsummert av Aarstad et al. (2023b). De samme forskerne har også påpekt hvordan pandemien påvirket norske foretak i lys av næringsmessige forhold. F.eks. fant de at foretak som vektlegger miljømessig og sosialt samfunnsansvar, responderte positivt på COVID-19 i form av utvikling av nye salgskanaler og forretningsforbindelser, til tross for at de ikke var spesielt rammet (Aarstad, Jakobsen & Fløysand, 2022). Kanskje ikke overraskende viste de også at foretak innen turisme, overnatting og kulturvirksomhet i særlig grad ble rammet av COVID-19, men disse aktørene hadde samtidig en positiv respons på pandemien som beskrevet over.

I tillegg viste Aarstad et al. (2023a) at foretak med mange ansatte hadde en relativt høy tilbøyelighet til å motta næringsstøtte under COVID-19, til tross for at de ikke var spesielt hardt rammet. Videre viste de at små foretak hadde en relativt stor økning i FoU-investeringer og sysselsetting i kjølvannet av COVID-19, men siden trenden var den samme mellom 2016 og 2018, er det ikke sannsynlig at funnene kan relateres til pandemien (Aarstad et al., 2023b). Imidlertid fant de at foretak i sentrale regioner økte FoU-investeringer i kjølvannet av COVID-19, men tendensen var ikke den samme mellom 2016 og 2018. Det er derfor overveiende sannsynlig at sistnevnte funn kan relateres til pandemien, ifølge forskerne.¹

Oppsummert indikerer studiene at både geografi, foretaksinterne ressurser og næringstilhørighet kan forklare hvordan norske foretak ble påvirket av og håndterte COVID-19-pandemien. Vår studie bygger i stor grad på dette kunnskapsgrunnlaget, men som et nytt bidrag diskuterer vi også om foretaks hovedmarked innenfor eller utenfor regionen hvor de er lokalisert kan ha spilt en rolle. I tillegg ser vi på om foretaks innovasjonserfaring kan ha hatt en betydning. Videre ser vi på om kombinasjonen av lokalisering i sentrale versus rurale regioner og foretaksinterne ressurser kan ha spilt en rolle i møte med

1 Aarstad et al. (2023b) studerte også konkret hvordan foretak av ulik størrelse håndterte COVID-19 i ulik grad, og vi kommenterer disse funnene i detalj senere.

COVID-19. Spesifikt belyser vi dette ved å analysere såkalte interaksjonseffekter mellom regional befolkningstetthet og foretaksinterne forhold. Til sist studerer vi hva som påvirker hvordan foretak er forberedt på eventuelle nye kriser. Nedenfor diskuterer vi vårt bidrag i lys av de teoretiske rammeverkene regional økonomisk resiliens, dynamiske kapabiliteter og bedriftsinterne ressurser (Christopherson et al., 2010; Teece et al., 1997).

Regional økonomisk robusthet

Regional økonomisk robusthet, eller resiliens, kan defineres som «evnen til å reise seg etter eksterne sjokk», ifølge Christopherson et al. (2010, s. 5).² Tidligere forskning har avdekket hvordan regionale forhold har påvirket norske foretaks håndtering av krisen som inntraff med oljeprisfallet i 2014 (Aarstad & Kvitastein, 2020; Aarstad et al., 2021). Videre har norsk forskning vist hvordan foretak i rurale regioner, kanskje overraskende, er relativt innovasjonsaktive (Aarstad & Jakobsen, 2020), noe som også gjelder utvikling og implementering av grønne innovasjoner (Aarstad et al., 2020). Samtidig vektlegger foretak i rurale regioner ofte i større grad samfunnsansvar enn de i sentrale regioner (Fløysand & Jakobsen, 2017).

På bakgrunn av studiene vi har referert til, er det etter vår oppfatning ikke urimelig å forvente at foretak i rurale regioner med egenskaper til å være innovative og miljøbevisste også er i stand til å håndtere kriser vel så godt som foretak i sentrale regioner. På den annen side har foretak i sentrale regioner en fordel av å være i nærmere kontakt med nødvendig infrastruktur og kompetansemiljøer hvor de også i større grad har nærhet til markeder, kunder og leverandører (Aarstad, Jakobsen & Foss, 2022; Krugman, 1991). Oppsummert mener vi derfor at foretaks påvirkning og håndtering av COVID-19 kan enten være positivt eller negativt påvirket av lokalisering i rurale versus sentrale regioner.³

2 Alle direkte sitat er oversatt fra engelsk til norsk av forfatterne.

3 Aarstad et al. (2023b) analyserte flere variabler som også inngår i denne studien, uten å finne særlig konsistente sammenhenger utover dem vi har påpekt. I denne studien inkluderer vi imidlertid omtrent fire ganger så mange observasjoner. Med et større datasett utelukker vi derfor ikke å finne positive eller negative sammenhenger i tråd med det vi diskuterer i dette kapitlet.

Når det gjelder spørsmålet om foretaks hovedmarked er regionen de er lokalisert i eller utenfor, finner vi det ikke urimelig å forvente at et nasjonalt hovedmarked har vært mer fordelaktig enn et regionalt. En grunn er at et nasjonalt marked er mindre sårbart på markedssiden. Samtidig har også et nasjonalt hovedmarked vært fordelaktig sammenlignet med et internasjonalt hovedmarked siden restriksjoner knyttet til logistikk og reiseaktivitet var mindre inngripende innenlands enn utenlands (Jakobsen et al., 2022). Oppsummert finner vi det derfor naturlig å anta at nasjonalt hovedmarked i overveiende grad har vært fordelaktig for foretak under COVID-19-pandemien.

Dynamiske kapabiliteter og foretaksinterne ressurser

Dynamiske kapabiliteter er foretaks «evne til å integrere, bygge og konfigurere intern og eksternt kompetanse for å håndtere omgivelser som endrer seg hurtig» (Teece et al., 1997, s. 516.) Ifølge Teece (2007, 2020) består dynamiske kapabiliteter av de tre byggesteinene sansing, beslaglegning og transformasjon. Sansing inkluderer «observasjon av omgivelser [...] fra interne og eksterne kilder [for å] identifisere nye markedsmuligheter eller nye inntektskilder.» For å oppnå dette «er det nødvendig å ha en samarbeidskultur og et internt desentralisert kunnskapsnettverk.» I tillegg er det «kritisk å kunne gi meningsinnhold til informasjon fra ulike signaler» (Teece, 2020, s. 11). Beslaglegning innebærer «utforming eller oppdatering av forretningsmodeller for nye produkter og tjenester [og] å allokere ressurser, inkludert penger, på områder som kan gi høy avkastning, eller på områder med slikt potensial». Transformasjon, eller reallokering, til sist, betyr at foretak periodemessig reallokeres «for å være tilpasningsdyktige» ved å utvikle nye strategier, strukturer forretningsmodeller, produkter og tjenester (Teece, 2020, s. 11). Når foretak utsettes for et eksternt sjokk, som COVID-19, vil det ofte være nødvendig med en slik reallokering av ressurser og kapabiliteter.

For å studere dynamiske kapabiliteter er det selvsagt nødvendig å identifisere målbare indikatorer for begrepet, og forskningslitteraturen foreslår FoU-investeringer og foretaks innovasjonsaktivitet som to relevante kandidater (Aarstad et al., 2021). FoU-investeringer reflekterer forskningsbaserte og kodifiserte ferdigheter (Asheim & Coenen, 2005). I tillegg reflekterer de absorpsjonskapasitet «til å identifisere verdien av ny, eksternt informasjon, assimilere den og anvende den til formål som kan gi inntjening» (Cohen & Levinthal, 1990, s. 128).

Siden FoU-investeringer fremmer tilgang på ekstern kunnskap og øker læring, finner vi det derfor ikke urimelig at de også kan ha ført til at foretak har håndtert COVID-19- pandemien relativt bra. Ekstern kunnskap og læring er videre i tråd med sansing, beslaglegning og transformasjon som byggesteiner for dynamiske kapabiliteter siden de relateres til «observasjon av omgivelser [...] fra interne og eksterne kilder [for å] identifisere nye markedsmuligheter eller nye inntektskilder» og evner å gi «meningsinnhold til informasjon fra ulike signaler» (Teece, 2020, s. 11). I tråd med disse betraktningene har forskning påvist en positiv sammenheng mellom FoU-investeringer og utvikling av dynamiske kapabiliteter (Babelytė-Labanauskė & Nedzinskas, 2017; Helfat, 1997). Aarstad et al. (2021) fant at norske foretak med FoU-investeringer hadde relativt høye driftsinntekter gjennom oljeprisfallet i 2014, selv om de ikke kunne påpeke ulikheter mellom foretak lokalisert i regioner med høy eller lav oljetilknytning. På bakgrunn av argumentasjonen over finner vi det imidlertid ikke urimelig å forvente at FoU-investeringer har bidratt positivt til norske foretaks håndtering av COVID-19-pandemien.

Schoemaker et al. (2018, s. 17–18) argumenterer at «dynamiske kapabiliteter handler om å gjøre de riktige tingene til riktig tid, basert på ny produkt- og prosessutvikling, unik orkestrering fra ledelse, en sterk endringsorientert organisasjonskultur, og en vedvarende observasjon av omgivelser og teknologiske muligheter.» Uttalelsen innebærer at dynamiske kapabiliteter og innovasjon er nært beslektede begreper, noe som også er poengtert av andre (Rothaermel & Hess, 2007; Salunke et al., 2011; Verona & Ravasi, 2003). I tråd med disse argumentene konkluderer vi at innovasjonserfaring har istandsett foretak til relativt godt å håndtere COVID-19 siden det reflekterer intern og ekstern monitorering av omgivelser, bidrar til kontinuerlig oppdatering av forretningsmodeller for nye produkter og tjenester samt restrukturering for å opprettholde tilpasningsdyktighet (Teece, 2020).

Det er videre rimelig å anta at store foretak har mer avanserte og komplekse kapabiliteter enn små foretak. De sistnevnte vil motsvarende være ganske eksponert for det litteraturen beskriver som «sårbarheten av å være liten», hvilket innebærer relativt lav legitimitet i markedet og blant interessegrupper (Freeman et al., 1983; Ko & Liu, 2017; Penrose, 1959). Blant annet har forskning avdekket at store foretak er mer produktive i omsetning per ansatt enn små foretak (Aarstad et al., 2016), sannsynligvis pga. skalafordele og markedsrett (Hill et al., 2015). I tillegg vil store foretak ofte ha

mer avansert og variert kompetanse, samt organisatorisk slakk (jf. Cyert & March, 1963), som «istandgjør en organisasjon til å håndtere internt press for tilpasning samt eksternt press for strategidringer» (Bourgeois, 1981, s. 30). Siden store foretak er relativt ressursrike, og har organisatorisk slakk og legitimitet, er det rimelig å anta at de har vært relativt godt rustet mot kriser, men forskning på området peker i noe ulike retninger (Amorim Varum & Rocha, 2012; Armand & Mendi, 2018). Imidlertid fant Aarstad et al. (2023b) at store foretak rapporterte å være mindre negativt affisert og relativt mer positivt affisert av COVID-19 enn mindre foretak. I dette kapittelet tar vi de sistnevnte funnene videre ved at vi studerer foretaksstørrelse i et større datasett enn det Aarstad et al. (2023b) analyserte. Videre studerer vi om eventuelle effekter av foretaksstørrelse varierer mellom rurale versus sentrale regioner. Til slutt presiserer vi at vi inkluderer foretaks produktivitet som en selvstendig variabel, og som også har en viktig kontrollfunksjon i analysene. Vi forklarer dette mer i detalj nedenfor.

Metode

Kontekst og data

Som nevnt innledningsvis analyserer vi to ulike årganger av SSBs innovasjonsundersøkelser, 2018 og 2020. Datainnsamling skjedde sent på vårparten de respektive år. Dvs. at 2020-undersøkelsen fanger opp relativt umiddelbare effekter av COVID-19. Imidlertid benytter vi også omsetningsdata fra 2020 som fanger opp den totale påvirkningen av COVID-19 gjennom hele året. Å sammenstille to ulike analysepunkter styrker overordnet studiens interne validitet siden det muliggjør kartlegging av foretaket før og under COVID-19.

Hver innovasjonsundersøkelse inneholder data fra ca. 6500 norske foretak. Innovasjonsundersøkelsene kartlegger foretak i de fleste bransjer, og de er lokalisert over hele landet. Disse forholdene styrker studiens eksterne validitet. Alle norske foretak med minst 50 ansatte deltar i SSBs innovasjonsundersøkelse, samt et utvalg av foretak som har minst fem ansatte. Deltagelse i innovasjonsundersøkelsen er obligatorisk, noe som gir en responsrate nær 100 prosent, og som i praksis eliminerer «non-respondent bias» i analysene.

Ved å sammenstille to årganger inkluderer våre analyser data fra ca. 3000 foretak fordelt på 85 ulike økonomiske regioner, klassifisert av SSB. SSB har også vært datakilde for økonomiske regioners geografiske størrelse og befolkning. Årsaken til færre observasjoner i de sammenstilte dataene er at ikke alle foretak som deltok i 2018-undersøkelsen, deltok i 2020-undersøkelsen, og vice versa.

Avhengige variabler

Innovasjonsundersøkelsen i 2020 inkluderte fem indikatorer som reflekterer i hvilken grad et foretak var negativt eller positivt påvirket av COVID-19, og vi lister dem i Tabell 8.1. For hver indikator kunne respondenten indikere i svært stor grad (kodet 4), i noen grad (kodet 3), i en liten grad (kodet 2), og i ingen grad (kodet 1). Vi gjennomførte prinsipal komponent faktor analyse med ortogonal varimax rotasjon. Analysen identifiserte to faktorer som vi rapporterer i Tabell 8.1. De to faktorenes egenverdi er 1,57, som forklarer 68,0 prosent variasjon (og egenverdien for tre faktorer er 0,698), og de viser tilfredsstillende konvergerende og divergerende validitet. Cronbachs alfa skår viser tilfredsstillende reliabilitet for indikatorene som identifiserer hver faktor. For å måle variablene tok vi gjennomsnittet for indikatorer som måler hver faktor, rapportert i fete typer. Oppsummert bruker vi målene på de to begrepene – positivt påvirket av COVID-19 og negativt påvirket av COVID-19 – som avhengige variabler i de to første regresjonsmodellene vi senere skal presentere. Korrelasjon mellom dem er $-0,074$ ($p < 0,001$ to-halet signifikanstest). Den negative sammenhengen indikerer, kanskje ikke overraskende, at foretak som var positivt affisert av COVID-19, samtidig tenderte å rapportere at de var negativt påvirket. Imidlertid er det verdt å merke at den negative sammenhengen ikke er spesielt sterk. Det betyr at foretak som rapporterte å bli positivt påvirket av COVID-19, samtidig kan ha opplevd negative konsekvenser av pandemien, og vice versa.

Tabell 8.1

Prinsipal komponent faktoranalyse med ortogonal varimax rotasjon. N = 2950

Henholdsvis faktor 1 og 2	Positivt påvirket av COVID	Negativt påvirket av COVID
Styrket foretaket sin posisjon i forhold til konkurrentene sine grunnet situasjonen rundt COVID-19?	0,829	-0,013
Har foretaket hatt kommersiell vinning som følge av situasjonen rundt COVID-19?	0,758	-0,319
Har foretaket blitt mer effektivt som følge av situasjonen rundt COVID-19?	0,675	0,282
Har foretaket opplevd økonomiske konsekvenser som følge av situasjonen rundt COVID-19, som vil påvirke foretaket negativt på lang sikt?	-0,057	0,874
Tapte foretaket konkurransekraft grunnet situasjonen rundt COVID-19?	-0,017	0,857
<i>Cronbachs alfa for indikatorer i fete typer (over)</i>	<i>0,627</i>	<i>0,722</i>

Inntektsendring bruker vi som en tredje avhengig variabel. For å måle den benyttet vi data fra SSBs innovasjonsundersøkelser om foretaks omsetning i hhv. 2018 og 2020. Først korrigerer vi nominelle verdier i 2018 til reelle verdier i 2020 ved å benytte SSBs kalkulator om endringer i konsumprisindeksen. Deretter subtraherte vi logaritmisk verdi i 2018 fra logaritmisk verdi i 2020.

I hvilken grad et foretak mener å være forberedt på eventuelle nye kriser benyttet vi som en fjerde og siste avhengig variabel. For å måle den tok vi utgangspunkt i følgende spørsmål fra SSBs innovasjonsundersøkelse i 2020: «Prioriterer foretaket å ha nødvendig kunnskap og ferdigheter for å håndtere eksterne sjokk og endrede økonomiske forutsetninger?» Svaralternativene var i svært stor grad (kodet 4), i noen grad (kodet 3), i en liten grad (kodet 2) og i ingen grad (kodet 1).

Uavhengige variabler

Alle studiens uavhengige variabler er hentet fra 2018. For å måle innovasjon benyttet vi indikatorer fra innovasjonsundersøkelsen, som er baserte på den såkalte Oslo-manualen (OECD/Eurostat, 2005). Det finnes mange typer innovasjoner, og for denne studien inkluderer vi fire. Den første er produktinnovasjon som ble målt ved at respondentene indikerte om foretaket i perioden 2016–2018 hadde introdusert nye eller vesentlig forbedrede varer på markedet. Hvis respondenten svarte ja, ble det kodet som produktinnovasjon. På tilvarende måte ble tjenesteinnovasjon målt ved å spørre om foretaket i perioden 2016–2018 introduserte nye eller forbedrede tjenester på markedet. Nytt produkt på markedet ble målt ved å spørre om noen av vareinnovasjonene eller tjenesteinnovasjonene var nye for foretakets marked. Til sist inkluderte vi prosessinnovasjon som ble målt ved å spørre om foretaket i perioden 2016–2018 introduserte nye eller vesentlig forbedrede prosesser eller metoder for vare- eller tjenesteproduksjon, inkludert utviklingsmetoder.

FoU-investeringer i 1000 kroner ble dividert på antall ansatte som et mål på FoU-intensitet (Aarstad et al., 2016). Nominelle verdier ble indeksert til 2020 verdier ved å benytte SSBs kalkulator for konsumprisindeksen. Vi tok den naturlige logaritmen av målet på FoU-intensitet, men inkluderte først 1 som konstant. Grunnen for at vi gjorde det sistnevnte var for å unngå manglende observasjoner for foretak uten FoU-investeringer.

Vi målte produktivitet ved å dividere omsetning indeksert til 2020 verdier på antall ansatte. Antall ansatte som en indikator på et foretaks størrelse målte vi ved å direkte inkludere data for denne variabelen fra innovasjonsundersøkelsen.

Innovasjonsundersøkelsen ga informasjon om i hvilken økonomisk region hovedkontoret til hvert foretak var lokalisert. For å indentifisere rurale versus sentrale regioner målte vi befolkningstetthet. Dvs., vi målte regional befolkningstetthet ved å dividere antall innbyggere i hver region på geografisk flatemål i kvadratkilometer. Til slutt tok vi den naturlige logaritmen av målet. Dess lavere befolkningstetthet, dess mer rural er en region, og motsatt, dess høyere befolkningstetthet, dess mer sentral er en region.

For å identifisere foretakets viktigste marked tok vi utgangspunkt i følgende spørsmål: «Hvilket er det viktigste markedet for foretaket?» hvor respondenten kunne indikere «Lokalt/regionalt i Norge», «Norge for øvrig», «Andre EU/EFTA-land» eller «Andre land». Vi benyttet svaralternativet «Lokalt/

regionalt i Norge» som referansegrunnlag hvor foretak som rapporterte et av de tre andre svaralternativene ble sammenlignet med det førstnevnte.

Statistisk modellering

For å teste sammenhengen mellom uavhengige og avhengige variabler benyttet vi flernivå regresjonsanalyser hvor hvert enkelt foretaks næring, jf. NACE-kode hierarki nr. 2, ble nøstet i den respektive regionen hvor det var lokalisert.⁴ Denne tilnærmingen kontrollerer ut eventuelle effekter nærings-tilhørighet har på ulike effektvariabler (se f.eks. Raudenbush & Bryk, 2002; Snijders, 2011).

Resultater

Vi presenter de empiriske resultatene i Tabell 8.2 hvor signifikante og grense-signifikante funn for synlighetens skyld er rapportert med fete typer. Positivt påvirket av COVID-19 er avhengig variabel i Modell 1, negativt påvirket av COVID-19 er avhengig variabel i Modell 2, inntektsendring er avhengig variabel i Modell 3 og beredskap for nye kriser er avhengig variabel i Modell 4. I Modell 1–3 benytter vi lineær regresjon, og i Modell 4 benytter vi ordinal logistisk regresjon.

4 For detaljer om NACE-koder og hierarkier, se her <https://www.ssb.no/klass/klassifikasjoner/6>.

Tabell 8.2

Flernivåanalyser. Lineære avhengige variabler i Modell 1–3. Ordinal avhengig variabel i Modell 4

Modell	1	2	3	4
Avhengig variable	Positivt påvirket	Negativt påvirket	Inntektsendring	Kriseberedskap
Produktinnovasjon (PRODI)	0,029 (0,028)	0,008 (0,033)	0,023 (0,031)	-0,128 (0,084)
Tjenesteinnovasjon	0,065* (0,028)	0,042 (0,033)	0,022 (0,031)	0,155† (0,084)
Nytt produkt på marked	0,064* (0,030)	-0,002 (0,035)	0,004 (0,033)	0,102 (0,090)
Prosessinnovasjon (PROS)	0,063* (0,026)	0,025 (0,031)	0,056* (0,029)	0,124 (0,079)
FoU per ansatt (FOU)	-0,007 (0,006)	-0,007 (0,007)	-0,021** (0,006)	0,019 (0,018)
Produktivitet (PRODU)	0,009 (0,011)	-0,124*** (0,013)	-0,233*** (0,012)	0,038 (0,034)
Antall ansate	0,034** (0,010)	-0,030* (0,012)	-0,008 (0,011)	0,160*** (0,030)
Befolkningstetthet (rural versus sentral) (RS)	0,021* (0,008)	0,006 (0,010)	-0,006 (0,007)	0,011 (0,025)
Viktigste marked nasjonalt	0,060* (0,026)	-0,079* (0,031)	0,046 (0,029)	0,015 (0,079)
Viktigste marked EU/EFTA	-0,009	0,050	0,040	-0,076

Modell	1	2	3	4
Avhengig variable	Positivt påvirket	Negativt påvirket	Inntektsendring	Kriseberedskap
	(0,041)	(0,049)	(0,045)	(0,125)
Viktigste marked utenfor EU/EFTA	-0,106*	0,055	0,125*	-0,003
	(0,046)	(0,055)	(0,051)	(0,139)
PRODI*RS	-0,022†			0,071*
	(0,012)			(0,036)
PROS*RS		0,030*		
		(0,014)		
FOU*RS			-0,011***	
			(0,003)	
PRODU*RS			-0,026***	
			(0,006)	
Residual	0,382	0,500	0,463	
	(0,011)	(0,015)	(0,012)	
Nøstet næringeffekt	0,011	0,059	0,011	0,063
	(0,006)	(0,012)	(0,005)	(0,042)
Regional effect	1,86e-13	9,89e-16	2,30e-12	4,01e-36
	(8,73e-13)	(5,53e-15)	(1,21e-11)	(2,26e-19)
Wald χ^2	86,9***	125,9***	454,0***	59,8***
Log likelihood	-2986,7	-3499,9	-3285,3	-3694,1
Likelihood ratio (LR) χ^2	7,82*	60,9***	7,88*	3,69
Maksimum/gjennomsnitt VIF	1,79/1,40	1,62/1,37	1,62/1,27	1,79/1,40
Antall foretak/regioner	3143/85	3139/85	3145/85	3145/85
Næringer nøstet i regioner	1227	1227	1227	1227

Standardfeil i parentes og for regresjonskoeffisienter rapporterer vi konservative to-halede signifikanstester. Kontinuerlige variable, unntatt effektvariabler i Modell 1 og 2, er log-transformert. Vi utelater konstantledd.

- † $p < 0,10$
 * $p < 0,05$
 ** $p < 0,01$
 *** $p < 0,00$

Regresjonestimater

Modell 1 viser at foretak med tjenesteinnovasjon, markedsinnovasjon (innovasjon som også er ny for markedet) og prosessinnovasjon rapporterer å ha blitt relativt positivt affisert av COVID-19. Også foretak med mange ansatte, lokaliserte i sentrale regioner og hvor det viktigste markedet er nasjonalt (utover regionen de er lokalisert i), rapporterer det samme. Til sist viser Modell 1 at foretak hvor det viktigste markedet ligger utenfor EU/EFTA i relativt liten grad ble positivt affisert av COVID-19, og det samme gjelder foretak med produktinnovasjoner i befolkningstette regioner, men hvor sammenhengen riktignok er grensesignifikant.⁵

Modell 2 viser at produktive foretak og foretak med mange ansatte var relativt lite negativt påvirket av COVID-19. Tilsvarende viser Modell 2 at foretak hvor det viktigste markedet er nasjonalt også i relativt liten grad var negativt påvirket av pandemien. Til sist viser Modell 2 at foretak med prosessinnovasjoner i sentrale regioner var relativt negativt påvirket av COVID-19.

Modell 3 viser at foretak med prosessinnovasjon hadde en relativt positiv effekt på inntektsendring mens FoU-investeringer og produktivitet hadde negative effekter. Når det gjelder sistnevnte funn må en imidlertid anta at det kan ha sammenheng med regresjon mot gjennomsnittet (Barnett et al., 2004; Nesselroade et al., 1980), og vi drøfter dette i neste seksjon. Videre viser Modell 3 at foretak med det viktigste markedet utenfor EU/EFTA hadde en relativt positiv effekt på inntektsendring, mens FoU-intensive og produktive foretak i sentrale regioner hadde relativt store inntektstap.

Modell 4 viser at foretak med tjenesteinnovasjon tenderer å være relativt godt forberedt på nye kriser, men sammenhengen er grensesignifikant. Videre viser Modell 4 at foretak med mange ansatte er relativt godt forberedt på nye kriser, og det samme gjelder foretak med produktinnovasjon som er lokaliserte i sentrale regioner.

5 Vi inkluderer kun interaksjonseffekter mellom regional befolkningstetthet og andre variabler som er signifikante eller grensesignifikante.

Annen statistikk

Signifikant Wald χ^2 forteller om god modelltilpasning i samtlige modeller. Signifikant likelihood ratio (LR) χ^2 i Modell 1–3 indikerer at negativ og positive påvirkning av COVID-19 samt inntektsendringer har vært mer fremtredende i enkelte næringer enn andre, mens ikke-signifikant resultat i Modell 4 indikerer at kriseberedskap ikke er ulik på tvers av næringer. Maksimum og gjennomsnittlig variasjonsinflasjonsfaktorer (VIF) som tar relativt lave verdier, indikerer at multikollinearitet ikke er noe problemer i analysene (jf. O'Brien, 2007). Til sist observerer vi at antall foretak inkludert i de ulike analysene er mellom 3139 og 3145 lokalisert i 85 ulike økonomiske regioner. Antall ulike næringer nøstet i økonomiske regioner er 1227.

Diskusjon

Drøfting av funn

Utgangspunktet for dette kapittelet var å belyse i hvilken grad geografi og foretaksinterne ressurser har hatt betydning for hvordan norske foretak ble påvirket av og håndterte COVID-19-pandemien. Geografi er knyttet til om foretakene er lokalisert i sentrale, det vil si. befolkningstette, regioner eller i rurale, det vil si befolkningstynne, regioner. I tillegg har vi studert geografisk lokalisering av foretakets hovedmarked. Foretaksinterne ressurser er knyttet til innovasjonsaktivitet, FoU-investeringer og størrelse i antall ansatte. Til sist har vi belyst forhold som eventuelt kan forklare hvordan norske foretak er forberedt på eventuelle framtidige kriser. Metodisk har vi analysert data fra SSBs innovasjonsundersøkelser i 2018 og 2020.

Resultatene viser at foretak lokalisert i sentrale regioner var mer positivt påvirket av COVID-19 enn de i rurale regioner. Funnene indikerer relativt svak konkurransekraft i rurale områder. I tillegg fant vi at foretak med nasjonalt hovedmarked utenfor regionen de var lokalisert i, både var mer positivt påvirket og samtidig i mindre grad var negativt påvirket av pandemien enn foretak med regionalt hovedmarked. Funnene forteller at foretak i sentrale regioner med et norsk hovedmarked utover regionen de er lokalisert i, har håndtert COVID-19 relativt godt. En mulig forklaring på den positive effek-

ten av lokalisering i sentrale regioner kan være nærhet til kritisk infrastruktur, kompetansemiljøer, leverandører og kunder (Aarstad, Jakobsen & Foss, 2022; Krugman, 1991). En forklaring på den positive effekten av et norsk hovedmarked utover regionen en er lokalisert i, kan være mindre sårbarhet på markedssiden enn om en kun betjener et regionalt marked. Samtidig viser resultatene at foretak med hovedmarked utenfor EU/EFTA i liten grad var positivt påvirket av COVID-19, men de opplevde inntektsvekst. Disse resultatene er tilsynelatende motstridende, men kan indikere at foretak med et bredt internasjonalt marked har greid å øke omsetningen til tross for, og parallelt med, at COVID-19 var utfordrende kanskje spesielt for logistikk og reiseaktivitet i en tidlig fase.

I tillegg viste empirien at foretak med tjenesteinnovasjon, markedsinnovasjon og prosessinnovasjon var relativt positivt påvirket av COVID-19, og foretak med prosessinnovasjon opplevde relativt sterk inntektsøkning. En mulig forklaring på disse funnene kan være at innovasjonsaktive foretak reflekterer intern og ekstern monitorering av omgivelser som bidrar til kontinuerlig oppdatering av strategier og forretningsmodeller for nye produkter og tjenester samt organisatorisk restrukturering for å opprettholde tilpassningsdyktighet (Teece, 2020).

Empirien viste videre at foretak med mange ansatte var relativt positivt påvirket av COVID-19 og lite negativt påvirket. Samtidig rapporterte foretak med mange ansatte at de er relativt godt rustet mot fremtidige kriser, og produktive foretak hevder å være relativt lite negativt påvirket av pandemien. En forklaring på funnene kan være at store og produktive foretak har relativt mye organisatorisk slakk (jf. Cyert & March, 1963) som kan ha gjort dem godt rustet til å håndtere kriser. I tillegg kan store foretaks relativt høye grad av legitimitet ha vært en tilleggsfaktor.

Kanskje noe overraskende viste empirien at FoU-intensive foretak hadde relativt stor inntektsnedgang gjennom pandemien. En forklaring kan imidlertid være at høye FoU-investeringer indikerer utvikling av produkter eller produksjonsprosesser med høy nyhetsgrad, men samtidig høy usikkerhet, og sistnevnte forhold har sannsynligvis vært en ulempe under høy logistikk- og markedsusikkerhet. Den negative sammenhengen mellom produktivitet og inntektsendring kan også i utgangspunktet virke kontraintuitiv, men en naturlig forklaring er regresjon mot gjennomsnittet som innebærer at høye inntekter en gitt periode, *ceteris paribus*, vil føre til lavere inntekter i følgende periode, og vice versa.

Interaksjonsleddene vi inkluderte viser at foretak med produktinnovasjon var mer positivt påvirket av COVID-19 i rurale enn sentrale regioner, men siden resultatet er grensesignifikant, er vi forsiktige med å tillegge det for stor vekt. Imidlertid ser vi at foretak med produktinnovasjoner lokalisert i befolkningstette regioner rapporterte å være signifikant mer forberedt på fremtidige kriser enn foretak med produktinnovasjoner i rurale regioner. Også dette indikerer at rurale regioner har relativt lav konkurransekraft, og grunnen til funnet kan være en gunstig kombinasjon av lokalisering i sentrale regioner kombinert med fordelene av å være innovasjonsaktiv, som vi har diskutert tidligere. På den annen side observerer vi at foretak med prosessinnovasjon har vært mer negativt affisert av COVID-19 i sentrale enn i rurale regioner. Tilsvarende ser vi også at FoU-intensive og produktive foretak i rurale regioner hadde lavere inntektstap enn tilsvarende foretak i sentrale regioner. Dette indikerer relativt sterk konkurransekraft i rurale regioner. Forklaringen er usikker, men kan være i tråd med tidligere norsk forskning som viser at rurale regioner har egenskaper som reflekterer høy innovasjonsaktivitet (Aarstad & Jakobsen, 2020), inkludert grønne innovasjoner (Aarstad et al., 2020), med et tydelig fokus på samfunnsansvar (Fløysand & Jakobsen, 2017).

Teoretiske og praktiske bidrag

Resultater som viser at foretak i sentrale regioner i overveiende grad var relativt positivt påvirket av COVID-19, er et bidrag inn mot litteraturfeltet regional økonomisk resiliens, definert som «evnen til å reise seg etter eksterne sjokk» (Christopherson et al., 2010, s. 5). Tilsvarende er våre funn som viser at foretak med regionalt hovedmarked har hatt større utordringer ifm. COVID-19 enn foretak med et nasjonalt hovedmarked, et bidrag inn mot det samme litteraturfeltet. Sagt på en annen måte informerer vår studie at foretak i sentrale regioner med nasjonalt hovedmarked har hatt relativt høy resiliens i kjølvannet av pandemien.

Resultater som viser at innovasjonserfaring har bidratt til økte positive effekter i kjølvannet av COVID-19, er et bidrag inn mot fagfeltet dynamiske kapabiliteter, definert som foretaks «evne til å integrere, bygge og konfigurere intern og ekstern kompetanse for å håndtere omgivelser som endrer seg hurtig» (Teece et al., 1997, s. 516). Dvs., innovasjonserfaring synes å ha vært en fordelaktig dynamisk kapabilitet i møte med pandemien.

Til sist er våre funn som viser at produktive foretak og foretak med mange ansatte har håndtert COVID-19 relativt godt, et bidrag inn mot fagfeltet som diskuterer organisatorisk slakk og «sårbarhet ved å være liten» (Bourgeois, 1981; Cyert & March, 1963; Freeman et al., 1983; Ko & Liu, 2017; Penrose, 1959). Mao., i tråd med tidligere studier viser vårt bidrag at produktive og store foretak, mest sannsynlig pga. organisatorisk slakk og fravær av «sårbarhet ved å være liten», har håndtert pandemien relativt godt (Aarstad et al., 2023b).

Et praktisk bidrag er funnene som viser at innovasjonsaktive foretak har håndtert COVID-19 ganske bra. En lærdom av dette er at innovasjonsaktivitet ikke bare har konsekvenser for utvikling og lansering av nye produkter, tjenester og produksjonsprosesser, men også istandsetter foretak til å håndtere uventede kriser bedre enn de ellers hadde gjort.

Et annet praktisk bidrag er at geografi har betydning for hvordan foretak håndterer kriser. Foretak i sentrale regioner har klart seg best, men samtidig finner vi at at FoU-intensive og produktive foretak i rurale områder også har kommet godt ut av pandemien. Målrettede tiltak som kan bidra til å løfte FoU-svake og lite produktive foretak i rurale områder, vil kunne bidra til at norsk næringsliv samlet sett vil stå bedre rustet til å møte nye kriser.

Et tredje praktisk bidrag er funnene som viser at foretak med hovedmarked i regionen hvor de er lokalisert, hadde særlige utfordringer ifm. COVID-19. En lærdom av dette kan være at en utvidet nasjonal markedshorison ikke usannsynlig vil gjøre foretak bedre i stand til å håndtere fremtidige kriser.

Begrensninger og forslag til framtidig forskning

En begrensning i studien er at befolkningstetthet som en sentral variabel ikke nødvendigvis fanger opp alle relevante geografiske nyanser når det gjelder rurale versus sentrale regioner. Fremtidige bidrag som skal analysere effekter av COVID-19 pandemien eller andre kriser, bør derfor med fordel mer presist og eksplisitt måle regional næringsstruktur, regional innovasjonsinfrastruktur og kvaliteten på den regionale næringspolitikken. En annen begrensning er at studien ikke inkluderte mål på ansattes utdanning og erfaring, og det er ikke usannsynlig at slike forhold har påvirket hvordan foretak både har håndtert COVID-19 og er forberedt på eventuelle nye kriser. Fremtidig forskning bør derfor forsøke å inkludere slike mål i analysene.

Referanser

- Amorim Varum, C. & Rocha, V. C. (2012). The effect of crises on firm exit and the moderating effect of firm size. *Economics Letters*, 114(1), 94–97. <https://doi.org/10.1016/j.econlet.2011.09.015>
- Armand, A. & Mendi, P. (2018). Demand drops and innovation investments: Evidence from the Great Recession in Spain. *Research Policy*, 47(7), 1321–1333. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2018.04.015>
- Asheim, B. T. & Coenen, L. (2005). Knowledge bases and regional innovation systems: Comparing Nordic clusters. *Research Policy*, 34(8), 1173–1190. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2005.03.013>
- Babelytė-Labanauskė, K. & Nedzinskas, Š. (2017). Dynamic capabilities and their impact on research organizations' R&D and innovation performance. *Journal of Modelling in Management*, 12(4), 603–630.
- Barnett, A. G., van der Pols, J. C. & Dobson, A. J. (2004). Regression to the mean: what it is and how to deal with it. *International Journal of Epidemiology*, 34(1), 215–220. <https://doi.org/10.1093/ije/dyh299>
- Bourgeois, L. J. (1981). On the measurement of organizational slack. *The Academy of Management Review*, 6(1), 29–39. <https://doi.org/10.2307/257138>
- Christopherson, S., Michie, J. & Tyler, P. (2010). Regional resilience: theoretical and empirical perspectives. *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 3(1), 3–10. <https://doi.org/10.1093/cjres/rsq004>
- Cohen, W. M. & Levinthal, D. A. (1990). Absorptive capacity: A new perspective on learning and innovation. *Administrative Science Quarterly*, 35(1), 128–152. <https://doi.org/10.2307/2393553>
- Cyert, R. M. & March, J. G. (1963). *A behavioral theory of the firm*. Prentice-Hall.
- Fløysand, A. & Jakobsen, S.-E. (2017). Industrial renewal: narratives in play in the development of green technologies in the Norwegian salmon farming industry. *The Geographical Journal*, 183(2), 140–151. <https://doi.org/10.1111/geoj.12194>
- Freeman, J., Carroll, G. R. & Hannan, M. T. (1983). The liability of newness: age dependence in organizational death rates. *American Sociological Review*, 48(5), 692–710. <https://doi.org/10.2307/2094928>
- Helfat, C. E. (1997). Know-how and asset complementarity and dynamic capability accumulation: The case of R&D. *Strategic Management Journal*, 18(5), 339–360. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(199705\)18:5%3C339::AID-SMJ883%3E3.0.CO;2-7](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199705)18:5%3C339::AID-SMJ883%3E3.0.CO;2-7)
- Hill, C. W. L., Jones, G. R. & Scing, M. A. (2015). *Theory of Strategic Management* (11. utg.). South-Western Cengage Learning.
- Jakobsen, S.-E. & Lorentzen, T. (2015). Between bonding and bridging: Regional differences in innovative collaboration in Norway. *Norsk Geografisk Tidsskrift – Norwegian Journal of Geography*, 69(2), 80–89. <https://doi.org/10.1080/00291951.2015.1016550>
- Jakobsen, S.-E., Aarstad, J., Coenen, L., Isaksen, A. & Solheim, M. C. W. (2022). Koronapandemiens følger for grønn omstilling i norsk næringsliv. *Forskningspolitikk*, 4.
- Ko, W. W. & Liu, G. (2017). Overcoming the liability of smallness by recruiting through networks in China: a guanxi-based social capital perspective. *International Journal of Human Resource Management*, 28(11), 1499–1526. <https://doi.org/10.1080/09585192.2015.1128467>

- Krugman, P. (1991). Increasing returns and economic geography. *Journal of Political Economy*, 99(3), 483–499. <https://doi.org/10.2307/2937739>
- Nesselroade, J. R., Stigler, S. M. & Baltes, P. B. (1980). Regression toward the mean and the study of change. *Psychological Bulletin*, 88, 622–637. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.88.3.622>
- O'Brien, R. M. (2007). A caution regarding rules of thumb for variance inflation factors. *Quality & Quantity*, 41(5), 673–690.
- Penrose, E. T. (1959). *The theory of the growth of the firm*. Wiley.
- Raudenbush, S. W. & Bryk, A. S. (2002). *Hierarchical linear models: applications and data analysis methods* (2. utg.). Sage.
- Rothaermel, F. T. & Hess, A. M. (2007). Building dynamic capabilities: Innovation driven by individual-, firm-, and network-level effects. *Organization Science*, 18(6), 898–921. <https://doi.org/10.1287/orsc.1070.0291>
- Salunke, S., Weerawardena, J. & McColl-Kennedy, J. R. (2011). Towards a model of dynamic capabilities in innovation-based competitive strategy: Insights from project-oriented service firms. *Industrial Marketing Management*, 40(8), 1251–1263. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2011.10.009>
- Schoemaker, P. J. H., Heaton, S. & Teece, D. (2018). Innovation, dynamic capabilities, and leadership. *California Management Review*, 61(1), 15–42. <https://doi.org/10.1177/0008125618790246>
- Snijders, T. A. B. (2011). Multilevel analysis. I M. Lovric (Red.), *International Encyclopedia of Statistical Science* (s. 879–882). Springer Berlin Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-642-04898-2_387
- Teece, D. J. (2007). Explicating dynamic capabilities: the nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance. *Strategic Management Journal*, 28(13), 1319–1350.
- Teece, D. J. (2020). Fundamental issues in strategy: time to reassess? *Strategic Management Review*, Forthcoming.
- Teece, D. J., Pisano, G. & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509–533. [https://doi.org/10.1002/\(sici\)1097-0266\(199708\)18:7](https://doi.org/10.1002/(sici)1097-0266(199708)18:7)
- Verona, G. & Ravasi, D. (2003). Unbundling dynamic capabilities: an exploratory study of continuous product innovation. *Industrial and Corporate Change*, 12(3), 577–606. <https://doi.org/10.1093/icc/12.3.577>
- Aarstad, J. & Jakobsen, S.-E. (2020). Norwegian firms' green and new industry strategies: A dual challenge. *Sustainability*, 12(1), 361.
- Aarstad, J. & Kvitastein, O. A. (2020). An unexpected external shock and enterprises' innovation performance. *Applied Economics Letters*, 28(14), 1245–1248. <https://doi.org/10.1080/13504851.2020.1814942>
- Aarstad, J., Jakobsen, S.-E. & Fløysand, A. (2022). Has firms' emphasis on environmental and social sustainability impacted how they have been affected by and responded to COVID-19? *Frontiers in Sustainability*, 3(913337), 1–6. <https://doi.org/10.3389/frsus.2022.913337>
- Aarstad, J., Jakobsen, S.-E. & Foss, L. (2022). Business incubator management and entrepreneur collaboration with R&D milieus: Does the regional context matter? *The*

- International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 23(1), 28–38. <https://doi.org/10.1177/14657503211030808>
- Aarstad, J., Jakobsen, S.-E. & Kvitastein, O. A. (2023a). Governmental revenue compensation during COVID-19: Did firm resources and institutional factors explain who received it? Paper under review.
- Aarstad, J., Jakobsen, S.-E. & Kvitastein, O. A. (2023b). R&D investments and employment decisions as a function of enterprise size and regional population density before and during COVID-19 [Brief research report]. *Frontiers in Research Metrics and Analytics*, 8. <https://doi.org/10.3389/frma.2023.1107309>
- Aarstad, J., Kvitastein, O. A. & Jakobsen, S.-E. (2016). Related and unrelated variety as regional drivers of enterprise productivity and innovation: A multilevel study. *Research Policy*, 45(4), 844–856. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2016.01.013>
- Aarstad, J., Kvitastein, O. A. & Solheim, M. C. W. (2021). External shocks and enterprises' dynamic capabilities in a time of regional distress. *Growth and Change*, 52(4), 2342–2363. <https://doi.org/10.1111/grow.12531>
- Aarstad, J., Vai, F. & Aspenes, K. (2020). Hva kjennetegner norske foretak som utvikler grønne og miljøvennlige innovasjoner? I L. Longvanes & T. Årethun (Red.), *Berekraftig verdiskaping* (s. 113–126). Fagbokforlaget.

Løseth, K. & Furberg, D. (2024). Kompetansebehov i distrikta: Kva meiner tilsette om arbeidsliv og karrieremoglegheiter i Sogn og Fjordane? I T. Frimanslund & N. G. Bækkelund (Red.), *Rural konkurransekraft* (s. 219–241). Fagbokforlaget. DOI: <https://doi.org/10.55669/oa410409>

Kapittel 9

Kompetansebehov i distrikta

Kva meiner tilsette om arbeidsliv og karrieremoglegheiter i Sogn og Fjordane?

Kristin Løseth¹ og Daniel Furberg¹

¹ Vestlandsforskning

Samandrag: Rekruttering av kompetent arbeidskraft er ei sentral utfordring for næringslivet i distrikta. Mykje er forska på kva som får folk til å flytte til og bli buande i rurale område, men lite er kjent om korleis arbeidsliv og karriereutvikling blir opplevd blant dei som jobbar i Distrikts-Norge. Vestlandsforskning har, på oppdrag frå Sparebankstiftinga Sogn og Fjordane, gjennomført ei spørjeundersøking blant 647 arbeidstakarar i Sogn, Sunnfjord og Nordfjord (Løseth & Furberg, 2023). Resultata viser at mange opplever få alternative arbeidsplassar, men raskare karriereutvikling grunna breie arbeidsoppgåver, stort ansvar og synlegheit. Om lag 40 prosent var meir opptatt av balanse mellom jobb og fritid enn karriere. Eit ope spørsmål avdekkjer både positive og negative sider ved små arbeidsforhold. Studien bidreg til eit meir nyansert bilete av arbeidslivet i distrikta.

Nøkkelord: rekruttering, karriereutvikling, arbeid-fritid-balanse, rural utvikling

Abstract: Recruitment of competent workers is a central challenge for businesses in rural areas. While much research has focused on what motivates people to move to and stay in rural regions, little is known about how career opportunities are perceived by those working in District Norway. Vestlandsforskning, commissioned by Sparebankstiftinga Sogn og Fjordane, conducted a survey among 647 employees in Sogn, Sunnfjord, and Nordfjord (Løseth & Furberg, 2023). The results show that while many felt they had few job alternatives, they also experienced faster career development due to varied tasks, responsibilities, and visibility. Nearly 40 percent were more focused on achieving a good work-life balance than on advancing their career. The study contributes to a more nuanced view of working life in rural areas.

Keywords: recruitment, career development, work-life balance, rural development

Kompetansebehov og distriktsarbeidsplassen

Å rekruttere og halde på kompetent arbeidskraft har vore og er ei sentral utfordring for næringslivet ute i distrikta. Delar av næringslivet slit med å rekruttere *nok* tilsette, medan andre jobbar for å få på plass *rett* kompetanse. NHOs kompetansebarometer (Rørstad et al., 2022) viser at to av tre verksemdar på landsbasis har eit kompetansebehov, og trenden frå tidlegare år er negativ. Auken må sjåast i samanheng med pandemien og at tilgangen på utanlandsk arbeidskraft har vore redusert i tida etterpå.

Verksemdar etterspør kompetanse på ulike utdanningsnivå. NHO's kompetansebarometer viser at kompetansebehova heng saman med sentraliseringsindeks. Dess meir sentral ein kommune er, dess større er behova for tilsette med høgare utdanning. Etterspørselen etter fagskuleutdanna og vidaregåande utdanna er derimot relativt høgare ute i distrikta. Det er likevel store skilnader i kompetansebehov mellom det ein kan kalle rurale regionar. Skilnadane kan forklarast mellom anna ut i frå ulikheiter i næringsstruktur, folketettleik, flyttemønster og det ein breitt kan kalle stadsattraktivitet.

Skal ein sikre seg kompetanse, handlar det både om å utvikle lokal kompetanse, få fleire tilflyttarar og å halde på den kompetansen ein har. Årethun et al. (2017, s. 216) gjev ei god oppsummering av studiar av tilflytting til distrikta, og viser at det er nokre faktorar som går igjen når folk skal gjere greie for kvifor dei vel å flytte. Den første er det ein breitt kan kalle anti-urbanisme, der tilgang på natur og friluftsliv er viktig, men og andre kjenneteikn på det rurale, som mindre grad av anonymitet og tettare band mellom folk. Ein annan avgjerande faktor er moglegheit for å få gode jobbar og karrieremoglegheiter. For yngre tilflyttarar er moglegheiter for å ta utdanning viktig. I tillegg kjem faktorar som god tilgang på bustader, gode kommunale tenester og gode kulturtilbod.

Ein av faktorane som går igjen i studia handlar naturleg nok om å finne ein attraktiv jobb. Likevel har det vorte forska relativt lite på distriktsarbeidsplassen, noko som er underleg med tanke på at attraktivt arbeid er ei sentral drivkraft for at ein vel å flytte, og ein viktig nøkkel for å få folk til å bli verande. Med meir kunnskap om korleis folk oppfattar arbeidslivet i distrikta, blir og arbeidsgjevarane si rolle meir tydeleg.

For å finne ut meir om arbeidslivet og korleis tilsette oppfattar sine moglegheiter for karriereutvikling ute i distrikta har Vestlandsforskning på oppdrag

frå Sparebankstiftinga Sogn og Fjordane gjennomført ei spørjeundersøking i Sogn, Sunnfjord og Nordfjord. Kunnskap om den rurale arbeidsplassen er ei viktig brikke både i arbeidet med å rekruttere og å halde på kompetanse. Me har undersøkt dette gjennom følgande forskingsspørsmål:

- Kva motiverer folk for å arbeide i distrikta?
- Kva moglegheiter og barrierar for karriereutvikling opplever dei tilsette i Sogn og Fjordane?

I det følgande vil me fyrst sjå nærare på særtrekk ved kompetansebehova i distrikta før me presenterer tidlegare forskning på arbeidsliv og karriereutvikling utanfor storbyane. Etter ein kort metodedel vil me presentere resultatane frå undersøkinga og diskutere desse. Delar av teksten i den vidare teoretiske drøftinga er henta frå rapporten *Arbeidsliv og karriere i Sogn og Fjordane, Myten om ei raskare karriereutvikling i Sogn og Fjordane- stemmer den?* (Løseth & Furberg, 2023).

Særtrekk ved næringsliv og kompetansebehov i distrikta

Innan økonomisk geografi skil ein gjerne mellom rurale område som er institusjonelt «tynne» og storbyregionar som er institusjonelt «tykke». Tödting og Trippl (2005) skildrar «tynne» regionar som område med svakt utvikla regionale innovasjonssystem, der dei manglar dynamiske verksemder og kunnskapsorganisasjonar. Ein finn gjerne lågare innovasjonsaktivitet, færre spesialiserte verksemder og færre kunnskapsorganisasjonar og universitet/høgskular. Nettverk er gjerne mindre utvikla og lite kopla opp mot utdanningsinstitusjonane.

I «tykke» regionar er biletet annleis, der er innovasjonsgraden høgare, med stor tettheit og variasjon av verksemder, samt kunnskapsorganisasjonar og utdanningsinstitusjonar. Her dreg ein nytte av stordriftsfordelar og opphopingar av verksemder som arbeidar innan liknande felt og trekkjer slik til seg spesialisert arbeidskraft.

Sogn og Fjordane, som er fokusområde for denne studien, har mange av kjenneteikna til ein institusjonelt «tynn» region. Ei slik todeling vert likevel veldig generell. Nokre rurale regionar klarar å bygge sterke miljø gjennom å vidareutvikle næringsmiljø som historisk har stått sterkt i regionen. Å utnytte regionale fortrinn på den måten vert gjerne kalla smart spesialisering, og handlar om å bygge nye nisjar og næringsområde rundt det ein allereie har (Boschma, 2014; Kommunal og moderniseringsdepartementet, 2018).

Det å vere lokalisert i rurale område kan og ha fordelar for ei verksemd. Tilsette er gjerne meir lojale mot arbeidsgjevaren ute i distrikta, noko som både styrkar kunnskapsbasen i verksemda, hindrar kunnskapsspreiing til konkurrentar og støttar utviklinga av taus kunnskap i verksemda (Eder & Trippel, 2019).

Innanfor slike institusjonelt «tynne» regionar har generelle utviklings-trekk konsekvensar for rekruttering til næringslivet. Her finn ein ofte utfordringar knytt til folketalsutvikling, sysselsetting og verdiskaping, tilgang på kompetanse og innovasjonsressursar (Onsager, 2019, s. 17). Biletet må likevel nyanseras i og med at områda består av heterogene kommunar, både når det gjeld folketal, busettingsmønster og næringsstruktur.

Onsager (2019) skildrar korleis vi, etter ein periode med vekst i folketal i mange rurale kommunar i Norge, no ser ein nedgang både i innvandring og fødselstal. Dette er særleg ei utfordring i dei minst sentrale distrikta og vil gje færre personar i arbeidsfør alder i desse områda.

Aldersfordeling i befolkninga seier noko om storleiken på arbeidsstokken i dag og i framtida. Eldrebølga som ein ser over heile Noreg har større verknad i distrikta enn elles, sidan dette gjerne er område der ein har stor utflytting av personar i aldersgruppa 18–25 år. Det blir difor relativt færre i arbeidslivet i desse områda enn i meir tettbygde strok med tilflytting. Med eldrebølga vil folk med mykje erfaring og kompetanse gå ut av arbeidslivet, og i distrikta vil det verte stadig meir utfordrande å tette kompetansemangelen etter dei. Ein kan dermed forvente at kompetanseutfordringane ein ser i dag, ikkje vil verte mindre dei neste tiåra, snarare tvert om. Frå eit arbeidstakarperspektiv vil det derimot vere mange spennande jobbar å velje mellom. Det vil truleg bli større skilnader mellom områda som klarar å trekkje til seg kvalifisert arbeidskraft, og dei som av ulike orsakar ikkje lukkas med rekrutteringa.

Karriereomgrepet i ein rural kontekst

Sjølv om ein veit at konteksten set nokre rammer for korleis folk tolkar og forstår dei moglegheitene dei har i arbeidslivet (Arthur et al., 2005), har det vore lite forskning på korleis til dømes skiljet mellom rurale og urbane næringsmiljø verkar inn på folk sine oppfatta karrierar. Lokalitet og næringsstruktur blir sjeldan nemnt verken som hindring eller som moglegheit for individuell karriereutvikling (Cassel et al., 2018, s. 32).

Karriere handlar i grove trekk om ein person si arbeidserfaring og korleis arbeidet har vorte organisert over tid (Arthur & Rosusseau, 1996). Det moderne arbeidslivet har endra seg mykje i løpet av dei siste tiåra, og dermed og forståinga knytt til karriereomgrepet. Den tradisjonelle karriera der den enkelte sitt arbeidsliv var tett knytt til ein spesifikk arbeidsgjevar eller organisasjon er sjeldnare no. Karrierar tek i dag gjerne utgangspunkt i individet, der jobbsikkerheit og karrieremoglegheiter i aukande grad er avhengig av kunnskapen og ferdigheitene til den enkelte. Arbeidstakaren er ikkje i like stor grad forankra i ein spesifikk organisasjon og til dei moglegheitene som ein finn der. Slik sett er den ei endring frå ei kollektiv forståing av korleis arbeidslivet til den enkelte utfaldar seg, til at det handlar meir om den enkelte si aktive rolle.

Innan forskning på karriere skil ein gjerne mellom ei subjektiv og ei objektiv forståing av omgrepet. Mål på objektiv karrieresuksess er typisk ytre indikatorar som at ein beveger seg opp eit karrierhierarki, får høgare lønn eller ein ny tittel, medan subjektiv karrieresuksess handlar meir om haldningar og kjensler den enkelte har knytt til kva ein har oppnådd i arbeidslivet (Feldman & Ng, 2007, s. 353). Det den enkelte oppfattar som suksess kan dermed vere knytt til heilt andre kriterium enn progresjon og auke i løn. Mens den objektive suksessen reflekterer ei felles sosial forståing, så handlar den subjektive suksessen om den enkelte personen si spesifikke forståing. Arthur et al (2005, s. 196) argumenterer sterkt for ei kvalitativ tilnærming der ein kan gå djupare inn på dei subjektive kriteria for den enkelte si opplevde karriereutvikling.

Vektlegginga av objektiv karrieresuksess gjer at Cassel et al. (2018, s. 32) kallar omgrepet karriere normativt; det impliserer at det å gjere karriere er noko positivt både for arbeidstakaren og for organisasjonen. Særleg i ein rural kontekst er dette eit viktig poeng. Mange vel kanskje å busette seg ute i distrikta nettopp for å kunne bruke tida si ikkje berre på karriere, men og

kunne prioritere andre ting. Her vil målet på ei vellukka karriere kanskje heller handle om at ein finn ein god balanse mellom arbeid og andre delar av livet.

Ei anna utfordring i distrikta er at det gjerne er færre alternative jobb-moglegheiter. Det er fleire små verksemder, med færre moglegheiter til å klatre internt, og det er færre verksemder å velje mellom om ein vil byte jobb. I karrieresamanheng aukar hyppige jobbskifte gjerne i ein objektiv karrieresuksess, sidan det gjerne fører med seg nye ferdigheiter og breiare kompetanse som igjen gjev høgare løn og gjer ein meir attraktiv på arbeidsmarknaden (Feldman & Ng, 2007).

Karrieremoglegheitene er gjerne færre i rurale område og det å halde på godt kvalifiserte tilsette blir dermed desto viktigare. Smart (2008) undersøkte strategiar for å halde på tilsette i små verksemder i Georgia, USA. Ho fann at eit «familie-orientert» miljø, gode relasjonar på arbeidsplassen, fleksibilitet, at ein hadde ei kjensle av kontroll over jobbsituasjonen og ein kjekk jobb var faktorar som fekk tilsette til å bli verande i små verksemder i distrikta. Hoyos og Green (2011, s. 178) føreslår kompetansehevande tiltak og moglegheiter for progresjon i verksemda som tiltak for å halde på tilsette.

Cassel et al. (2018) undersøkte geografiske skilnader i karrierevegar og mobilitet i den svenske reiselivsnæringa. Deira funn indikerer at den lokale konteksten påverkar både karrieremoglegheiter og strategiar. Om ein ynskjer karriere i reiselivsnæringa på ein mindre stad, må ein gjerne flytte frå distrikta, der det er relativt færre faste fulltidsstillingar ledige i og med at næringa er meir sesongbasert, og det er mindre bevegelse i den lokale arbeidsmarknaden. Deira undersøking viste og at arbeidstakarar valde å flytte ut i distrikta for å jobbe med reiseliv, men då var hovudmotivasjonen knytt til friluftslivsinteresser og ikkje karriereutvikling. Dei som valde å flytte av slike motiv, hadde gjerne bakgrunn frå andre næringar og tok med seg verdifull kunnskap inn i den lokale reiselivsnæringa.

Alacovska et al. (2021) intervjuar freelancere frå kreative næringar som hadde flytta frå ein storby til rurale område og tatt jobben med seg. Dei fann at sjølv om moglegheitene for å utvikle seg innanfor kreative næringar gjerne var større i storbyane, var levekostnader høge og gjorde det vanskeleg å ha det informantane kalla eit godt liv der. Ved å flytte måtte dei redefinere kva dei såg på som karrieresuksess til òg å innehalde livskvalitet. Etter flytting blei karriereforståelsen i sterkare grad knytt til det å leve meningsfulle liv. Denne heilheits tenkinga rundt karriere er nok ein sentral del av det

å arbeide i distrikta, at evnene kan nyttast på fleire måtar enn på ein smalare karriereveg.

Nokre studiar viser likevel at karriereutviklinga kan gå raskare ute i distrikta. Tilbake i 1998 fann Orderud og Onsager fram til ulike flyttegrupper ut i frå deira motiv om å flytte til distrikta. Grappa han kallar jobbkariereinnflyttarar, brukar jobbar i distrikta som springbrett til meir attraktive jobbar på sentrale arbeidsmarknader. Jobbkariereinnflyttaren flyttar gjerne langt og brukar distriktsjobbar til å opparbeide seg yrkeserfaring og kompetanse, som igjen kan nyttas vidare i meir attraktive jobbar i sentrale arbeidsmarknader. Grunna avgrensingar i den lokale arbeidsmarknaden flyttar jobbkariereinnflyttaren ofte vidare om dei ynskjer vidare avansement gjennom ny jobb (Orderud & Onsager, 1998, s. 25).

Ideen om ei raskare karriereutvikling i distrikta får og støtte i to kvalitative forskingsarbeid, eit frå Noreg og eit frå Orknøyane. Ein nyleg studie av kvinner i it-jobbar ute i distrikta fann særtrekk ved ruralt arbeidsliv som vart opplevd som positive for kvinnene si karriereutvikling (Corneliussen et al., 2022, s. 179). Kvinnene skildra at dei vart meir synlege og fekk meir ansvar enn dei hadde fått i ein meir urban kontekst, og at oppgåvene var meir varierte ettersom dei i små verksemdar måtte ta på seg fleire roller.

Eit anna aspekt ved det urbane arbeidslivet som kvinnene trakk fram var at arbeidsgjeveren var veldig klar over kompetansemanglane i regionen deira, og dermed visste å verdsette kompetansen til sine tilsette (Corneliussen et al., 179). Fleire av kvinnene opplevde seg godt ivaretekne av leiarar som gjerne tok på seg ei rolle som mentor og som utfordra og støtta dei i karriereutviklinga. Medan mangel på relevant arbeidskraft i ein region gjerne vert skildra som noko udelt negativt, kjem det her fram nyansar om at det òg kan føre med seg auka synlegheit, varierte arbeidsoppgåver og god leiarstøtte for den einskilde arbeidstakaren. Dette er positive sider ved ruralt arbeidsliv som kvinnene skildra samstundes som dei gav uttrykk for at det var mangel på relevante jobbar og verksemdar å velje mellom i regionen.

Ein studie frå Orknøyane viser korleis unge arbeidstakarar oppfattar moglegheiter og hindringar i eit (veldig) ruralt område. Arbeidstakarane opplevde her at arbeidet kravde meir fleksibilitet og evne til kompromiss. Arbeidsmiljøa var mindre enn i dei store byane, slik at den same stillinga på Orknøyane ville vere meir variert og krevje større fleksibilitet og evne til å ta initiativ (Alexander, 2013, s. 39). Praktiske og «kvardagslege» ferdigheiter

og kontaktar i grenseland mellom det sosiale og det profesjonelle hadde høg verdi i denne jobbkonteksten.

Case: Sogn og Fjordane

Sogn og Fjordane var eige fylke fram til fylkessamanslåinga i 2020, der området vart del av Hordaland fylke. Sogn og Fjordane dekker dei tre regionane Nordfjord, Sunnfjord og Sogn. Sjølv om alle regionane har kompetanseutfordringar, er det skilnader mellom dei. Ifølgje NHO's kompetansebarometer svarar heile 89 prosent av verksemdene i Sunnfjord og Ytre Sogn at dei i stor og nokon grad har udekka kompetansebehov, for Nordfjord og Kinn er talet 68 prosent, medan behova er mindre i Indre Sogn, der 49 prosent svarar at dei har udekka kompetansebehov.

Når det gjeld folketalsutvikling har utflytting frå Sogn og Fjordane til andre stader i Noreg vore større enn innflytting i perioden 2000–2019. I perioden 2008–2016 vart utflyttinga meir enn utlikna av innvandring, men sidan 2016 har talet innvandrarak falt og Sogn og Fjordane er inne i ein periode med negativ folketalsutvikling. Hovudutfordringa for flyttemønsteret i Sogn og Fjordane er, som i mange andre rurale område, at det er i stor grad yngre som flyttar ut for å ta utdanning og desse kjem i mindre grad attende til område seinare. Ein tidlegare studie syner at talet utflyttarak er særleg høgt blant dei som tek høgare utdanning innan teknologiske eller økonomiske fag (Årethun et al., 2017).

Den fagkompetansen som i stor eller nokon grad blir etterspurt i NHO Vestland, er ingeniør- og tekniske fag og handverksfag, der høvesvis 47 prosent og 65 prosent av verksemdene etterspur denne type kompetanse. Dette er og på landsbasis dei mest etterspurde kompetanseområda hos NHO-verksemdene.

Eit aukande kompetansebehov finn ein innanfor IKT. Som for dei generelle kompetansebehova over er det i Sunnfjord og Kinn IKT kompetansebehova er størst. Der seier 59 prosent av verksemdene at dei treng meir kompetanse. Talet for Nordfjord og Kinn er 48 prosent og for Indre Sogn 35 prosent.

Metodeval

Utvalet

I studien valde vi å bruke bekvemmelighetsutval. Det inneber at vi har brukt lett tilgjengelege respondentar, der alle som fall under kriteria våre kunne delta i undersøkinga. Utvalet er dermed ikkje eit representativt utval, der utvalet har ei samansetning av faktorar som stemmer overeins med populasjonen ein skal studere. I eit bekvemmelighetsutval, eller ikkje-representativt utval, er det sannsynleg at resultatata vert påverka av samansetninga av respondentar. For å kunne ta omsyn til dette i analysen av resultatata, så vart respondentane spurde om bakgrunnsinformasjon. Vi har dermed hatt moglegheit til å sjå korleis ulike bakgrunnsfaktorar har påverka resultatata på dei ulike spørsmåla.

Spørsmål om karriereutvikling er ikkje like relevant i alle verksemdar. Vi valde å berre ta med verksemdar som har minst tre fulltidstilsette. Bli organisasjonane mindre, får ein fort enkeltmannsføretak og veldig små verksemdar der karriereomgrepet nok er mindre relevant for dei tilsette. Vi la dette inn som ekskluderingskriterie i SurveyMonkey slik at verksemdar med mindre enn tre tilsette ikkje kom vidare i spørjeskjemaet. Det same vart gjort med geografisk tilknytning; dei som ikkje var frå Sogn og Fjordane kom ikkje vidare.

Ei gruppe me ikkje treffer i denne studien er dei som bur i regionen, men som har arbeidsgjevarar ein annan stad i landet. Pandemien har forsterka moglegheitene for fjernarbeid, og fleire enn før kan no sitte ute i distrikta og samstundes gjere karriere i verksemdar som har hovudkontor langt unna. Sidan me retta oss mot arbeidsgjevarar i Sogn og Fjordane for å få deira hjelp til å distribuere spørjeskjema, får me ikkje svar frå desse «fjernarbeidarane».

Distribusjon

Vi nytta SurveyMonkey som verktøy og spørjeundersøkinga vart utforma slik at ein enkelt kunne svare på den både via PC og mobiltelefon. Sparebankstiftinga Sogn og Fjordane sitt nettverk bidrog med å formidle linken til spørjeskjemaet til arbeidsgjevarar i Sogn og Fjordane. Her var Sunnfjord Utvikling, Nordfjordakademiet, Måløy Vekst, Sogn Næring, Aksello, Akvahub og Framtidsfylket til stor hjelp med å få ut spørjeskjema til heile regionen.

Undersøkinga vart og sendt ut til alle kommunar i Sogn og Fjordane. Vi prøvde å formidle linken til dei store offentlege aktørane i Sogn og Fjordane;

Høgskulen på Vestlandet, Digitaliseringsdirektoratet, sjukehuset i Førde, Fylkesmannen og Statens Vegvesen. Ettersom dei får veldig mange slike førespurnader, fekk me lite respons i desse organisasjonane. I utvalet me ende opp med er det mange som har svara at dei er frå store offentlege organisasjonar, så me har nok likevel nådd fram med undersøkinga gjennom andre kanalar.

I tillegg hadde me sak om undersøkinga i Sogn Avis, Porten, Firda og Nasjonen og var morgonsendinga til NRK Sogn og Fjordane 15.02.2023. Undersøkinga vart og spreidd på LinkedIn og Facebook.

Undersøkinga vart sendt ut gjennom Sparebankstiftinga Sogn og Fjordane sitt nettverk 16. januar. For å auke talet på svar purra vi to gonger før vi lukka undersøkinga 17. februar. Då hadde me fått 748 svar. 100 av desse var respondentar som ikkje dekte kriteria knytt til størrelse på verksemda og lokalisering i Sogn og Fjordane. Etter å ha trekt frå desse sat me att med 648 svar.

Spørjeundersøkinga

Sjølve spørjeundersøkinga inneheldt 21 spørsmål. Dei første gjev bakgrunnsinformasjon om respondentane, medan fem fleirvalsspørsmål handla meir direkte om korleis dei erfarer arbeidsliv og moglegheiter for karriereutvikling. Avslutningsvis har vi eit ope spørsmål der vi spør respondentane om det er andre ting dei vil legge til rundt temaet karriereutvikling i Sogn og Fjordane. Her var det 58 som valde å svare, noko som ga god tilleggsinformasjon til undersøkinga.

Spørjeundersøkinga vart meldt inn og godkjent hos Sikt, personvern-tenestene for forskning (tidlegare NSD). For å gjere figurane i rapporten meir lesarvenlege, så har vi runda av resultatata til heile prosent. Denne avrundinga fører i nokon tilfelle til at totalen av alle svaralternativa avvik noko frå 100 %, til dømes 99 % eller 101 %.

Resultat

Kven svarte på undersøkinga?

Av dei 648 svara me fekk inn på undersøkinga var det 293 menn (46 %) og 348 kvinner (54 %), altså ei lita overvekt kvinner.

Undersøkinga vart spreidd i heile regionen som dekkjer gamle Sogn og Fjordane fylke, og me fekk ei god fordeling av svar frå dei ulike delane av Sogn og Fjordane: 214 frå Sunnfjord (33 %), 172 frå Nordfjord (27 %) og 254 frå Sogn (40 %). Fordelinga reflekterer godt dei reelle befolkningstala i regionane.

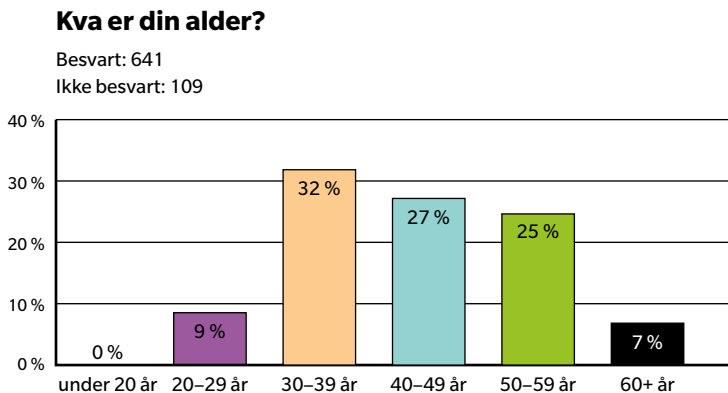
Som Figur 9.1 viser var det god aldersspreiing i utvalet. Relativt få i aldersgruppa 20–29 år valde å svare. I den aldersgruppa er det høg utflytting grunna utdanning i Sogn og Fjordane. Ein anna grunn til at det er få yngre som svarar, finn ein i Figur 9.2 som viser utdanningsnivået blant respondentane.

Det var eit høgt utdanningsnivå blant dei som svarte. 85 prosent har 3 år eller meir med høgare utdanning, eit tal som er langt høgare enn landsgjennomsnittet på 36 prosent (SSB, 2023). Tala må sjåast i samanheng med at dette er ei undersøking der ein nyttar ordet *karriere* i overskrifta, og at det kanskje er noko særleg dei som har valt å ta høgare utdanning er opptekne av. Det høge utdanningsnivået er ein viktig bakgrunnsvariabel når svara i undersøkinga skal tydst. Sjølv om forskjellane var små, var det særleg fleire med fem år og lengre utdanning i Sogn jamfør Sunnfjord og Nordfjord.

Eit anna kjenneteikn ved utvalet er at mange jobbar ved dei store verksemdene i Sogn og Fjordane. Heile 25 prosent av svara er henta frå organisasjonar med meir enn 250 tilsette lokalt, og heile 70 prosent jobbar i verksemdar med 20 eller fleire tilsette.

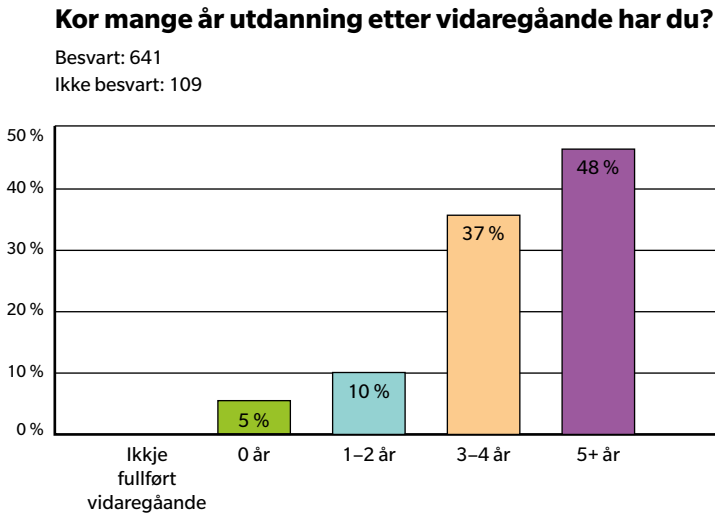
Figur 9.1

Kva er din alder?



Figur 9.2

Kor mange år utdanning etter vidaregåande har du?



Tilgang på alternative arbeidsplassar

Ei utfordring som gjerne blir trekt fram når det gjeld arbeidsliv i distrikta er mangelen på alternative arbeidsplassar. Særleg med ei spesialisert utdanning er det gjerne få alternativ om ein ynskjer å byte jobb. Over halvparten i undersøkinga meiner at det finns få alternative jobbmoglegheiter internt i verksemda (57 %) og i den lokale/ regionale arbeidsmarknaden (55 %). Det kan tyde på at mange ser avgrensingar lokalt for mobilitet i arbeidslivet. På dette spørsmålet fann vi nokre små regionale skilnader, der det var litt fleire som ser få alternative jobbmoglegheiter i Sogn enn i dei to andre regionane. Dette kan henge saman med at det er særleg mange med fem års utdanning og meir i Sogn, og at ein med meir spesialisert kompetanse vil ha mindre valmoglegheit i den lokale og regionale arbeidsmarknaden.

Motivasjonsfaktorar

Kva motiv for arbeidslivet er det som dominerer blant tilsette i Sogn og Fjordane? Me lista opp 6 faktorar som me bad respondentane gradere svara på. Grafane under syner at alle faktorane me har lista opp scorar godt. Flest meiner faktorane «å auke personleg kompetanse» og «ha ein god balanse mellom jobb og fritid» i stor eller veldig stor grad er viktige for dei, med over 80 prosent samla på begge faktorane. Her ser ein og at det er nærare 40 prosent som ikkje er særskilt opptatt av karriereutvikling.

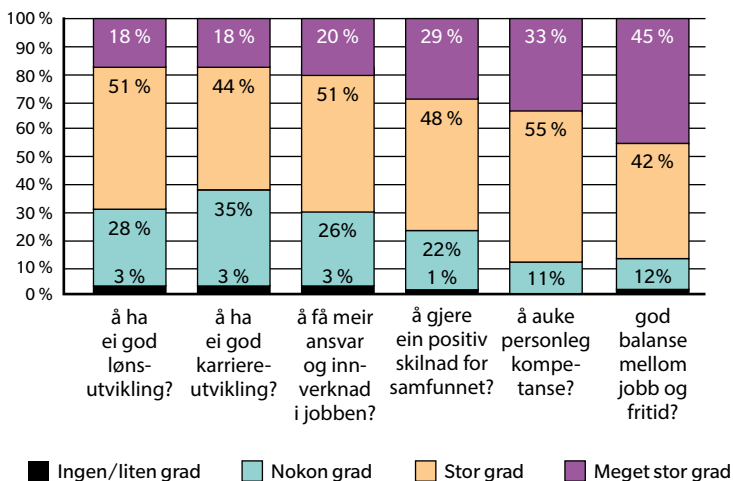
Figur 9.3

I kva grad er følgande faktorar viktige for deg?

I kva grad er følgande faktorar viktige for deg:

Besvart: 579

Ikke besvart: 171



Kva tyder lokalisering for arbeidsliv og karrieremoglegheiter?

På spørsmål 17 spurte vi korleis lokalisering i Sogn og Fjordane påverka moglegheiter for kompetanseutvikling, moglegheiter for å velje retning på karrieren, hurtigheita i karriereutviklinga og kor langt ein kan nå karrieremessig.

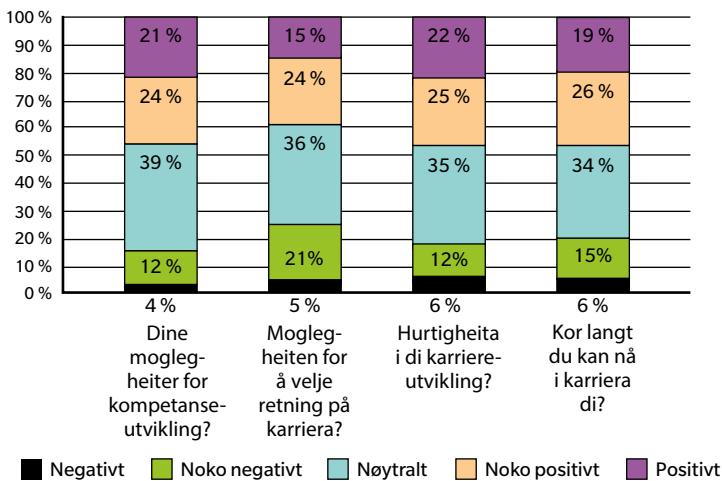
Her er det mange positive svar knytt til at verksemda er lokalisert i Sogn og Fjordane. På alle faktorane er svara i overvekt positive, sjølv om det er noko

mindre når det gjeld moglegheitene til å velje retning på karriera. Samla sett så er det få som opplever at det å vere lokalisert i Sogn og Fjordane avgrensar moglegheitene deira. Svara må sjølvsagt sjåast i samanheng med svaret over, der nærare 40 prosent ikkje var særskilt opptatt av karriereutvikling.

Me fann ein liten samanheng mellom lengde på utdanning og opplevde moglegheiter for å velje retning på karrieren. Det er blant dei med høgast utdanning at ein finn flest som meiner lokalisering i Sogn og Fjordane er negativt for moglegheita til å velje retning på karriera. Med større grad av spesialisering blir moglegheitene for å velje retning på karriera opplevd som mindre i ein mindre jobbmarknad.

Figur 9.4

Verksemnda du arbeider i er lokalisert i Sogn og Fjordane. Korleis tykkjer du lokalisering av verksemnda påverkar



På spørsmålet om hurtigheit i karriereutviklinga er svara positive. Ut i frå Figur 9.4 over ser vi at 47 prosent svarar at lokalisering i Sogn og Fjordane påverkar hurtigheita i karriereutviklinga anten noko positivt eller positivt.

For å sjå nærare på faktoren «hurtigheit i karriereutviklinga» la vi inn alder, region og utdanningsnivå som filter. Me fann at det var fleire yngre enn eldre arbeidstakarar som opplevde ei raskare karriereutvikling i Sogn og Fjordane, men vi fann ingen større skilnader verken mellom dei ulike regionane eller

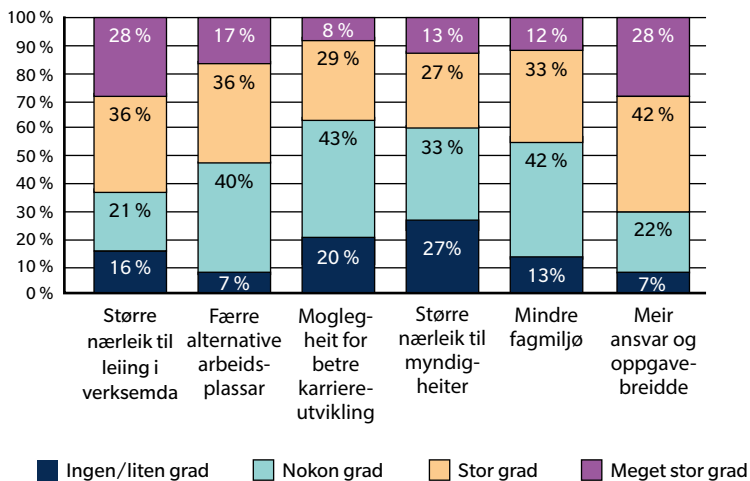
i utdanningsnivå på dette spørsmålet. Opplevinga av ei raskare karriereutvikling ser dermed ut til å gjelde for ein lik prosentdel i heile Sogn og Fjordane.

Arbeidsliv i distrikta versus i storbyane

Vi lista vi opp seks påstandar om arbeidslivet ute i distrikta sett opp mot storbyane, og bad respondentane rangere i kva grad dei meinte påstandane stemde med deira jobberfaring.

Figur 9.5

Under har vi lista opp nokre påstandar om arbeidslivet ute i distrikta sett opp mot storbyane. I kva grad opplever du at desse påstandane stemmer med di jobberfaring i Sogn og Fjordane?



Ut i frå grafen ser det ut til å vere stor einigheit om at ein får «større nærleik til organisasjonen sin leiing» (64 %) og «meir ansvar og større breidde i arbeidsoppgåvene» (70 %) i Sogn og Fjordane sett opp mot storbyane. Dette er kjenneteikn som ikkje er uventa i tynnare næringsmiljø.

Ein tredjedel av respondentane (37 %) seier her at ein opplever i stor eller meget stor grad at det er moglegheiter for betre karriereutvikling. Her er spørsmålet om karriereutvikling stilt på ein annan måte enn i førre spørsmål der me såg på hurtigheita i karriereutviklinga. «Betre» karriereutvikling heng

meir saman med totalbiletet, og det er kanskje å forvente at svarandelen er mindre her. Det kan henge saman med at fleire opplever at dei har færre jobbalternativ, så sjølv om karriereutviklinga går raskare i byrjinga, er det lettare å stagnere om jobbalternativa er få.

Her fann vi og ein samanhengen mellom moglegheit for betre karriereutvikling og utdanningsnivå. Dei med høgast utdanning opplever i noko mindre grad at dei har moglegheit for ei betre karriereutvikling i Sogn og Fjordane, jamfør med i ein storby. Det kan nok henge saman med at dei høgt utdanna i undersøkinga i mindre grad opplever at dei har gode jobbalternativ eller kan velge retning på karriera.

Over halvparten av respondentane oppgjer at dei i stor eller meget stor grad har færre alternative arbeidsplassar å velge mellom. I underkant av halvparten opplever i stor eller meget stor grad at fagmiljøet er mindre.

Ope spørsmål om arbeidsliv og moglegheiter for karriereutvikling i Sogn og Fjordane

På det siste opne spørsmålet kom det inn 57 svar av ulik lengde og karakter. Tema varierte mykje og me har valt å forkorte og trekkje ut sitat som tydeleg seier noko om positive og negative sider ved arbeidslivet i Sogn og Fjordane. Desse sitata vil bli brukt i drøftinga under for å utdjupe dei ulike sidene ved arbeidsliv ute i distrikta.

Drøfting og avslutning

Ein attraktiv jobb er ein av fleire brikker som må på plass når ein skal bestemme seg for å flytte ut til distrikta eller bli verande der. Mange studie har sett meir generelt på flyttemotiv, men det er enno gjort relativt lite forskning på arbeidsliv og på korleis folk oppfattar sine moglegheiter for karriereutvikling ute i distrikta. Meir finmaska kunnskap om korleis arbeidslivet vert oppfatta kan gje nyttig kunnskap for både arbeidsgjevarar og andre som jobbar med å rekruttere tilsette.

I vår studie frå Sogn og Fjordane var det eit høgt utdanningsnivå. 85 prosent av dei som svarte har meir enn 3 års utdanning og heile 48 prosent har 5 år eller meir utdanning. Dette er høge tal og er langt over snittet i Sogn og Fjordane. Det var og mange frå dei største arbeidsplassane i regionen som svarte. Funna og drøftinga må sjåast i samanheng med kven som har svart på undersøkinga.

Gjennom forskingsspørsmåla våre ynskte me å finne ut kva som motiverer folk for å arbeide i distrikta, og kva moglegheiter og barrierar for karriereutvikling dei tilsette i Sogn og Fjordane opplever.

I undersøkinga scorar subjektive mål på karriereutvikling høgt. På spørsmål om kva som er viktig for respondenten i jobbsamanheng, så er det faktorar som det å auke personleg kompetanse og det å ha ein god balanse mellom jobb og fritid flest tikka av. Her har ein eit utval som er svært godt utdanna og som nok kunne ha nådd lengre når det gjeld objektiv karrieresuksess (løn, posisjon) i ein større by. Val av arbeidsstad reflekterer slik sett også eit verdival (Alacovska et al., 2021).

Her ser ein og at det er nærare 40 prosent som ikkje er særskilt opptatt av karriereutvikling. Det er eit høgt tal, særleg med tanke på det høge utdanningsnivået. Kanskje heng det saman med at mange og svarar at ein god balanse mellom jobb og fritid er viktig? Ein flyttar nok ikkje ut i distrikta fyrst og fremst for å gjere karriere, det er heller ein kombinasjon av fleire ting som handlar om livskvalitet. Eit sitat frå det opne spørsmålet illustrerer godt ein slik heilskap:

Det er store moglegheiter å gjere både karriere, bidra i lokalsamfunnet, vere samfunnsengasjert og nyte fin natur.

Sjølv om objektiv karrieresuksess ikkje er viktig for dei tilsette, betyr ikkje det at arbeidslivet er mindre viktig, det er berre andre sider som vert meir vektlagt. For arbeidsgjevarar som ynskjer å trekke til seg og halde på kompetente tilsette, er det verdt å merke seg ønska om moglegheiter for kompetanseutvikling, og å finne ein god balanse mellom jobb og resten av livet.

Om ein ser vidare på dei positive sidene ved arbeidslivet i Sogn og Fjordane, var det mange som opplevde moglegheiter for ei raskare karriereutvikling ute i distrikta. Heile 47 prosent svarte at lokalisering i Sogn og Fjordane hadde bidrege noko positivt eller positivt til hurtigheita i deira

karriereutvikling. 35 prosent svarar her nøytralt, og 18 prosent svarar noko negativt og negativt.

Gjennom undersøkinga får me ikkje vite *kvifor* det er slik, men me ser at på spørsmål om korleis arbeidslivet er annleis i distrikta enn i storbyane, er det mange som peikar på at det i distrikta er «større nærleik til organisasjonen sin leiing (64 %) og «meir ansvar og større breidde i arbeidsoppgåver» (70 %). Her kan ein dermed raskt få mykje ansvar, få kompetanse på breie fagfelt og bli sett av leiinga om ein er dyktig. Dette samsvarer godt med funna i dei kvalitative studia til Alexander (2013) og Corneliussen et al. (2022).

På det opne spørsmålet var det og fleire som trekte fram desse faktorane:

Fordelen med å jobbe på ein liten plass og i mindre organisasjonar er at innsatsen, evnene og den faglege dyktigheita di raskt blir lagt merke. I små organisasjonar får ein og raskare ansvar og jobbar tettare på beslutningstakarane. Dette gjer og at den personlege og faglege utviklinga ved å jobbe her blir stor.

Fleire eg kjenner nemner at moglegheitene for karriereutvikling er stor, spesielt i kommunal sektor, der er karrierestigen kortare enn i byar [...] Leiarar og direktørar er tett på organisasjon og tett på i privat samanheng i små kommunar.

Ein kan naturleg nok og få andre moglegheiter enn i byane ettersom det gjerne er færre kvalifiserte søkarar til stillingane som vert lyst ut:

Har fått ei stilling eg truleg aldri hadde fått i storbyen. Ein superkick-start på karriera, som gjev særst verdifull erfaring heilt frå starten av arbeidslivet.

Når arbeidskrafta trengst kan ein og nå fram utan dei formelle papira på plass:

I distrikta er det avgrensa med søkjarar på utlyste stillingar, dette har ført til at vegen inn i ei stilling eg hadde blitt vurdert som «underkvalifisert» til har blitt kortare. Her vert det satsa på lokale, engasjerte personar som kan ha på formell utdanning.

Ei slik rask karriereutvikling kan og vere ei ulempe for distrikta, om ein ser tilbake til springbrettmetaforen til Orderud og Onsager (1998). Dei skildra «karrieretilflyttarar» som flytta ut i distrikta for å sanke brei erfaring før dei forsvann til byen att med kompetansen sin. Ei direkte fylgje av spreidd busetnad er at det er færre alternative arbeidsplassar å velje mellom. Over halvparten av dei som svarte på undersøkinga meinte at det var få alternative arbeidsplassar i verksemda eller i den lokale arbeidsmarknaden, og det var særleg dei med 5 års utdanning eller meir som hadde lite å velje mellom. Å halde på dei tilsette blir desto viktigare for verksemdene, til dømes gjennom tiltaka Hoyos og Green (2011, s. 178) føreslår: Kompetansehevande tiltak, variasjon i arbeidsoppgåver eller moglegheiter for progresjon i organisasjonen.

I undersøkinga fann vi og at det var dei med høgast utdanning som var mest opptatt av å gjere ein skilnad for samfunnet gjennom jobben. Eit utfordrande, men nyttig verkemiddel for å halde på spesialisert kompetanse kan slik sett vere å legge til rette for at dei tilsette i større grad får brukt tida si på ting som dei opplever som meiningsfulle i ein større samanheng.

Ei sentral utfordring for arbeidsgjevarane i distrikta blir og å synleggjere kva andre moglegheiter som finst lokalt, og kanskje våge å tenke at det er betre om den dyktige tilsette forsvinn til nabobygda enn til byen?

På det avsluttande opne spørsmålet vart og andre negative sider ved arbeidslivet i distrikta trekt fram. Nærheit til leiing kan i mange høve vere problematisk som dei fylgjande sitata viser:

Kjennskap og vennskap tel meir ved tilsetjing her enn i byane.

Kort veg til leiing betyr av og til kort veg for nokon og ikkje for alle. Menneske sit for lenge i jobbane sine, av og til på grunn av dårlege moglegheiter for å få nye spennande jobbar.

Lønsfavorisering kan lett oppstå på mindre plassar.

Respondentane nemner tilsetjingar basert på kjennskap og venskap, lønsfavorisering og at kort veg til leiinga kan gjelde for nokon, men ikkje for alle. Ein nemner og at små forhold kan gjere det vanskeleg å varsle om problematiske sider ved jobben. Her har ikkje vi data til å seie noko om kor utbreidd slike utfordringar er i Sogn og Fjordane, men det er uansett utfordringar knytt til

små arbeidsmiljø som bør få auka bevisstheit. Ein bør kunne forvente profesjonalitet i tilsetjingsprosessar og lønsfastsetting uavhengig av folketal. Ei viss rullering av leiarposisjonar, til dømes gjennom auka bruk av åremålsstillingar der det er mogleg, kan vere eit nyttige tiltak for å unngå at dårlege mønster set seg i organisasjonen.

Sogn og Fjordane har mange av kjenneteikna på ein institusjonelt «tynn» region (Tödtling & Trippel, 2005) og store utfordringar knytt til rekruttering av kompetanse (Rørstad et al., 2022). Spørjeundersøkinga vår viser likevel positive sider ved arbeidslivet i Sogn og Fjordane, der mange opplever gode moglegheiter for karriereutvikling. Arbeidsplassen er ein viktig del av avgjersla når folk vel å flytte til distrikta, og er og avgjerande for om dei vel å bli verande. Med store og aukande kompetanseutfordringar trengs meir kunnskap om både moglegheiter og utfordringar ved arbeidsliv og karriereutvikling utanfor dei store byane. Det opne spørsmålet avslutningsvis i undersøkinga vår gav innblikk i kompleksiteten i ruralt arbeidsliv. Ein får ein annan djupne i materialet når folk får tid til å reflektere og argumentere. Ei nyttig forlenging av denne undersøkinga vil slik sett vere å gjere kvalitative intervju med tilsette.

Ei anna naturleg metodisk tilnærming vil vere å gjere ei samanliknande studie mellom tilsette i Sogn og Fjordane og tilsette i ein storby som Bergen eller Oslo. Med representative utval kunne ein då trekt meir robuste konklusjonar om faktiske skilnader.

Referansar

- Alacovska, A., Fieseler, C. & Wong, S. I. (2021). «Thriving instead of surviving»: A capability approach to geographical career transitions in the creative industries. *Human Relations*, 74(5), 751–780.
- Alexander, R. (2013). «Here you have to be a bit more fluid and willing to do different things»: Graduate career development in rural communities. *Journal of the National Institute for Career Education and Counselling*, 31(1).
- Arthur, M. B. & Rousseau, D. M. (1996). *The boundaryless career*. Oxford University Press.
- Arthur, M. B., Khapova, S. N. & Wilderom, C. P. M. (2005). Career success in a boundaryless career world. *Journal of Organizational Behaviour*, 26, 177–202.
- Boschma, R. (2014). Constructing regional advantage and smart specialisation: Comparison of two European policy concepts. *Italian Journal of Regional Science*, 13(1), 51–68. <https://doi.org/10.1080/00343404.2016.1254767>
- Cassel, S. H., Thulemark, M. & Duncan, T. (2018). Career paths and mobility in the Swedish hospitality sector. *Tourism Geographies*, 20(1), 29–48. <https://doi.org/10.1080/14616688.2017.1402946>
- Corneliussen, H. G., Seddighi, G. & Dralega, C. A. (2022). The discourse of rurality in women's professional-life narratives: Gender and ICT in rural Norway. I G. Griffin (Red.), *Gender inequalities in tech-driven research and innovation: Living the contradiction* (s. 173–187). Bristol University Press.
- Eder, J. & Trippel, M. (2019). Innovation in the periphery: Compensation and exploitation strategies. *Growth and Change*. <https://doi.org/10.1111/grow.12328>
- Feldman, C. & Ng, T. W. H. (2007). Careers: Mobility, embeddedness, and success. *Journal of Management*, 33(3), 350–377. <https://doi.org/10.1177/0149206307300815>
- Hoyos, M. & Green, A. (2011). Recruitment and retention issues in rural labour markets. *Journal of Rural Studies*, 27, 171–180.
- Kommunal- og moderniseringsdepartementet. (2018). *Smart spesialisering som metode for regional næringsutvikling*. Veileder, 09/2018.
- Løseth, K. & Furberg, D. (2023). *Arbeidsliv og karriere i Sogn og Fjordane. Myten om ei raskare karriereutvikling i distrikta – stemmer den?* VF-rapport nr.7-2023. Vestlandsforskning.
- Onsager, K. (2019). *Nærings- og distriktutvikling- perspektiver, politikk/virkemidler og samhandling*. NIBR-Rapport 2019:7.
- Orderud, G. I. & Onsager, K. (1998). *Flytting – mønstre og årsaker. En kunnskapsoversikt*. NIBR, prosjektrapport, 1998:6.
- Rørstad, K., Børing, P. & Solberg, E. (2023). *NHOs kompetansebarometer 2022. En kartlegging av NHOs medlemsbedrifters kompetansebehov i 2022*. Nordisk institutt for studier av innovasjon, forskning og utdanning (NIFU). Rapport, 2022:3.
- Smart, L. C. (2008). Choosing small businesses: A qualitative study of employee retention in rural Georgia. *Dissertation Abstracts International Section A: Humanities and Social* 69, s. 289.
- Statistisk Sentralbyrå. (2023). *Befolkningens utdanningsnivå*. Hentet 29.03.2023 fra <https://www.ssb.no/utdanning/utdanningsniva/statistikk/befolkningens-utdanningsniva>

- Tödtling, F. & Trippel, M. (2005). One size fit all? Towards a differentiated regional innovation policy approach. *Research Policy*, 34(8), s. 1203–1219.
- Årethun, T., Nesse, J. G. & Håvold, J. I. (2017). Rekruttering av arbeidskraft til utkantane. Ein analyse av likskapar og ulikskapar mellom avgangselevar i vidaregåande skule og ferdig utdanna kandidatar. Kap. 10 I J. G. Nesse (Red.), *Innovasjonsøkosystem*. Fagbokforlaget.

Forfateromtaler

Ove Bjarnar er professor emeritus i historie ved Høgskolen i Molde, der han er tilknyttet masterstudiet i Samfunnsendring, organisasjon og ledelse. Han forsker på evolusjonære prosesser i regioner og industrielle klynger.

Nora Geirsdotter Bækkelund er førsteamanuensis innen innovasjonsstudier på Høgskulen på Vestlandet, campus Bergen. Hun forsker på regional utvikling og bærekraftig næringsutvikling, ofte med fokus på rurale steder.

Agnes Brudvik Engeset er seniorforsker ved Vestlandsforskning i Sogndal. Forskningsfeltene hennes er distriktsreiseliv, kulturbasert reiseliv og bærekraftig reiseliv med fokus på sosial bærekraft.

Tore Frimanslund er førsteamanuensis innenfor bedriftsøkonomi på Høgskulen på Vestlandet, campus Sogndal. Hans forskningsinteresser går spesielt i retning entreprenørskap, finans og regional utvikling.

Daniel Furberg er forsker innen teknologi ved Vestlandsforskning. Han er spesielt interessert i kvantitative analyser, statistikk og livsløpsanalyser.

Lise Lillebryggjell Halse er professor i innovasjon og teknologi ved Høgskolen i Molde. Hun forsker på kunnskapsdeling og innovasjon i klynger og produksjonsnettverk, spesielt knyttet til hvordan sourcingstrategier, teknologi og forventninger knyttet til bærekraft påvirker klyngers utvikling.

Reidun Heggem er førsteamanuensis ved Institutt for lærerutdanning ved NTNU. Hennes forskningsinteresser dreier seg rundt ruralsosiologiske problemstillinger med fokus på sosiokulturelle forhold, bygdebasert reiseliv og rural oppvekst/utdanning.

Arne Isaksen var professor i økonomisk geografi ved Institutt for arbeidsliv og innovasjon ved Handelshøyskolen, Universitetet i Agder. Han forskningsinteresser gikk særlig på betingelser for innovasjon og omstilling innenfor

ulike typer næringsliv og regioner. Isaksen gikk bort kort tid før publisering av denne antologien.

Stig-Erik Jakobsen er professor i innovasjonsstudier ved Høgskulen på Vestlandet. Jakobsen har særlig forsket på regional næringsutvikling, innovasjonssystemer, innovasjonspolitik og bærekraftig omstilling.

Gurid Gjøstein Karevoll er høyskolelektor innen samfunnsøkonomi ved Høgskulen på Vestlandet. I tillegg er hun stipendiat på Koszalin University of Technology innen økonomi og finans, og forsker på innovasjon og regional utvikling.

Olav Andreas Kvitastein er professor emeritus i organisasjon og ledelse ved Høgskulen på Vestlandet, campus Bergen. Kvitastein har lang forsknings-erfaring i bruk av avanserte statistiske verktøy for å forstå hva som kan påvirke aktørers og bedrifters valg og resultat.

Øyvind Heimset Larsen er seniorforsker ved Vestlandsforskning. Larsen har som forsker i over 20 år arbeidet med IKT, innovative nettverk og regional utvikling, samt bruk av forskning og utvikling for bedre innovasjon i næringslivet for verdiskaping og omstilling i Vestland.

Eli Kristin Nytnun Leirsdal er stipendiat ved Høgskulen på Vestlandet, campus Sogndal. Hun er tilknyttet Ph.d.-programmet Ansvarlig innovasjon og regional utvikling (RESINNREG) og forsker særlig på innovasjon innenfor reiseliv og turisme.

Kristin Løseth er seniorforsker innen regional utvikling og reiseliv ved Vestlandsforskning. Hun forsker på næringsutvikling og innovasjon i distriktene, gjerne med utgangspunkt i reiseliv og reisemålsutvikling.

Jon Gunnar Nesse er dosent emeritus innen organisasjon og ledelse ved HVL og prosjektmedarbeider hos Vestlandsforskning. Nesse er medforfatter i flere fagbøker. Hans forskningsområde er entreprenørskap, innovative nettverk og vilkår for overgang til fornybar energi.

Ove Oklevik er førsteamanuensis i markedsføring ved Handelshøgskulen på Vestlandet, campus Sogndal. Han underviser i statistikk og markedsføring på siviløkonomutdanninga til HVL. Ove forsker på temaer innan turist-, og forbrukeradferd, merkevarestrategi og innovasjon.

Ingjerd Skogseid Dr. scient, Vestland fylkeskommune og Vestlandsforskning. Forskingsinteresser er innovasjonsøkosystem, infrastruktur og regional utvikling med en spesiell interesse for rurale steder.

Bjørnar Sæther er professor i samfunnsgeografi ved Institutt for sosiologi og samfunnsgeografi, Universitetet i Oslo. Han forsker og underviser innen regional utvikling og grønne transformasjoner, vanligvis med fokus utenfor storbyene.

Jarle Aarstad er professor i innovasjon og entreprenørskap ved Høgskulen på Vestlandet, campus Bergen. Aarstad har forsket mye på næringsutvikling i en regional kontekst.