

Entreprenørskap og sted

av

Brynjar Ellingsen



Masteroppgave i Marin Bedriftsledelse

(30 stp)

Institutt for samfunns- og markedsfag

Norges Fiskerihøgskole

Universitetet i Tromsø

Mai 2007

Forord

Studietiden har vært lang, og det har vært dager hvor intet lys var å se i den berømte tunnelen. Da er det spesielt godt å konstatere at hovedoppgaven er ferdig. Fem års slit er over, og det er endelig dags for å pakke sammen lekene og sette i marsj ut av korridorene ved Norges Fiskerihøgskole.

Studietiden har vært fin. Spesielt vil jeg takke medstudentene for at dagene på kontoret har vært fine. Jeg er takknemlig for at dere har kombinert godt humør og seriøsitet, dette har gitt seg utslag i gode resultater hele veien.

Ellers må jeg rette en stor takk til min veileder, Lene Foss, som i hele semesteret har støttet meg i arbeidet. Tatt i betraktning at det ikke har noen hensikt å smiske lengre, kan du ta følgende til deg: Du er verdens beste veileder!

Og til slutt, til den som fortjener det aller mest. Kjære Kjersti: Takk for at du har tatt vare på vår lille gullklump Magnus. Jeg vet at det har vært slitsomt for deg å være alene hjemme. Uten din oppofrelse hadde ikke oppgaveskrivingen latt seg gjennomføre. Du får satse på at jeg takker ved å sponse en sydentur til høsten ☺

Lykke til videre, alle sammen!

Tromsø, Mai 2007

Brynjar Ellingsen

Innholdsfortegnelse

FORORD	I
INNHOLDSFORTEGNELSE	II
FIGURLISTE	III
1.0 INNLEDNING	1
1.1 BAKGRUNN OG PROBLEMSTILLING	1
1.2 OPPGAVENS STRUKTUR.....	3
2.0 TEORETISK PERSPEKTIV	4
2.1 HVA ER EN ENTREPRENØR, OG HVA ER ENTREPRENØRSKAP?	4
2.2 STEDSBEGREPET	6
2.2.1 <i>Sted som lokalisering</i>	7
2.2.2 <i>Sted som opplevelse og følelse</i>	9
2.2.3 <i>Sted som kontekst</i>	11
2.3 GLOBALISERING OG STED	14
2.4 BRUKEN AV PERSPEKTIVENE OG FORSKNINGSSPØRSMÅL.....	17
3.0 METODE	21
3.1 KVALITATIV METODE OG CASESTUDIE	21
3.2 VALG AV CASE.....	23
3.3 INTERVJU OG GJENNOMFØRING AV INTERVJU	25
3.4 RELIABILITET, VALIDITET OG OVERFØRBARHET	28
4.0 EMPIRI OG ANALYSE	31
4.1 EMPIRI KNYTTET TIL ”STED SOM LOKALISERING”	31
4.1.1 <i>Empiri</i>	31
4.1.2 <i>Analyse av empiri knyttet til ”sted som lokalisering”</i>	36
4.2 ”STED SOM FØLELSE”	38
4.2.1 <i>Empiri knyttet til ”sted som følelse”</i>	38
4.2.2 <i>Analyse av empiri knyttet til ”sted som følelse”</i>	40
4.3 “STED SOM KONTEKST”	41
4.3.1 <i>Engasjement i andre virksomheter på stedet</i>	42
4.3.2 <i>Analyse</i>	44
4.4 GLOBALISERING OG STED	46
4.4.1 <i>Empiri</i>	46
4.4.2 <i>Analyse av empiri knyttet til globalisering</i>	48
5.0 DISKUSJON	50
5.1 DISKUSJON AV FORSKNINGSSPØRSMÅL.....	50
5.2 HVA ER DET NYE I STUDIEN?.....	55
6.0 KONKLUSJON	57
6.1 HOVEDFUNN	57
6.2 BEGRENSNINGER OG IMPLIKASJONER VED STUDIEN.....	58
6.3 FORSLAG TIL VIDERE FORSKNING	59
7.0 REFERANSER	60

8.0	APPENDIX.....	IV
8.1	INFORMASJON OM ENTREPRENØREN	IV
8.2	INFORMASJON KOBLET TIL DE ULIKE STEDSPERSPEKTIVENE	V
8.2.1	<i>Sted som lokalisering</i>	V
8.2.2	<i>Sted som følelse</i>	VII
8.2.3	<i>Stedet som kontekst</i>	VIII
8.2.4	<i>Globalisering og sted</i>	IX
8.3	REFLEKSJONER	X

Figurliste

FIGUR 1: OPPGAVESTRUKTUR.....	3
FIGUR 2: OPPSUMMERING AV BEGREPSRAMMEN.....	20
FIGUR 3: SPØRSMÅL KOBLET TIL TEORETISKE PERSPEKTIV	27
FIGUR 4: ENDRINGER SOM FØLGER AV GLOBALISERING.....	56

1.0 Innledning

1.1 Bakgrunn og problemstilling

De seneste årene har det vært et økende fokus på entreprenørers bidrag til verdiskapning. Høykonjunktur og oppblomstring av eksisterende så vel som nye næringer i form av oljeutvinning og anleggsarbeid har gjort steder som Hammerfest og Kirkenes til fremtredende byer i Nord- Norge. Frisk kapital og arbeidskraft strømmer til byer som er i vekst, og dette er med på å anskueliggjøre hvor viktig det er for steder generelt å legge forholdene til rette for entreprenørskap (KommunalTeknikk 2006).

På lokalt plan arbeider en rekke kommuner for å gjøre seg attraktive for investorer og potensielle entreprenører. Kommune- Norge er utsatt for fraflytting, og i denne sammenheng er stedsutvikling utpekt som nøkkelen for å reversere denne trenden (Bringsli 2007). På nasjonalt plan og fra regjeringshold uttalte miljøvernminister Helen Bjørnøy at stedsutvikling er noe av det viktigste regjeringen arbeider med (Bjørnøy 2007). Videre fremkommer stedsutvikling som et viktig fokusområde innen forskning, og begrepet kan også ses i sammenheng med entreprenørskap.

Entreprenørskap og sted har i den senere tid blitt sammenkoplet. Entreprenøren blir ofte fremholdt som motor for økonomisk utvikling, og derfor er det naturlig å tro at entreprenørers virke vil resultere i endring av steder, noe som blir bekreftet i nyere forskning. Spilling (2006) peker på at stadig flere velger å tre inn i rollen som entreprenør, og at arbeidstakerrollen ikke vil bli like dominerende som før. Videre sier Spilling følgende:

”Dette innebærer at entreprenørskap i langt større grad enn tidligere vil gi viktige premisser for utformingen av næringspolitikk og økonomisk politikk. De siste årene har vi sett klare tendenser til det, blant annet i innovasjonspolitikken der entreprenørskap er et sentralt fokus, men også på områder som utdanningspolitikk og regionalpolitikk”.

Entreprenørskap resulterer i noe nytt (se: kapittel 2.1), og forskning viser at entreprenører påvirker sine omgivelser (Spilling, Roppenet al. 2002). På steder hvor entreprenørskap i stor grad er utbredt, ser man at arbeidsplasser, kapital og kompetanse genereres (Agnew 1987; KommunalTeknikk 2006; Meccheri og Pelloni 2006). Derfor er det naturlig at steder ønsker seg flere entreprenører og følgelig flere etableringer. Å oppfylle dette ønsket kan for mange steder fremstå som utopi. Entreprenører velger selv sted for etablering, og en rekke dimensjoner vil være involvert når den enkelte entreprenør skal velge sted for sin virksomhet. I denne sammenheng kan en rekke tiltak være med på å gjøre steder attraktive for entreprenører.

Spilling (2002) nevner ulike strategier for utvikling av entreprenørielle miljøer. Det å synliggjøre ressurser, kompetanse og muligheter som knyttes til sted kan være en fremgangsmåte. Eksempelvis har Hammerfest i kjølvannet av Snøvitprosjektet behov for flere boliger (KommunalTeknikk 2006). Det å synliggjøre dette kan motivere mennesker utenbys til å starte håndverkervirksomhet i byen. Videre kan en strategi være å mobilisere nye grupper med potensial for entreprenørskap. Eksemplifisert, med Hammerfest, kan denne strategien gå ut på å kople eksisterende virksomheter på stedet med virksomheter utenbys, med det formål å skaffe til veie maskiner og arbeidskraft gjennom utveksling og felles eierskap. En siste strategi som nevnes av Spilling (2002) er å mobilisere til entreprenørskap i den eksisterende befolkningen på et sted.

Steder som er stimulerer til entreprenørskap vil på sikt vil oppleve positive konsekvenser av de tiltakene som gjennomføres. Men, det å utvikle et miljø for entreprenørskap fremstår som en kompleks prosess, og forskning viser at få steder lykkes i jobben med å skape et miljø for entreprenørskap (Landström 2000; Spilling 2006). I lys av dette ønsker jeg å belyse hvilke egenskaper ved sted som påvirker entreprenørskap. Problemstillingen er derfor:

- **Hvordan relaterer en entreprenør lokalisering av virksomheten til sted?**

Det teoretiske perspektivet som benyttes til å besvare problemstillingen er hentet fra geografifaget, som tar for seg ulike dimensjoner ved sted. Perspektivene er ”sted som lokalisering”, ”sted som kontekst” og ”sted som følelse”. Disse perspektivene er tidligere benyttet av Berg og Foss (2002) i samme henseende. Det nye i denne oppgaven, er at teori

knyttet til globalisering blir inkludert som et eget perspektiv på sted, kort oppsummert vil altså fire perspektiver ved sted benyttes for å belyse problemstillingen.

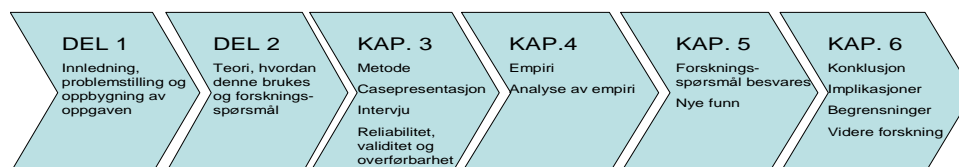
1.2 Oppgavens struktur

I kapittel to presenteres entreprenørskapsteori, stedsteori og globaliseringsteori. Dette kapitlet utgjør en teoretisk ramme som vil bli benyttet videre i oppgaven. Videre vil også bruken av de teoretiske perspektivene bli beskrevet, og avslutningsvis presenteres forskningsspørsmål for studien.

Kapittel tre gir en beskrivelse av metoden som ligger til grunn for studien. Videre vil informanten og virksomheten som benyttes som case introduseres. I dette kapitlet fremkommer også informasjon om hvordan intervjuet ble til. Avslutningsvis drøftes begrepene reliabilitet, validitet og overførbarhet.

Kapittel fire omhandler studiens empiri, og analyse av denne. Empiri og analyse er strukturert i henhold til den teoretiske rammen som foreligger under kapittel to.

I kapittel fem besvares forskningsspørsmålene som fremkom i kapittel to, og det eventuelle nye funn presenteres. I det siste kapitlet, kapittel seks, følger konklusjon, implikasjoner og begrensninger ved studien samt forslag til videre forskning.



Figur 1: Oppgavestruktur

2.0 Teoretisk perspektiv

Det teoretiske perspektivet inkluderer ”entreprenørskap”, ”sted” og ”globalisering”. I dette kapitlet presenterer jeg de teoretiske perspektiver studien legger til grunn for å belyse problemstillingen

2.1 *Hva er en entreprenør, og hva er entreprenørskap?*

En rekke disipliner har bidratt til forståelsen av entreprenøren og entreprenørskap generelt. Ettersom ulike disipliner studerer entreprenørskap har forskningen et bredt spekter som spenner fra entreprenøren som individ til entreprenørens påvirkning på nasjonaløkonomi. Psykologi som disiplin har holdt fokus på entreprenøren som individ, ved å studere hva som kjennetegner entreprenøren, hvem som blir entreprenør og hvilke drivkrefter som legges til grunn for valget knyttet til det å starte ny forretningsmessig virksomhet. Fragmenter som studerer organisasjonslære fokuserer på hvordan ny virksomhet etableres, hvilke faktorer som innvirker i oppstartsfasen og hvordan entreprenører påvirker hverandre. Fragmenter innen foretaksøkonomi studerer hvordan knappe ressurser håndteres med det formål å starte ny virksomhet, og hvordan ny virksomhet ledes og styres. Nettverksforskning retter seg mot hvordan entreprenøren utnytter sitt personlige nettverk for å skape konkurransemessige fortrinn. Videre har geografer, sosiologer og sosialantropologer bidratt til forskningen, og i dag fremstår entreprenørskap som et multidisiplinært fagfelt (Landström 2000).

Ettersom entreprenørskap i dag fremstår som et multidisiplinært fagfelt kan man finne mye forskning på området, men å finne frem til klare og entydige definisjoner av sentrale begrep innen fagfeltet er problematisk, og dette ses på som et resultat av at forskningen i stor grad er fragmentert (Landström 2000). I denne sammenheng kan det være hensiktsmessig å gå tilbake til ”forskningens far”, Joseph Schumpeter (ibid).

I boken ”The Theory of Economic Development”, bringer Schumpeter frem en teori om økonomisk utvikling, hvor entreprenøren innehar en sentral rolle som motor i økonomisk utvikling (Schumpeter 1934). Schumpeter (1934) definerer entreprenørskap som det å kombinere kjente ressurser på nye måter. I følge Schumpeter skjer entreprenørskap gjennom å

utvikle nye produkter, nye produksjonsmetoder, ta i bruk nye innsatsfaktorer, entre nye markeder med eksisterende produkt/ konsept eller gjennom å organisere eksisterende bransjer på nye måter (Landström 2000; Berg og Foss 2002).

I etterkant av Schumpeters teori samlet forskere i Harvard- miljøet ved "The Research center in Entrepreneurial History" seg rundt tre hovedtanker knyttet til entreprenørskap. Tre dimensjoner ved begrepet fremstod som sentrale. For det første var entreprenørskap forbundet med forandringer i det økonomiske systemet. For det andre var det å skape organisasjoner sentralt. Det tredje holdepunktet var hensynet til profitt, og det å kunne tjene penger kunne derfor ses på som en sentral motivasjon for en entreprenør (Landström 2000).

I lys av teori av Schumpeter har Spilling (2006) definert de to begrepene entreprenør og entreprenørskap. *Entreprenørskap er det å skape utvikling i næringslivet gjennom nye kombinasjoner. En entreprenør er personen som iverksetter de nye kombinasjonene.*

I dag retter store deler av forskningen seg mot entreprenøren som person. Det fokuseres i stor grad på entreprenøren som individ, og samfunnet eller konteksten som entreprenøren er en del av. Selvtillit, handlekraft, individets frie valg, og ønsket om å kunne styre sin egen hverdag er eksempler på variabler som knytter seg til "det indre" hos en entreprenør. Samfunnsmessig kontekst, politikk, markedsmuligheter kan nevnes som eksempler på "ytre variabler" som kan påvirke valg knyttet til det å starte egen virksomhet (Landström 2000; Berg og Foss 2002; Spilling 2006).

I internasjonal entreprenørskapslitteratur identifiseres ulike typer entreprenører.

Lokalsamfunnsentreprenøren tillegger omgivelsesmotiver stor vekt. Slike entreprenører er opptatt av å få til noe på stedet hvor de bor. **Selvrealiseringsentreprenørene** ønsker å etablere egen virksomhet ettersom de ønsker å ta i bruk egne evner eller ressurser. Det å føle frihet med tanke på fraværet av overordnede og arbeidstid kan også være motiverende for slike entreprenører. **Arbeidssøkerentreprenøren** er motivert ut i fra en nødvendighetsfølelse. Eksempelvis kan en virksomhet oppstå som følger av nedleggelse, oppsigelse eller annen årsak som forårsaker lediggang. Videre kjennetegnes disse også ved et profittmotiv (Bolkesjø og Brun 2006). Meccheri og Pelloni (2006) sier at entreprenører er viktige for små samfunn, uansett motiv bak etableringen. Derfor bør steder etterstrebe å tiltrekke ulike entreprenører,

store og små, da disse på ulike måter er viktige for stedets utvikling.

2.2 Stedsbegrepet

Stedsbegrepet kan forstås som et multidisiplinært begrep, og ulike fagdisipliner definerer begrepet på ulike måter. Teknologisk orienterte planleggere og kartografer anser sted som et ”punkt eller geografisk område som lar seg koordinatbestemme eller inntegne på et kart” (Berg, Dale et al. 2004). Arkitektstanden har et litt annet syn på begrepet, og betegner ”sted” som ”by eller tettsted forstått som bygde fysiske strukturer” (ibid). Det som er verdt å merke seg med disse definisjonene er at de omhandler begrepet sted som noe objektivt, og de menneskerelaterte elementene er innen disse fagfeltene i liten grad vektlagt. Innen fagfeltene psykologi og antropologi omtales begrepet noe forskjellig fra overnevnte disipliner, og menneskelig aktivitet, delte symboler og kulturell mening inkluderes i begrepet (Berg, Dale et al. 2004).

Stedsbegrepet var frem til 1970- tallet betraktet som relativt ukomplisert. Begrepet var ikke gjenstand for debatt, og ble betraktet som et allment ord som ikke trengte teoretisk eller faglig presisering (Berg, Dale et al. 2004). I dagligtale benyttes begrepet på en lignende måte, og i de fleste tilfeller vil meningen ved bruken av begrepet fremkomme som følge av konteksten begrepet brukes i. Bruken av begrepet varierer stort. Enkelte ganger nevnes sted som konkrete geografiske områder. Ulike geografiske nivåer kan også deles inn i steder, vi kan snakke om Asia, Balkan og Syden som sted.

På 1980- tallet var interessen for stedsbegrepet økende, Agnew (1987) slo fast at tre hovedretninger kunne identifiseres i den *geografiske litteraturen*. ”Sted som lokalisering” kan ses på som lokaliseringsteori, ”sted som følelse” tar for seg den opplevelsesmessige delen ved et sted og ”sted som kontekst” omhandler sted som ”setting” for hverdagslig interaksjon (Berg, Dale et al. 2004). Agnew argumenterer videre med at disse tre perspektivene er komplementære, noe som bekreftes i tidligere forskning.

Eksempelvis har Berg og Foss (2002) undersøkt betydningen av sted for flere entreprenører. Det viste seg at de ulike entreprenører hadde både overlappende og ulike motiver for å

etablere egen virksomhet. At motivene bestemmes på individnivå kom i særlig ett tilfelle klart frem, og denne entreprenøren etablerte sin virksomhet med utgangspunkt i at han så et behov i nærmiljøet, noe som faller inn under dimensjonene ved ”sted som lokalisering”. Videre opplevde den samme entreprenøren vansker med å få aksept for aktivitet knyttet til virksomhetens aktivitet. Dette faller inn under perspektivet ”sted som kontekst”. Og sist, en av årsakene til at entreprenøren valgte å etablere seg, var tilhørighet til sted, noe som faller inn under perspektivet ”sted som opplevelse”. Eksempelet viser at en og samme entreprenør kan ha flere årsaker til valg av lokalisering, og i så måte bekreftes Agnews argumentasjon om at de tre stedsperspektivene er komplementære.

Det er nærliggende å tro at entreprenører velger sted på bakgrunn av flere dimensjoner ved sted, og derfor kan det være hensiktsmessig å benytte overnevnte perspektiver. Jeg velger derfor å benytte meg av alle tre perspektivene for å få frem kompleksiteten i en entreprenørs valg av sted for virksomheten.

2.2.1 Sted som lokalisering

Innen geografifaget har interessen til entreprenørskap i hovedsak vært knyttet til forskjeller i entreprenøriell aktivitet i ulike regioner (Landström 2000). Perspektivet *sted som lokalisering* omhandler i hovedsak objektive fakta knyttet til et gitt sted. Dette betegnes som økonomisk geografi (Berg 2002). Økonomisk geografi innlemmer dimensjonene infrastruktur, tilgang på råstoff, arbeidskraft, kompetanse, marked og kapital. Videre vektlegges også andre elementer i perspektivet. Sosialt tilbud, altså barnehageplass, servicetilbud og kulturtilbud kan også være med på å bestemme hvorvidt en entreprenør karakteriserer et sted som attraktivt. Under følger en redegjørelse av sentrale dimensjoner ved perspektivet ”sted som lokalisering”.

Infrastruktur vil være med på å legge føringer for en virksomhet (Almås 1999). Infrastruktur påvirker kostnader ved frakt av personell og varer, og således kan virksomheter som har beliggenhet på usentrale steder pådra seg merkostnader i forhold til virksomheter som er mer sentralt beliggende. Infrastruktur kan også medføre at tilgang til markeder vanskeliggjøres. Labrianidis (2006) utpeker bedring av eksisterende infrastruktur som et viktig virkemiddel for steder som ønsker øket entreprenøriell aktivitet, og det er derfor naturlig å ta infrastruktur i

betraktning når stedsbegrepet belyses.

Marked er et begrep som spenner vidt, og det skilles mellom lokale, nasjonale og internasjonale markeder. Virksomheter som er etablert i perifere områder kan oppleve at nasjonal og internasjonale markeder blir fjerne ettersom den absolutte avstanden til disse blir stor. Videre kan marked vurderes ut fra hvorvidt den aktuelle virksomheten opptrer som kunde eller selger. Råstofftilgang vil være avhengig av nærhet til leverandører, og videre vil også forhold til leverandører være avgjørende for eksempelvis pris på innsatsfaktorer til produksjon.

Kapital og ikke minst tilgang på denne kan i mange tilfeller være viktig for valg av sted. Mange virksomheter opererer i bransjer hvor det kreves anleggsmidler og produksjonsutstyr som er kostnadskrevede, og dette må finansieres på en eller annen måte. Det vanligste vil være en kombinasjon av egenkapital og lån. Å få finansiering for investering eller drift kan for noen virksomheter være vanskelig, og gode forbindelser til potensielle investorer eller bank kan være avgjørende for en virksomhets evne til å gjennomføre drift og nye prosjekter. Kapitaltilgjengelighet er ofte større på steder som er preget av optimisme enn på steder hvor fremtidsutsiktene er mørke, og slik kan tilgang på kapital også være avgjørende for valg av sted for lokalisering av virksomhet.

Kompetanse og arbeidskraft vil for mange virksomheter være sentralt for å være konkurransedyktige. I virksomheter hvor tilgang på arbeidskraft er essensielt, vil det være viktig å ha tilgang på arbeidere slik at produksjonen kan foregå som planlagt. I virksomheter hvor kompetanse er viktig, vil det være essensielt å kunne rekruttere mennesker som utfyller slike krav til kompetanse. Kompetanse kan variere fra sted til sted. Eksempelvis er det nærliggende å tro at fiskerisamfunn har høyere kompetanse innen fiskeri enn hva som finnes i "byen". På samme måte kan "byen" ha høyere kompetanse innen teknologi, økonomi etc. enn hva man finner i et fiskerisamfunn. Følgende sitat illustrerer betydningen ved å ha kompetanse i en bedrift (Foss og Gabrielsen 2002)

"Det er viktig med regnskap og økonomiutdanning som jeg har. Vi selger kvalitet og kunnskap. Det må folk ha for å jobbe her". (Kvinne, regnskapstjenester)

Sitatet illustrerer at kunnskap er et viktig element i begrepet ”sted som lokalisering”. Regnskapskontoret som knyttes til overnevnte sitat er avhengige av å ha tilgang på en viss kompetanse for å kunne produsere sine tjenester. Mangel eller tilgang på kompetanse kan få direkte innvirkning for en kunnskapsintensiv bedrift.

Sosialt tilbud fremstår som viktig for mange (Foss 2002). Det er nærliggende å tro at en god skole kan bidra til at entreprenører med familie velger å etablere seg på et sted fremfor et annet hvor skolesituasjonen er annerledes. Entreprenørskap forutsetter i mange tilfeller hardt arbeid, og barnehageplass og et godt utbygd tilbud til de små kan således bidra til å løse problemet knyttet til kveldsarbeid. Videre er mennesker forskjellig av natur, noen liker å være hjemme, mens andre ønsker å leve ”det urbane liv”, med kafeer, shopping etc.

Oppsummert kan vi si at ”sted som lokalisering” tar for seg viktige dimensjoner vedrørende et sted. Disse dimensjonene danner en bakgrunnsramme for en virksomhet. Sted som lokalisering vil på ulike måter være viktig for en entreprenør, men dette perspektivet kan ikke alene forklare hvorfor en entreprenør velger å etablere seg på et gitt sted. At kvantitative forhold som tilgang på kompetanse, kapital, lokaler og barnehagetilbud alene skal være bestemmende for hvor man skal bo fremstår som urealistisk. Formålsrasjonell handling betegnes av Moe (1994) som handling hvor mennesket strategisk vurderer hva som gjøres i forhold til et gitt mål, og valg som foretas kan karakteriseres som rasjonelle. Denne handlingsmåten står i kontrast til følelsesstyrt handling, hvor handling er motivert av en kombinasjon av rasjonelle og urasjonelle tanker. Det er nærliggende å tro at valg av sted er en kompleks prosess. Derfor kan det være naturlig å tro at rene rasjonelle valgene alene ikke gir årsak for valg av sted.

2.2.2 Sted som opplevelse og følelse

Perspektivet ”sted som følelse” har et fokus på den ”indre, subjektive, opplevelsesmessige dimensjonen ved sted”(Berg, Dale et al. 2004). Perspektivet har sitt opphav innen humanistisk geografi, og målet var å gjeninnføre det menneskelige aspektet i geografisk teori. Perspektivet er bygget opp med utgangspunkt i at mennesker ikke legger vekt på hvordan steder ”egentlig

er”, men hvordan de oppleves (ibid). Begrepet omfatter to ulike perspektiver, *fenomenologisk og eksistensielt perspektiv*.

Det fenomenologiske perspektivet betrakter sted som opplevd fenomen. Implisitt er det menneskers oppfattelse, meningstilleggelse og gjenkjennelse som bidrar til at man kan kalle et geografisk punkt ”sted”. Det eksistensielle perspektivet omhandler tilknytning til sted. Denne tilknytningen kan relateres til eksempelvis hjemsted eller bosted. Stedstilknytning er med på å bygge identitet, og gir således mennesker trygghet og sikkerhet (Berg, Dale et al. 2004). I så måte vil personlig forhold til sted fremstå som viktig innen perspektivet ”sted som følelse”. Knyttet til stedsbegrepet kan venner, familie og kjente forhold gjennom oppvekst være dimensjoner som fremstår som viktige for en entreprenør (Berg 2002).

Hjemstedet vekker visse følelser hos de fleste. En kan si at ”borte bra men hjemme best” er et ordtak som romantiserer forholdet mellom hjemme/ borte, og i større eller mindre grad vil mennesker ha følelser knyttet til hjemstedet. For mennesker som har flyttet fra hjemstedet sitt kan det være spesielt å komme hjem. Mange av følelsene som oppstår kan være abstrakte og vanskelige å få tak på av utenforstående. Minner knyttet til skolen, fotballbanen og akebakken på hjemstedet kan være med på å vekke slike følelser. I sammenheng med entreprenørskap er det nærliggende å tro at noen av de entreprenørene som starter virksomhet motiveres ved å kunne fortsette å bo på hjemstedet. Dette begrunnes i tidligere forskning, og som eksempel kan Foss og Berg (2002) benyttes. En entreprenør ble spurt om det var aktuelt å flytte virksomheten, noe som ble besvart med ” *Nei, nei, nei, her har jeg vokst opp og her har jeg røttene*”. Svaret indikerer at viktigheten ved å kunne bo på stedet er stor, og kanskje overgår denne følelsen knyttet til stedet bedriftsøkonomiske interesser ved virksomheten. Sentralt i svaret kommer begrepet ”røtter” frem. I denne sammenheng velger vi å tolke bruken av begrepet ”røtter” som en metafor på hvor dypt respondenten er festet i stedet. Videre viser tidligere forskning at ”kjente forhold” kan være viktig for mennesker. Villa (1999) fokuserer i artikkelen ”Bygda- sosial konstruksjon av ”trygt og godt”” på menneskers oppfatning av bygd. I denne artikkelen kommer det frem at ”kjente forhold”, og da som kunnskap knyttet til mennesker på et gitt sted, i stor grad omtales som en kvalitet ved et sted.

Menneskene som bor på et sted vil på flere måter ha innflytelse på hverandre. Det å ha familie

og venner i nærheten av bostedet kan representere trygghet og fleksibilitet. Tidligere forskning bekrefter dette, og en av entreprenørene som ble spurt om lokalisering av Berg (2002) begrunnet valg av sted med at samboeren bodde på stedet. Videre er det naturlig å tro at entreprenører som har barn, kan trekke veksler på å bo nært familie og venner. Entreprenørskap forbindes med hardt arbeid, og i så måte kan tilgang på barnevakt være ett positivt trekk ved sted.

Det å reflektere over egne valg kan i mange tilfeller være vanskelig. Enkelte elementer som spiller inn på trivsel er å betrakte som abstrakte. Hva skal ”oppleves”, og hva skal man ”føle”? Disse elementene kan være vanskelig å få tak på, og perspektivet ”sted som opplevelse” tar for seg slike uangripelige og subjektive egenskaper knyttet til sted. Disse vil være individuelle, og varierende fra entreprenør til entreprenør, ettersom behov og preferanser ikke kan betraktes som universelle (Berg og Foss 2002).

En kritikk av dette perspektivet er at ”sted som følelse og opplevelse” i stor grad legger vekt på subjektive, følelsesmessige vurderinger av stedet. Å velge bosted med utgangspunkt i at en liker stedet, kan medføre problemer. Eksempelvis kan ikke entreprenører drive med underskudd på lang sikt. Implisitt vil det være vanskelig å utelukke bedriftens overlevelsesvilkår når en entreprenør skal velge sted for etablering av bedrift.

2.2.3 Sted som kontekst

Sosiologen Anthony Giddens har utøvd stor innflytelse på perspektivet *sted som kontekst* (Berg 2002). Dette perspektivet kan betegnes som en sosialgeografisk forståelse. Sted betraktes som en kontekst hvor menneskelige gjerninger gjenskaper stedet samtidig som stedet påvirker menneskelige handlinger. Sosiologiens bidrag til entreprenørskapsforskningen er i hovedsak rettet mot å gi en økt forståelse for hvordan et samfunn eller en kontekst kan påvirke forholdene for entreprenørielle aktiviteter (Landström 2000). Derav er det nærliggende å ta samfunn og kontekst i betraktning når en skal vurdere et steds egnethet for entreprenørskap.

Samarbeidsklima, kultur for entreprenørskap og jantelov fremstår som viktige dimensjoner

knyttet til perspektivet ”sted som kontekst” (Spilling, Roppen et al. 2002; Bolkesjø og Brun 2006). Disse dimensjonene kan påvirke entreprenørskap i ulik retning. Samarbeidsklima varierer fra sted til sted. Små steder har ofte færre etablerte virksomheter enn større steder. Derfor kan det i mange tilfeller være viktig for steder å opprettholde etablerte virksomheter, og arbeidsplasser og skattepenger er sentralt i denne sammenheng. Dette kan være en motivasjon for kommune/ by, og det er nærliggende å tro at perifere virksomheter får større oppmerksomhet fra ”sine” politikere enn sentralt beliggende virksomheter. Hjelpen fra by/kommune kan komme i mange former. Ivrige lokalpolitikere kan være med på å kjempe frem en molo i en værutsatt havn, slik at fiskeindustrien på stedet får bedre havneforhold. Andre eksempler er arbeidsgiveravgift, bedre veier, transport og kommunikasjonstilbud (Spilling, Roppen et al. 2002)

Villa (1999) sier at tette relasjoner kan være en viktig faktor for samarbeid. Det sies at ”alle kjenner alle” på små steder. Det er nærliggende å tro at det til en viss grad er hold i denne påstanden, da man i større grad er avhengig av naboen på små steder enn på større steder. Mest sannsynlig er det likt i en entreprenørs verden, små steder medfører tettere kontakt med ”naboaktøren” enn på større steder (Spilling, Roppen et al. 2002). Tidligere forskning peker på at dette i mange tilfeller føre til nære relasjoner, noe som i utgangspunktet er positivt med tanke på mengde tilgjengelig informasjon for den enkelte aktør (Meccheri og Pelloni 2006). At nære relasjoner kan være en kvalitet ved sted, bekreftes også av Sorenson (2003), som i artikkelen ”Social Networks and Revolutionary Economy” utpeker tette relasjoner som et suksesskriterium for entreprenørskap. Tette relasjoner medfører deling av informasjon, og på denne måten deles tanker knyttet til marked og muligheter. I siste instans kan de informerte benytte denne kunnskapen til å starte ny forretningsmessig virksomhet.

Holdning til entreprenøriell virksomhet varierer fra sted til sted. Noen steder kan entreprenører holdes frem som helter som er med på å berge livsgrunnlaget på stedet. Andre steder kan entreprenører misunnes, og bli frosset ut av sosiale tilstelninger (Villa 1997). Det er grunn til å anta at også entreprenørene lar seg påvirke av menneskers holdning til deres virke, og derav er det naturlig å tro at holdning kan være en faktor som er med på å bestemme hvilke valg som gjøres av entreprenører. ”Jantelov” og ”bygdedyret” kan knyttes til holdning, og Bolkesjø og Brun (2006) sier at det er nærliggende å anta at janteloven vil påvirke

entreprenører. Forskning viser at jantelov kan fungere som en "brems" for utvikling og entreprenørskap, og det er antatt at jantelov i så måte påvirker kultur for entreprenørskap (ibid).

Når et sted har utviklet en kultur for entreprenørskap, kan denne fungere som en motivasjonskilde for mennesker som vurderer å starte egen virksomhet. Tidligere forskning viser at en sterk kultur for entreprenørskap medfører flere etableringer. Det å se at andre lykkes og får det til, kan være med på å fjerne mentale barrierer som hindrer mennesker i å "hoppe i det" (Spilling, Roppen et al. 2002). Videre vil en slik kultur bygge kunnskap om entreprenørskap, og når slik kunnskap eksisterer kan den potensielt sett kommuniseres til andre aktører. Videre kan arbeidsmoral nevnes i samme åndedrag. Det at mennesker er villige til å legge ned en jobb for å lykkes beskrives av mange som en suksessfaktor for en virksomhet i oppstartsfasen. I miljøer hvor det er vanlig å arbeide mye kan således entreprenørers tidsbruk legitimeres (ibid).

Av dette kan vi trekke at samarbeidsklime, holdninger, arbeidsmoral og kultur ved et sted generelt ved et sted kan være med på å forme en entreprenør. Dette er tunge sosiale konstruksjoner, og disse endres over tid. Det å bygge opp et miljø for entreprenørskap kan således ses på som en tidkrevende prosess, og Spilling (2006) påpeker at det i mange tilfeller ikke er mulig å bygge slike miljøer. Silicon Valley i California, USA, står som et symbol på kreativitet og entreprenørskap. Mange politikere og initiativtagere har forsøkt å gjenskape et slikt miljø andre steder, men oppgaven viser seg i de fleste tilfeller å være for stor (Landström 2000). Like fullt, det som med sikkerhet kan sies er at det imellom entreprenør og omgivelser foreligger et gjensidig forhold hvor partene i større eller mindre grad blir påvirket (ibid).

I denne sammenheng kan Gustafssons (1986) forskning av de svenske stedene Gnosjø og Munkfors trekkes frem. Gnosjø er preget av en sterk grad av entreprenøriell aktivitet i lokalsamfunnet, og eierne av disse foretakene utøver stor innflytelse på samfunnet for øvrig. Munkfors er et typisk industrisamfunn, og fremstår på denne måten en kontrast til Gnosjø. Den entreprenørielle ånden *legitimeres* i samfunnet gjennom en positiv tro på entreprenørskap i tospann med hardt arbeid. På den annen side opplever samfunnet i Munkfors en annen virkelighet. Stedet er preget av hjørnesteinsbedriften som er en typisk produksjonsbedrift.

Innbyggerne i Munkfors legger i stor grad sine liv i bedriftens hender, og ”en for alle og alle for en”- mentaliteten råder. Denne holdningen påvirker samfunnet, og det er nærliggende å tro at stedet har liten kultur for entreprenørskap, og dette vil igjen påvirke entreprenørskap i negativ retning.

På den annen side er en potensiell konsekvens ved at et samfunn er tuftet på store aktører som i Munkfors kan være at fellesskapsfølelsen forsterkes. Dette kan medvirke til en lokal stahet som i enkelte tilfeller kan være svært positiv. En slik stahet kan påvirke arbeidsmoral i positiv retning, og et samfunn med høy arbeidsmoral er med på å legitimere entreprenørers virke.

Slike miljømessige skiller finner man også i Norge. Det viser seg at lokale og regionale miljøer har stor betydning for entreprenørskap (Spilling 2006). Miljø gir mulighet men også begrensning for entreprenørskap, og Spilling peker videre på at en del nyetableringer kun kan skje i bestemte miljøer. Næringsstrukturen i en gitt region fremstår som mest retningsgivende for nye etableringer, men sosiale, kulturelle og politiske forhold kan også være med på å gi forklaringer til hvorfor eller hvorfor ikke nyetableringer skjer (ibid). Implisitt vil dette medføre at en fiskerikommune vil ha en høyere relativ andel fiskerirelaterte etableringer enn en IT- kommune.

Oppsummert kan ”sted som kontekst” gir forskere mulighet til å vurdere betydningen av lokale holdninger til entreprenørskap. Videre er det nødvendig å påpeke at generelle holdninger til entreprenørskap i et samfunn, positive eller negative, ikke nødvendigvis determinerer menneskers handling (Berg 2002). Å tro at entreprenører utelukkende baserer sitt valg av sted på rådende holdninger og kultur i et samfunn vil være snevert ettersom andre faktorer utelukkes.

2.3 Globalisering og sted

Vi lever i en verden våre forfedre ikke kunne drømt om. I dagligtale sier vi at ”verden er liten”, eksempelvis når vi støter på kjenninger i Beijing eller New York. Det at verden har endret seg, og i så måte blitt ”mindre”, er et resultat av globalisering. Det finnes en rekke definisjoner på globalisering, og de fleste går i samme retning som undernevnte.

”Ordet globalisering beskriver en verdenssituasjon med økt flyt over landegrensler - flyt av varer og mennesker, og den mer elektroniske flyten av penger, bilder, informasjon og ideer. Globalisering er ikke én enkelt prosess, men et komplekst sett av prosesser med økonomiske, politiske og kulturelle dimensjoner” (Pedersen 2004)

Globalisering omtales i mange bøker og fagjournaler, og noen skiller mellom angripelige og uangripelige konsekvenser ved globalisering. Eksempler på angripelige konsekvenser er lavere priser og hurtigere frakt. Uangripelige konsekvenser kan betraktes som abstrakte fenomener, eksempelvis endringer i kultur (Capineri og Leinbach 2004). I grove trekk fremstår økonomisk og kulturell integrasjon som de viktigste dimensjonene ved globalisering.

I dag opererer stadig flere virksomheter over landegrensene. Internett og hurtig postgang gjør at informasjon og kommunikasjon kan gå tilnærmet uhindret mellom innbyggerne i ulike land. Tilgangen på varer og tjenester økes, fraktpriser og leveringstid reduseres, og dette gir virksomheter rom for å tilpasse seg hurtig (Urry 2000; Hubbard, Kitchinet al. 2002; Murray 2006). Videre er det i dag rimeligere å reise, og de mest trafikkerte rutene prises stadig ned. Dette medfører økt tilgjengelighet og bedre muligheter for virksomheter som tidligere betalte dyrt for tidkrevende transport av personell så vel som varer/gods. I artikkelen ”Entrepreneurship goes global” utdypes konsekvensene av reduserte fraktpriser (Karra og Phillips 2004). Endrede kostnader i fraktpris vil resultere i et skift i kostnadene, noe som igjen vil medføre endringer i lønnsomhetskalkyler generelt. I tillegg kan virksomheter som har hatt få konkurrenter i et område oppleve å møte konkurranse, noe som har blitt muliggjort igjennom det samme kostnadsskiftet (Karra og Phillips 2004). Videre har produksjonen endret seg. Godt utbygd infrastruktur baner vei for ”just in time”- produksjon, ettersom transport har blitt forutsigbar. Dette medfører lavere kapitalbinding og bedret lønnsomhet for virksomheter som produserer varer (Urry 2000).

Kulturell endring kan oppstå på flere nivåer. Som et resultat av lavere kommunikasjonskostnader vil strømmen av informasjon og mennesker skje raskere nå enn tidligere. Mennesker reiser mer, og det er nærliggende å tro at nye impulser fra fjerntliggende steder bringes hjem (Murray 2006). Visse forutsetninger må tas i betraktning før forutnevnte

slutning kan fastslås som et faktum. Det er ikke sikkert at mennesker på alle steder velger å benytte seg av de nye mulighetene, og dermed vil forskjellene mellom steder bli større. En kultur for å holde seg i ro, altså ikke reise, vil gjøre at færre drar til utlandet på ferie, og igjen, de ”nye impulsene” vil ikke bli hentet ”hjem”. Videre viser forskning at også arbeidstid blir påvirket av globaliseringen. Vi blir, som følge av bedret kommunikasjonsmuligheter, stadig mer tilgjengelig, og skillet mellom arbeid og fritid er i ferd med å vaskes ut (Urry 2000). Globalisering kan også forklare hvorfor flyplasser, hoteller og kjøpesentre er like over hele verden (Berg, Dale et al. 2004).

Globalisering kan i så måte ses på som årsaken til at vi i dag lever i en såkalt ”global landsby”. I ordet ”landsby” ligger det noe ”smått”, og i en slik verden fremstår ikke fysisk (absolutt) avstand som en barriere (Hubbard, Kitchin et al. 2002). Globalisering gjør at steder blir mer like, og grensene mellom landegrenser og steder generelt påvirkes ved at de stadig blir mer flytende og abstrakte. Videre nevner litteraturen at prosessen medfører at de ulike land blir integrert og sammenbundet (Berg, Dale et al. 2004; Capineri og Leinbach 2004; De Martino, Reidet al. 2006). Eksempelvis ser man at som følge av bedret kommunikasjon velger stadig flere bedrifter å ”outsource” enkelte tjenester til land som ligger i andre verdensdeler i forhold til dem selv. Et eksempel er norsk fiskerinæring, hvor følgene av høye lønnskostnader innenlands resulterer i eksport av råvarer til Asia for prosessering.

Det diskuteres i dag hvorvidt steders særegenheter er i ferd med å forsvinne. De gamle barrierene som tidligere var en effektiv hindring for handel og informasjonsflyt er så godt som forsvunnet. Geografer, derimot, er sterkt uenige i denne påstanden (Berg, Dale et al. 2004). Geografene argumenterer for at steder er vel så viktige som før, men på nye måter. Som beskrevet fører globalisering til homogenisering, men geografene påpeker også en annen effekt av globalisering, nemlig differensiering mellom steder: *nye* forskjeller skapes. Stedene er blitt sammenbundet og avhengige av hverandre, og på mange områder like, men det er ikke sikkert at de påvirkes likt på alle områder. Til tross for globalisering og ytre påvirkning, vil steder beholde særtrekk samtidig som nye likheter utvikles (ibid).

Forklaringen på denne ”dobbeltheten” ligger i avstand. Selv om relativ avstand er blitt

forminsket, er absolutt avstand permanent (Berg, Dale et al. 2004). Videre påpeker litteratur at de fleste sosiale relasjoner er lokale og ikke globale i rekkevidde, noe som forutsetter fysisk nærhet mellom de involverte aktører (Castree 2003; Molina-Morales og Fernandez 2006). De fleste mennesker lever sine hverdagsliv innen en begrenset radius, og derfor kan det sies at hjemmet og stedet mennesker lever på fremstår som et viktig holdepunkt.

Nå er det slik at ikke alle steder påvirkes av globalisering i samme grad. Steder hvor datanett og infrastruktur er dårlig utviklet vil sist bli utsatt for ytre påvirkninger, noe som igjen kan medføre større interne forskjeller i ulike land (De Martino, Reid et al. 2006). De fleste hovedsteder har i dag tilgang på eksempelvis internett, men i utkantstrøk kan slik kommunikasjon være noe som enda tilhører fremtiden. Kina er et eksempel på et land som har opplevd sterk globalisering av sentrale strøk, mens utkantstrøk fremdeles venter på den samme utviklingen.

Generelt kan man si at globalisering føre til store endringer. Kostnader endres, og dette åpner tidligere stengte dører. Virksomheter endres, og mennesker som arbeidstaker eller kunde av disse påvirkes i ulike retninger (De Martino, Reid et al. 2006). Våre preferanser formes gjennom impulser utenfra, og det flerkulturelle innslaget øker i mange lokalsamfunn (Berg, Dale et al. 2004).

Globaliseringen fremstår som et stort begrep. Konsekvensene av globalisering synes å kunne påvirke dimensjoner som knyttes til stedsbegrepet. Ettersom fraktpriser reduseres vil det være nærliggende å tro at dette vil påvirke geografisk økonomi, altså ”sted som lokalisering”. Videre kan kulturell endring som følge av globalisering påvirke dimensjoner knyttet til ”sted som følelse” og ”sted som kontekst”. Derfor kan det være naturlig å ta globalisering i betraktning når en skal analysere valg av sted for en entreprenør.

2.4 Bruken av perspektivene og forskningsspørsmål

I teorikapittelet er tre ulike perspektiver på sted samt ”globalisering og sted” gjort rede for. Dette kapittelet har til hensikt å synliggjøre bruken av perspektivene. For å konkretisere dette

har jeg utarbeidet fire forskningsspørsmål som kan bidra til å belyse problemstillingen.

Sted som lokalisering

Dimensjonene som faller inn under perspektivet ”sted som lokalisering” er følgende: marked, kapital, infrastruktur, arbeidskraft, kompetanse og sosialt tilbud. Det er nærliggende å tro at ”ingrediensene” vil variere med eksempelvis næring og størrelse på virksomheten. Eksempelvis vil typiske produksjonsvirksomheter kreve mer kapital enn kompetanseavhengige virksomheter, hvor den menneskelige kompetansen er den viktigste innsatsfaktoren. Steder har ulike beholdninger, og derfor er en rimelig antakelse å tro at dimensjonene knyttet til ”sted som lokalisering” vil variere fra sted til sted. Forskningsspørsmålet er derfor:

1. Hva betyr dimensjonene marked, kapital, infrastruktur, arbeidskraft, kompetanse og sosialt tilbud for en entreprenørs valg av sted?

Sted som følelse

Mennesker har behov for sosiale relasjoner. I kapittel 2.1 fremkommer det at man finner ulike motiver bak entreprenørskap. Det å flytte på seg for å få jobb er for noen arbeidsledige uaktuelt. Fremfor å flytte til steder med etterspørsel av arbeidskraft, kan det være at noen av disse velger å starte egen virksomhet. Motivasjonen bak en slik avgjørelse kan være at venner og familie er etablert på stedet, og at flytting derfor utelukkes. Videre kan dimensjoner som kjente forhold og at personen har vokst opp på stedet være viktig når valg av sted skal gjøres. Dimensjonene som inngår i perspektivet ”sted som følelse” er venner, familie, kjente forhold og oppvekst. Forskningsspørsmålet er derfor:

2. Hva betyr dimensjonene venner, familie, kjente forhold og oppvekst for en entreprenørs valg av sted?

Sted som kontekst

Steder har ulik kultur for entreprenørskap. Det er naturlig å tro at entreprenører i ulik grad vil la seg påvirke av steders kultur for entreprenørskap. Det å skulle kjempe mot jantelov og negative holdninger på et sted kan gjøre at mange potensielle entreprenører lar planene om å starte egen virksomhet renne ut i sanden. ”Sted som kontekst” omfatter kultur for entreprenørskap, holdninger og jantelov, og forskningsspørsmålet er derfor:

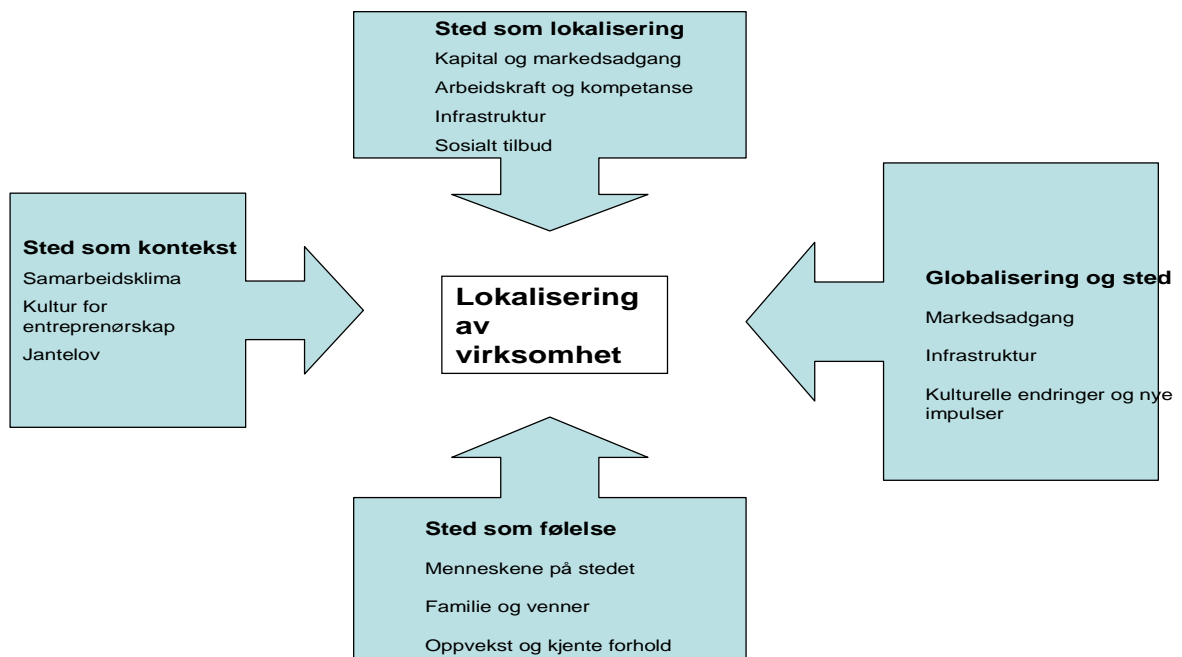
3. Hva betyr dimensjonene kultur for entreprenørskap, holdninger og jantelov viktige for en entreprenørs vurdering av sted?

Globalisering og sted

Globalisering påvirker steder. Det er i så måte interessant å studere *på hvilke måter* denne påvirkningen foregår. Hensikten med å trekke inn globalisering i oppgaven er å vise at steder er i endring, og at dette kan komme i betraktning når problemstillingen for oppgaven skal belyses. Globalisering kan berøre steder på ulike måter, og infrastruktur, kommunikasjon, og kulturelle endringer er dimensjoner som kan inkluderes i globalisering. Derfor er følgende forskningsspørsmål hensiktsmessig for oppgaven:

4. Hva betyr endringer i dimensjonene frakt, kommunikasjon og kultur for en entreprenørs vurdering av sted?

Under følger en figur som samler opp begrepsrammen. De fire perspektivene på sted synes å kunne utgjøre et hele for en entreprenørs vurdering av lokaliseringssted. Derfor vil det være hensiktsmessig å benytte overnevnte teori som fundament for oppgaven.



Figur 2: Oppsummering av begrepsrammen

Begrepsrammen som er presentert representerer perspektivet som er benyttet i oppgaven. Det er nærliggende å tro at entreprenører vektlegger ulike dimensjoner ved sted. For å kunne fastslå hvordan en entreprenør relaterer lokalisering av virksomhet til sted, vil bruken av ulike perspektiver på sted kunne hjelpe meg å identifisere entreprenørens tanker om temaet. Derfor kan det sies at begrepsrammens funksjon er å summere opp perspektiver, og herunder dimensjoner, som kan ha relevans når jeg skal belyse problemstillingen.

3.0 Metode

I dette kapittelet vil jeg gjøre rede for den metodiske tilnærmingen som er benyttet i oppgaven. Jeg vil belyse valgene jeg har tatt og forklare hvordan datamaterialet er samlet inn, bearbeidet og analysert. Avslutningsvis vil jeg reflektere over kvaliteten på datamaterialet i lys av begrepene troverdighet, bekreftbarhet og overførbarhet.

3.1 Kvalitativ metode og casestudie

I metoden skilles det mellom kvalitativ og kvantitativ metode (Bryman og Bell 2003).

Kvantitativ forskning betegnes som en forskningsstrategi som tar for seg målbare variabler i datainnsamlingen. Denne forskningen bygger på en antakelse om at fenomener viser en så stor grad av stabilitet at måling og kvantitativ beskrivelse er meningsfull (ibid). Forskere som foretrekker en kvalitativ strategi er av en annen oppfatning, nemlig at disse fenomenene konstrueres gjennom individers tolkninger. Morgan og Smircich (1980) skiller mellom kvalitativ og kvantitativ metode ved følgende:

”Qualitative research is an approach rather than a particular set of techniques, and its appropriateness derives from the nature of the social phenomena to be explored”

Av sitatet kan det forstås at fremgangsmåter som benyttes i kvalitativ forskning i stor grad styres av de egenskapene som kjennetegner ”the social phenomena to be explored”. Fremfor å se på årsaksforklaringer som kvantitativ strategi legger opp til, vil kvalitativ strategi ha som mål å søke mening og forklaring ved de fenomenene som studeres, og da gjennom nærhet til objektet (Kvale 1997). Kvalitativ forskning søker å forstå verden fra objektets side gjennom forståelse, erfaringer og refleksjoner. Dette er noe jeg i høy grad vil legge vekt på i oppgaven, da entreprenøren i stor grad må ”konstruere” sin erfaring for å kunne besvare mine spørsmål. Man kan si at kvalitativ metode åpner for spørsmål av typen ”hvordan opplever entreprenøren...”, og dette er spørsmål som i stor grad krever personlig refleksjon fra entreprenørens side. Forskning knyttet til stedsutvikling fremstår som komplekst, og i forhold til problemstillingen vil kvalitativ forskningsstrategi være å foretrekke. I lys av teori knyttet til

stedsbegrepet vil en kvalitativ strategi gi meg mulighet til å søke dybdeinformasjon vedrørende hvordan en entreprenør forholder seg til sted.

Forskningsdesign er rammeverk for innsamling og analyse av data, og casestudiet er et eksempel på design som utføres gjennom en intensiv analyse av ett eller flere objekter (Bryman og Bell 2003). Valg av design vil være avgjørende for en rekke elementer i den videre forskningsprosessen. Casestudiet er dyptgående av natur og gir forskeren svar på virkelighetens hendelser, som livsløp, organisasjonsprosesser og relasjoner (Yin 1994).

Eisenhard (1989) skriver at:

”the case study is a research strategy which focuses on understanding the dynamics within single settings” og at den er “most appropriate in the early stages of research on a topic or to provide freshness in perspective to an already researched topic”.

I tråd med siteringen av Eisenhardt (1989), vil jeg forsøke å forstå dynamikken i enkeltsettinger med sikte på å bringe inn ”freshness to perspective”, og da gjennom å trekke inn globalisering som nytt perspektiv på sted.

Yin (1994) skiller mellom tre ulike casestudier som kan benyttes. Disse er utforskende, forklarende og deskriptivt. Når et utforskende casestudie benyttes kan feltarbeid og datainnsamling gjøres før forskningsspørsmålene defineres. Et forklarende casestudie er hensiktsmessig når en skal utføre en årsaksforklarende studie. Deskriptiv casestudie krever at forskeren presenterer en deskriptiv teori, og denne skal fungere som en ramme for hele studiet (Mehmetoglu 2004). I dette studiet er deskriptivt casestudie benyttet, ettersom teorien som benyttes i stor grad er eksisterende og benyttet som rammeverk for oppgaven.

Jeg anser valget på casestudie som hensiktsmessig ettersom casestudiet innebærer en intensiv analyse av et valgt case, samt innebærer en detaljert og innholdsrik analyse. Litteraturen peker på at en case kan være en enkelt person, en spesifikk organisasjon eller en utvalgt avdeling. Casestudiet er passende i min oppgave ettersom jeg forholder meg til en enkelt person, og er også i samsvar med oppgavens intensjon, nemlig å få frem rike data vedrørende en

entreprenørs forhold til sted.

I casestudiet vil jeg etterstrebe å få mest mulig informasjon knyttet til de ulike perspektivene på sted. Den informasjonen som fremkommer, skal videre benyttes som basis for analyse og diskusjon. Jeg ønsker å få informasjon som kan knyttes til det teoretiske rammeverket, slik at forskningsspørsmål og problemstilling kan besvares på en hensiktsmessig måte. Målet med datainnsamlingen er ikke å skaffe til veie mest mulig informasjon, men å skaffe god informasjon. Jeg har valgt en case fra min hjemkommune Vestvågøy i Nordland. Dette valget begrunnes med at jeg kjenner konteksten (stedet) til fenomenet (entreprenøren) godt. Dermed har jeg anledning til å tolke dataene i relasjon til stedet på en annen måte enn hva som ville vært tilfellet hvis jeg ikke var lokalkjent.

3.2 Valg av case

I likhet med andre småsteder opplever min hjemkommune Vestvågøy i Nordland et begrenset omfang av nyetableringer. Noen entreprenører finnes, og disse bidrar igjennom sine bedrifter med arbeidsplasser og skattepenger. I tillegg kommer synergieffektene, noe som igjen bidrar til enda flere arbeidsplasser og ytterligere skattepenger til kommunekassen. En av utfordringene til stedet Leknes, som kan betegnes som sentrum i Vestvågøy kommune, er å få flere entreprenører til å starte virksomhet på stedet. Dette vil føre til en rekke positive elementer som lavere arbeidsledighet, tilflytting og større entusiasme på stedet generelt. Videre er det særdeles viktig at bedrifter av annen art enn de etablerte får tilhørighet i kommunen, ettersom nye næringer gir ny kompetanse, noe som igjen vil føre til et mer spredt næringsbilde i kommunen (Kommune 2003). En rekke faktorer kan ligge til grunn for at det i dag finnes få større bedrifter på Leknes. Med tanke på de muligheter nye virksomheter representerer for kommunen og stedet Leknes, er det interessant å velge case fra dette stedet, nettopp for å undersøke hvilke erfaringer en etablert knyttet til sted.

Nordly Holding AS har de senere år utviklet seg til å bli en ansett aktør, og da særlig innen distribusjon av legemidler til bruk i både oppdrett og på humansiden. Etter å ha lest en avisartikkel i Lofotposten (Johansen 2006) kom jeg frem til at Nordly Holding AS måtte være en god case å studere. Virksomheten virket spennende, og jeg kjente til den fra tidligere.

Virksomheten er av betydelig størrelse, og skiller seg fra andre virksomheter på stedet.

Vestvågøy kommune er kjent som en fiskeri- og landbrukskommune. Primærnæringene står stekt, og de fleste virksomhetene på stedet kan relateres til disse områdene. Nordly Holding AS er i så måte ulik eksisterende virksomheter på stedet. Virksomheten er i stor grad kunnskapsintensiv, og dette avviker i fra det typiske i distriktene. Meccheri og Pelloni (2006) sier at en typisk "bygdebedrift" er produksjonsorientert, og dette kan i stor grad overføres til stedet Leknes generelt. Nordly Holding AS fremstår i så måte som en utradisjonell virksomhet, og dette gir studiet en interessant dimensjon.

Nordly Holding AS er et "lærebokeeksempel" på entreprenørskap. Bedriftens virke er nytt og utradisjonelt i forhold til eksisterende virksomheter, og dette sammenfaller med ulike definisjoner av begrepet entreprenørskap. Spilling (2006) sier at entreprenørskap er å skape utvikling i næringslivet gjennom nye kombinasjoner. I henhold til Schumpeter kan entreprenørskap være det å organisere eksisterende bransjer på nye måter. Nordly Holding AS er organisert på en utradisjonell måte, og da gjennom lokalisering og arbeidsmetoder. Derav kan en slutte at virksomheten er et resultat av entreprenørskap, og i henhold til Spilling kan Nordly, i kraft av sin rolle som etablerer, betraktes som entreprenør.

Videre kjente jeg også til Jim Roger Nordly, entreprenøren som startet virksomheten. Da jeg gikk i åttende klasse på ungdomsskolen, startet vi elevbedrift. Vi skulle drive oppdrett av røye, og Nordly var personen som kunne bistå med gratis konsulenthjelp. Jeg husker fremdeles våre besøk hos Nordly, og spesielt festet det seg at han var en person som hadde lett for å snakke. Valget av case, Nordly Holding AS Jeg tenkte at en interessant virksomhet i en kombinasjon med en pratsom entreprenør ville være et godt utgangspunkt for studiet, og derfor var det lett å spørre Nordly om han kunne tenke seg å stille opp som case for studiet.

Nordly Holding AS er morselskap til en rekke datterselskaper. I hovedsak kan man trekke en todeling av aktiviteten i foretaket, og oppdrett- og farmasirelatert aktivitet utgjør kjerneaktivitetene for konsernet. Virksomheten har vokst til å bli Norges ledende leverandør av vaksine til oppdrettsnæringen, og i dag har datterselskapet Europharma AS en markedsandel på ca 60% av det norske markedet. Virksomheten er utradisjonell ved at den

har administrasjon lokalisert i et perifert område, og Oslo benyttes som transittsted. Denne ”ordningen” er sterkt avvikende på stedet, og sammenlignet med fiskerinæringen organiseres stadig flere, og da kanskje spesielt innen oppdrettssiden, ved at administrativt arbeid foretas i sentrale strøk, og produksjonen legges til distriktene. Jim Roger Nordly er eier (100%) og entreprenør bak foretaket.

Kjernevirksomheten til Nordly Holding AS er distribusjon av legemidler gjennom selskapet Eurupharma AS. Det skilles mellom salg av legemidler for oppdrettsnæringen og legemidler for mennesker, og med hensyn til volum er salget likt mellom disse. Videre eier Nordly Holding AS også produksjonsrelaterte foretak, herunder en fiskeforfabrikk i Øksfjord, en hermetikkfabrikk i Trøndelag, et foretak som driver med FoU i Ålesund og et lager i Bærum. Internasjonalt har Nordly Holding AS et salgskontor i Chile, og det er planlagt ekspansjon til andre land. Suksessen er basert på kundefokus og salg. En rekke bedrifter inngår i morselskapet Nordly Holding AS. Disse er Eurupharma AS, Acd Pharmaceuticals AS, Polarfeed Drift AS, Havsbrun Norge AS, Eurupharma Nordic AS, Prepare AS, Eurupharma Chile S.A. og Laksefjord Marine Farms AS.

Nordly Holding AS har de senere år vokst voldsomt. I 2006 var omsetningen på ca 350 millioner, i år budsjetteres ca 500 millioner. Resultatet i år ligger an til å bli et sted mellom 15 og 17 millioner. Virksomheten er også betydelig med tanke på sysselsetting, og i dag er ca 100 personer engasjert via Nordly Holding AS.

Hva angår valg av teori for oppgaven, er det er nærliggende å tro at globalisering har hatt betydning for Nordly Holding AS, ettersom virksomheten selger produkter i hele landet, og også i Chile. Videre kan teori knyttet til sted benyttes, ettersom entreprenøren sannsynligvis hadde tanker knyttet til sted da virksomheten ble lokalisert. At virksomheten er et resultat av entreprenørskap, sikrer også relevansen hva angår bruk av entreprenørskapsteori.

3.3 Intervju og gjennomføring av intervju

Jeg velger å benytte halv- strukturert intervju som verktøy for innsamling av empiri. Denne intervjuformen vil gi meg friere tøyler til å utforske casen. I prinsippet skal en rekke temaer

dekkes, og et halv- strukturert intervju er åpent for forandringer underveis. En del spørsmål er fastsatt på forhånd, men disse må ikke følges slavisk, såfremt andre ”innfall” som dukker opp underveis i intervjuet er mer interessant. Dette medfører dynamikk i intervjusituasjonen, noe som kan være til hjelp dersom jeg som forsker har behov for å ”gå utenfor løypa” i jakt på informasjon som kan være relevant i forhold til problemstillingen. En intervjuguiden vil innholde en grov skisse over emner samt forslag til spørsmål under hvert emne (Kvale, 2001). Intervjuet ble utarbeidet ut i fra det teoretiske perspektivet som er beskrevet i kapittel 2. Intervjuet er delt inn i ulike bolker, og hver bolk inneholdt spørsmål knyttet til de ulike dimensjonene ved sted. Hensikten med å organisere spørsmålene på denne måten var å opprette en struktur som sammenfalt med teorikapittelet. Med utgangspunkt i teori kan en rekke spørsmål formuleres, og disse vil være retningsgivende for intervjuet. I en situasjon hvor respondenten velger å ”svare på et annet spørsmål enn det som ble stilt”, vil et halv- strukturert intervju åpne for denne avsporingen. Jeg regner med at en del av spørsmålene som er nedtegnet på forhånd vil endres underveis, og min utfordring som forsker er da å sørge for at det som erstatter disse er relevant for studiet av entreprenøren.

For å unngå uforutsette hendelser ble entreprenøren kontaktet på et tidlig tidspunkt. Han var positiv til å stille som informant, og vi ble enige om at jeg skulle ringe senere for å avtale nærmere tidspunkt for intervjuet. Jeg ringte ham to uker før intervjuet fant sted, og vi avtalte da dato. Dagen før intervjuet ringte jeg igjen, da for å få bekreftet at han hadde tid til å ta i mot meg. Informanten ble i forkant informert om temaet for intervjuet, og etter å ha klarert en del praktiske med hensyn til rettigheter og bruk av båndopptaker, fant intervjuet av entreprenøren sted i virksomhetens lokaler. Intervjuet ble benyttet ”slavisk”, og i ettertid ser jeg at båndopptakeren i stor grad bidro til fin flyt i intervjusituasjonen. I de tilfeller hvor entreprenøren ”snakket seg vekk fra temaet”, var det særlig hensiktsmessig å ha intervjuguiden tilgjengelig. I tillegg ble det stilt en del oppfølgingsspørsmål, og da særlig i de tilfeller hvor entreprenøren ikke gav fyldige svar på hovedspørsmålene. Det skal sies at det var uproblematisk å få entreprenøren i tale, og dette bidro i stor grad til at gjennomføring av intervjuet gikk greit.

I figur 3 fremkommer spørsmålene som relaterer seg til de ulike perspektivene på sted. Som beskrevet tidligere, har jeg til hensikt å søke dybde i intervjusituasjonen. Derfor er det hensiktsmessig å stille spørsmål hvor entreprenøren må reflektere rundt sentrale stikkord knyttet til sted. Spørsmålene som ble stilt er å finne i appendix.

PERSPEKTIV OG DIMENSJON	SPØRSMÅL	OPPFØLGINGSSPØRSMÅL
STED SOM LOKALISERING	SE: 8.2.1	
- MARKED OG KAPITAL	8.2.1: 1, 2,3,8,12,13	8.2.1: 8A),8B),
- INFRASTRUKTUR	8.2.1: 2,5,7,11,12	8.2.1: 13A), 13B)
- TILGANG PÅ ARBEIDSKRAFT	8.2.1: 2,3,6,7,9,17	8.2.1: 8C),9A)
- TILGANG PÅ KOMPETANSE	8.2.1: 3,4,6,7,8,14 8.3: 3,4	8.2.1: 9B)
- SOSIALT TILBUD	8.2.1: 20,21,22,23	
STED SOM FØLELSE	SE: 8.2.2	
- VENNER	8.2.2: 4,9	
- FAMILIE	8.2.2: 2,5	
- KJENTE FORHOLD (OPPVEKST)	8.2.2: 1,2, 6,	8.2.2: 1A)
STED SOM KONTEKST	SE: 8.2.3	
- SAMARBEIDSKLIMA	8.2.3: 1,2,3,8,11,12 8.1: 8,9,10	8.2.3: 2A)
- KULTUR FOR ENTREPRENØRSKAP	8.2.3: 5,6,7,9,13 8.1: 6,7,10	8.2.3: 5 C) 8.1: 10A)
- JANTELOV	8.2.3: 7,12,	
GLOBALISERING OG STED	SE: 8.2.4	
- FRAKTPRISER OG FRAKTTID	8.2.4: 1,4,5	
- KOMMUNIKASJON	8.2.4: 1,3,5	
- NYE IMPULSER I BEFOLKNINGEN	8.2.4: 1,11	8.2.4: 12
- KULTURELLE ENDRINGER	8.2.4: 1,11	8.2.4: 12

Figur 3: Spørsmål koblet til teoretiske perspektiv

Etter at intervjuet var gjort begynte jeg transkriberingen av dataene umiddelbart. Jeg transkriberte ordrett fra båndopptakeren, og systematiserte deretter dataene. I ettertid ser jeg at det å bruke halv- strukturert intervju var et heldig valg. Jeg stilte flere oppfølgingsspørsmål, og de som er relevante er gjengitt i oppgaven. Videre skrev jeg inn oppfølgingsspørsmålene i intervjuet; disse fremkommer som underpunkter og er relatert til de opprinnelige spørsmålene.

Det å arrangere dataene i hensiktsmessig orden viste seg å være en utfordring. I mange tilfeller var bare deler av svarene som entreprenøren gav relevante for oppgaven. I de tilfellene hvor dette inntraff, har jeg kuttet det som ikke er relevant. Videre har jeg benyttet klammeform i empirien for å synliggjøre at dataene kommer fra ulike utsagn fra entreprenørens side.

3.4 Reliabilitet, validitet og overførbarhet

Vurdering av forskningens kvalitet kan knyttes til begrepene reliabilitet, validitet og generaliserbarhet. Ringdal (2001) peker på at det er diskutert hvorvidt disse begrepene er relevante i forhold til kvalitativ forskning. Enkelte forskere benytter troverdighet og bekreftbarhet fremfor reliabilitet og validitet, og overførbarhet fremfor generaliserbarhet. Begrepet eller troverdighet, som kan benyttes innen kvalitativ forskning, tar for seg hvorvidt forskning er utført på en tillitvekkende måte. Bekreftbarhet knytter seg til kvaliteten i tolkningene som gjøres, og hvorvidt resultatene fra studiet kan knyttes til liknende studier. Overførbarhet går på om resultatene fra undersøkelsen kan overføres til liknende situasjoner eller steder (ibid).

I følge Kruuse (1992) kan troverdighet påvirkes ved følgende forhold: Tid, sted, språk, fortrolighet og konsensus. Tid går på hvorvidt man har oppholdt seg lenge nok i en situasjon til å kunne tolke denne riktig. I mitt tilfelle undersøkte jeg i hovedsak fortiden, og det er nærliggende å tro at entreprenørens tanker vedrørende de ulike dimensjonene ved sted er konstruert over tid. På den annen side er det nærliggende å tro at entreprenørens tanker om sted varierer fra dag til dag, om enn i liten grad. Sinnelag vil også kunne påvirke dataene, og om entreprenøren nylig hadde hatt en krangel med kommunen er det nærliggende å tro at dette på kort sikt ville ha farget informasjon vedrørende samarbeidsklime. Videre kan

troverdighet påvirkes av sted, noe som kan betegnes som nærhet til objektet. I mitt tilfelle foregikk intervjuet i lokalene til entreprenøren. Alternativt kunne jeg ha intervjuet entreprenøren over telefon. En styrke ved å intervjuere entreprenøren direkte, er at kroppsspråk blir synlig. Videre er det lettere å få en "naturlig" setting over en kopp kaffe. Språk refererer seg til kommunikasjon mellom observatør og objekt, og det er naturlig å tro at jeg gjennom å ha opphav på samme sted som entreprenøren, på en annen måte enn andre kan tolke de utsagn som fremkom. En annen utfordring er tolkninger og bruken av diffuse begreper. I så stor grad som mulig unngikk jeg å benytte faglige begrep da disse lett kan feiltolkes. Et begrep som "sted" innehar mange dimensjoner, og sannsynligheten for at entreprenøren har en annen oppfatning av begrepet enn meg er stor. Intimitet tar for seg forholdet mellom observatør og objekt. Høy grad av vennskap vil gi større fortrolighet partene imellom, og i så måte må det sies at jeg personlig ikke har noe forhold til entreprenøren annet enn at vi er fra samme sted. Dette kan være positivt for hvordan jeg tolker entreprenørens utsagn. Kjennskap til det lokale miljøet vil medføre større forståelse enn om jeg var utenforstående. Konsensus relaterer seg til hvordan observatøren får bekreftet sine fortolkninger. I så måte har oppgaven en svakhet ettersom entreprenørens utsagn kun er fortolket av meg. For å unngå å misforstå entreprenørens utsagn valgte jeg i de tilfeller jeg var usikker å spørre kontrollspørsmål. Det bør understrekes at entreprenøren formulerte seg på en konsis måte, noe som gjorde tolkningen av informasjonen lettere enn om "svevende" språk hadde vært benyttet.

Bekreftbarhet er, i følge (Thagaard 2003) knyttet til vurderinger av de tolkningene undersøkelsen fører til. En forsker bør være kritisk når grunnlag for egne tolkninger etableres. I mitt tilfelle er jeg oppvokst i området hvor entreprenøren er etablert, og i så måte er dette en styrke for meg som forsker. Jeg kjenner stedets særegenheter, og er videre bevisst svake og sterke sider ved stedet. Overførbarhet tar for seg hvorvidt resultatene fra en undersøkelse kan generaliseres og således overføres til andre kontekster, altså generaliserbarhet. (De Vaus 2001) sier følgende:

"It is correct to say that case study designs cannot provide a basis for making statistically valid generalizations beyond a particular case. A case study may consist of just one case, (one community, one person, one organization) and we cannot be confident, in any statistical sense, that the case represents a wider class of cases. Even if we conduct multiple

case studies, say 10, our n remains too small for credible statistical generalization” (De Vaus 2001)

I henhold til sitatet kan man si at statistisk representativitet og casestudier er uforenelige begrep. Det fins imidlertid to former for generalisering; statistisk og teoretisk. Statistisk generalisering innebærer at man anvender statistiske metoder på en populasjon, og overfører funn til en større populasjon. Teoretisk generalisering innebærer at man generaliserer fra studie til teori. Dette berøres av De Vaus (2001) i følgende sitat:

”Rather than asking what a study tells us about the wider population (statistical generalization) we ask: “What does this specific case tell us about a specific theory” (or theoretical proposition)”? (De Vaus 2001).

Dette betyr at man kan generalisere fra en enkelt case, men man generaliserer i forhold til teoretiske påstander og ikke i forhold til populasjoner. Dette betyr at de funnene jeg gjør i studiet ikke direkte kan overføres til andre entreprenører, men at de kan være med på å bestemme retning for videre forskning.

4.0 Empiri og analyse

I dette kapittelet vil presentere og analysere data som kom frem i intervjuet. Med hensyn til struktur følger empiri og analyse teorikapittelet.

4.1 Empiri knyttet til ”sted som lokalisering”

I denne delen søker jeg forklaring på hvordan dimensjonene marked, kapital, infrastruktur, kompetanse og sosialt tilbud belyser informantens valg av sted. Avslutningsvis vil jeg analysere data som fremkommer fra intervjuet.

4.1.1 Empiri

Nordly Holding AS er sterkt diversifisert. Som følge av diversifiseringen har virksomheten behov for kompetanse av ulik art. Biologer, veterinærer, farmasøyter og økonomer er særlig ettertraktet.

Kompetanse og arbeidskraft

”Ansettelse er den desidert vanskeligste delen av å drive butikk. Vi har prøvd byråer og slikt, men jeg synes fremdeles at det er forferdelig vanskelig. Vi prøver å lete etter den kommersielle kimen, og om det ikke er legning kan det i alle fall være en kime. Om den er bortstudert, aldri har vært der, eller om det ligger i den norske folkesjelen med å være tilbakeholden og moderat, det vet jeg ikke (....)Vi tar de talentene som kommer i vår retning, og vi ansetter ganske mange for tiden. Problemet er å få tak i mennesker med litt livserfaring, og det er ikke noen enkel sak. Vi har jo virksomheter på mange steder, og det vi ser er at mange som søker her på Leknes er mennesker som har høy kompetanse, men lite erfaring. Men jeg føler ikke at vi har noen problemer med å rekruttere til Leknes. Ålesund, derimot, har vist seg å være det stedet hvor det er vanskeligst å rekruttere folk.”

Til tross for at søkermassen er god, mener Nordly at mange søkere mangler essensielle egenskaper for å lykkes.

”Når vi rekrutterer prøver vi først å se om det er noen interessante som vi kan ”stjele” fra andre selskaper, og det høres arrogant ut, men i de fleste tilfeller ser vi at andres ansatte mangler det vi kan kalle ”kommersgenet”. Det vi ser etter hvert, er at vi må ta inn ansatte i relativt ung alder, med utdanningen på plass, i alle fall i de stillingene det kreves, og kanskje legge inn en egen fagmodell for hva de skal drive med. Måten man skal opptre på og tallforståelsen er viktig. De fleste biologer, veterinærer og så videre, sliter med å forstå at de må ha en avanse. Å legge til en kost og en inntjening er ufattelig mye vanskeligere enn man skulle tro. Instinkt og guts er sentrale ord for vår rekruttering!”

I den senere tid ser man at universitetsmiljøet i Tromsø har bidratt til etablering av bedrifter innen bioteknologi. Nordly mener at det å ha nærhet til en slik institusjon kan være fordelaktig.

”Å ha en institusjon her ville helt klart ha vært fordelaktig, men å ha en bred skole her på Leknes ville ikke vært veien å gå. Det å studere biokjemi på Leknes ville kanskje ha vært stusslig, men på andre områder hvor det etterspørres kompetanse, kunne det vært aktuelt. Eksempelvis etterspørres det folk innen skipsfart og slikt, og kanskje kunne det vært etablert noe innen denne fagkretsen hvor vi har en relevant setting i lokalmiljøet. Om universitetet i Tromsø hadde vært etablert her ville nok Leknes vært stort, men å etablere et konkurrerende skolemiljø her ville vært feil. Å benytte studenter fra Tromsø kunne vært gjort, om man integrerte dem. Dette fordrer at studentene kommer innom virksomheten i perioder. Vi kunne ha kjempenytte av kunnskap innen førutvikling og legemiddelutvikling, og de har de rette lokalene i Tromsø, men for vår del har vi lite med Tromsø å gjøre. Vi har hatt lite å gjøre med for eksempel Fiskeriforskning, og der tror jeg vi kunne ha hentet noe. Kanskje burde næringslivet peile seg inn på universitetsmiljøet, men dette må også være gjensidig.”

Det er nærliggende å tro at kompetansebildet i bedriften ville vært annerledes om den var lokalisert på et større sted, eksempelvis i Oslo. Nordly påpeker følgende:

”Jeg tror nok Leknes som sted er viktig i form av stabilitet i folk. De fleste av våre ansatte blir i bedriften over lengre tid. (...) Denne stabiliteten kan være et resultat av at vi har få konkurrenter, noe som gjør at folk ikke har så mange alternative arbeidsplasser innen samme

bransje. I noen av sektorene vi opererer i, eksempelvis farmasi, vil det være lett for bedrifter i Oslo å rekruttere folk. På den annen side vil det være lettere å miste dem. Summen går sannsynligvis i null, og jeg tror ikke lokalisering er så viktig for kompetanse i virksomheten vår (...). Jeg tror stabilitet er viktig for kundene våre. Hvis våre kunder skulle fått en ny person på tråden hver gang de ringer, ville det nok ha slått negativt ut. I Oslo er dette neppe like viktig som det vi opplever i kyststrøk. En person å forholde seg til, Siv, Merethe, Tone eller hvem det nå er. Når kunden hører at en ansatt lover noe, tror kunden på det som sies.”

Infrastruktur

Infrastruktur blir nevnt under perspektivet “sted som lokalisering”. Kommunikasjon, i form av flyplass, synes å være et sentralt stikkord for Nordly.

”Flyplass er litt viktig for vår del, det går på transporten ut av øya. Lofast-forbindelsen kommer til høsten, noe som er greit når jeg skal nordover i landet. Det er et problem for oss at kommunikasjonen nordover i landet er et mareritt. Korrespondanse fra småplass til småplass tar tid, altså. Vi løser dette med å reise med småfly, noe som utrolig nok er billigere enn bruk av Wideroe. Vår største utgift ved å være på Leknes, er reisekostnadene. Billigbilletter er en myte, slike er ikke å få tak i når man må kaste seg på første og beste fly. Jeg vet ikke hva vi bruker, men det går ufattelig mye penger på reising, og kanskje spesielt på strekningen Leknes- Oslo. Det gjør at vi er med som pådriver for å få etablert direkteruter. Jeg tror at etablering av en større flyplass også ville ha påvirket næringslivet generelt. I dag er det slik at bedrifter går dit hvor de ansatte er. Vi ser på Leknes at det er få bedrifter, men for eksempel oljeindustri og skipsfart legger til rette for at folk kan bo nesten hvor de vil og arbeide fra kjøkkenbordet. Det tror jeg er en kommende trend, og da vil samferdsel, transport generelt bli enda viktigere. Uten flyplass ville dette være umulig. Dette må gå kjapt, ting må på plass raskt. De store selskapene vil kanskje finne det interessant å etablere seg her, men da må kommunikasjonen på plass. Da kan de store selskapene kunne tenke at ”der er det folk tilgjengelig, la oss etablere et kontor der”. Lønnskostnadene spiller inn, i stede for å betale fire hundre tusen i årslønn i Oslo kan man betale to hundre og femti her. Men, distriktene og kommunene er ikke flinke nok til å selge inn slike tanker til selskapene. Vi er ikke så stakkarslig at vi trenger omstillingsmidler og liknende. Det er ikke noen grunn til å mase om hva vi har naturgitte forutsetninger til. Satt på spissen har vi gråstein, noen ”fiskmorter” 14

dager i året og noe turisme, og skal vi leve av dette kan det bli magert. Vi må snu dette og tenke: det er ikke noen grunn til at vi er her, men ikke noen grunn til at vi ikke skal være her heller. Når det groveste er på plass, slik som flyplass, kan den bane vei for nye virksomheter(...) Jeg frykter også en eventuell nedleggelse av sykehuset, mange av dagens passasjerer er syke som drar andre steder for behandling”.

Tilgang på marked og kapital

I perspektivet “sted som lokalisering” fremkommer tilgang på marked og kapital som en essensiell kriterium for suksess. I så måte mener Nordly at beliggenhet ikke er så viktig.

“Vi har ingen ulemper knyttet til tilgang på markedet gjennom at vi er etablert på Leknes. Så lenge du ikke driver lokalbutikk, altså i en videre forstand, hvor du har et lokalt geografisk område du selger i, betyr det ingen ting om du er lokalisert på Leknes. Vi skal ikke møte direktører hver dag, og det er mer eksotisk for dem å komme til Lofoten når det først skal besøkes i noen retning. De blir kanskje litt skremt i begynnelsen men etter hvert blir de interessert. Vi har et Lofotseminar årlig, og i år skal ca 100 komme til Nusfjord. Andre typer omgivelser slår godt an, dette har utviklet seg til å bli en årlig event. Lofoten er eksotisk, og av de 10-11 gangene det har vært arrangert har det vært finvær. Altså, lokalisering betyr ikke noe for oss med tanke på markedet.”

Nordly mener at kapital, på samme vis som markedsadgang, kan skaffes til veie uavhengig av lokalisering.

”Vi har aldri prøvd å skaffe investorer, men har trødd litt i det i Oslo, og jeg vet ikke om kapitalen er så opptatt av hvor bedriften er lokalisert. Men, det har ikke vært kultur i Nord Norge for å hente kapital. Når folk snakker om denne finansieringsformen høres det ut som om det har vært gjort i all evighet, men slik er det ikke. Jeg tror ikke nordnorske bankfolk er noe dummere enn andre. Derfor tror jeg at vi har den samme tilgangen på kapital som bedrifter andre steder i landet (...) Men selvsagt, det er relativt få i Nord Norge som har mye kapital, da snakker jeg i hundremillionersklassen. (...) En annen ting er det med kontroll. Jeg tror ikke nordnorske bedriftseiere er interessert i å miste kontroll over egen virksomhet, og

det med at man skal ha et styre på fem- seks personer som man skal lytte til er en heslig tanke for meg”.

Sosialt tilbud

Sosialt tilbud er i teorikapittelet nevnt som blant annet barnehagetilbud, butikker, servicefunksjoner i nærmiljøet osv. Dette er til en viss grad viktig for Nordly, og da særlig i forhold til virksomhetens ansatte.

”Når vi rekrutterer folk ser vi at det er nødvendig at man har et minimumstilbud av butikker, kafeer og tjafs og styr. Dette må man ha tilgjengelig for at folk skal trives på stedet. Leknes har nok det som trenges, men om noe forsvinner vil vi nok merke det. Sykehuset fremstår som et slikt viktig tilbud (...) Om sykehuset legges ned vil vi nok merke at det blir en reduksjon i antall flyavganger. Men utover det; vi skal ikke føde SÅ mange unger og være SÅ mye syk. Kanskje vil vi føle et sterkere behov for sykehuset når vi blir 70 år. (...) Når det gjelder shoppingmuligheter, har de ansatte såpass mange reisedøgn at de alltid kan handle det som ikke finnes her på Leknes andre steder. (...) Barnehager er det nok av, og man fikser plass lettvindt. Man kan bare ringe for å få litt info, og allerede i telefonen får man et positivt svar.(...) Når det gjelder boligpriser har disse tatt seg opp de senere år, men fremdeles får man mye for pengene. Jeg tror ikke folk bruker mindre penger enn i større byer, men man får så mye mer for dem. Boligprisene er ikke noe argument for hvor vi skal drive virksomheten vår”.

Flytting av virksomheten?

Det å flytte virksomheten kan gjøres, men Nordly mener at det ikke lar seg gjøre på samme måte nå som virksomheten er ”fastgrodd”.

”Hva angår flytting, det er vanskeligere nå enn for 15 år siden, men likevel, jeg kan ikke. En del funksjoner som ligger her er her nettopp på grunn av at jeg bor her. Man kan bare ikke flytte mange funksjoner på grunn av at man har lyst å flytte. Det går på strukturer rundt seg, det er bare ikke sånn verden fungerer (...) En del journalister kan spørre ”hvorfor Leknes”. Men hvorfor ikke? Hva er det med Bærum som er så mye mer naturlig da? Og folk er folk

uansett hvor de er hen. Det er mer vanlig at folk kommer og forteller at de har vært i Lofoten og gir sin mening om stedet, og det ender småprat om det og det fjellet... Jeg vet ikke hvor det er engang. Jeg tror faktisk at det er folk fra andre steder vet mer om Lofoten enn meg (...) Jeg tror ikke lokalisering betyr noe, tja, kanskje litt på det... sånn typisk Oslo- selskap som er riktig så fornem og pen, som i store farmasiselskaper, som synes at vi er litt ekstrem da. Men dette er ikke noe stort tema. Og når noen bryr seg er det kanskje en mer positiv greie ved at lokalisering i Lofoten er eksotisk”.

4.1.2 Analyse av empiri knyttet til ”sted som lokalisering”

Ansettelse utpekes av Nordly som en stor utfordring. I særlig grad vektlegger Nordly det han kaller for ”kommersgenet”, noe som innebærer forståelse for tall og profitt, og evne til å se muligheter. Videre mener Nordly at Leknes som et lite sted er godt egnet med tanke på rekruttering av personell. I den forbindelse er det interessant å høre Nordly si at det er vanskeligere å rekruttere mennesker til Ålesund. Det er nærliggende å tro at større steder har flere mennesker å ta av, og derav tilgang på mer spesifikk kompetanse. På den annen side kan forhold på større steder føre til en større grad av gjennomstrømming av personell, ettersom det vil være lettere å ”stjele” ansatte fra konkurrenter i det samme geografiske området. Nordly mener at dette vil slå tilbake for alle bedriftene, ettersom egne ansatte vil være utsatt for samme praksis. Om dette viser seg å stemme, kan det i teorien være en fordel å være etablert på et lite sted. Stabilitet i arbeidsstokken er viktig for virksomheten, og Nordlys sitat indikerer at dette kan knyttes til Leknes som sted.

Videre peker Nordly på at det å ha en utdanningsinstitusjon på stedet ville vært positivt, og at virksomheten kunne ha tilegnet seg kunnskap fra et slikt sted. På den annen side benytter ikke virksomheten seg av kompetanse som er lokalisert i Tromsø, ettersom avstanden blir stor og at det i dag ikke foreligger noe samarbeidsklima partene imellom. Til tross for at Tromsømiljøet til en viss grad er tilgjengelig, velger altså Nordly å ikke benytte de ressursene som finnes. Det kan tyde på at behovet for slik ekspertise ikke er stort nok til at virksomheten anordningene som kreves for å få del i Tromsømiljøet.

Infrastruktur fremstår som en betydelig utfordring for virksomheten. Nordly selv har tidligere

i virksomhetens historie vært på reisefot store deler av året. Dette påvirker mange forhold, blant annet familiesituasjon. Leknes har i dag en småflyplass, og de fleste reiser innenlands tar litt mer tid og koster noe mer enn om virksomheten hadde vært lokalisert på et større sted på fastlandet. I denne sammenhengen fremhever Nordly spesielt kostnadene ved reisene, og derfor er virksomheten en pådriver for å få opprettet direkteruter fra flyplassen. Hva angår flyplass knyttet til sted mener Nordly at en etablering av en større flyplass i området ville slått positivt ut for områdets næringsliv generelt. Dette er et kjent budskap, og det er lett å tro at Nordly kan ha rett i det han sier. I samme åndedrag kan det også sies at turisme til området kunne vært annerledes ved etablering av en større flyplass. Tilgjengelighet og kostnad fremstår som viktig for Nordly, og i denne sammenheng skal det også sies at rutenettet nordover i landet er temmelig dårlig utbygd, med høye priser og dårlig korrespondanse steder imellom. Dette vil naturligvis påvirke kommunikasjonen mellom disse stedene, og følgelig forretningsforbindelsene.

Tilgang på marked og kapital er nødvendigheter for de fleste virksomheter. Spesielt interessant er det at Nordly sier at lokalisering på Leknes ikke legger hindringer hva angår marked. I følge Nordly er det i hovedsak "lokalbutikker" som påvirkes av de begrensinger som finnes i en gitt region. Svaret indikerer at omsetningen til Nordly Holding AS ikke påvirkes av lokalisering. Videre peker Nordly på at tilgang på kapital ikke er noe problem som påvirker virksomheten i større forstand. Nordly mener at Nord- norske virksomheter ikke har tradisjon for å innhente kapital på samme måte som andre steder i landet. Kontroll over egen virksomhet skal være årsaken. Jeg har ikke gjort noen undersøkelser for å bekrefte/ avkrefte Nordlys utsagn, og det er vanskelig å skulle si noe om dette på generelt grunnlag. Det som derimot kan sies, er at det er langt imellom de nordnorske virksomhetene som er børsintrodusert, men at dette kan knyttes til tilgang på kapital vil forbli usagt.

Mange små samfunn "mangler" sosiale tilbud som blir sett på som en selvfølge på større steder. Leknes har sykehus, kafeer, utesteder og butikker av ymse art, men sammenliknet med for eksempel Tromsø fremstår tilbudet som temmelig begrenset. Nordly påpeker at det er nødvendig for et sted å ha ett visst tilbud for innbyggerne, og at Leknes innfrir de nødvendige kravene som skal til for å tilfredsstille en gjennomsnittlig bruker. På den annen side er dette tilbudet såpass begrenset at Nordly mener at det som finnes bør opprettholdes for å beholde

tilbudet på stedet. På den annen side er det ikke noe problem å skaffe barnehageplass for de ansatte. Tilbudet er godt utbygd, og det er nærliggende å tro at fast barnehageplass kan være et gode for mennesker som er i arbeid.

Å flytte virksomheten er ikke noe alternativ for Nordly. Virksomheten er godt etablert, og å flytte virksomheten vil ikke være et alternativ i praksis selv om det kunne vært aktuelt i teorien. Eierne, altså Nordly selv, har sterk tilknytning til virksomheten, og det at virksomheten har en lokal eier forsterker mest sannsynlig røttene virksomheten har grodd på stedet.

4.2 "Sted som følelse"

I denne delen søker jeg forklaring på hvordan dimensjonene venner, familie, kjente forhold og oppvekst belyser informantens valg av sted. Avslutningsvis vil jeg analysere data som fremkommer fra intervjuet.

4.2.1 Empiri knyttet til "sted som følelse"

Oppvekst og kjente forhold

Nordly mener at byen ikke spiller noen stor rolle for ham som person, og at stedet i denne sammenheng ikke er viktig.

"Leknes som sådan er en tragedie på alle måter. Utseendemessig er Leknes aldeles grufullt. Så mange misbrukte muligheter at det gjør vondt. Men det er ikke noe med plassen i seg selv. Det er ikke sånn for min egen del at jeg får åndenød om jeg ikke ser Lofotfjell på en uke. Det er egentlig ikke noe spesielt positivt med plassen, som de fleste andre steder på samme størrelsen. Ikke noe spesielt positivt men heller ikke noe spesielt negativt. Om du spør om været i går, så må jeg ærlig talt si at jeg ikke vet. Jeg følger ikke med. Når jeg kommer hjem fra turer som har vart lenge, før var det slik at å komme flygende hjem til Lofoten var godt, men nå er det slik at det er godt å komme "hjem- hjem", altså inn i min egen stue".

På den annen side er det viktig for Nordly å kjenne menneskene på stedet.

”Men det går mer på at der er kjente forhold, man kjenner folk rundt seg. For meg er dette viktigere enn fjellene og slikt. Jeg kan selv dra til Leknes og ikke snakke med folk, men man kan likevel plassere folk man ser. Det i seg selv tror jeg er en følelse som går på dette med å tilhøre noe. At man ikke bruker så mye tid på det er en annen ting. Jeg bruker ikke dra på så mange besøk selv, eller så mye småsnakking. Det blir ikke tid til det, men man har det tilgjengelig. Det går ikke nødvendigvis på familie, foreldre etc, Det er ikke slik at jeg må være på Leknes, men det har bare blitt sånn (...) Familien trives, og i mitt tilfelle er det noe sært i og med at hun kommer fra Istanbul, men igjen det samme går igjen, det er greit at man har ting rundt seg. Det er selvsagt lettere å dra på kino og teater i Oslo, men hvor ofte benytter man dette? Man har muligheten ja, men man får likevel ikke tid til å bruke det. Skal du på restaurant må man kanskje ta taxi, og med en normal industriarbeiderlønn som man kaller det, er det ikke rom for så mye taxikjøring. Det er mer det at de vet at det er tilgjengelig. Jeg tror ikke slikt betyr en døyt”.

Menneskene på stedet

”I utgangspunktet synes jeg at folket er et positivt og flott folkeslag å leve sammen med. Men det mangler nok litt hva angår... Folk er kreativ og ivrig nok, men det går mer på sånne ting som skjer etter 4 fremfor før 4. Jeg savner kanskje litt mer trøkk innen arbeidsliv og næringsliv. Men dem som er innenfor næringslivet. Det får store ting til å skje til tross for at Leknes er liten. På næringslivssiden er det kanskje 4-5 bedrifter som lever av ting som skjer utenfor Leknes. Og, flere av disse er veldig flinke. Men det kunne ha vært så fryktelig mye mer, og litt mindre sånn ”Tante Ernas” lefser og ”Alberts Pottemakeri”. Sikkert morsomt, i alle fall til å begynne med, men dette kan de neppe leve av, det nekter jeg å tro. Litt mer kreativitet på dette med å se litt an på hva man skal leve av og hva man skal gjøre i fremtiden hadde vært fint. Folk er veldig opptatt av kultur og slikt, noe som er fint og flott for her og nå, men man bør ha litt større perspektiv på fremtiden”.

4.2.2 Analyse av empiri knyttet til ”sted som følelse”

Nordly ser på byen Leknes som et utseendemessig ”aldeles gruffullt sted”. Arkitektonisk er det lite som henger på greip. Det er interessant å høre Nordly berette om sin opplevelse av det å komme hjem i et fortid/ nåtidsperspektiv. Det å komme inn for landing på Leknes lufthavn var for Nordly tidligere en flott ting, men etter at familien var etablert betraktet Nordly det å komme ”hjem hjem” som det som var fint. Med ”hjem hjem” mener Nordly det å komme innenfor egen stue, og hjem til familien. Jeg tolker dette i retning av at de arkitektoniske omgivelsene ikke vektlegges i stor grad, og at det som betyr noe er å komme hjem til familien. Klima kan også være en utfordring i kyststrøk så langt nord i landet. Nordly forteller at han ikke bryr seg om været, og at en dag med elendig vær ikke estimeres. For andre som ikke er vant til å bo så utsatt til som på Leknes, kan dette være en utfordring. Mørketid og storm er noe man må venns til, og det er ikke sikkert at stedet i så henseende er egnet for enhver som tenker å starte opp virksomhet.

For Nordly er kjente forhold på stedet ett gode. Det å vite hvem menneskene i samfunnet er, det å kunne plassere dem i en setting fremstår som viktig. Nordly selv velger å plassere denne følelsen i ”det å tilhøre noe”, og jeg tolker det i retning av identitet. Det å ha mennesker rundt seg er med på å forme egen identitet, og jeg tror Nordly er inne på noe vesentlig i sine uttalelser. Det å kjenne dem man treffer på gaten, i nabolaget og på jobb er noe som gjør at tilværelsen føles mer trygg enn om tilfellet var motsatt, altså at man ikke kjente dem man hadde rundt seg. Denne følelsen kan være viktig for entreprenører så vel som andre, og det å sette pris på trygghet kan i så henseende sies å være en fellesnevner for medlemmer av et samfunn.

Det å ha familie tilgjengelig på stedet utpekes også som et viktig gode av Nordly. Det er nærliggende å tro at denne tilgjengeligheten gjør hverdagen lettere. Eksempelvis kan det være at en periode med mye arbeid kan gå lettere om besteforeldre eller søsken kan lette presset ved å ta med barna på en tur i skiløypa etc.

Leknes er et lite sted, og Nordly peker på dette som går på det ”sosiale tilbud”, noe som i teorien faller under ”sted som lokalisering”. Tilgjengeligheten av kino, opera, konserter etc. er

større på større steder. Men Nordly spør seg om dette er noe man vil benytte. Selvsagt kan en si at det er greit å ha slike ting rundt seg, men viktigheten av å ha slikt tilgjengelig vil være bestemt på et individuelt nivå. Igjen, det er naturlig å tro at noen mennesker i større grad enn andre vektlegger sosialt tilbud av denne typen. Men med barn og familie er det naturlig at man i mindre grad vektlegger slikt.

Nordly beskriver menneskene på stedet som fine å leve sammen med. Det som Nordly savner er litt mer "guts" innen næringsliv, og han peker på at få virksomheter lever av ting som skjer andre steder enn på Leknes. Et større perspektiv for fremtiden etterlyses, og det er naturlig å tro at Nordly mener at flere virksomheter skulle ha utvidet horisonten til også å innbefatte nasjonalt og internasjonalt perspektiv for sin virksomhet.

4.3 "Sted som kontekst"

I denne delen søker jeg forklaring på hvordan dimensjonene kultur for entreprenørskap, holdninger og jantelov belyser informantens valg av sted. Avslutningsvis vil jeg analysere data som fremkommer fra intervjuet.

Kommunen

Enkelte steder opplever man at behandling av saker som skal til den gjeldende kommune tar lang tid. Nordly sier følgende om Vestvågøy kommune.

"Kommunen er grei nok, og en av de store fordelene ved å være lokalisert her er at det er så veldig mye enklere å påvirke. Man kan ta med seg ordfører eller rådmann og si at vi trenger hjelp, altså politisk påtrykk, og ta dem med til stortinget. Det å komme som en distriktsbedrift fra en forblåst øy, med ordfører og så videre til Oslo fungerer! Politikerne står i kø, og jeg tviler at det er noen bedrifter i Oslo som har hatt like mange sentrale politikere på besøk som vi har hatt. Rundt valg kommer de i store klaser.. Dette gir oss en grei mulighet til å påvirke politisk, og dette er viktig! Du vekker oppmerksomhet som distriktsbedrift på en annen måte enn om du er etablert i Oslo. Om du sammenlikner med virksomheter i store byer er vår omsetning nada. Vi kan egentlig si at politikerene stiller opp, men oppfølgingen er det verre

med. Når vi trenger dem stiller de opp, og motytelsene er at vi spanderer kaffe og wienebrød når de sentrale politikerne kommer fra Oslo”.

4.3.1 Engasjement i andre virksomheter på stedet

Nordly forteller om et begrenset engasjement i andre virksomheter, noe som har flere årsaker.

”En bedrift har kommet til oss for å be om bistand. De fikk gratis kontorer hos oss, og kunne vi bidra da bistod vi. Det er det eneste. Ellers så, jeg vet ikke hva vi gjør men det er mulig at miljøet innen bransjen er her på huset og ikke andre steder på Leknes. Derfor er det kanskje litt vanskelig å bidra (...). Jeg tror og at det kan være farlig å tenke for mye på at vi kan være med på å dra lasset her på stedet. Det vi kunne ha gjort er å flytte hjem, forfabrikken etc. Dette ville ha kostet, men det kunne vi ha tjent inn via innovasjon Norge. Jeg tror det er greit å bidra i lokalsamfunnet hvor vi bor, men det må ikke gå galskap i det heller. Rekruttering er noe vi forsøker å gjøre lokalt, i de stillingene hvor det er aktuelt.” (Nordly 2007)

Politisk engasjement og samarbeidsklime

Politisk engasjement er ikke prioritert av Nordly. Han mener at politikken foregår på et mikropolitisk plan, og Nordly sier at han ikke bryr seg så mye om lokalpolitiske saker.

”I grunnen bryr jeg meg ikke så my om lokalpolitikk. Men det går litt på dette med at jeg ikke klarer å engasjere meg lokalpolitisk ettersom sakene er på et så mikropolitisk plan. Men lokalpolitikk er i mitt hode ikke tilstede for å få bestemmelse, men for å skape engasjement. Og om folk synes at det er greit å samles noen og trede stykker for å bestemme hvem som skal få selge øl i butikk når de allerede i forkant vet resultatet, så gjør det. Jeg gidder ikke bry meg. (...) På næringslivssiden skjer det lite, men når det først er noe prøver vi å være med. Vi prøver også på egen hånd, til sommeren er vi med på å arrangere et par dagers seminarrunde med folk med tilknytning til Vestvågøya og som driver med næringsaktivitet andre steder, for å se om vi kan trekke noen av disse hjem for å gjøre noe i lag. Ikke for politisk goodwill men for å forsøke å få konkrete resultater. Utover dette er jeg nok sløv. Jeg føler ikke helt at den politiske diskusjonen om forskjønning av Leknes er så interessant, det

der synes jeg andre skal få gjøre. Og når andre gjør det, lar jeg være, og da får heller jeg engasjere meg på andre områder. Jeg vet ikke hva vi kan gjøre for å bidra, kanskje få litt liv og røre. Kanskje får vi et par butikker til, og kanskje får vi litt flere folk hit. Om vi rekrutterer folk har det en tendens til å komme en kjerring eller en gubbe med på lasset. Derfor er det viktig med sysselsetting, og vi trenger greie alternativer til hele familier. Det er begrenset hvor mange fotsoneterapeuter eller sykesøstre som kan komme hit. Jeg tror nok det er viktig at vi ikke blir for snever her ute. Og i tillegg, dette med kafeer, flyplasser etc”.

Samarbeidsklimaet i området er noe ”kaldt”, og Nordly mener at dette kan knyttes til individualisme.

”Lofotinger er ekstremt individualistise. Det er ikke få millioner offentlige kroner som er brukt på å få fiskeindustrien til å samarbeide. De prosjektene der har en ting til felles, de varer 14 dager og full stopp når pengene er slutt. De samarbeider ikke, men de blir færre ettersom bruk dør ut. De har låst seg fast i et produksjonskonsept som fungerte da de var væreiere, og nå når de må ut og skaffe fisk langveisfra sliter de. Jeg opplever en aversjon mot det å gjøre noe, og de gamle familiene har rasert hele fiskeindustrien som industri. Gjennom eierskap og konservativ styring. Eierskap endres, men ikke en fisk ekstra tas opp / mottas. Det eneste virkemiddelet som gjøres er å kvitte seg med konkurrentene, og da gjennom oppkjøp. De kan samarbeide så lenge de ikke konkurrerer om noen verdens ting. Dette er vanskelig, har personene vært kreative nok (...) Vår sosialdemokratiske grunnopplæring har kanskje ført til at vi er offentlig ansatt i våre hoder, altså er det noen andres oppgave å sørge for innovasjon”.

I følge Nordly er også arbeidsmoral et argument for å drive virksomhet på Leknes fremfor i Oslo.

” (...)Arbeidsmoralen er ti ganger bedre her enn i Oslo. Stolthet, er viktig. Jeg tror at desto mer urbant et sted blir, desto mer er jobben noe du gjør for å finansiere det du gjør på fritiden. Det er også mye enklere å bli fristet til andre jobber. Jeg tror innstilling til det å arbeide er viktig, det å være interessert og selv se gleden i å gjøre en annen jobb er større her enn i Oslo”.

Jantelov

En av årsakene til at det ikke samarbeides mye, kan være jantelov, men Nordly forteller at dette ikke er noe problem for ham.

”Jantelov merker jeg ikke noe til her. Kanskje noen har lyst å se loven, mest sann for å fremheve seg selv. Kanskje folk har lyst å se dette med jantelov i den forstand at det gjør at det gir dem en sosial status ved at folk bryr seg, langt mer enn at den faktisk er der. Jeg ser på dette som en slags egenopprettet SE- og Hør aktivitet. Når det skjer noe og folk får vite at vi får til ting, opplever jeg at folk er positive (...) Hvis folk ser at du går på arbeid og gjør jobben din og gjør det du kan... Jeg kan ikke se at folk bryr seg... Kanskje er jeg så dum at det går meg hus forbi. Jeg tror at det med jantelov her er uproblematisk”.

4.3.2 Analyse

”Sted som kontekst” er et perspektiv som i stor grad involverer gjensidigheten mellom sted og entreprenør. Nordly nevner et konkret eksempel når han forteller om virksomhetens forhold til Vestvågøy kommune. På et sted som Leknes vil virksomheten til Nordly vises på en annen måte enn om den hadde vært lokalisert på et sted hvor større virksomheter er etablert. Derfor sikres virksomheten en viss publisitet, og denne kan brukes på flere måter. Det er derfor interessant å se på hvilke muligheter virksomheten får tilgang til gjennom det å være etablert på et lite sted. Å benytte kommunen som inngangsport til større arenaer som stortinget er et eksempel på hvordan virksomheter som i nasjonal forstand betegnes som små, kan komme til med sine synspunkter i utøvende kretser.

Engasjement i andre virksomheter er også et element som kan plasseres i ”sted som kontekst”. Nordly forteller om begrenset aktivitet på området. En av årsakene er at deres kompetanse er av en viss art. Virksomheten innehar kompetanse, men kan denne overføres til andre virksomheter? Det er naturlig å tro at noe vil kunne gå igjen, men det bransjespesifikke vil mest sannsynlig fremstå som uinteressant for andre virksomheter på stedet.

Øvrig samarbeidsklima næringslivet imellom er i følge Nordly lunken. Nordly eksemplifiserer ved å bruke fiskekjøperne i kommunen, og det skal sies at gjengs oppfatning for utenforstående er temmelig lik Nordlys beskrivelse. I denne sammenheng kan det være hensiktsmessig å dra et skille mellom de ulike virksomheter på stedet. Fiskekjøperne opererer i et nasjonalt og internasjonalt marked. Andre bedrifter på stedet, eksempelvis håndverkere og dagligvareforretninger opererer i et lokalt marked, hvor kundene i stor grad har tilhørighet i kommunen og de nære områdene rundt. Når det er snakk om samarbeid må man tenke på hva som ønskes og hvordan virksomhetene gjennom samarbeid kan nå sine mål. De virksomhetene som opererer nasjonalt og internasjonalt har en annen forutsetning for samarbeid enn eksempelvis to håndverkerbedrifter. Derfor kan det i noen tilfeller være slik at samarbeid ikke fører noen steder for verken virksomhet eller kunde. På den annen side kan eksempelvis fiskekjøperne samordne eksport av tørrfisk. Et slikt samarbeid kunne vært fordelaktig med tanke på transport, pris og administrasjon. I denne sammenheng er det på sin plass å notere at jeg ikke har den fulle oversikt over hvordan fiskekjøperne opptrer, og således må mine tanker betraktes som rent teoretiske.

Videre sier Nordly at "lofotingen" skiller seg fra andre ved arbeidsmoral (under empiri knyttet til "sted som lokalisering") og individualisme. Når Nordly sier at det er forskjeller i arbeidsmoral mellom steder, vil jeg anta at dette har med kultur å gjøre. Leknes som sted er i følge Nordly preget av god arbeidsmoral. Om virksomheten hadde vært lokalisert andre steder hvor arbeidsmoralen var dårlig, er det nærliggende å tro at virksomheten ville ha blitt påvirket negativt. Å generalisere på denne måten kan være farlig, men jeg tolker denne generaliseringen i retning av at disse egenskapene generelt i befolkningen står sterkere enn andre steder. Om tilfellet er slik at "lofotingen" er individualistisk og har god arbeidsmoral, vil dette medføre implikasjoner i flere retninger. Det er gjengs oppfatning at entreprenører innehar disse egenskapene. I finans- og økonomimedieene fremkommer stadig slike suksesshistorier hvor "den flittige arbeidersonnen" eller "hun som gikk fra å drive sin virksomhet fra kjøkkenbordet til å ha femti ansatte" har slått seg opp til å bli store innen en gitt bransje. Det å gå mot strømmen, det gjøre noe innovativt, krever mot, tro på egne ferdigheter, og sterk arbeidsmoral for å nevne noe. Kan det da være naturlig å tro at Leknes, hvor menneskene er "slik", har et høyere antall entreprenører enn andre steder generelt? Dette spørsmålet vil jeg la stå ubesvart, men det kunne vært interessant å teste hypotesen.

Det som derimot er viktig å få med, er at en sterk individualisme i et samfunn ”krasjer” med tanken om samarbeid og sosialisme. På den annen side vil jeg tro at individualisme som felles plattform kan være med på å gi aksept for avgjørelser og initiativ. Dette kan føre til en lettere hverdag for entreprenører, gjennom en lav grad av eksempelvis jantelov på et sted.

Nordly mener at misunnelse og jantelov ikke er et tema for ham. Nordly opplever ikke Leknes som ”jantete”, og misunnelse og jantelov er ikke noe tema for ham som entreprenør. Basert på empirien som tilhører oppgaven lar det seg ikke gjøre å dokumentere hvorvidt jantelov påvirker vellykkede mennesker på stedet. For det første kan det være at Nordly ikke legger merke til at mennesker rundt ham oppfører seg ”jantete”. Og på den annen side kan situasjonen være slik Nordly fremstiller den. Uansett årsak vil det sannsynligvis være fordelaktig for entreprenører å ikke føle noen misunnelse fra mennesker på et gitt sted. Det å skulle ”dempe seg” med tanke på hvilke visjoner og mål virksomheten legger opp til kan i verste fall medføre at gode men ambisiøse aktiviteter legges til side for å tilfredsstille omgivelsene.

4.4 Globalisering og sted

I denne delen søker jeg forklaring på hvordan globalisering har innvirket på dimensjonene økonomi og kultur, og om dette kan belyse informantens valg av sted. Avslutningsvis vil jeg analysere data som fremkommer fra intervjuet.

4.4.1 Empiri

Tilgang til markeder

Hva angår tilgang til markeder mener Nordly at globaliseringen har bidratt i stor grad.

”Jeg tror at vi får en større bredde, altså vi får større bredde i varetilfang, vi har større mulighet til å delta i produktutvikling og forskning andre steder enn hva vi kunne gjort ellers,

man får fortere tak i nyheter enn det man gjorde for 20 år siden. Kommer vi borti noe spennede, lukter at det kunne vært artig å se på, er det bare å sprette av gårde og få det gjort. Man får helt andre strenger å spille på (...) Internasjonal transport er jo også rimelig. Det koster faktisk mer å transportere internt i Norge enn uansett ellers i verden (...) Det er vanskeligere for meg å reise til fabrikken i Øksfjord enn til New York. Tidsmessig tar det lengre tid. Verden er blitt ufattelig mye mindre. Tidsforskjell og jetlag blir man ikke av med, men bortsett fra det betyr ikke avstand noen verdens ting, og vi konkurrerer på lik linje med virksomheter som er mer sentralt beliggende.”

Kulturell endring

At globalisering endrer mennesker er en annen faktor som Nordly er opptatt av.

”Globalisering er for meg kjennetegnet av korte avstander, det betyr ikke noe lengre om du har butikk i New York eller Australia. Skal du møte kunder eller leverandører kan det ta noen timer lengre å reise. Skal du prate på telefonen, kan tidsforskjell være et hinder. Vi snakker av og til med Chile- kontoret pr telefon, og det kan være slitsomt med tanke på tidsforskjell. Men stort sett går dette greit. Men, om du ser på kommunikasjon, om jeg skulle ha satt meg i bilen og kjørt til Oslo tar det lengre enn å fly tur retur New York. Ingen reagerer på å kjøre til Oslo, men å fly til New York reageres på. Det er vel mer snakk om mental distanse. Vi reiser fryktelig mye mer, noe som også gjenspeiler seg i befolkningen generelt. Har dette vært for 50 år siden, hadde det nok vært vanskelig å finne seg til rette på en slik plass. Kanskje blir dette snevert, men nå er folk på ferie i alle fall 3 uker i året på andre steder og da gjerne utenlands. Det gjør at folk får med seg impulser fra andre steder. Det gjør at man får litt andre typer mennesker rundt seg, og kanskje gjør dette noe med befolkningen her. Men for oss som bedrift. Globalisering gjør at det betyr mye mindre hvor vi handler hen.

(...)Man har ikke lengre de store kulturelle forskjellene som man hadde tidligere. Det går kjappere å få tak i nyvinninger nå enn før. Lansering av produkter skjer likt. Barrierene er flyttet, det eneste man sitter igjen med på de store plassene er kø. Bortsett fra det spiller lokalisering liten rolle.(...) Jeg tror ikke det hadde ikke gått å drive virksomheten uten de konsekvensene som knytter seg til globaliseringen. Nå skal det sies av vi kanskje gir datamaskinen litt vel mye kredit til tider. Rett nok har den forenklet noen prosesser, men det

skal også sies at den har forårsaket en hel del problemer. Sum sumarum tror jeg vi mange ganger ville klart oss bedre med post it- lapper. Det er nok vanskeligere å sende post- it lapper. Ting går nok fortere med maskin, men jeg tror igjen først og fremst at det går fortere med kommunikasjon. Man får mer informasjon i alle retninger enn før. Det går nok mer på egne holdninger enn teknologiske muligheter. Da jeg startet i 1988 kjøpte vi telefaxmaskin nr 2 nede på Noiseless. Vi fikk det til på den tiden og, og jeg vet ikke hvor mye datamaskinen har gitt oss. Jeg vet ikke om den har bidratt så positivt. Det er vanskelig å si noe. Summen av globalisering utgjør nok en forskjell ja. Nei, for oss er etableringssted av liten betydning.”

4.4.2 Analyse av empiri knyttet til globalisering

I følge Nordly kunne ikke virksomheten vært drevet om det ikke hadde vært for konsekvensene av globalisering. En mindre relativ avstand til marked og leverandører gjør at virksomheten får tilgang på tidsriktig markedskunnskap. Dette gjør at virksomheten får de samme mulighetene som andre mer sentralt lokaliserte virksomheter.

Ettersom den relative avstanden steder imellom har blitt mindre, blir ikke Nordly AS påvirket i samme omfang som tidligere. Det er lettere å komme seg til New York med fly enn til Oslo med bil, og dette fremstår som dekkende for fenomenet globalisering. Implisitt ser man at lokalisering i denne bransjen ikke nødvendigvis er stedsavhengig, moderne kommunikasjon gjør at Nordly kan snakke med de ansatte i Chile til tross for avstanden. Tidsforskjellen kan han ikke gjøre noe med, og dette relaterer seg til absolutt avstand steder imellom.

Denne åpningen som globalisering har skapt gjør at Nordly kan velge sitt sted for virksomhet på en annen måte enn hva som kunne vært tilfellet for 30 år siden. Spissformulert av Nordly selv er forskjellen på det å drive virksomheten på Leknes i forhold til Oslo at man unngår kø når man skal på jobb.

Videre mener Nordly at menneskene på stedet påvirkes av globaliseringen. Folk reiser mer, og bringer hjem nye impulser. Dette påvirker kanskje mennesker, og som skrevet i teorikapittelet under ”sted som kontekst” tidligere i oppgaven påvirker mennesker steder.

Dette kan på ulike måter påvirke virksomheten, og det er ikke lett å slå fast hvilke impulser som trekkes hjem til Leknes. Folk reiser til ulike steder, og det er nærliggende å tro at impulsene vil være av ulik art. På generelt grunnlag vil jeg tro at folk får et mer internasjonalt perspektiv, og at de innser at verden har blitt mindre i relativ forstand. Dette kan være med på å gi folk innblikk i internasjonal handel er like selvfølgelig som internasjonal persontrafikk, i denne sammenheng turisme, og dette kan igjen gjøre de mentale barrierene for å starte opp virksomheter med internasjonalt fokus.

5.0 Diskusjon

I dette kapittelet vil jeg besvare forskningsspørsmålene som ble presentert i kapittel 2. For å kunne besvare disse må de ulike perspektiver på sted settes i sammenheng, og derfor vil jeg først diskutere dimensjonene som fremkom i begrepsrammen i forhold til sted, samt belyse nye funn.

5.1 *Diskusjon av forskningsspørsmål*

Forskningsspørsmålene i oppgaven er:

1. Hva betyr dimensjonene marked, kapital, infrastruktur, arbeidskraft, kompetanse og sosialt tilbud for en entreprenørs valg av sted?
2. Hva betyr dimensjonene venner, familie, kjente forhold og oppvekst for en entreprenørs valg av sted?
3. Er dimensjonene kultur for entreprenørskap, holdninger og jantelov viktige for en entreprenør?
4. Hva betyr endringer i dimensjonene frakt, kommunikasjon og kultur for en entreprenørs vurdering av sted?

Infrastruktur fremstår som en viktig dimensjon for informantene. Perifer beliggenhet gjør at flyplass blir viktig. Informantene er avhengig av å kunne reise til sentrale steder for å treffe kunder, og tidsbruk og kostnader knyttet til dette utgjør en betydelig ressursbruk for virksomheten. Det er naturlig å tro at globalisering, og da i form av forbedringer i kommunikasjon, er med på å gjøre steders relative avstand mindre, og således skulle kommunikasjon kunne gjøres via telefon eller internett. Det viser seg at informantene og virksomheten, til tross for forbedret kommunikasjon, fremdeles er avhengig av å møte kunder og andre kontakter "ansikt- til- ansikt". Dette diskuteres også i tidligere forskning, som sier at gode relasjoner i stor grad avhenger av fysisk nærhet (Molina-Morales og Fernandez 2006). En ting er å kommunisere med kunder via telefon, internett og videokonferanse. Det daglige, praktiske lar seg nok gjøre ved bruk av slike medier, men det lar seg vanskelig gjøre å bygge sterke relasjoner gjennom disse mediene. Derfor vil det være viktig, til tross for hyppig kommunikasjon gjennom ulike medier, å treffe leverandører eller kunder "ansikt- til- ansikt".

Videre utpeker informanten sosialt tilbud som en sentral dimensjon ved sted. Når informanten rekrutterer mennesker er han avhengig av at potensielle ansatte vil trives på stedet, og sosiale tilbud som barnehageplass, kafeer, butikker, kino og sykehus fremstår derfor som nødvendige faktorer knyttet til lokalisering av virksomhet. Informanten mener at globalisering påvirker menneskene på stedet. Nye impulser hentes hjem, og internett har gjort produkter og tjenester tilgjengelig for de fleste av oss. Derav er det naturlig å tro at globalisering, og da igjennom bedringer i kommunikasjon, i stor grad kan være med på å utfylle eventuelle fysiske mangler ved et sted; fysiske butikker kan erstattes med internettbutikker, og fysiske steder som kafeer kan erstattes med sosiale nettverk på internett. Derfor er det berettiget å tro at globalisering påvirker sosialt tilbud som dimensjon. Men å tro at menneskers behov for sosial omgang fullt ut kan erstattes ved eksempelvis internett, vil være en feilslutning. Igjen, mennesker har behov for nærhet, og i så måte vil ikke internett kunne forsvare perifer beliggenhet fullt ut (Molina-Morales og Fernandez 2006).

Hva angår sosialt tilbud er det viktig å legge merke til at informanten snakker om det sosiale tilbudet *for sine ansatte*. Selv er ikke informanten så opptatt av det sosiale tilbudet. Dette sier noe om informanten som person. Videre startet han virksomhet som følge av at han så en muligheter i markedet, og det er naturlig å karakterisere entreprenøren som mulighetsdrevet og ”selvrealiseringsentreprenør”. En ”selvrealiseringsentreprenør” vil kanskje vekte de ulike dimensjonene annerledes enn en ”lokalsamfunnsentreprenør”, og dette er også noe som må tas i betraktning (Bolkesjø og Brun 2006).

Virksomheter vil ha ulike behov for kompetanse og arbeidskraft, og tidligere forskning viser at kompetanse kan relateres til sted (Foss og Gabrielsen 2002). For informantens vedkommende synes ikke lokalisering å spille noen rolle i kompetanseanskaffelsen. Virksomheten mangler ikke søkere på utlyste stillinger, men det viser seg at mange kandidater mangler ”den kommersielle kimen”. Videre peker informanten på andre steder som er vanskeligere å rekruttere til, og at steder er avhengige av å kunne tilby et visst sosialt tilbud for å dekke menneskers behov. Derav er det naturlig å tro at kompetansetilgang kan være avhengig av sted.

Ettersom globalisering har økt informasjonstilfanget og åpnet markeder, kobler ikke

informanten markedsdimensjonen til sted. Dette var til dels overraskende, men sett i lys av konsekvensene ved globalisering viser det seg at lokalisering ikke innvirker på tilgang til virksomhetens markeder. Virksomheten har tilpasset seg på en måte som gjør at lokalisering ikke er av avgjørende art for lønnsomhet. Virksomheten har transittsted i Oslo, og dette bidrar til at virksomheten ikke opplever store ulemper knyttet til frakt. Å påstå at globalisering har gjort virksomheter uavhengig av lokalisering vil være ukorrekt. Men for virksomheter som tilbyr produkter eller tjenester som lett lar seg transportere, vil dette til en viss grad stemme. Videre trekker informanten han et skille mellom virksomheter med bakgrunn i hvilke markeder de opererer i, og dette er enda et eksempel på at globalisering har gjort relativ avstand mindre mens absolutt avstand holdes permanent.

Hva angår kapital fremstår ikke dette som et tema for entreprenøren. Det er nærliggende å tro at også kapitaltilgang er berørt av globalisering, og da gjennom økt informasjonstilfang. Internetttilgang gjør at perifert etablerte virksomheter kan søke etter beste lånevilkår, presentere virksomheten gjennom hjemmesider etc. Entreprenøren omtaler økt informasjonstilgang som resultat av globalisering, og det er nærliggende å tro at også kapitaltilgang berøres ved dette.

Tidligere forskning viser at tilknytning til hjemsted kan være en viktig faktor for entreprenører (Foss og Berg 2002). Informanten mener selv at etableringsstedet er ”aldeles grufullt”, og han tenker da på den arkitektoniske utføringen av stedet. Det menneskelige innholdet ved sted fremstår som viktig for entreprenøren, og spesielt setter han pris på familie og kjente forhold i form av det å kunne gjenkjenne menneskene på stedet. Disse omtales av entreprenøren som flotte å forholde seg til, og i så måte kan det virke som at entreprenøren trives med å bo på stedet.

Samarbeidsklimaet på stedet betegnes av entreprenøren som lunkent, og som eksempel på samarbeidsklima på stedet beskriver entreprenøren hvordan den lokale fiskerinæringen ”slåss om det samme beinet”. Jeg antar at utsagnet er en spissformulering av entreprenøren, men poenget er ikke til å ta feil av. Hva angår samarbeid, er virksomhetens forhold til kommunen interessant. Virksomheten er av stor betydning for stedet, og gjennom dette får virksomheten drahjelp når relevante saker skal behandles i sentrale fora. Dette er i stor grad stedsrelatert, og

det er nærliggende å tro at en lokalisering på et større sted ville medført mindre ”spesialbehandling” fra kommunen.

Tidligere forskning har konkludert med at klima for entreprenørskap kan påvirke etableringsrate. Informanten som benyttes i denne studien har etablerte sin virksomhet ”uavhengig” av andre. Han var således ikke motivert ut i fra hva andre hadde fått til, men av eget ”driv”. Dette sier noe om informanten som person, og at andre ikke har ”gjort det stort” fremstår ikke som et hinder for ham. Informanten mener at stedet ikke har noen utstrakt kultur for entreprenørskap. Like fullt mener entreprenøren at menneskene på stedet har egenskaper som jamfør teori kan relateres til entreprenørskap. Forskning viser at individualisme kan være en bakenforliggende motivasjon for entreprenørskap. På den annen side kan individualisme komme i konflikt med samarbeid (Gustafsson 1986). Kultur for entreprenørskap kan påvirke etableringsrate, og selv om entreprenøren studiet omhandler har ”lyktes”, kan det være andre potensielle entreprenører på stedet som har behov for et positivt klima for entreprenørskap for å motiveres til å starte egen virksomhet.

Videre har endringer i kommunikasjon i stor grad fjernet tidligere barrierer som kunne knyttes til sted, og i så måte vil ikke perifer etablering være et hinder for virksomheter som er avhengig av hurtig kommunikasjon med ”verden”. Dette påvirker også kultur for entreprenørskap. På generelt grunnlag vil en ”bereist befolkning” få et mer internasjonalt perspektiv, og en av konsekvensene kan være at de innser at verden har blitt mindre i relativ forstand. Dette kan være med på å gi potensielle entreprenører innblikk i internasjonal handel, og at dette er like selvfølgelig som internasjonal persontrafikk. Dette kan igjen bidra til å fjerne mentale barrierene for å starte opp virksomheter med internasjonalt fokus.

Bolkesjø og Brun (2006) peker på jantelov som et mulig hinder for entreprenørskap. Informanten mener selv stedet ikke er preget av jantelov og at stedets innbyggere er ikke misunnelige med tanke på økonomi og suksess. Forskning viser at jantelov kan påvirke entreprenører i negativ retning. Innbyggere på et sted kan på ulikt vis påvirke vellykkede mennesker, og Villa (1997) nevner blant annet at mennesker som i stor grad skiller seg fra normen kan risikere ”utfrysning” fra sosiale lag. Derfor er det naturlig å tro at jantelov kan være en ”brems” for entreprenørskap, og hvorvidt jantelov eksisterer varierer fra sted til sted.

Videre mener informanten at stabilitet i arbeidsstokken og arbeidsmoral kan relateres til sted. Virksomheter lokalisert på større steder opplever mer ”kniving” om kompetent personell, og dette medfører at ansatte ”kommer- og- går” i større grad på store steder enn på små. Derfor kan en trekke at også stabilitet i arbeidsstokken kan relateres til sted. Hva angår arbeidsmoral mener entreprenøren å se et skille mellom etableringsstedet og store steder. Han begrunner dette med at ”gleden ved å gjøre en jobb” er større på små steder kontra store. At også arbeidsmoral er stedsavhengig, bekreftes i tidligere forskning, og dette trekkes blant annet frem av Gustafsson (1986).

Ettersom globalisering har tiltatt har fraktprisene falt. Lavere fraktpriser gjør at avstander blir mindre relevante når lønnsomhet skal beregnes. Nordly mener at dette bidrar til bedret lønnsomhet, men at denne ikke kan knyttes til Leknes som sted. Virksomheten benytter Oslo som transitt, og i forhold til virksomheter som er etablert sentralt vil ikke konkurranseforholdene bli endret på grunn av lavere fraktpriser. Likevel vil frakt komme i betraktning, da frakttiden har gått ned. Transporttiden for varer og gods generelt er blitt lavere, og dette gjør at kunder kan forvente hurtig leveranse om de velger å bestille varer fremfor å kjøpe disse lokalt. Dette kan i mange tilfeller være problematisk for lokale virksomheter som tidligere levde av å kunne levere varer på dagen. Transport fremstod tidligere som en utfordring, men globalisering har ført til at steder har kommet ”nærmere” hverandre, og derfor kan en si at fysisk avstand er blitt ”overvunnet” ved bruk av raskere og billigere transport.

Oppsummert kan en si at:

Dimensjonene som faller under økonomisk geografi synes å være i endring som følger av globalisering. Entreprenøren relaterer i særlig grad infrastruktur og sosialt tilbud til sted, og disse dimensjonene fremstår i så måte som de viktigste under perspektivet ”sted som lokalisering”. Likevel fremkommer de andre dimensjonene som viktige ved sted, men entreprenøren og virksomheten berøres ikke direkte og i stor grad av disse.

Entreprenøren utpeker familie og kjente forhold som de viktigste ved perspektivet ”sted som

følelse". Oppvekst synes ikke å ha noen betydning i det hele tatt, og entreprenøren romantiserer ikke stedet i noen grad. Dette underbygger antakelsen om at entreprenøren faller inn under kategorien "selvrealiseringsentreprenør". Familie, og det å oppholde seg sammen med denne, fremkommer som sentralt. Kjente forhold, og det å vite hvem som er hvem på stedet, viser seg å være av betydning. Dette representerer en trygghet for entreprenøren, og denne tryggheten kan i stor grad relateres til sted.

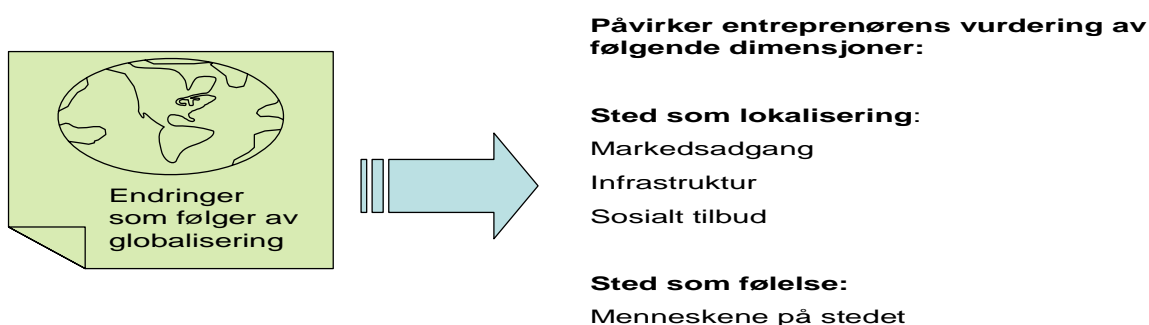
Entreprenøren er en "selvrealiseringsentreprenør", og har ikke basert etablering av virksomhet på andres oppfatning og mening. Dimensjonen holdning, og da relatert til arbeidsmoral, er viktig. De ansattes stabilitet og evne til "stå på" påvirker entreprenørens virksomhet på flere måter. Dette resulterer i bedret kundeservice og kontinuitet i virksomheten. Jantelov er ikke viktig for entreprenøren.

Dimensjonene som faller under globalisering påvirker entreprenøren i til dels stor grad.

Dimensjonene utøver i hovedsak indirekte påvirkning på entreprenørens vurdering av sted, og da i hovedsak gjennom økonomisk geografi (sted som lokalisering).

5.2 Hva er det nye i studien?

De nye funnene i denne oppgaven synes å relatere seg til globalisering. Det viser seg at globalisering har medført endringer i ulike dimensjoner ved sted, og dette vil kunne påvirke en entreprenørs valg av sted. Dette visualiseres i figuren under.



Figur 4: Endringer som følger av globalisering

I særlig grad synes globalisering å endre økonomisk geografi, altså perspektivet ”sted som lokalisering”. Det viser seg at markedstilgang ikke avhenger av lokalisering, men det er naturlig å tro at dette også vil avhenge av virksomhetens art. For å benytte entreprenørens betegnelse, vil en ”lokalbutikk” i større grad enn en virksomhet med nasjonalt fokus, være avhengig av et lokalt marked. Kommunikasjon og infrastruktur har endret seg, og virksomheter som er perifert etablert kan i lik grad som sentrale virksomheter delta i markeder som, i absolutt avstand, er fjerne. Dette må tas i betraktning når steders økonomiske geografi skal ”evalueres”, og det er nærliggende å tro at endringer som følger av globalisering vil kunne påvirke en entreprenørs vurdering av et sted.

Videre synes dimensjonen sosialt tilbud å være påvirket av globalisering. Mennesker lar seg påvirke av nye impulser fra ”det store utland”, og dette endrer steder. Mennesker er ulike av natur, og noen vil ønske seg det nyeste innen teknologi (mobiltelefon, datamaskiner, bredbånd etc) så raskt som mulig. Dette kan, som følge av hurtigere frakt og nettbutikker, skaffes til veie like raskt alle steder. Videre er ”kaffe latte” og ”tapas” tilbud som tidligere var forbeholdt urbane steder, på full fart ut i distriktene. Det er naturlig å tro at informasjonstilfanget som følger av globalisering gjør forskjellen steder imellom mindre, og dette kan også farge det sosiale tilbudet på steder. Forståelsen av sted er i endring. Denne studien har utpekt globalisering som ”pådriver for utvikling”, og derfor er det naturlig å ta globalisering i betraktning når steder skal beskrives.

6.0 Konklusjon

I dette kapittelet vil jeg presentere de mest sentrale funnene i studiet. Videre vil de teoretiske, metodiske og praktiske implikasjoner presenteres. Problemstillingen for studien var: "Hvordan relaterer en entreprenør lokalisering av virksomheten til sted?"

6.1 Hovedfunn

I følge informanten kunne flere dimensjoner ved sted relateres til lokalisering av virksomhet. Økonomisk geografi (sted som lokalisering) fremkommer som et viktig perspektiv for informanten, og i særlig grad kan dimensjonene infrastruktur og sosialt tilbud relateres til lokalisering av virksomhet. Perspektivene som faller inn under økonomisk geografi er i endring som følge av globalisering, og dette er med på å utslette forskjellene steder imellom. Dette gir seg utslag i at viktigheten knyttet til geografisk økonomi blir mindre. Dimensjonene under perspektivet "sted som følelse" fremstod som viktige for entreprenøren. Familie og kjente forhold relaterer seg til sted, og valg av sted for lokalisering kan knyttes til disse dimensjonene. Perspektivet "sted som kontekst" var på få områder viktig for entreprenøren. Store virksomheter på små steder er viktigere enn de ville vært på større steder, og dette kan til en viss grad utnyttes. Hvorvidt dette er noe som kan komme i betraktning når valg av sted skal foretas, vil forbli usagt. Det som derimot kan sies er at "drahjelp" fra eksempelvis kommune kan lettere oppnås på et lite sted hvor en virksomhet får fokus fremfor på et stort sted hvor virksomheten er "ubetydelig".

Globalisering synes å yte stor innflytelse på virksomheter. Moderne kommunikasjon, og da i form av internett, kan gi virksomheter kunnskap eksempelvis om priser og markedssituasjon. Det er viktig å få frem at ikke alle entreprenører benytter seg av slike virkemidler. Derfor er det naturlig å si at en entreprenør i stor grad selv velger om han vil utnytte muligheter som knytter seg til internett. Et annet trekk ved globalisering er de kulturelle endringene. Nye impulser, vaner etc. vil endre menneskene, og derfor kan entreprenører oppdage at de tradisjonelle skillene steder imellom viskes ut. Dette kan gi seg utslag i ansattes vaner og krav, og må derfor tas i betraktning.

6.2 Begrensninger og implikasjoner ved studien

Denne studien har flere begrensninger. For det første viste det seg at perspektivet ”sted som kontekst” var uviktig for informanten. Å konstruere hensiktsmessige spørsmål knyttet til dette perspektivet var en utfordring i seg selv, og det kan tenkes spørsmålene ble abstrakte. Videre er spørsmålene som faller under ”sted som kontekst” mer ”fremmede” enn spørsmål som ble benyttet under perspektivet ”sted som lokalisering”. Sannsynligvis reflekterer mennesker generelt mer over ”enkle” og angripelige spørsmål, enn over ”diffuse” spørsmål. Fremtidig forskning bør derfor ta dette i betraktning, og det kan være hensiktsmessig å konkretisere spørsmålene ytterligere, og da særlig under perspektivet ”sted som kontekst”.

Videre har casestudiet sine begrensninger. Tradisjonelle casestudier pågår som regel over tid, og empiri i denne studien er utelukkende basert på kun ett intervju. For å være sikker på at kompleksiteten i temaet fremkommer i fullstendig form, hadde det vært naturlig å også ta familie, kolleger, mennesker på stedet Leknes, andre virksomheter, kommunen etc. i betraktning for å belyse problemstillingen på en mer utfyllende måte. Å ta utgangspunkt i kun en informant er også en potensiell svakhet ved oppgaven. Det er viktig å ta i betraktning at ulike informanter kan gi ulik informasjon, og det hadde kanskje vært på sin plass å intervju andre entreprenører som drev virksomheter av en annen art enn Nordly Holding AS.

Hva angår praktiske implikasjoner vil ikke denne studien være av avgjørende betydning. Informanten og entreprenører generelt velger sted av lokalisering på individuelt nivå, og informasjonen som fremkommer gjennom studien vil i beste fall være interessant. Det som imidlertid kan sies, er at studien i en viss grad kan benyttes for å se hva en entreprenør tenker om sted. Kommuner, byer etc. kan trekke lærdom fra informanter fra denne og andre liknende studier, og det er nærliggende å tro at funn kan benyttes som et ”apropos” når strategier for øket entreprenørskap skal dannes.

6.3 Forslag til videre forskning

I lys av de klare koblingene mellom globalisering, entreprenørskap og sted er det naturlig å oppfordre til ytterligere forskning på området. Det viser seg at globaliseringens konsekvenser er store, og at disse på flere måter vil kan påvirke entreprenørskap. I en eventuell studie med lignende tema, ville det vært naturlig å ”spisse” denne ytterligere, slik at en kan komme frem til dypere informasjon.

Hva angår metode, ville det vært interessant å utvide casestudiet slik at informasjonen som framkom ble dypere. Flere informanter på tvers av virksomheter ville medført en annen troverdighet til studien. Å intervju ansatte og familie til informanten ville også ha gitt en annen dybde i informasjonen.

Videre, og i lys av denne studiens svakheter, ville det ha vært interessant å sammenligne ulike entreprenørers tanke om de samme dimensjonene. Det samme gjelder for type virksomhet. Fiskeindustrien ble berørt flere ganger av informanten, og det ville vært naturlig å følge opp de ulike påstandene i forhold til fiskeindustrien. Da beveger man seg fra individnivå (entreprenøren) til bransjenivå, og kanskje ville dette ha gitt temaet ytterligere dybde.

Avslutningsvis kan det sies at det teoretiske perspektivet fungerte godt. Firedelingen gjorde at jeg fikk systematisert studiet på en hensiktsmessig måte, og denne strukturen var også lett å arbeide med. Dette, kombinert at jeg i ettertid er fornøyd med resultatene fra studien, bidrar til at jeg anbefaler en videreføring av de teoretiske perspektivene som er benyttet i oppgaven.

7.0 Referanser

Agnew, J. A. (1987). "Place and Politics; The Geographical Mediation of State and Society". London, Allen & Unwin.

Almås, R. (1999). "Rural Development- a Norwegian perspective". Trondheim, Centre For Rural Research.

Berg, N. G. (2002). "Kjønn, livsløp, sted og entreprenørskap- en teoretisk diskusjon". I: Entreprenørskap: Kjønn, livsløp og sted. Oslo, Abstrakt forlag: 26-50.

Berg, N. G., B. Dale, et al. (2004). "Mennesker, steder og regionale endringer". Trondheim, Tapir Akademisk forlag.

Berg, N. G. og L. Foss (2002). "Entreprenørskap: Kjønn, livsløp og sted". Oslo, Abstrakt forlag AS.

Bjørnøy, H. (2007). "Attraktive steder og livskraftige kommuner", Regjeringen.no.

Bolkesjø, T. og C. Brun (2006). "Entreprenørskap i ulike regionale kontekster". I: Entreprenørskap på norsk. Bergen, Fagbokforlaget. **2**: 122-145.

Bringsli, H. (2007). "Magnor med fokus på stedsutvikling." Retrieved 12.02, 2007.

Bryman, A. og E. Bell (2003). "Business Research Methods". New York, Oxford Univeristy Press.

Capineri, C. og T. R. Leinbach (2004). "Globalization, E-economy and Trade." I: Transport Reviews **24**(6): 645-663.

Castree, N. (2003). "Place: connections and boundaries in an independent world". I: Key concepts in Geography. S. L. Holloway, S. P. Rice og G. Vallentine. London, Sage: 165-185.

De Martino, R., D. M. H. Reid, et al. (2006). "Balancing localization and globalization: exploring the impact of firm internationalization on a regional cluster." Entrepreneurship and Regional Development **18**(1): 1-24.

De Vaus, D. A. (2001). "Research design in social research". London, Sage.

Eisenhardt, K. M. (1989). ""Building theories from case study research"." I Academy of Management Review **14**(4): 532-550.

Foss, L. (2002). "Oppsummering og forslag til nye perspektiver og metoder". I Entreprenørskap: Kjønn, livsløp og sted. Oslo, abstrakt forlag: 299-318.

Foss, L. og N. G. Berg (2002). "Det er her jeg skal være...- Betydningen av sted og livsløp for etablerere". I: Entreprenørskap: Kjønn, livsløp og sted. Oslo, Abstrakt forlag: 171-191.

Foss, L. og H. C. Gabrielsen (2002). "Likt eller ulikt? Holdninger til kompetanseanskaffelse". I: Entreprenørskap: Kjønn, livsløp og sted. Oslo, Abstrakt forlag: 192-218.

Gustafsson, B. Å. (1986). "Kultur for entreprenørskap". Lokal næringsutvikling. Oslo, Universitetsforlaget: Kap. 5.

Hubbard, P., R. Kitchin, et al. (2002). "Thinking Geographically. Space, Theory and Contemporary Human Geography". London, Continuum.

Johansen, M. (2006). "Stor suksess i fiskemarkedet". I: Lofotposten. Svolvær. **298**: 4-5.

Karra, N. og N. Phillips (2004). "Entrepreneurship goes global." I: Ivey Business Journal **69**(2).

KommunalTeknikk (2006). "Hammerfest i endring og utvikling". I: Kommunal Teknikk: 6-18.

Kommune, V. (2003, 05.02.2007). "Næringsmelding 2003."

Kruuse, E. (1992). "Kvalitative Forskningsmetoder i psykologi og beslektede fag". Slagerup, Dansk Psykologisk Forlag.

Kvale, S. (1997). "Det Kvalitative Forskningsintervju". Oslo, asNotam Gyldendal.

Labrianidis, L. (2006). "Fostering Entrepreneurship as a Means to Overcome Barriers to Development of Rural Peripheral Areas in Europe." I: European Planning Studies **14**(1).

Landström, H. (2000). Entreprenörskapets rötter. Lund, Sverige, Studentlitteratur.

Meccheri, N. og G. Pelloni (2006). "Rural entrepreneurs and institutional assistance: an empirical study from mountainous Italy." I: Entrepreneurship and Regional Development **18**(5): 371-392.

Mehmetoglu, M. (2004). "Kvalitativ metode for merkantile fag". Bergen, Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS.

Moe, S. (1994). "Sosiologi i hundre år". Oslo, Universitetsforlaget AS.

Molina-Morales, F. X. og T. M. M.-. Fernandez (2006). "Industrial districts: something more than a neighbourhood." I: Entrepreneurship and Regional Development **18**(6): 503-524.

Morgan, G. og L. Smircich (1980). "The Case for Qualitative Research." I: Academy of Management Review **5**(4): 491-500.

Murray, W. E. (2006). "Geographies of Globalization". New York, Routledge.

Pedersen, A.-M. (2004). "Mer om begrepet globalisering." Retrieved 29.03, 2007.

Schumpeter, J. A. (1934). "The theory of economic development: an inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle". Cambridge, Harvard University Press.

Sorenson, O. (2003). "Social Network and Industrial Geography." I: Journal of Evolutionary Economics **13**(5): 513-527.

Spilling, O. R. (2006). "Entreprenørskap i et dynamisk og strukturelt perspektiv". I: Entreprenørskap på norsk. Bergen, Fagbokforlaget. **2**: 73-95.

Spilling, O. R. (2006). "Om entreprenørskap". I: Entreprenørskap på norsk. Bergen, Fagbokforlaget: 21-46.

Spilling, O. R., J. A. Roppen, et al. (2002). "Entreprenørskap som strategi for regional utvikling". Oslo, Handelshøyskolen BI.

Thagaard, T. (2003). "Systematikk og innlevelse: En innføring i kvalitativ metode". Bergen, Fagbokforlaget.

Urry, J. (2000). "Sociology Beyond Societies: Mobilities for the Twenty-first Century". London, Routledge.

Villa, M. (1997). "Det særegne ved bygda." I: Landbruksøkonomisk Forum(4).

Villa, M. (1999). "Bygda- sosial konstruksjon av "trygt og godt"." I: Sosiologi i dag(4): 31-53.

Yin, R. K. (1994). "Case Study Research: Design and Methods". Thousand Oaks, CA, Sage Publications.

8.0 Appendix

8.1 Informasjon om entreprenøren

Bakgrunn fra arbeidsliv og utdanning

1. Beskriv din tidligere arbeidserfaring
2. Hva gjorde du de siste årene før du startet for deg selv?
3. Har du tidligere vært selvstendig næringsdrivende? I så fall- har dette hatt betydning for etableringen av virksomheten?
4. Hvis du har utdanning; hvordan gjør denne seg gjeldende i din bedrift?
5. Har tidligere arbeidserfaring påvirket oppstarten av virksomheten?

Motiver bak etableringen av virksomheten

6. Hvorfor valgte du å starte egen virksomhet på Leknes?
7. Hvilke alternative jobbmuligheter hadde du på stedet?
8. Ble du inspirert av liknende bedrifter eller andre entreprenører på stedet?
9. Hvem snakket du med før du startet etableringen av virksomheten?
10. Hvordan reagerte de ulike da du presenterte planene dine?
 - a) Hadde disse reaksjonene noen innvirkning på planene dine?

8.2 Informasjon koplet til de ulike stedsperspektivene

8.2.1 Sted som lokalisering

1. Fortell om bedriften slik den fremstår i dag:
2. Ansatte (menn/ kvinner)
3. Økonomi (omsetning/ resultat, utvikling)
4. Kunder, hvor de befinner seg (lokalt, regionalt, internasjonalt)
5. Leverandører (lokalt, regionalt, internasjonalt)
6. Kompetanse (i bedriften)
7. Plan for fremtiden (nye ansettelser, nye virksomhetsområder, ekspansjon, ”hvor er bedriften om 5-10 år?)
8. Hva er bedriftens konkurransefortrinn?
 - a) Økonomi
 - b) Marked
 - c) Kompetanse
 - d) Lokalisering
9. Hva vektlegges når dere ansetter folk i bedriften?
 - a) Hva er erfaringen på dette området? (Mismatch mellom ønsket og tilgjengelig personell)
 - b) Hvem søker jobb? (høyt eller mindre kvalifiserte personer)

10. Er det noen kompetanse eller kunnskap som du gjerne skulle hatt mer av med tanke på oppstarten/ driften av virksomheten?

11. Fortell om hvordan bedriften blir påvirket av følgende:
 - a)Infrastruktur (ferge, lofast, flyavganger)
 - b) Det å være etablert i perifert område
 - c) Hvordan kommunen håndterer saker vedrørende bedriften

12. Fortell om bedriftens utfordringer vedrørende:
 - a) Tilgang til markeder
 - b) Tilgang på kapital
 - c) Generelt forbedringspotensiale (produksjon, logistikk, administrasjon, salg, markedsføring, IT- bruk)

13. Hvordan påvirkes virksomheten med tanke på beliggenhet?
 - a) Kunder
 - b) Leverandører (Tilgang på varer og tjenester)
 - c) Kompetanse (Forskningsstasjoner, universitetsmiljø)
 - d) Kostnadsforhold (reiser, skatter og avgifter)

14. Angående fagmiljø:
 - a) Hvilken betydning har fagmiljø for virksomheten?
 - b) Hvis bedriften øker kompetanse internt, hvordan foregår dette arbeidet?
 - c) Kunne virksomheten ha nytte av å være tilknyttet et større, relevant fagmiljø?

15. Kunne denne bedriften vært drevet hvor som helst?

16. Finnes det spesielle ressurser eller forhold på stedet som hadde betydning for at du startet opp virksomheten?
17. Vurderer du andre steder som mer attraktive for din egen virksomhet?
18. Ville det ha vært fornuftig med tanke på bedriftens økonomi og overlevelseskraft å flytte den til et annet sted?
19. Har dette vært vurdert? Hvorfor valgte du som du gjorde?
20. Hvordan er tilbudet på dette stedet med tanke på barnehage, skole, helse og fritid?
21. Er disse (overnevnte) forholdene viktige for at virksomheten skal fungere?
22. Hvordan er boligprisene i området?
 - a) Har dette noe å si for dine ansatte?
23. Tror du disse medvirker til at de ansatte velger å bli på stedet fremfor å flytte til steder hvor det er dyrere å etablere seg?

8.2.2 Sted som følelse

1. Fortell om dine opplevelser knyttet til stedet Leknes. Hva er bra ved stedet Leknes?
 - a)Hva er mindre bra med Leknes?
2. Hvis du skal fremheve noen negative/ positive kvaliteter ved stedet, hva bør nevnes?
3. Hvis du skulle flyttet virksomheten til et annet sted, hvor ville du ha flyttet?
4. Hvilke kvaliteter burde dette stedet ha?

5. Hvordan trives familien på Leknes?
6. Hvordan oppleves det å komme tilbake til Leknes etter ferie, jobbreise etc?
7. Hvorfor bor du på Leknes?
8. Hvordan snakker du om stedet til andre? Hva sier dine forretningsforbindelser om at du har virksomheten på Leknes?
 - a) Når du er ute og farter, og folk spør om stedet Leknes, hva forteller du?
9. Hva synes du om menneskene på Leknes?

8.2.3 Stedet som kontekst

1. Er du engasjert i det som skjer på stedet (politisk, kulturelt, andre bedrifter), og i så fall på hvilken måte?
2. Hva gir dette arbeidet deg?
 - a) Hvorfor velger du å stå utenfor lokalpolitikken?
3. Opplever du at ditt engasjement er med på å endre Leknes?
4. Opplever du at Leknes og folkene på Leknes er med på å påvirke din virksomhet og din personlighet som iverksetter/ leder?
5. Hvordan reagerer folk på at andre lykkes? (flere etableringer?)
6. Tror du holdningen er annerledes andre plasser, og hvilke utslag tror du holdning gir seg her?

Tror du folk på en annen plass ville sett annerledes på deg?

7. Hvordan er forholdene på Leknes med tanke på jantelov og misunnelse?
8. Hvordan forholder kommunen seg til nye bedrifter?
9. Har du noen gang vurdert å flytte?
10. Hvordan er det for dine ansatte å jobbe i virksomheten? Gir det status å arbeide i virksomheten? På hvilken måte?
11. Kunne du som entreprenør ha bidratt til et større løft av entreprenørskap på Leknes?
12. Tror du statusen ville ha vært annerledes om bedriften var lokalisert på et større sted?
13. Er det forhold ved stedet som burde vært gjort noe med for å stimulere til entreprenørskap?

8.2.4 Globalisering og sted

1. Det snakkes stadig om at verden blir mer global. Hva betyr dette begrepet for deg?
- Er bedriften internasjonal?
2. Hvordan påvirker dette/"globalisering" virksomheten din?
3. Benytter virksomheten moderne kommunikasjon i det internasjonale arbeidet? Hvilket medium er viktigst for dere?
4. Påvirker internasjonale fraktpriser deres virksomhet, og i så fall, på hvilken måte?

5. Hvilke barrierer opplever dere i det internasjonale arbeidet? (kommunikasjon etc.)
6. Hvilke positive konsekvenser opplever dere som følge av globaliseringen?
a) Kunne dere/virksomheten ha vært etablert om det ikke var for moderne teknologi?
7. Har dere mange internasjonale kunder?
8. Ville dere ha vært etablert internasjonalt om det ikke var for moderne teknologi?
9. Tror du internasjonale kunder legger vekt på at deres virksomhet er etablert på Leknes?
10. Utnytter dere deres geografiske beliggenhet i arbeidet med å fremme merkevaren/
produktet?
11. Hvordan tror du globalisering påvirker stedet Leknes?
12. Tror du globalisering endrer kulturen på stedet?

8.3 Refleksjoner

1. Hva synes du selv du har lyktes med som selvstendig næringsdrivende?
2. Hva har du ikke lyktes med?
3. Dersom du hadde startet opp i dag, hva ville du ha gjort annerledes? (stedsvalg?)
4. Hva er utfordringene til bedriften på kort og lang sikt?

5. Hvordan ser du for deg bedriftens situasjon på kort/ lang sikt? (mtp. spm 4.)