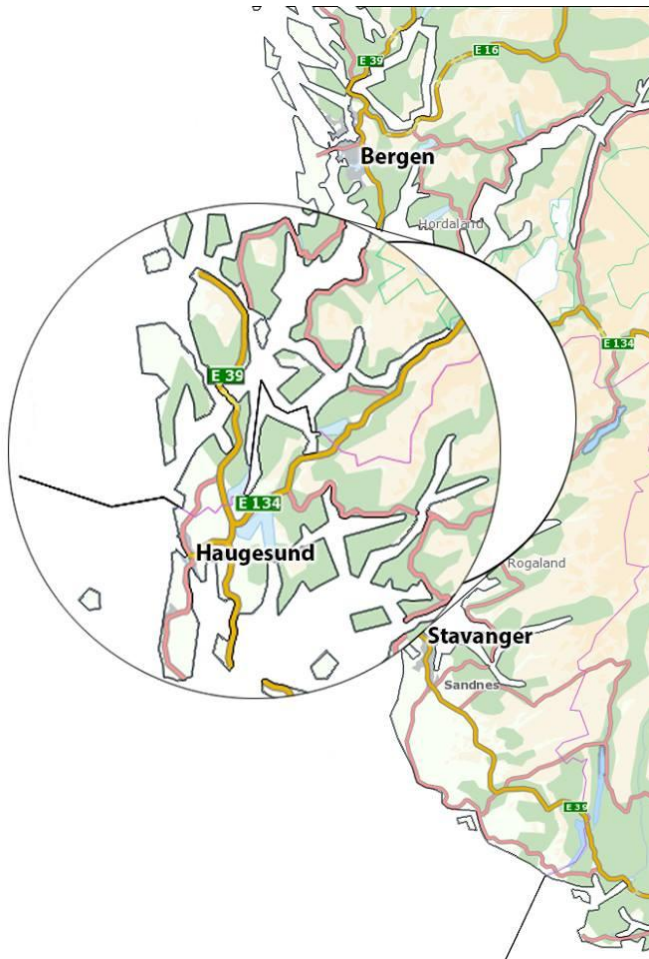


# 2014

## Globale krefter, regional respons – regional utvikling i Haugesundregionen



Marit Mellingen Nilsen  
Universitetet i Stavanger  
16.06.2014



Universitetet  
i Stavanger

**DET SAMFUNNSVITENSKAPELIGE FAKULTET,  
HANDELHØGSKOLEN VED UIS  
MASTEROPPGAVE**

STUDIEPROGRAM:

**Master i Økonomi og Administrasjon**

OPPGAVEN ER SKREVET INNEN FØLGENDE  
SPESIALISERINGSRETNING:

**Strategi og ledelse**

ER OPPGAVEN KONFIDENSIELL? **Nei**

(**NB!** Bruk rødt skjema ved konfidensiell oppgave)

TITTEL: Globale krefter, regional respons – regional utvikling i Haugesundregionen

ENGELSK TITTEL: Global forces, regional response

FORFATTER(E)

VEILEDER:

Studentnummer: 214320

Navn: Marit Mellingen Nilsen

Rune Dahl Fitjar

OPPGAVEN ER MOTTATT I TO – 2 – INNBUNDNE EKSEMPLARER

Stavanger, ...../..... 2014 Underskrift administrasjon:.....

## Sammendrag

Globalisering og regionalisering sees på som to parallelle prosesser. Globalisering forstås som en utvikling innenfor politikk, økonomi og kultur hvor statsgrenser ikke lenger er effektive barrierer for flyt av arbeidskraft og kapital, varer av tjenester. Multinasjonale selskaper har kapasitet til å allokere arbeidskraft og kapital på steder i verden som er optimale for egen profittmaksimering. Gunstige lokale forhold og stedlig innhold kan tiltrekke seg slik aktivitet og det skaper ujevn utvikling mellom områder mindre enn staten. Regioner vokser frem ujevnt hvor noen har en større verdiskapning enn andre. Dette fører til at det skapes konkurranse mellom regionene der noen er mer konkurransedyktige og har høyere økonomisk vekst enn andre. Hvilke faktorer, mener representanter fra privat næringsliv i Haugesundregionen, fremmer eller hemmer regional utvikling i Haugesundregionen?

Teorier om regionsdannelse, endogen vekstteori og effektiv ressursutnyttelse er viktige kompetanseområder for å studere hvilke faktorer som styrker regional utvikling. Ved hjelp av 7 intervjuer fra representanter fra privat næringsliv, ble det hentet informasjon.

Studiet foreslår å forstå regionsdannelse med perspektiv innenfra hvor bedriftenes økonomiske aktivitet og samarbeid er drivkraften til utvikling og vekst. Regioner avgrenset ved gitte kommune- og fylkesgrenser trenger nødvendigvis ikke være sammenfallende med naturlige regioner. Arbeidsmarkedet skaper en naturlig region gjennom hvor langt folk er villig til å reise på jobb. Det er disse menneskene som skal jobbe frem gode løsninger som skaper innovasjon og konkurransekraft, som bor i området og beholder kunnskapen i området. Studiet foreslår videre at det er et skille mellom bedriftene innenfor arbeidsregionen som er stedbundet til området og vil investere tid og energi i å fremme regionen, og de bedriftene som gjerne kunne vært etablert andre steder i landet eller verden. En attraktiv region tiltrekker for eksempel kompetansearbeidskraft som alle bedriftene er tjent med. Profittmaksimerende bedrifter trenger myndigheter som legger til rette for aktivitet. Noen representanter fra næringslivet opplever et Stavangerfokuseret fylke og mange små kommuner med ulik agenda for fremtiden. Felles møtearenaer og samarbeidsfora fremheves som kilde til god utvikling i regionen de siste 5 – 10 årene. Det knyttes nye kontakter og er med på å bryte ned kompleksitet i bedriftenes utfordringer. Flere bedriftsledere ser viktigheten av å være lokalisert i en konkurransedyktig region, men det krever et næringsliv som står samlet.

## Forord

Denne masteroppgaven inngår i studieretningen strategi og ledelse ved universitetet i Stavanger og har vokst frem gjennom ett semesters fulltidsstudie som gir 30 studiepoeng. En region i utvikling er et felt som i utgangspunktet var perifer i forhold til min oppmerksomhet. Likevel, gjennom lokale medier og som tilskuer til den lokale debatten fanget regionsnivået interessen. Man kan jo lett se viktigheten av å bo i et attraktivt område med interessante jobbmuligheter, positive drivkrefter og et godt kulturtilbud. Et område hvor folk får ting til. Heller det enn å drive mot et område som blir nedprioritet og utarmet. Med personlig interesse i å sette mål og finne vegen mot målet, passer det godt med studieretningen strategi og ledelse som også handler om å lage en plan og finne vegen mot målet. Region som case ble knaggen å henge temaet på.

Jeg ønsker å takke Tormod Karlsen i Haugaland Vekst som var imøtekommende da jeg tok kontakt. Som har tatt seg tid til møter og gitt tips og innspill. Takk til veilederen min Rune Dahl Fitjar som har gitt gode tilbakemeldinger og gitt god støtte både for meg som enkeltstudent men også inkludert studentgruppen. Videre vil jeg takke arbeidsgiveren min som har støttet meg med fleksibilitet slik at masterstudiet gjennom 3 år har vært gjennomførbart. Til slutt vil jeg takke familien som har vært tålmodig og forståelsesfull i hele prosessen.

Marit Mellingen Nilsen  
Haugesund, 16.06.2014

## Innholdsfortegnelse

1 Innledning .....	6
1.1 Bakgrunn for valg av problemstilling.....	7
1.2 Formål med oppgaven .....	8
1.3 ”Bottom-up” .....	10
1.4 Forskningstema.....	10
2 Teoretisk del.....	14
2.1 Globalisering .....	15
2.2 Regionalisering.....	16
2.3 Endogen vekstteori.....	21
2.4 Ressursbasert teori – nettverksressurser .....	24
2.5 Sentrum og periferi.....	27
3 Metode.....	29
3.1 Mennesket som måleinstrument .....	29
3.2 Plan for å etablere ny kunnskap .....	30
3.3 Vitenskapsteori.....	30
3.4 Valg av forskningsdesign .....	33
3.5 Datainnsamling .....	34
3.6 Dataanalyse .....	37
3.7 Metodekvalitet .....	37
4 Empiri.....	39
4.1 Struktur i presentasjon av datamaterialet .....	40
4.2 Haugesundregionen .....	42
4.3 Ressurser .....	46
4.4 Innovasjon .....	50
4.5 Regionsnivået .....	51
4.6 Myndighetenes rolle .....	55
5 Konklusjon .....	59
Litteraturliste .....	61
Vedlegg.....	64

# 1 Innledning

---

Angående tittelen på oppgaven vil ”Globale krefter” blir definert i teoridelen under punktet

2.1 Globalisering. ”Regional respons” blir definert i teoridelen under punktet 2.2

Regionalisering. Videre vil ”Haugesundregionen” bli presentert i empiridelen under punktet

4.3 Haugesundregionen. I dette studiet vil global utvikling få mindre fokus. Man forutsetter en utvikling hvor økonomiske enheter mindre enn staten (regioner) blir utfordret av krefter utenfor statens grenser. Videre forutsettes et regionalt aktørbilde med 3 aktører; aktører innen FoU, offentlige myndigheter og næringslivet. Regionsnivået er det sentrale i dette studiet og én av flere regionale aktører, representanter fra strategisk ledelse i privat næringsliv, har blitt intervjuet.

Haugesundregionen<sup>1</sup> er geografisk plassert på Vestlandet mellom byregionene Bergen i nord og Stavanger i sør, fra havet i vest til fjellene i øst. Dette studiet har avgrenset et geografisk område til Haugesundregionen.

Strategifaget som akademisk disiplin prøver å svare på hvorfor noen bedrifter, eller i denne sammenheng regioner, skaper verdier over tid. Det har utviklet seg to hovedskoler. Av posisjonering og ressursbasert teori, er det det sistnevnte perspektivet som ligger til grunn i denne oppgaven.

Dette første kapitlet definerer tilnærmingen til problemstillingen og videre hvordan oppgaven er strukturert. Tilnærmingen til problemstillingen forklares gjennom bakgrunn for valg av problemstilling, formål med oppgaven og forskningsspørsmål. I tillegg forklares ”bottom-up” perspektivet som styrker synet på at drivkraften må komme innenfra regionen selv. Strukturen videre følger en kapitteinndeling som blir presentert nærmere i slutten av kapittel 1.

---

<sup>1</sup> Regionens navn og hvem som hører med er viktige grunnsteiner for å bygge identitet, som er en forutsetning for å samle gode krefter i en felles retning. Denne oppgaven bruker Haugesundregionen og med det forstår vi kommunene Karmøy, Haugesund, Utsira, Sveio, Tysvær, Bokn, Vindafjord, Etne, Sauda og Suldal.

## 1.1 Bakgrunn for valg av problemstilling

Profittmaksimerende bedrifter har som mål å skape størst mulig overskudd til eierne. Målet blir utfordret på grunn av konkurranse mellom bedriftene. Parallelt skjer det en ujevn utvikling mellom geografiske områder/regioner innenfor staten som følge av globalisering. Slike ulikheter kan både fremme og hemme mulighetene for profittmaksimering. Bedriftenes valg av lokalisering har ulike grunner. Det kan være gründere som har etablert sin virksomhet der de bor og har sett muligheter i udekkede behov i markedet. Det kan være kjedebutikker som ønsker å ta markedsandeler der vekstpotensialet er stort, mens andre tiltrekkes av sterke klynger og fagmiljøer. Noen bedrifter blir bundet til stedet fordi bedriftens ledelse bor der og er etablert der. Andre bedrifter har kapasitet til å flytte lokalisering. Profittmaksimering blir altså utfordret på to plan, både mellom konkurrenter men også fordi man er lokalisert i den aktuelle regionen. Privat næringsliv kan ha god drahjelp i regionale forhold eller oppleve at man har større avkastning av å være etablert på andre lokasjoner, i den grad man har kapasitet til å flytte bedriften et annet sted. Det finnes imidlertid ingen drahjelp i geografiske regionsgrenser i seg selv. Det er bedriftenes verdiskapende samarbeid som skaper region.

Privat næringsliv i en region er en av flere aktører som er drivkraften i økonomisk vekst. På den andre siden ser man offentlige myndigheters oppgaver som er å utjevne forskjeller mellom regionene og stimulere til økonomisk vekst i næringslivet. Myndighetenes tilrettelegging kan foregå på ulike nivå, kommunale, fylkeskommunale og nasjonale tiltak hvor man opplever statens flernivåstyring med både fordeler og ulemper. I Haugesundregionen ser man interesser både fra privat næringsliv og offentlige myndigheter som jobber for samarbeid og regional utvikling. Bakgrunnen for valg av problemstilling er en antagelse om at det finnes et potensiale i at privat næringsliv og offentlig myndigheter jobber strategisk sammen for å skape en konkurransedyktig region. Analysenivået er region og representanter fra privat næringsliv er spurt om hva de mener. Som utenforstående observatør til samfunnsdebatten er det noen spørsmål som naturlig dukker opp. For meg fremstår Haugesundregionen som en region hvor aktørene har mye vilje til samarbeid, utvikling og vekst, men mangler en felles retning. De store spørsmålene blir:

Hvem er vi? Hvor vil vi?

## 1.2 Formål med oppgaven

Spørsmålene tas videre mot et forskningstema. Studiet går mer i bredden enn i dybden og skal sette fokus på noen hovedlinjer. I utgangspunktet oppfattes ikke bedriftene i Haugesundregionen å være samlet nok til at det vil være hensiktsmessig å gå i dybden og undersøke for eksempel en enkelt næring. Kritikerne vil nok her peke på petromaritim næring som absolutt har fått til utvikling av klynge gjennom komplementære bedrifter. Tidligere studier av næringsutvikling i Haugesundregionen har hatt fokus på nettopp denne næringen. I dette studiet fremheves behovet for å studere regionen generelt. Høgskolen Stord/Haugesund som utdanningsinstitusjon blir ikke tatt med her. En grunn er at dette studiet hadde blitt for omfattende. En annen grunn er at HSH betjener en større region som kunnskapstilbyder. I den grad kompetanseutvikling og innovasjon blir diskutert i oppgaven, er det på et mikronivå hvor man ser innovasjon som integrert i bedriftenes interne systemer eller mellom bedriftene.

Noen regioner har en mer positiv utvikling og er mer konkurransedyktige enn andre. Noen regioner er mer attraktive og har høyere økonomisk vekst enn andre regioner. Ulik utvikling mellom regionene skaper forskjeller som fører til konkurranse mellom regionene.

Arbeidskraft og kapital er mobile og tiltrekkes av konkurransedyktige regioner eller tiltrekkes av regioner med potensiale for vekst. Privat næringsliv kan selv skape og i neste omgang få drahjelp av regionale forhold til profittmaksimering, mens regionale faktorer utvikles gjennom bedriftenes samarbeid om profittmaksimering. Det handler om å få fart på en spiraleffekt som gir grunnlag for økonomisk vekst og konkurransekraft. Alternativet kan være en region som taper terreng og havner i periferien i forhold til Bergenregionen og Stavangerregionen, en region som opplever lekkasje av arbeidskraft og investeringsvillig kapital og etter hvert blir fattig på ressurser.

Formålet med oppgaven er å sette fokus på noen av meningene som råder i privat næringsliv om faktorer som fremmer eller hemmer denne spiraleffekten mot en konkurransedyktig region. Interessegrupper for privat næringsliv og offentlige myndigheter har som formål å stimulere til denne utviklingen. Privat næringsliv er valgt som bidragsytere i studiet fordi de er en betydelig drivkraft for økonomisk vekst, og man ser økonomisk vekst som grunnlaget for regional utvikling. Aktørene har utfordringer i å skape kapasiteten for utvikling.



Med å være tilskuer i samfunnsdebatten om Haugesundregionen, kan det se ut som om næringslivet og politikere opplever både mulighetsbilde og et trusselbilde i regionens fremtid. I mulighetsbildet ligger blant annet solide bedrifter som hevder seg både nasjonalt og internasjonalt og de ringvirkningene som følger med det. Noen ser ferjefri forbindelse både nordover mot Bergen og sørover mot Stavanger i mulighetsbildet. Andre ser den ferjefrie forbindelsen som en trussel. Samtidig planlegges nasjonal hovedtransportåre mellom Østlandet og Vestlandet hvor man opplever en drakamp mellom regionene om trasséen. I trusselbildet oppleves den store utfordringen å tiltrekke folk med den riktige kompetansen til Haugalandet. Både midler til fysisk infrastruktur og tilgang på riktig kompetanse ser ut til å være faktorer som regionen opplever stor konkurranse med andre regioner. I tillegg arbeides det med å beholde og etablere nye offentlige arbeidsplasser som en stabiliserende faktor på en ellers konjunkturutsatt region.

Aktørene som skal få fart på spiraleffekten er i bunn og grunn enkeltmennesker som finner grunnlag for samarbeid gjennom sine roller i samfunnet. Man forutsetter at samarbeid skaper mulighet for nye løsninger og effektivitetsgevinster. Evne og kapasitet blir dermed interessante begreper. Evne og kapasitet først og fremst i enkeltmennesker, men også satt sammen til systemer i bedriftene er avgjørende for å skape vekst. Dette er igjen grunnlaget for regionsdannelse. Den engelske terminologien differensierer sammenhengen på en bedre måte enn det norske språket. På norsk har vi ord for evne, "*ability*" og kapasitet "*capacity*". En person eller bedrift kan inneha evner (abilities) uten å være i stand til å nyttiggjøre seg evnene. På den annen side kan en person eller bedrift ha stor kapasitet (capacity) uten å ha tilstrekkelig evner. På engelsk finnes ordet "*capability*" som ikke har god nok oversettelse til norsk. Capability oversettes til evne, men det dekker ikke hele betydningen. Capability betyr å ha kapasitet til å nyttiggjøre seg evnene man innehar.

Neste delkapittel handler om et "bottom-up" perspektiv på regional utvikling. Det skal belyse regionenes egne prosesser og hvordan aktørene selv må få definere hvem regionen er og hvor den vil. Dette perspektivet kommer fort i konflikt med statens administrative regioner som fordeles ressurser og velferdsgoder til lokalmiljøer gjennom fylkesnivå.

### **1.3 ”Bottom-up”**

I dette studiet er fokuset satt på representanter fra privat næringsliv og hvilke faktorer disse mener fremmer eller hemmer økonomisk vekst og dermed skaper grunnlag for regional utvikling. Selv om regionsdannelse og økonomisk vekst er to selvstendige områder, har de samtidig en gjensidig avhengighet. Det samarbeidet som skjer i privat næringsliv som skaper økonomisk vekst kan på mange måter være de samme faktorene som forsterker stedlig innhold i regionen. Det betinger av at man utnytter kunnskapen om hva som skaper økonomisk vekst til å styre mot gode vekstforhold for slike faktorer. Dette trenger dermed ikke komme i konflikt med søken etter profittmaksimerende forretningsmuligheter for bedriften, også mellom bedriftene. En fasilitering av samarbeid som skaper økonomisk vekst, vil da på lang sikt gi grobunn for profittmaksimerende aktivitet. Det betyr at studiet tar et bottom-up perspektiv på regional utvikling.

”Bottom-up”- perspektivet forutsetter prosesser innenfra regionen selv som grunnlag for utvikling. I kapittelet om regionalisering blir det presentert to ulike hovedformer for regionsdannelse hvor det kan dannes interessekonflikt. Profittmaksimerende bedrifter vil alltid søke etter forretningsmuligheter som skaper overskudd til eierne. Derfor er det interessant å finne ut om det finnes et potensiale som ikke er utnyttet i regionen. Ved å fokusere på det regionale nivået og de indre prosessene kan man finne svar på hvorfor noen regioner klarer å mobilisere og andre ikke (Fitjar, 2010).

### **1.4 Forskningstema**

Med et perspektiv om at aktørene i en region må definere egen region, tar man et bottom-up perspektiv. Dette studiet setter søkelyset på privat næringsliv og hvilke faktorer de mener fremmer eller hemmer regional utvikling. En av de viktigste ressursene bedriftene har er menneskene i bedriften. Når vi vet at det ikke bare er arbeidsplassen, men også attraktiviteten generelt lokalt som betyr noe for hvor vi etablerer oss, er det av betydelig interesse hvordan bedriftsledere tenker om regionsnivået i forhold til samarbeid om å tiltrekke seg riktig kompetanse. Det er derfor interessant å få kunnskap om faktorer lokalt som er hemmende eller fremmende for regionsutvikling og økonomisk vekst. Privat næringsliv som er

meningsbærende og skaper handling er én av flere aktører i regionen. En gruppe som, på lik linje med andre aktører, gir regionen mening og stedbundet innhold gjennom samarbeid, innovasjon, verdiskapning og møtearenaer. For å styrke Haugesundregionens konkurransekraft settes fokus på faktorer for økonomisk vekst som er sammenfallende med regionsdannelse.

Forskningstema blir dermed formulert som:

*Hvilke faktorer fremmer eller hemmer økonomisk vekst og regionsdannelse, og hvordan påvirker disse regional konkurransekraft i Haugesundregionen?*

Disse problemstillingene skal tilføre forskningstemaet noen synspunkter:

1. Hvordan karakteriseres Haugesundregionen?
2. Hvordan løses behovet for ressurser når ressursene er knappe?
3. I hvor stor grad er innovasjon en del av driften?
4. Er regionsnivået viktig for bedriftene i Haugesundregionen?
5. Hvordan tilrettelegger offentlige myndigheter for næringsutvikling?

Kapittel 1 kan oppsummeres visuelt i følgende figur. Dette studiet tar et bottom-up perspektiv og ser etter faktorer for regionsdannelse gjennom bedriftenes profittmaksimerende aktivitet.

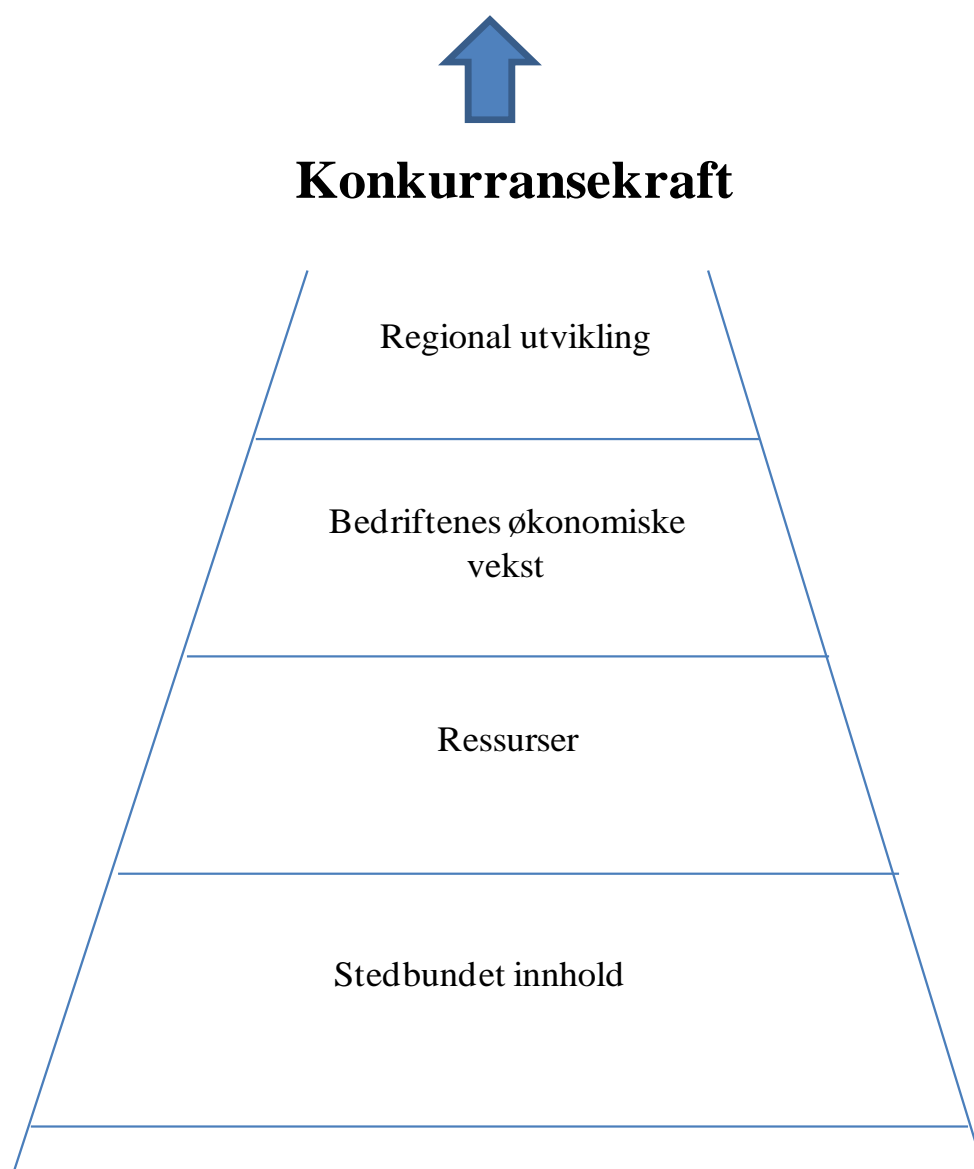
Eksempler på stedlig innhold kan være kultur, identitet, samhandling, samhandlingsmønster, holdninger til samarbeid, infrastruktur som veier, flyplass, havner, arbeidsmarked, flyt mellom bosted og arbeidssted. Man kan enten ta tak i forholdene som naturlig er tilstede, eller prøve å skape stedlig innhold fordi man ønsker en spesiell retning. Forsøk på å *skape* stedlig innhold må forankres i stedets indre liv.

Ressursene som hentes fra lokalmiljøet og som bedriftene kontrollerer eller samarbeider om, vil være preget av stedlig innhold. Kompetanse i å sette ressurser sammen er et viktig område her. Det betyr videre at en ressurs blir verdiskapende satt inn i en sammenheng.

Ressurser satt sammen på nye måter skaper nye muligheter. Nyskaping og nytenking gir innovasjon dersom man klarer å omskape handlingene til verdiskapende prosesser eller produkter. Dette er en av forutsetningene for økonomisk vekst.

Offentlige myndigheter har som mål å tilrettelegg for næringslivet i en retning som gagnar regional konkurransekraft. Statlige tiltak kanaliseres gjennom fylket og følger kommune- og fylkesgrenser. Men er geografiske grenser naturlig regionsdefinisjon? Ligger det økonomisk vekst i kommunegrenser eller i bedriftsinitiert samarbeid? Regional utvikling er samarbeid mellom næringslivet, forskningsinstitusjoner og myndigheter.

Studiet følger ett spor, hvordan bygger man konkurransekraft gjennom det vi har og det vi er. Autonomi er drivkraft for gjennomføring, *bottom-up*!



*Figur 1 – vegen mot regional konkurransekraft*

På grunnlag av problemstillingene ble det utarbeidet en intervjuguide. Den blir presentert i kapittel 3. Spørsmålene ble stilt med åpent sinn.

Etter å ha definert tilnærming til, og selve forskningstemaet vil neste kapittel inneholde teoretiske rammer for de emnene som dataene skal analyseres mot.

## 2 Teoretisk del

---

Innledningskapitlet har forklart hva som er forskningstemaet i dette studiet. Denne delen av oppgaven skal presentere hovedteorier som skal gi et teoretisk rammeverk for studiet. Videre skal empirien som presenteres i kapittel 4 analyseres mot teorien.

Først presenteres fenomenet globalisering for å forstå den ulike utviklingen mellom regionene som påvirker konkurransesituasjonen mellom regionene. I det neste temaet gjøres det rede for hvordan vi skal forstå regional utvikling både som et resultat av prosesser innenfra regionene selv gjennom blant annet stedbundet samarbeid og myndighetenes tilrettelegging for å møte konkurransen som oppstår mellom regionene. Videre kommer et tema om økonomisk vekst. Modellering av faktorene for økonomisk vekst har vært i utvikling siden midten av forrige århundre. Dette kapitlet skal med utgangspunkt i produksjonssiden forklare nyere tenkning om hvordan bedriftens interne system omsetter ressursene til økonomisk vekst.

Profittmaksimerende bedrifter skaper økonomisk vekst av sine ressurser ut i fra sine interne systemer. For eksempel stedbundne menneskelige ressurser er samtidig en del av regionsdannelsen. Forståelse for hvordan økonomisk vekst skapes, satt sammen med forståelse for regionsdannelse, kan være sammenfallende faktorer mellom den aktiviteten som skaper økonomisk vekst og stedbundet innhold som danner regioner.

Det siste temaet handler om ressurser og ressurser i nettverk. Bedriftenes økonomiske vekst bygger på flere innsatsfaktorer, mens her omtales ressurser spesielt og hvordan disse sett i lys av kilde til økonomisk vekst gir mening som stedbundet innhold i regionsdannelse.

Disse teoriene brukes som rammeverk for å forstå regional utvikling. Likevel er det den regionale kompetansen og det stedbundne innholdet som gir rammeverket mening i den aktuelle regionen som analyseres. Innenfor feltet økonomisk geografi er et av hovedelementene å definere *space* og *place* hvor det handler om *turning space into place*. I hvilken grad man fyller stedet med innhold, eller utnytter det stedlige innholdet, setter betingelsen for hvordan økonomisk vekst og samhandling utvikles. Tidligere forskning og teorier kan til en viss grad gi et rammeverk, men det er de lokale forholdene som er avgjørende for økonomisk vekst og regional utvikling. Regionen kan være rik eller fattige på

slike forhold. Eller sagt på en annen måte, det handler om å se mulighetene. Det er derfor nødvendig å studere hvilke meninger som er gjeldende innenfor et visst område.

## 2.1 Globalisering

Den teknologiske utviklingen gjør det mulig å knytte økonomisk aktivitet sammen og i et større volum til tross for store geografiske områder. En økende grad av både påvirkning og avhengighet, samhandling og integrasjon oppstår til tross for avstander og på tvers av statsgrenser. Det gjelder på områder som økonomi, politikk og kultur. Handelsrelasjoner mellom mennesker over store avstander har imidlertid eksistert langt tilbake i historien med bytte av varer i tillegg til eventyrere som har lært om eksotiske kulturer. Men omfanget og volumet har økt signifikant de siste tiårene. Med den industrielle revolusjonen vokste det frem en teknologiu utvikling som gjorde transport av varer og mennesker i tillegg til kommunikasjon, mer effektivt og mulig til en lavere kostnad.

Globalisering kan forstås som multinasjonale selskaper med aktivitet i mange forskjellige land. Globalisering kan også være homogenitet i produkter hvor standardisering av varer i et internasjonalt marked vokser frem i motsetning til lokalt forankrede og særpregede varer. Vi kan også se globalisering som at hendelser i ett land påvirker utviklingen i et annet (Wit & Meyer, 2010). Det har vært en fremvekst av multinasjonale selskaper som kan ha flere land som sin arena og kan allokere innsatsfaktorene i produksjonen raskere over større avstander og på tvers av statsgrensene. I tillegg er MNS tilbydere med en kapasitet som kan utkonkurrere små lokale aktører. Det nye globale bildet utfordrer de statlige grensene og statens makt i egen nasjon, i hele verden. Det at verden har blitt mindre er et resultat av at mennesket når ut over større geografiske områder på kortere tid og til en lavere kostnad. Disse endringene blir kalt globalisering. Globalisering gjør at stedlige faktorer blir mindre viktige og gir en økt frihet for bedrifters lokasjon (Scott and Storper, 1992). På den annen side skaper globalisering en spenning mellom internasjonal standardisering og lokal tilpasning. Spørsmålet for multinasjonale selskaper har vært om de har friheten til å standardisere eller må møte presset for tilpasning (Wit & Meyer, 2010). Held et al (1999) argumenterer for ulike typer perspektiv på globalisering. Det ene ytterpunktet forsvares av Ohmae (1995) som ser globalisering som en fullt integrert global økonomi hvor statsgrenser ikke lenger er meningsfulle enheter for

økonomisk vekst. I følge dette synet på globalisering vil den økonomiske aktiviteten hele tiden bevege seg der infrastruktur, kostnader og reguleringer er mest optimale for selskapet. Et annet ytterpunkt er representert ved Allan og Thompson (hentet fra MacKinnon og Cumbers, 2007) som argumenterer for at selv de mest multinasjonale selskapene fortsatt har sin tilhørighet innenfor nasjonalstaten hvor hovedkvarteret er lokalisert, skatter blir betalt og andel av eiendeler har sin tilhørighet. Dette perspektivet forsvarer at globalisering blir sett på som en myte for å underbygge argumentene til liberale frikonkurransemarkeder til forskjell fra de som argumenterer for offentlig styring. Dette synet demper betydningen av globalisering og ser på offentlig styring som ikke bare en mulighet, men i økende grad nødvendig for å regulere finansmarkeder og kontrollere multinasjonale selskaper.

Globalisering er en gjensidig avhengig prosess mellom globale og lokale forhold. Multinasjonale selskaper med hovedkvarter utenfor nasjonalstaten vil møte reguleringsmyndigheter og lokal og nasjonal stedbunden kultur der de prøver å få fotfeste og vil til en viss grad bli formet av det. Samtidig vil selskaper i nasjonalstaten møte muligheter og trusler når de flytter økonomisk aktivitet ut på det internasjonale markedet. Globalisering kan derfor forstås som økende flyt, forbindelser og nettverk av arbeidskraft og kapital hvor statsgrenser ikke lenger er en effektiv barriere og fører dermed til ujevn utvikling mellom nasjonalstater og mellom regioner.

Det som er interessant å ta med videre er kunnskapen om at internasjonale selskaper kan bli møtt med krav om lokal tilpasning eller få frihet til å forvalte den lokale tilstedeværelsen etter eget ønske. Eller sagt på en annen måte, spesielle attraktive stedlige faktorer kan tiltrekke multinasjonale selskaper til å etablere aktiviteter i spesielt gunstige regioner. En region som er rik på attraktive egenskaper er i en bedre posisjon til å tiltrekke seg aktivitet og kapital fra bedrifter.

## **2.2 Regionalisering**

En region defineres her som et nivå mindre enn staten. I sin enkleste definisjon er det et fysisk, geografisk område. En økonomisk definisjon fokuserer på produksjonsmønstre og arbeidsmarked. En videre funksjonell definisjon inkluderer sosiale relasjoner, fritid,



avslapning og reisemønster. Region kan defineres ut i fra kulturelle kriterier som språk, dialekt og sosial kommunikasjon, identitet følt av innbyggere og politiske aktører. Regioner kan også være institusjonelle enheter, historisk eller nylig opprettet og variere fra statlig administrasjon til politiske handlinger. En statlig administrasjon over sammensatte folkegrupper som ikke har egen nasjonalstat, danner ofte sterke regioner som kjemper for sin uavhengighet. I slike land blir regioner gjerne definert av tydelig felles språk, kultur og identitet. I følge Fitjar (2010) er nøkkeldriverne for regionalisering kulturelle forskjeller mellom regioner i forhold til staten og endringsprosesser i vest-europa i løpet av de siste 60 årene. De to viktigste endringsprosessene sees på som globalisering og europeisk integrasjon. Disse driverne kan imidlertid ikke anees for å gi den fulle forklaringen på regionalisering, man må også inkludere politiske partiers påvirkning og regional økonomisk utvikling.

Som sagt må regioners utvikling sees på som en parallell prosess til globalisering. Utviklingen forstås her som to spor som også er gjensidig avhengige. På den ene siden forstås regional utvikling med opphav i regionene selv, som fremvoksende regioner på grunn av stedbundet innhold og økonomisk vekst. På den annen side forstås regional utvikling som administrative regioner.

Myndighetenes regionalpolitikk handler om å styrke regioner og utjevne ulikheter mellom regionene. Både når det gjelder å stimulere til effektiv ressursutnyttelse og næringspolitiske virkemidler, men også å stimulere til økonomisk vekst forankret i regionens institusjoner. Spredt bomønster og lik levestandard i tillegg til økonomisk vekst og utvikling av regionene skal bidra til økonomisk vekst for landet totalt (St.meld.nr.21, 2005-2006). Dette fører til en forskyvning av politiske virkemidler for å redusere ulikheter, fra et nasjonalt nivå til regionalt nivå. Regioner må sees som åpne systemer heller enn selvforsynte samfunn. De er sosiale systemer tett knyttet funksjonelt til andre nivå. Regioner søker sjelden å overta statens funksjon for reguleringer og legitimitet. Men regionenes eksistens påvirker statens arbeid og fremvoksende sterke regioner avdemper statens makt og autoritet (Keating, 1998 s. 11). En forskyvning av statlig administrasjon fra nasjonalt nivå til regionalt nivå skal styrke regionenes konkurransekraft mot hverandre som en respons på globalisering.

Likevel er det visse stedlige faktorer som har betydning og påvirker økonomisk vekst. Slike faktorer kan være innsatsfaktorer i produksjon som arbeidskraft med kompetanse og som er fleksible, tilstedeværelse av komplementære bedrifter i klynger med mulighet for personlig

kontakt. Videre er fysisk infrastruktur og omgivelser viktige faktorer. I tillegg til lokal kultur som normer, verdier, sosiale relasjoner og institusjoner (Keating, 1998). Økonomisk aktivitet kan knyttes til ulike nivåer; blant annet globalt, nasjonalt, regionalt og lokalt (bedrift og privat). Nasjonalt nivå er i dag ofte ensbetydende med stat eller land. Nasjonalstaten er nasjonens organisatorisk enhet og er den suverene formen for organisering og selvstyre. Nasjonalstaten består dermed av nasjoner som kontrollerer eller kontrolleres av sin egen stat. Globalisering setter imidlertid statens nasjonale grenser under press. Som en respons forskyves politikken innenfor noen områder fra nasjonalt nivå til regionalt nivå. Regionalisering innebærer desentralisering fra nasjonalt nivå til regionalt nivå og skal gi økt autonomi for regionene. Regionenes betydning i global sammenheng samt regionens stedbundne innhold gir samtidig en ulik utvikling innenfor samme stat. Det at kapital og investeringer konsentreres i noen regioner og ikke i alle, skaper ujevnheter i vekst og utvikling. Noen regioner kan ha fordeler som geografisk attraktive områder, gunstig ressursbase, tilgjengelighet på kapital eller ansattes evne til å bruke sin kompetanse. En regions konkurransefortrinn er med på å skape ujevn utvikling i forhold til andre regioner og bidrar til at noen regioner klarer seg bedre over tid enn andre.

Noen regioner er forbundet med en viss produksjon innenfor en viss sektor eller næring. Utvikling over tid innenfor en spesiell næring skaper dermed en opphoping av arbeidstakere med en viss type kompetanse. Arbeidsmarkedet gir en geografisk avgrensning siden reisetid gjerne begrenses til 45 min. Dette gir bedrifter innenfor et geografisk område muligheten til å rekruttere de gode folkene og arbeidstakerne har muligheter for nye jobber uten å forlate det lokale området. En slik variasjon blir forsterket gjennom interaksjon skapt av politiske, sosiale og kulturelle betingelser. Regioner gir dermed det geografiske stedet et innhold gjennom informasjonsflyt, sosiale relasjoner, kulturell forståelse, nettverk, møteplasser og samarbeid på tvers av næringer.

I Norge bruker man begrepet region om et geografisk område som er mer enn et lokalsamfunn eller by og som innlemmer flere kommuner. I Norge har man delt inn i fylker for å desentralisere statlig administrasjon for fordeling av blant annet økonomiske ressurser og velferdsgoder. Fylkene er derfor administrative enheter og gir grunnlag for én av flere innfallsvinkler til å forstå region. Region kan likeledes være områder uavhengig av statlig styring, som oppstår på grunn av funksjonelle eller økonomiske fellestrekk. Disse kan være sammenfallende med de administrative fylkesgrensene, men trenger ikke være det.

Fylkesgrensene kan også dele funksjonelle regioner. Regionsinndeling kan bidra til å skape tilhørighet, men ikke nødvendigvis.

Uavhengig av hvordan vi definerer region, vil det oppstå et sentrum og en periferi. Sentrum dannes gjerne der hvor det er en opphopning av privilegier, der hvor makteliten er eller der hvor arbeidsplassene er. Området rundt betegnes som periferi. Forholdet sentrum – periferi kan sees i ulike dimensjoner alt etter hvor vi setter spissen på passeren og tegner omkretsen.

Keating (1998) viser til et paradigmeskifte i regional utvikling som kom på 1980 tallet. Før den tid var politikken preget av en politikk som styrte store firmaer bort fra pressområder og mot distriktene ved hjelp av ulike virkemidler. Virkemidlene var blant annet bevilgninger, skatteinsentiver og distriktspolitikk. Det var stor tro på storindustri og masseproduserende bedrifter som skulle etableres som hjørnestensbedrifter og gi grobunn for vekst. Kritikerne mente at denne formen for utvikling la til rette for avhengighet heller enn selvforsynt vekst og at det var basert på et syn om at modellen om masseproduksjon skulle gjelde for alle. Denne formen er veldig ineffektiv i en tid når store bedrifter kan etablere seg utenlands om de ønsker.

Ny tenkning handler om å oppmuntre til endogen vekst heller enn mobil kapital, på FoU og på innovasjon og entreprenørskap. Tjenester er fremhevet som like viktig som produksjon av varer og det er mye oppmuntring til nettverk. Fokus har skiftet fra bevilgninger og subsidier til å fremheve konkurransefortrinn for regionen som lokasjon til å gjøre forretninger. Disse retningslinjene trenger ikke å bli administrert sentralt, men krever høy grad av lokal kunnskap og kontakter og en kapasitet for horisontal integrasjon. Generelt har utviklingen gått mot betingelser for innovasjon og vekst med fokus på hovedsektorer og klynger, og oppmuntring til institusjonelt samarbeid og nettverk. Forskningsparker, (technology transfer institutions) og offentlig-privat samarbeid (OPS) er typisk virkemidler i en slik tilnærming. Det har også blitt en ny interesse i strategisk planlegging og regionens rolle som en nøkkelfaktor i økonomiske nettverk.

Politikk har også blitt påvirket av politiske og ideologiske trender, en avtagende tro på staten som instrument for økonomisk og sosial regulering og økende markedsbasert tenkning. Lokalt forankrede løsninger har feste både for høyre- og venstresiden. Globalisering og fri handel er

akseptert og behovet for å promotere regionen i verdensmarkedet har tatt over for proteksjonisme og forsvar.

Staten selv er inne i en omforming og prosessen gjør at staten mister sin tidligere evne til regional endring og utvikling. Statens makt og autoritet er satt under press fra tre retninger:

- Utenfra ved globalisering
- Innenfra ved regional tyngde
- Markedskrefter og samfunnet

som var med på å bryte ned statens kapasitet for økonomisk ledelse, sosial solidaritet, innenfor kultur og identitets formasjon så vell som institusjonell etablering. Dette har skapt en ny regionalisering gjennom to hovedspor: det skapes ikke gjennom nasjonalstaten og det setter regioner opp mot hverandre i konkurranse heller enn at det utvikles komplementære roller. Denne utviklingen har imidlertid ført til at regionene har økt sin betydning avhengig av spesifikke kombinasjoner av lokale faktorer (Keating, 1998). Staten har ikke mulighet til å ha en modifierende rolle slik som før slik at global kapital får en mer direkte påvirkning på regionale steder.

Oppsummering av globalisering og regionalisering: Globalisering skaper ujevn utvikling mellom geografiske områder innenfor et land. Disse geografiske områdene kalles gjerne regioner. Denne ujevne utviklingen skaper konkurranse mellom regionene. For å forstå hvordan regionene skal styrke sin konkurranseevne fokuseres her på administrative og funksjonelle regioner. Administrative regioner er statens hierarkiske system hvor fylker blir definert som region. Det gir imidlertid grenser, fylkesgrenser, for hvordan staten stimulerer til regional utvikling. Økonomisk vekst, som er kilden til å styrke konkurranseevnen, ligger ikke i fylkes- eller kommunegrenser. Kilden til økonomisk vekst må komme fra næringslivets samarbeid som blir drevet av blant annet profittmaksimering. Arbeidsmarkedet gir noen naturlige grenser for hvilke bedrifter som kan defineres innenfor samme region. I det neste delkapitlet forklares endogen vekstteori. Man ser at endogen vekst som knyttes til bedriftenes indre systemer blir igjen i regionen og skaper økonomisk vekst heller enn mobil kapital. Avkastningen av endogen vekst blir regional, mens avkastningen på mobil kapital brukes der eieren bor.

## 2.3 Endogen vekstteori

Profittmaksimerende bedrifter søker forretningsmuligheter for å maksimere overskudd til eierne. Det handler om å skape resultater gjennom effektiv ressursutnyttelse. Keating (1998) viser til en endring i betydningen av geografiske forutsetninger for produksjon. Fra en produksjon som er avhengig av naturressurser og gunstige lokasjoner for uttransportering av varer, til å allokere arbeidskraft og kapital der hvor betingelsene er optimale. Fordisme kjennetegnes av stordriftsfordeler, masseproduksjon og standardisering i forhold til postfordisme med fokus på fleksibel produksjon og spesialisering. En økning i antall multinasjonale selskaper og deres effekt i regionene gjennom kapitalmobilitet, økt handel og kulturpåvirkning restrukturerer den økonomiske utviklingen lokalt. Noen av grunnene for valg av lokalisering av produksjon kan være offentlige goder som arbeidsmarked, offentlige institusjoner, verdier og lokal sosial samhandling. Man ser at det er store forskjeller mellom land og mellom regioner innad i et land på hvordan man påvirkes av slike endringer. Det trengs kunnskap og kompetanse for å forstå endringene og hvilken omstilling som kreves. Noen bedrifter har kapasitet til å velge lokasjon der hvor forholdene for profittmaksimering er optimale. For eksempel der hvor man kan skape klynger med komplementære bedrifter og med det utvikle varige konkurransefortrinn. Andre er mer stedbundne av ulike grunner og ser behovet for å fasilitere omgivelsene ved å danne nye samarbeidskonstellasjoner eller i forhold til å skape et godt arbeidsmarked i samarbeid med offentlige myndigheter.

Endogen vekstteori forklarer hvordan økonomisk vekst er et resultat av bedriftens interne system for å skape og omsette ny kunnskap og teknologisk fremgang til verdier for bedriften. I motsetning til eksogen vekstteori som forklarer økonomisk vekst som et resultat av eksterne faktorer, altså forhold utenfor bedriftens kontroll som er tilgjengelig for alle. Eksempler på slike endogene faktorer blir i denne sammenheng teknologisk fremgang som forskning, utvikling og innovasjon, av både prosesser og produkter. Med innovasjon forstår vi ikke bare FoU, men også å ta i bruk nyervervet kunnskap til verdiskapende aktivitet. Her vises forskjellen i det norske og engelske språket som forklart tidligere i kapittel 1. Bedriftens evne (ability) satt sammen med kapasitet (capacity) og man skaper en kapabilitet (capability) til å gjøre seg nytte av den nye kunnskapen og teknologien. Andre endogene faktorer er økt humankapital som ikke kun betyr økning i antall ansatt, men økt kompetanse i hver enkelt ansatt. Forskjellen her ligger i at økt kompetanse i hver enkelt ansatt gir en større ytelse pr hode, altså effektivitetsgevinst. Det tredje eksempelet på endogene faktorer er økt

realkapitalbeholdning. Endogen vekstteori forklarer også hvordan den langsiktige vekstraten er avhengig av politiske mål som subsidier til FoU og utdanning på makronivå, men også innovasjon innad i bedriften på mikronivå. Ringvirkningene dette har i bedriften, men også i økonomien i et større perspektiv, skaper økonomisk vekst. Keating (1998) ble referert i forrige delkapittel om hvordan man tenker om statlige bevilgninger og subsidier til å fremheve regioner. Statlig støtte reetableres mot å stimulere til lokal kunnskapsbygging og kapasitet i bedriftene for å ha systemer som fanger opp kunnskap og kompetanse.

I løpet av de siste 60 årene har det vært en utvikling i *modellering* av økonomisk vekstteori hvor et vesentlig skille går mellom modellering av eksogene og endogene faktorer. Fra Solows neoklassiske modell fra slutten av 50-tallet og frem til den endogene vekstteorien fra midten av 80-tallet, er det klare forskjeller på modellene. Likevel er det såpass mange fundamentale likheter at utviklingen best må forstås som en naturlig utvikling og ikke et paradigmeskifte (Hægeland, 2000).

En hovedreferanse i neo-klassisk vekstteori er Solow sin modell fra 1956 som forklarer hvordan markedsøkonomi vokser over tid. Solow forklarer vekstprosessen ut i fra tilbudssiden ved teknologisk fremgang og tilgang på produksjonsfaktorer. Økonomisk vekst på lang sikt oppnår man enten ved forbedringer i produktiviteten eller reduksjon i produksjonskostnadene. Virkemidler for å oppnå det kan være forskning og utvikling (FoU), kostnadsreducerende tiltak eller forbedringer i innsatsfaktorene. Modellen forklarer økonomisk vekst gjennom 2 betingelser: Den ene betingelsen er produksjon som en funksjon av arbeidskraft og kapital. Den andre betingelsen gjelder hvordan akkumulert kapital påvirkes av investering og kapitalreduksjon (av- og nedskrivninger).

Solow forutsetter et frikonkurransemarked uten statlig inngripen samt stabil arbeidsledighet. Videre er det tre innsatsfaktorer; teknologisk fremskritt, arbeidskraft og kapital. Inntekten brukes til investering og/eller konsum. Det forutsettes at størrelse på investering, kapitalreduksjon, vekst i arbeidsstyrke og teknologisk fremskritt er konstant og eksogent gitt. Neoklassisk vekstteori forklarer at teknologisk fremgang er fundamentalt for langvarig økonomisk vekst og anser denne fremgangen for å være åpen og tilgjengelig for alle. Teknologisk fremgang anses dermed som en eksogent gitt faktor og ikke som et internt konkurransefortrinn for bedriftene.

Likevel impliserer denne modellen at over tid kan ikke BNP vokse uten at produktiviteten vokser. Solow (1956) refererer til dette som tekniske fremskritt som i neoklassisk modell ikke kan forklares. Selv om Solow anerkjente teknologiske fremskritt som avgjørende for økonomisk vekst, var ikke modellen i stand til å synliggjøre det og teknologiske fremskritt ble forklart som eksogent gitt og tilgjengelig for alle. Kritikken av neoklassisk vekstteori går i to hovedspor: man undervurderer kapitalens rolle og teknologisk fremgang er uforklart.

En ny generasjon av endogen vekstteori innbefatter innovasjonsbasert vekstmodell som tilhører to parallelle retninger. Den ene retningen er produktutvalgmodellen til Romer som Aghion og Howitt (2009) viser til, hvor innovasjon fører til produktvekst ved å skape nye, men ikke nødvendigvis forbedrede utvalg av produkter. Dette paradigmet vokste ut av en ny teori om internasjonal handel og fremhever rollen av teknologiske eksogene effekter.

Romer sin artikkel fra 1990 forklarer hvordan råmateriale og naturressurser som innsatsfaktorer ikke er endret. Men bruken av naturressursene endres gjennom prøving og feiling, eksperimentering, fornying og FoU. Innovasjon er altså ikke bare oppfinnelsen, men også bruken av oppfinnelsen gjennom verdiskapende produktforbedring. Argumentene i hans artikkel er bygget på 3 forutsetninger: forbedringer i å sette sammen råmaterialer på nye måter er grunnlagt for økonomisk vekst, teknologiske endringer oppstår som insentiver av markedstilpasning eller insentiv fra offentlige myndigheter, og når kostnaden ved nyskaping først har oppstått kan oppfinnelsen brukes om igjen uten tilleggskostnader. Romer viser videre til hvordan teknologiske fremskritt øker humankapitalen gjennom "*rivalry and excludable goods*". Profittmaksimerende aktører har insentiver til innovasjon gjennom for eksempel patenter som gir en monopolistisk stilling. Varer kan selges til en høyere pris som eneste tilbyder. Eller patentet kan selges. Både salg til høyere pris og salg av selve patentet gir et forsprang på konkurrentene og blir dermed et insentiv for innovasjon.

En annen retning av innovasjonsbasert teori utviklet av Aghion og Howitt (Aghion og Howitt, 2009). Paradigmet vokste ut av moderne industriell organisasjonsteori og blir referert til som Schumpeterian vekstteori fordi modellen fokuserer på kvalitetsforbedrende innovasjon og lar eksisterende produkter være som de er. Schumpeter mente at innenfor det økonomiske systemet finnes det krefter som skaper økonomiske endringer. Endogene krefter bringer det økonomiske systemet ut av balanse. Dette har gitt rom for en effekt som blir kalt kreativ ødeleggelse.

Schumpeterian teori viser eksplisitt produktiviteten for den nyeste teknologien som blir brukt i industrien. Modellen viser at produkter blir produsert og solgt av den nyeste innovatøren på markedet. En suksessfull innovatør forbedrer teknologien og erstatter det forrige produktet i sektoren til det igjen blir erstattet av neste innovatør. Det første resultatet av denne modellen sier at raskere vekst i økonomien impliserer en høyere salgsrate fordi prosessen med kreativ ødeleggelse genererer nye innovatører og frafall av gamle innovatører.

Oppsummering: Økonomisk vekstteori viser til teknologiske forbedringer og effektivitet som kilde til økonomisk vekst. De nyeste modellene viser hvordan bedriftsinterne systemer både har evne til å utvikle og kapasitet til å holde inne gevinstene. Modellene viser til hvordan myndigheter kan stimulere til FoU og innovasjon i et land, og hvordan det styrker BNP. Tidligere i oppgaven ble det gjort en avgrensning av høyskoler og universiteter. Det betyr at bedrifter som selv stimulerer til nyskaping og innovasjon, vil skape økonomisk vekst for seg og sine samarbeidspartnere.

Sett sammen med regionalisering kan man si at bedrifter innenfor et gitt arbeidsmarked skaper økonomisk vekst gjennom FoU og innovasjon. Dette skaper en opphoping av kunnskap innenfor et geografisk område og aktiviteten skaper region. Derfor vil en slik tilnærning til regionsforståelse lett komme i konflikt med administrative regioner som avgrenses ved kommunegrenser. Neste delkapittel handler om hvordan ressursene som bedriften har kontroll over kan være bærere av verdier. Det handler om å sette sammen ressurser på nye måter og med det skape ny kunnskap for både prosess- og produktforbedring samt produktutvikling.

## **2.4 Ressursbasert teori – nettverksressurser**

Noen bedrifter er mer konkurransedyktige enn andre. Selv blant tilsynelatende like bedrifter klarer noen seg bedre og får bedre resultater over tid. Strategifaget som akademisk disiplin prøver å svare på spørsmålet om hvordan noen bedrifter klarer å utkonkurrere andre bedrifter. Bidragsyttere i litteraturen forklarer forskjeller mellom bedrifter innenfor to hovedskoler; posisjonering og ressursbasert teori. Året 1980 ble en milepæl for strategifaget globalt hvor boken *Competitive Strategy* av Michel Porter kom ut og fokuset fra Mintzbergs planlegging som prosess endres til hvordan skape konkurransefortrinn gjennom strategiske valg. Porters



konkurranseskraftperspektiv viser til et rammeverk for hvordan bedriftene posisjonerer seg i forhold til de 5 kreftene: kunders og leverandørers forhandlingsstyrke, trusler fra nye aktører og substitutter og rivalisering mellom bedrifter. En annen hovedretning er det ressursbaserte perspektivet. Bidragsyttere innenfor dette perspektivet argumenterer for at det er bedriftens ressurser som skaper konkurransefortrinn og verdier. Videre argumenterer bidragsyttere med at *varige* konkurransefortrinn gir overskudd over tid. Hvorvidt ressursene er varige, avhenger av om ressursene er robuste mot for eksempel kopiering og om de står seg over tid. Ut i fra en overbevisning om at det er mennesket som er bærer av drivkraften for ressursutnyttelse i tillegg til at mennesket er en ressurs i seg selv, fokuseres det med dette på det ressursbaserte perspektivet foran perspektivet om posisjonering.

Birger Wernerfelt (1984) tar utgangspunkt i at firmaets produkter og firmaets ressurser er to sider av samme sak. Tar man utgangspunkt i hvilken ressursprofil bedriften har, kan man finne det optimale markedet eller produkttilbudet bedriften skal ha. På den annen side, tar man utgangspunkt i størrelsen på firmaets aktivitet eller produkttilbud, vil man finne det minimum av ressurser som må til for å opprettholde aktiviteten. Mange bedrifter befinner seg ofte i en situasjon hvor store investeringer er gjort. For eksempel i industrien kan kapitalkrevende produksjonsutstyr binde mulighetene til fritt å velge aktiviteter og markeder. Det samme gjelder for eksempel universiteter som investerer i menneskelige ressurser og har store lønnsforpliktelse innenfor et gitt utdanningstilbud. Wernerfelt tar utgangspunkt i Porter sitt konkurransekraftperspektiv, selv om det var ment kun for analyser av produkters konkurransefortrinn, og utleder en parallell ressursanalyse. Peteraf (1993) tar utgangspunkt i at bedriftene er heterogene med hensyn til ressurser og intern kapasitet. I tillegg må ressursene være heterogene for at avkastningen skal beholdes i bedriften. Videre viser han til begrensninger i konkurranse (*ex post limits to competition*) som kan være isoleringsmekanismer mot kopiering og substituering. Videre bidrar ikke-mobile ressurser til å beholde avkastningen i bedriften. Peterafs siste betingelse for at ressurser skal være kilde til bedre ytelse for bedriften er at ressursen ble ervervet mens det fortsatt ikke var konkurranse om den. Erttertiden viser at ressursen i form av for eksempel bedriftens lokasjon, var særdeles gunstig som konkurransefortrinn. Barney (1991) sin artikkel forutsetter at ressursene må være heterogene og immobile mellom bedriftene. I tillegg må de være verdifulle for bedriften, sjeldne, ikke-kopierbare og organisert i bedriften. Ressurser som står sin prøve over tid gir varige konkurransefortrinn. Ikke-kopierbare ressurser er de som analytisk sett får mest oppmerksomhet. Sosial kompleksitet er den attributten som ser ut til å være vanskeligst å

kopiere. Ressurser gir ikke verdi i seg selv. Det er ledere som må se potensialet i ressursene og sette dem sammen på en slik måte at de skaper verdi. Det kan bety at relasjoner, samarbeid og samhandling innad i bedriften inkluderer menneskene på en slik måte at de tatt ut av sin sammenheng mister sin verdi. En ledergruppe kan tilsvarende være en sosialt kompleks ressurs som klarer å skape innovasjon i prosesser i bedrifter. Ansatte er ikke eid av en bedrift og kan gå over til konkurrerende bedrifter og ta sin kompetanse med seg. Dersom kompetansen deres har vært benyttet i en spesiell sammenheng som har gitt varig konkurransefortrinn for bedriften, vil ikke kompetansen ha samme verdi i andre bedrifter. Forutsatt at ressursbasert teori som et teoretisk rammeverk skaper varige verdier for bedriften, hvordan kan dette utnyttes i samarbeid mellom bedrifter?

Dyer og Singh (1998) tar det ressursbaserte perspektivet fra bedrift som analysenivå til dyade og nettverk, hvor ressurser spenner over bedriftsgrensene hvor flere samhandler om unike ressurser. Dyer og Singh foreslår at allianser og samarbeid skaper varige konkurransefortrinn ved relasjonsspesifikke investeringer. Potensialet for verdiskaping øker jo mer bedriftene klarer å sikre seg mot opportuniste og jo større volum som inngår i alliansen. Relasjonsspesifikke investeringer mister sin verdi eller får en lavere verdi dersom relasjonen skulle opphøre eller bryte sammen.

For profittmaksimerende bedrifter handler det om vekst, posisjonering, markedsandeler og resultater. Bedrifter som ser potensiale i samarbeid om ressurser, knytter ikke bare bedriften til omgivelsene, men knytter nettverket til omgivelsene (Wit and Meyer, 2010). Aktuelle samarbeidspartnere i omgivelsene kan være både industrielle aktører og premissleverandører. Driveren for nettverkssamarbeid er en forventning om verdiskaping. Det kan skje gjennom synergieffekter av ressurser hvor læring, kunnskapsdeling og lån/leie av ressurser er kjerneelementer. Videre kan deler av verdikjeden settes ut til samarbeid. Bedriften beholder kjernekompetansen, og samarbeider om andre deler av verdikjeden. Et siste formål med samarbeid er markedsposisjon hvor man endrer nye markeder sammen eller kan styrke lobbying mot myndigheter. Relasjonen mellom bedrifter kan struktureres på mange måter. Hvilken agenda bedriftene har, hva som er akseptert adferd, samarbeidsfrekvens og maktbalanse. Samarbeid er noe mellom fullstendig hierarki hvor bedriften har all produksjon i egen bedrift og marked hvor produksjonen styres av prismekanismer. Nettverk kombinerer fordelene med hierarki med fordelene med marked.

Kunnskapsdeling i bedriftene øker humankapitalen. Når kunnskapsdeling inngår i samarbeid mellom komplementære bedrifter, overføres den økte kapitalen til regionsnivå. Bedriftens kapasitet til å absorbere kunnskap i tillegg til å skape insentiver for åpenhet og unngå problemer med gratispassasjer, øker gevinsten av samarbeidet (Gulati, 2007). Gulati viser også til at utvikling av felles unike produkter, tjenester eller teknologier gjennom kombinasjoner av komplementære ressurser og tidligere erfaringer med allianser sammen med bedriftens evne til å identifisere og evaluere verdiskapningen, øker avkastningen, sammen med evnen til å integrere prosesser og kultur. Gevinsten er reduserte transaksjonskostnader gjennom effektiv styring. Bedriftenes egen evne til å investere selvledelse inn i alliansen gjennom effektiv styring og uformelle, selvforsterkende handlinger basert på tillit øker gjentakelse for nye samarbeid.

Det er en viktig dimensjon at bedrifter ikke nødvendigvis klarer å utkonkurrere andre på selvstendig grunnlag, men kan tilegne seg eller skape en annen posisjonering og ressursbase gjennom samarbeid med andre. Allianser og nettverk er ikke bare å knytte bedriften til omgivelsene, men å knytte nettverket til omgivelsene. Næringslivet som er en aktør av flere i en region, må forstås som en aktør sammensatt av flere enkeltbedrifter. For å forstå regionen må vi forstå bedriften.

Oppsummering: Knappe ressurser i bedriftene skaper behov for utvikling og samarbeid. Man ser forretningsmuligheter for å få kontroll over ressurser. Samarbeid knytter ikke bare bedriften til omgivelsene, men man knytter samarbeidet til omgivelsene. Dette kan inngå i for eksempel klyngedannelse.

## **2.5 Sentrum og periferi**

Økonomisk utvikling gir store ulikheter i fordeling av velstand og populasjon. Økonomisk aktivitet er konsentrert ulikt mellom regioner innenfor samme stat. Dette former en struktur som gir anledning til å studere dynamikken i forholdet sentrum – periferi. Det betyr at konsentrert aktivitet danner en kjerne av sivilisasjon, mens andre regioner opplever stagnasjon eller til og med tilbakegang. Forskjellene mellom sentrum og periferi kan få en forsterkende

effekt eller en snøballeffekt. Dixit-Stiglitz-modellen viser at bedrifter har en tendens til å konsentrere seg der hvor det er et stort marked og markedet blir stort der hvor bedrifter er konsentrert. Videre poengteres at økonomisk agglomerasjon er et økonomisk fenomen og det er også regionale forskjeller. Han viser det gjennom mobilitet på arbeidskraft og kapital. Når arbeidskraft flytter bruker de inntekten sin i den nye regionen noe som øker etterspørselen, mens etterspørselen reduseres i den regionen de flyttet fra. Arbeidstakere som flytter skaper verdier i den regionen de bosetter seg akkurat som kapital investerer i produksjon. Forskjellen er at arbeidstakere også bruker inntekten sin i samme region i motsetning til kapitaleiere som ofte er bosatt andre steder enn der kapitalen er investert. Bevegelse i arbeidskraft påvirker dermed produksjonskapasiteten i en region samtidig som den påvirker etterspørselen og modifierer dermed den relative størrelsen på markedet. Samtidig genererer denne bevegelsen nye krefter i agglomerasjon. Kapital flytter seg etter forskjeller på hvor man kan få mest avkastning for investert kapital. En kritisk kommentar til denne modellen er forenklingen som er gjort. Poenget kommer frem, men er en typisk ny-klassisk økonomisk modell. Den tar lite hensyn til andre motiver for arbeidstakeres flytting. Økonomiske modeller preget av nyklassiske, ortodoks opphav tar ikke hensyn til for eksempel arbeidstakeres endogene motiv, uavhengig av kun lønn. Nyere heterodokse økonomiske modeller ville forklart denne sammenhengen. Men for å illustrere dynamikk i en forenklet verden, er modellene nyttige.

Antall arbeidere og dermed også konsumenter presser opp det lokale behovet for varer og tjenester, som også gir grunnlag for nye bedrifter. En økning i nye bedrifter gjør at arbeidskraft blir en knapp faktor og lønnen stiger. Dermed vil arbeidstakerne, forutsatt motivert av lønn, flytte til større regioner på bekostning av mindre regioner.

Ulike modeller viser til at ”skilled workers” i produksjonsbedrifter er mer mobile enn ”unskilled workers” i primærnæringene.

## 3 Metode

---

### 3.1 Mennesket som måleinstrument

Sett at en forsker og en informant står med ryggene mot hverandre. Informanten ser utover et landskap mens forskeren står med penn og papir, klar til å tegne det landskapet informanten beskriver. Informanten starter med å beskrive landskapet, mens forskeren tegner de bildene som informanten beskriver. Hvordan skal man tolke det bildet som forskeren til slutt har tegnet. Er det et bilde av virkeligheten? Er det et bilde av virkeligheten slik informanten opplever den? Eller er det et bilde av forskerens forståelse av informantens opplevelse av virkeligheten? Måler man i det hele tatt virkeligheten, måler man informantens beskrivelse eller måler man forskerens oppfatning.

Mennesket som måleinstrument har fordeler og ulemper. På den ene siden har mennesker evnen til å sanse kroppsspråk, bruke intuisjon, få et helhetlig perspektiv og kan oppdage avvik fra tidligere kjente mønster. Man oppnår en rikere kommunikasjon. På den annen side gir menneskenes ulike fortolkninger og preferanserammer en utfordring i hvordan man skal forstå de innsamlede data man står overfor. Dersom man ikke er oppmerksom på styrker og svakheter ved kvalitativ forskning, kan man ende opp med å tegne et bilde som er langt fra det man i utgangspunktet hadde tenkt. I naturvitenskaplig forskning ville man brukt et objektivt måleinstrument som for eksempel en termometer for å måle temperaturen. Det ville vært lite hensiktsmessig å bruke en person som ”måleinstrument” for termometermåling. Derimot hvis man ønsker å finne ut om det er varmt eller kaldt ute hadde det vært lite hensiktsmessig å bruke termometer, man hadde spurt en person. Samtidig måtte man kjent til personens preferanserammer for å kunne tolke informasjonen om hvor varmt er varmt og hvor kaldt er kaldt. Mennesket som måleinstrument har helt klart store fordeler i å fange opp kompleksiteten i de omgivelsene man skal måle (Johannessen et al, 2004).

Samfunnsøkonomi handler om hvordan vi skaper verdier gjennom effektiv bruk av knappe ressurser og hvordan knappe ressurser og verdier allokeres mellom mennesker. Teorikapitlet har gjort rede for hvordan regioner oppstår, hvilke faktorer som gir økonomisk vekst og videre hvordan man kan utvikle potensiale i ressurser gjennom nettverk. Det er menneskelige

handlinger og valg som omsetter kunnskap til verdier. Derfor er det interessant å finne bedriftslederes meninger som er grunnlaget for handlinger og valg, heller enn å prøve å danne et bilde av hvordan virkeligheten er. Det er tross alt ledernes meninger som er grunnlaget for deres handlinger.

### **3.2 Plan for å etablere ny kunnskap**

Forskning skal skape ny kunnskap. Dette kapitlet skal gjøre rede for hvordan studiet relaterer metode til å etablere kunnskap gjennom å gjøre rede for hvilket perspektiv som ligger til grunn for studiet, hvilken fremgangsmåte som er brukt for datainnsamling og hvordan man skal forholde seg til dataene som er samlet inn. Til slutt gjøres det rede for kvaliteten i studiet. Saunders m. fl. (hentet fra Busch, 2013, s. 49) viser til et rammeverk som består av ulike nivå for valg av forskningsmetode. Nivåene henger sammen og valg på ett nivå påvirker valgene på et annet nivå. De fire nivåene i modellen starter med det ytterste nivået som han kaller vitenskapsteori. Det neste nivået er forskningsdesign, så datainnsamling og til slutt dataanalyse. Creswell (2009) derimot viser til tre komponenter som inngår i et forskningsdesign. Den ene komponenten kaller han filosofisk syn på verden (Philosophical Worldviews), valg av strategi for design (Strategies of Inquiry) og spesifikke metoder (Specific Methods). Saunders presenterer de ulike elementene som nivåer, mens Creswell presenterer komponentene som gjensidig avhengig av hverandre. Metodekapitlet vil videre presenterer de ulike emnene etter rammeverket til Saunders. Det gir etter min mening en god struktur og trinnvis presentasjon av de ulike emnene.

### **3.3 Vitenskapsteori**

Dette studiet spør etter informantenes meninger om hvilke faktorer som gjelder ut i fra deres ståsted i bedriften. Studiet skal ikke forklare bedriftenes virkelige handlinger. Og dette er et viktig skille. Intervjuguiden inneholder spørsmål som skal få frem hva bedriftsledere mener. Hvert intervju har som mål å få frem nye perspektiv på hvordan man forholder seg til omgivelsene. Videre vil informantens tolkning av spørsmålene ut i fra sin virkelighetsoppfatning være grunnlaget for svarene. Svarene blir igjen behandlet av forskeren

og videreformidlet til leseren. I denne verden av preferanserammer og tolkningsrom er det store muligheter for at konteksten fylles med tolkningspreferanser alt etter hvem som til enhver tid uttaler seg.

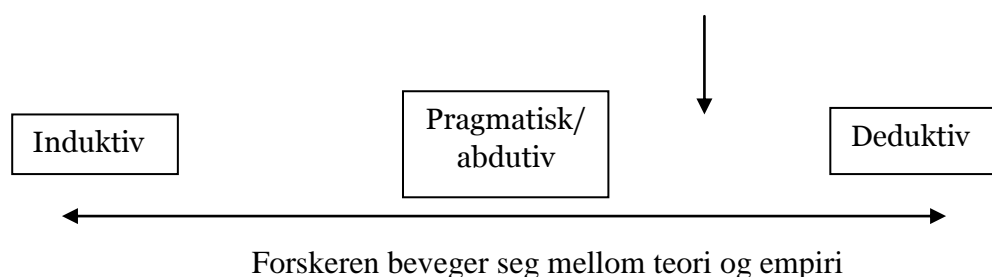
Likevel i alle samfunn finnes det et sett med normer, regler og en etablert kultur. Der vil det finnes mange etablerte normer for hvordan man skal forstå verden. Ontologi handler om oss selv som sentrum med verden rundt omkring oss. Finnes det én objektiv tolkning av verden eller er det avhengig av hvem som ser? Hvordan ser verden virkelig ut? Dersom referansene for virkelighetsoppfatningen forandres alt etter hvem som ser, hvordan skal vi da kunne finne kunnskap om virkeligheten? Er det mulig å få en objektiv kunnskap om et mål som endrer karakter når informasjon overføres fra én person til en annen? På samme måte må vi ha et bevisst forhold til epistemologiske spørsmål; hva vi egentlig kartlegger når vi intervjuer respondenter. Vi kartlegger ikke virkeligheten. Vi kartlegger heller ikke deres meninger om virkeligheten. Vi kartlegger forskerens forståelse av informantens meninger om virkeligheten. Jo mer tolkningsrom, jo lengre bort fra virkeligheten beveger vi oss. I denne oppgaven er tolkningsrommet redusert i noen grad med innledningsdelen i intervjuet ved at rammene og felles forståelse for oppgavens tema blir tatt opp i starten av intervjuet. I tillegg er det samme person som har gjennomført intervjuene, transkribert og hentet utdrag fra intervjuene. Dermed reduseres også mulige kilder til feiltolkning.

For å oppnå kunnskap følger vi grunnleggende metoder. Vi må ha en plan for hvordan vi skal finne kunnskap. I dette studiet valgte jeg å hente informasjon gjennom intervjuer. I starten av studiet tok jeg kontakt med Haugaland Vekst for å diskutere noen mulige forskningstemaer til studiet. Etter noen møter ble problemstillingen innsnevret. Med bakgrunn i en antagelse om at aktørene på Haugalandet ikke har klart å samles om en felles retning, syntes det hensiktsmessig å innhente informasjon om regional utvikling via intervjuer. Studiet ble meldt inn til personvernombudet. I løpet av 3 dager ble informantene kontaktet via mail med informasjon om studiet og spørsmål om å stille opp til intervju. Mailene ble fulgt opp med telefon. De som ble spurt var veldig positive til å stille opp så 7 intervjuer ble gjennomført i løpet av 3 uker og transkribert i samme periode. Arbeidet videre har vært bearbeiding av tekst og ellers rapportskrivning.

Det positivistiske forskningsidealet legger til grunn at all forskning skal benytte den samme vitenskapelige metoden, den naturvitenskapelige. Sosiale fenomener skal studeres, måles og

registreres utenfra. Forskere med forankring i hermenautisk tradisjon viser til at observasjoner utenfra ikke gir innsikt i det som skjer mellom mennesker, fordi all menneskelig handling har en meningsdimensjon (Johannessen, Kristoffersen & Tufte, 2004). I dette studiet som skal finne meninger om faktorer som hemmer eller fremmer regional økonomisk vekst, må vi altså forstå forskjellen mellom 1) å finne objektive faktorer for hva som hemmer eller fremmer, eller 2) å finne noen sine meninger om hva som fremmer eller hemmer. I naturvitenskapen har vi måleinstrumenter som for eksempel en termometer for å finne temperaturen ute. En gitt og universal måleskala som gir objektiv informasjon. Dette studiet bruker ingen objektive måleinstrumenter, det er kun meningsbasert.

Studiet tar utgangspunkt i eksisterende teori. Temaene som danner grunnlag for studiet er vel dokumentert så dette studiet er nok ikke så omfattende at det kan finne ytringer som ikke har vært hørt før. Dette studiet ser etter hvordan og i hvor stor utstrekning de eksisterende teorien har forankring lokalt. Derfor er nok studiet nærmere en deduktiv eller en induktiv tilnærming, men samtidig holder åpent for at det kan komme nye innspill.



*Figur 2 – Induktiv versus deduktiv forskning*

I dette studiet er det viktig å være klar over at man ikke kommer frem til en objektiv forståelse av virkeligheten. Det er et samfunnsvitenskapelig studie uten et objektivt måleinstrument. De empiriske funnene er preget av informantens preferanser og forskerens preferanser. Tolkningsrommet er likevel begrenset noe gjennom en tilnærming til forskningstemaet i møtet med informanten, temabasert intervjuguide og samme person som gjennomfører og bearbeider empirien.



### 3.4 Valg av forskningsdesign

Casestudier kjennetegnes av at undersøkelsestemaet er sterkt knyttet til konteksten. Spørsmålene stilles som ”hvordan” eller ”hvorfor” spørsmål. Dette studiet ønsker å belyse mangfoldet i meninger. Intervjuguiden inneholder 3 ”avdelinger” med tema. Det er relativt begrenset med variabler som skal testes, men svarene kan gi en mengde mulige responser. I utgangspunktet kan man si at få variabler kan trekke mot et ekstensivt design fordi man kan anta at argumentene er relativt kjent gjennom tidligere forskning. På den annen side er det interessant å finne argumentene akkurat her i regionen og man ønsker å stille mer åpne spørsmål og gå i dybden. Det siste taler for et intensivt design. Likevel, ny kunnskap gjennom studiet tilegnes gjennom fortolkningsbasert analyse, hvor teorien er kjent fra før, men man ønsker å se etter hvilke argumenter som finnes lokalt, taler for et intensivt design.

I en region hvor man antar at aktørene ikke nødvendigvis ser på regionalt nivå som interessant, var det viktig å finne argumentene både for og i mot. Før man vet særlig mye om argumentene er det uhensiktsmessig å sette opp kategorier i et spørreskjema. Gjennom dybdeintervjuer kommer man tettere på informanten, man kan stille oppfølgingsspørsmål og fanger opp holdninger som ikke nødvendigvis kommer eksplisitt til uttrykk. Dybdeintervju og få kilder var derfor å foretrekke.

Åpne spørsmål med mulighet for å finne mangfold i svarene gir mange variabler som man kanskje ikke kan forutsi på forhånd. Det blir derfor ikke hensiktsmessig å kategorisere svarene for analyseformål. Svarene må forstås i den sammenhengen de ble sagt i. Dataene behandles derfor i tekstform innenfor den konteksten de ble gitt i. Kvalitativt design egner seg for teksthåndtering og åpner for å kunne gi rik informasjon. Man kunne også valgt kvantitativt design og konsentrert spørsmålsvariasjonen rundt noen få tydelig definerte variabler. Det kunne gitt svar på tilstedeværelse eller fravær av visse variabler, men man hadde gått glipp av verdifull informasjon som man ikke kunne fanget opp fordi man ikke visste at de fantes der. Tidsperspektivet for studiet var også en medvirkende årsak til valg av design. Studiet ble gjennomført i løpet av ett semester. Alle data ble samlet inn på ett tidspunkt. Selv om en kvalitativ undersøkelse ble gjennomført med intervjuer i løpet av 13 dager, blir det regnet som tverrsnittundersøkelse så lenge hver respondent blir intervjuet én gang (Busch, 2013). Alternativt kunne undersøkelsen startet med intervjuer for så å kategorisere svarene i

hovedgrupper og gjennomføre en kvantitativ spørreundersøkelse. Tidsrammene for dette studiet gir ikke anledning til det.

### 3.5 Datainnsamling

Intervjuer er en mye brukt metode for kvalitativ datainnsamling. Man bør likevel stille kritiske spørsmål til metoden før man bruker denne datainnsamling for å være sikker på at det er en relevant datainnsamlingsmetode for forskningen. Fordelen med å komme i dialog med informantene er å få frem meninger og oppfatninger og ha mulighet til å ha en samtale. Man får tilgang til informasjon som kanskje ellers ikke ville blitt fanget opp gjennom spørreskjema. Komplekse situasjoner settes ord på og fenomener som blir avdekket kan være komplekse og man har mulighet til å gå i dybden gjennom oppfølgingsspørsmål og fange opp nyanser. Ulempene med intervju er at man får inn mye data som ikke vil være relevant for selve oppgaven. Intervjuer kan også bli kostnadskrevenende i tillegg til at informanten ikke får være anonyme i intervjusituasjonen.

Intervjuguide ble utarbeidet på forhånd med en del for innledningsspørsmål og videre tre deler, en for hvert tema som skulle belyses. Intervjuene ble gjennomført med en strukturert intervjuguide. Spørsmålene var klare på forhånd med både tema og spørsmålsformuleringer. I forarbeidet til oppgaven hadde jeg møter med veileder, oppstartsmøte hos Iris og møte med Haugaland Vekst. Alle var nødvendige støttespillere i startfasen av oppgaven. Aktuelle kandidater til intervju vokste frem og ble en bra liste med 16 navn. Noen var aktuelle fordi de hadde utmerket seg som særlig engasjerte i regionale spørsmål, noen som sentrale meningsbærere, noen som spesialkompetanse på sentrale temaer i intervjuet. Alle representerte strategisk ledelsesnivå i sin bedrift. Vi skal dvele litt med utvelgelsen av informanter. Et alternativ kunne vært å holdt fokus på en bransje og analysert hvordan bransjen relaterer seg til regional utvikling. Alternativt var å gjøre som dette studiet å velge informanter som ble nevnt etter hvert fra ulike bedrifter. Fordelen med dette er at man får større bredde i synspunktene. Og det er nettopp det som er kjernen i oppgaven. En antagelse om at aktørene i regionen er fragmentert og ikke står samlet om å fremme regionsnivået gir nettopp grunnlag for å få frem meninger Det viste seg imidlertid at under intervjuet ble det bevegelse i rekkefølgen. Flere spørsmål var satt opp med stikkord for hvilke emner man

ønsket å få belyst gjennom intervjuet. Det ble derfor stilt oppfølgingsspørsmål der det var behov.

Dato	Klokkeslett	Informanten leder bedrifter i:	Kontaktperson <sup>2</sup>	Telefon <sup>3</sup>
Ons 12.3.	Kl 8.30	Haugesund og Vindafjord		
Tors 13.3.	Kl 13.30	Haugesund		
Man 17.3.	Kl 8.30	Haugesund		
Man 17.3.	Kl 11.00	Karmøy		
Ons 19.3.	Kl 10.00	Hele regionen		
Tors 20.3.	Kl 15.00	Karmøy		
Tirs 25.3.	Kl 13.00	Vindafjord		

*Tabell 1 – Intervjuplan*

Dato	Varighet	Transkriberte sider
Ons 12.3. kl 8.30	71 min	14 sider
Tors 13.3. kl 13.30	35 min	7 sider
Man 17.3. kl 8.30	57 min	14 sider
Man 17.3. kl 11.00	83 min	18 sider
Ons 19.3. kl 10.00	52 min	13 sider
Tors 20.3. kl 15.00	31 min	7 sider
Tirs 25.3. kl 13.00	53 min	12 sider

*Tabell 2 - Datainnsamling*

---

<sup>2</sup> Anonymisert

<sup>3</sup> Anonymisert

I studiet var det nødvendig å finne relasjonen mellom bedriften og regionen og hvordan ledere i bedriften best kan løse bedriftens oppgaver. Jeg lurer på om bedriftslederne ser et ubenyttet potensiale i regionsnivået, f. eks. omdømmebygging for å skape en mer attraktiv region og dermed bedre rekrutteringen til regionen. Dette ga grunnlaget til å få svar på

- dagens situasjon for bedriften
- det bevisste forholdet til omgivelsene og
- hvordan man forholdt seg til relasjonen bedrift-region inn i fremtiden.

For å få til økonomisk vekst i bedriften kan man spille på de ressursene man har til rådighet. Dersom det er knapphet på ressurser, må man øke tilgangen til ressurser. Det gjør man enten ved sammenslåing eller oppkjøp. Det første temaet ”dagens situasjon for bedriften” skal belyse bedriftens forhold til regionsnivået i dag. Det gjelder bedriftens ståsted i forhold til hvordan bedriften bruker regionsnivået og trekker på synergieffekter i dag.

Det neste temaet er ”relasjon til omgivelsene, forholdet bedrift og region”. Jeg ønsker å få frem bevisstheten rundt eventuelt potensiale for bedriften på regionsnivå. Mer utdypende spørsmål som kan løse opp synet på et ubenyttet potensiale.

Det siste temaet gjelder ”fremtidsvisjon”. Svarene på spørsmålene vil få frem hvilket syn bedriften har på regionsnivået videre inn i fremtiden. Finnes det muligheter for å danne samarbeid og synergieffekter i fremtiden?

Bedrifter som i dag ikke benytter regionsnivået kan se et potensiale i fremtiden slik som bedrifter som aktivt bruker og er avhengig av regionen allerede i dag.

Det ble brukt lydopptak av hvert intervju med samtykke fra informanten. Bruk av lydopptaker ble også meldt inn til Personvernombudet.

### 3.6 Dataanalyse

De sju intervjuene ble gjennomført i en periode på 13 dager. I hvert intervju ble det gjort notater i intervjuguiden samt notert noen stikkord om helhetsinntrykket av intervjuet. Lydopptaket ble transkribert fortløpende etter intervjuet mens det fortsatt satt friskt i minnet. Intervjuene ble imidlertid gjennomført hyppigere enn det var mulig å transkribere, så et visst etterslep på noen dager oppsto. Intervjuet ble transkribert i sin helhet.

Videre er det hentet uttalelser og utdrag fra teksten som er interessante som svar på forskningsspørsmålene. Teksten og meningene er videre kategorisert etter hvilke emner som er interessante og belyser spørsmålene.

### 3.7 Metodekvalitet

Kan vi stole på dataene som er kartlagt? Begrepene reliabilitet og ulike former for validitet brukes innenfor kvantitative studier, mens Yin (2003) også brukes disse om kvalitative studier hvor validitet defineres av begrepsvaliditet, indre- og ytre validitet. Guba og Lincoln (1985) bruker også begreper som pålitelighet og validitet men definerer validitet som troverdighet, overførbarhet, konsistens og nøytralitet.

#### Reliabilitet

Reliabilitet knyttes til om vi kan stole på dataene som er kartlagt; hvilke data som brukes, hvordan de er samlet inn på og hvordan de er brukt. I kvantitativ forskning vil det bety at en annen forsker skal kunne finne de samme dataene dersom han gjør en re-test av dataene. I kvalitativ forskning vil slike krav være lite hensiktsmessige siden forskeren bruker seg selv som instrument. Fortolkningsprosessen vil derfor være unik siden forskeren stiller med sin særegne erfaringsbakgrunn. Likevel kan man gjennom ulike prosedyrer redusere kildene til feiltolkning. Man ønsker å styrke påliteligheten ved å dokumentere og beskrive gjennomførelse av datainnsamling og ved å beskrive konteksten dataene skal forstås innenfor. Det som kan styrke påliteligheten i et kvalitativt studie, er problemstillingene, henviser til relevant teori og litteratur, beskrive prosedyrene for datainnsamling og definere rammeverket som dataene skal forstås innenfor.

Metodekapitlet har i hvert kapittel gitt en inngående beskrivelse av fremgangsmåten for å samle inn data. Der det har vært relevant, er forskerens perspektiv tatt med i beskrivelsen. Innledningskapitlet gir i tillegg av bakgrunnen for problemstillingene. I tillegg vil teorikapitlet og litteraturlisten gi innsikt i hvilken kontekst dataene er forstått innenfor.

### Validitet

Gjennom presentasjon i innledningskapitlet synliggjøres bakgrunnen og tilnærmingen til problemstillingen. I tillegg til valg og utdrag av relevant teori og hvordan det brukes i fremstillingen og analysen i kapittel 4 vil gi informasjon om validiteten i oppgaven. Man skal være kritisk til validitet i kvalitative oppgaver. Meninger og vurderinger kan lett influeres av manglende bakgrunnskunnskap og svak problemformulering. Analysedelen kan gi feiltolkninger og man kan lett overse viktige data og fokusere på det som ”passer inn” i studiet.

## 4 Empiri

---

*”Hvem er vi? Folk med kapital, gründere som får ting til, men vi klarer ikke å løfte det fra bedriftsnivå til regionsnivå”*

*”Typisk, næringsområder på Haugalandet har alt for mange sammensatte bedrifter. Både produksjon og service på samme område. Hadde det vært mer naturlig å samle bedrifter/segmenter?”*

*”Tilsiget inn til Haugesund kan fort bestemme seg for å dra til Stavanger”*

*”Har ikke tro på at en eller annen kommunal etat skal sette seg i førersetet, det må være business i det, ikke eksterne krefter. Bedrifter som ser businessmuligheter er driveren for nye forretningsmuligheter”*

*”Ikke vår jobb å selge regionen, vår jobb er å selge bedriften”*

*”Vi må vise frem hva som finnes her, skape blest om by og region, vise frem det lokale engasjementet som skaper store tunge arbeidsplasser, suksesshistoriene du har skapt selv. Jeg tror at institusjonene er på plass, det handler om å skape mer rundt dem”*

I dette kapitlet presenteres data fra intervjuene. Først repeteres problemstillingene og knyttes til figuren som ble presentert i kapittel 1. Videre presenteres data fra intervjuene strukturert etter spørsmålene slik de er fremstilt i kapittel 4.1. Spørsmålene og data fra intervjuene blir drøftet og oppsummert etter hvert spørsmål i egne delkapitler. Neste kapittel inneholder en mer helhetlig konklusjon.

## 4.1 Struktur i presentasjon av datamaterialet

I dette kapitlet presenteres relevante data fra intervjuene. Svarene skal belyse forskningstemaet som er:

*Hvilke faktorer fremmer eller hemmer økonomisk vekst og regionsdannelse, og hvordan påvirker disse regional konkurransekraft i Haugesundregionen?*

En repetisjon av problemstillingene kommer under:

1. Hvordan karakteriseres Haugesundregionen?
2. Hvordan løses behovet for ressurser nå ressursene er knappe?
3. I hvor stor grad er innovasjon en del av driften?
4. Er regionsnivået viktig for bedriftene i Haugesundregionen?
5. Hvordan tilrettelegger offentlige myndigheter for næringsutvikling?

Modellen under viser sammenhengen mellom temaene i oppgaven og hvordan de kan skape konkurransekraft. Koblingen mellom problemstillingene og modellen er som følger:

Problemstilling 1: skal fange opp de 7 informantenes meninger om Haugesundregionen ståsted i dag.

Problemstilling 2: relateres til modellen med den forutsetning at bedriftens ressurser og regionens stedbundne ressurser skaper økonomisk vekst og konkurransekraft.

Problemstilling 3: Hvilket fokus har bedriftene på innovasjon?

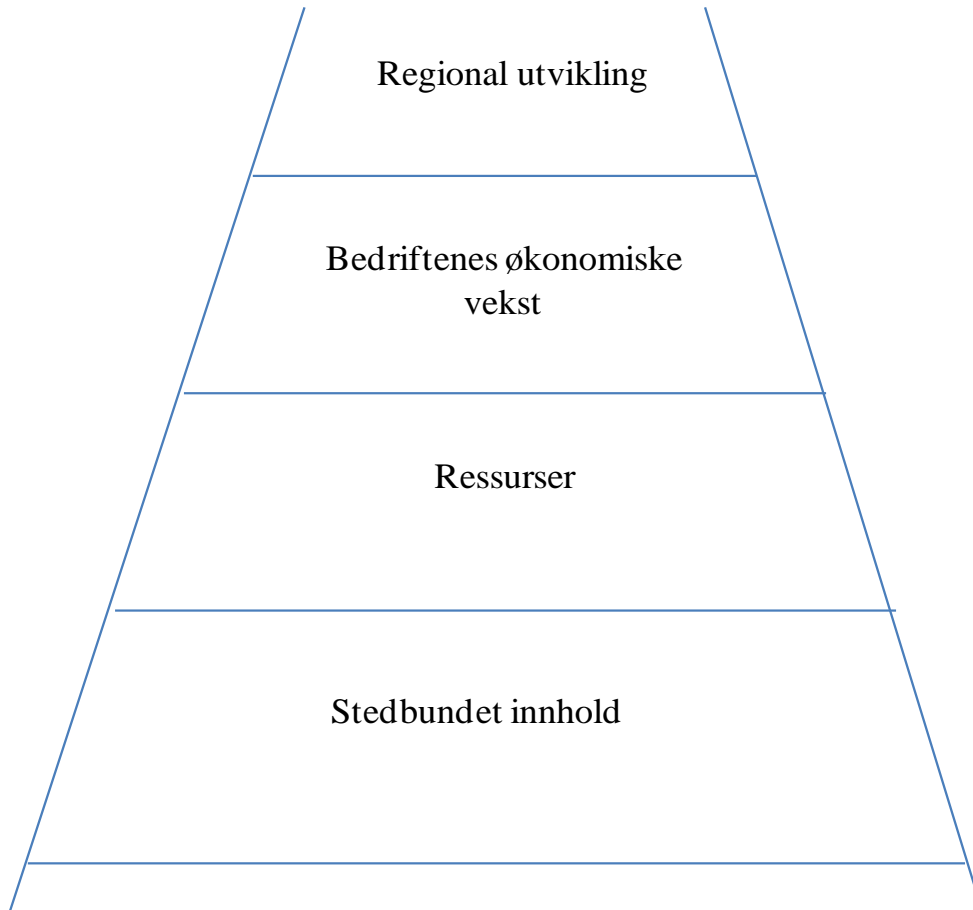
Problemstilling 4: En forutsetning for bedriftenes forhold til regional utvikling gjennom sin produksjon er hvordan bedriften er tilknyttet omgivelsene og regionen.

Problemstilling 5: relateres til regional utvikling og informantenes mening om tilrettelegging for næringsutvikling.





## **Konkurranskraft**



*Figur 3 - Modell for sammenhengen mellom temaene i oppgaven*

## 4.2 Haugesundregionen

Haugesundregionen er geografisk lokalisert på Vestlandet mellom 2 store byregioner; nord for Stavanger og sør for Bergen. Regionen strekker seg fra havet i vest til fjellene i øst. Denne geografiske avgrensningen blir foreløpig regionens definisjon. Innbyggerne i denne regionen har i generasjoner bakover i tid livnært seg av det havet og jorda har gitt fra værbitte kyststrøk til frodige innlandsområder. Primærnæringene med særlig jordbruk og fiske har vært levebrødet til en hardt arbeidende og nøysom befolkning. Etter hvert som industrielle arbeidsplasser har etablert seg, har fiskerne, sjøfolkene og bøndene flyttet arbeidskraften sin til industriell produksjon. De siste 50 årene har det skjedd endringer fra primærnæringen til sekundærnæringen. Bildet har altså endret seg vesentlig på kun ett par generasjoner. Hva har dette å bety for den lokale kompetansen som finnes i regionen? Er det kunnskapen fra jordbruket og fisket som er grunnlaget for den lokale kompetansen? Eller er det kompetansen som hardt arbeidende, nøysomme og løsningsorienterte mennesker som gir verdiskapingen?

Den lokale samfunnsdebatten på i Haugesundregionen handler blant annet om regionens verdiskaping, konkurransekraft og posisjonering. Regionens aktører opplever en utfordring i forhold til de to store byregionene i nærheten; én i nord og én i sør. I forhold til Stavangerregionen i sør kan Haugesundregionen havne i periferien, hvor Stavangerregionen som i den sammenheng da defineres som sentrum. I forhold til Bergensregionen og Hordaland fylke, blir Haugesundregionen delt i to av fylkesgrensene. Regionens aktører opplever også en utfordring i posisjonering i forhold til nasjonale myndigheter. Vedtak om ferjefrie forbindelser både nordover og sørover gir store muligheter som tilgjengelighet, men samtidig mulige utfordringer i forhold til lekkasje av både arbeidskraft og kapital. Sysselsettingen i regionen er preget av mange offentlige arbeidsplasser, men er i tillegg i vesentlig grad påvirket av olje- og gassnæringen og petromaritime næringer som gir utfordringer i forhold til konjunktursvingninger. Blant alle mulige aktører vil denne oppgaven gjennom et kvalitativt studie belyse noen av synspunktene i privat næringsliv.

Spørsmålet i dette delkapitlet er: hvordan karakteriseres Haugesundregionen? Hva er regionens ståsted i dag sett fra informantenes synspunkt? Før det kan være mulig å utvikles i en retning må man avstemme en felles forståelse for hvor man står i dag. Fortsettelsen vil være å sette mål for hvilken utvikling man ønsker. Hvem skal ha mandat til å definere regionen? I dette studiet er sju informanter fra privat næringsliv blitt spurt. De er fra ulike

næringer, nettopp for å få innspill fra flere vinkler og med ulik bakgrunn. Innenfor rammeverket til Keating (1998) er de funksjonelle kriteriene tolket og gitt mening ved sosiale og politiske faktorer som kultur, identitet, politikk og institusjonene og tradisjonene som allerede er befestet i regionenes sosiale liv. I intervjuene kom det frem ulike karakteristikk.

Næringslivet i Haugesundregionen blir beskrevet blant annet med *Vi har hatt et næringsliv som har evnet å snu seg rundt og grepet muligheter. Bedriftene er nok mer opptatt av sitt lokale miljø enn regionalt nivå. Vanskelig å få noe til på øysiden i Karmøy. Enkelte saksbehandlere er opptatt av at det skal være et Karmøyfirma, ikke typisk, men det skjer.*

Videre sier én *Hvem er vi? Folk med kapital, gründere som får ting til, men vi klarer ikke å løfte det fra bedriftsnivå til regionsnivå. I tillegg til Denne regionen er ikke like bevisst sin rolle som andre er. Andre er veldig pro industri, langt fremme, åpne og positive til arbeidsplasser. Her har man ikke funnet sin posisjon. Det å finne sin posisjon og klare å lage en profil, det sliter vi med.*

I et rekrutteringsselskap uttaler én at *mye er knyttet til petromaritim næring, offentlig sektor er stor, men vi har mange underleverandører til petromaritim næring og stabsroller, mens typiske akademiske stillinger som ikke er så tekniske, kan ta lengre tid å få her lokalt. Det er større mangfold i Stavanger og Bergen og i alle fall i Oslo, her har vi mye tekniske stillinger mot olje og gass.*

En annen informant fremhever spesielt to temaer som karakteriserer Haugesundregionen. *For mange interne stridigheter i stedet for å samle kreftene og dra i samme retning i tillegg til typisk, næringsområder på Haugalandet har alt for mange sammensatte bedrifter. Både produksjon og service på samme område. Hadde det vært mer naturlig å samle bedrifter/segmenter?*

*Har ikke tro på at en eller annen kommunal etat skal sette seg i førersetet, det må være business i det. Ikke eksterne krefter. Bedrifter som ser businessmuligheter er driveren for nye forretningsmuligheter. Det må komme fra bedriftene selv. Prosjekter som er kommunalt styrt tror jeg ikke noe på. Når det gjelder samarbeidsklime så opplever jeg ingen motkrefter mot samarbeid i regionen, nei, så lenge det skaper mer business.*

En annen opplever *Et aktivt næringsliv i regionen. Handel og industri utover det offentlige som er de to tyngste næringene her oppe. Regionen må være sitt ansvar bevisst å bygge attraktivitet slik at vi blir konkurransedyktige.*

Geografisk oppleves regionen som: *Regionen omfatter Nord-rogaland og Sunn-hordaland og vi har mye geografisk plass. Regionen er relativt stor målt i norsk målestokk på innbyggertall og geografisk*

*Alt er innenfor kjøreavstand, ingen problem med avstand verken til Bømlo eller Skudeneshavn, vi må ikke sitte i samme hus. Haugalandet er så lite at fysisk nærhet ikke er noe problem. Vi er likevel så tett på.*

*Vi er ikke vant med å bruke mye tid på reise, mange synes en grense på 3 kvarter er nok.*

Informant nummer 2 *Tilgang til lang tradisjon med riktig kompetanse til vår bransje. Drar nytte av fagmiljøet rundt her og underleverandører.*

*Fordel at ansatte har lokal tilhørighet*

Uttalelsene antyder et næringsliv som er fragmentert i forhold til regionsnivå. Man er opptatt av sitt lokale miljø og tettsteder heller enn å tenke større. I forhold til teorien om regionsdannelse følger det helt klart, på den ene siden, forutsetningene for å bygge region. Samhandlingen bedriftene i mellom skaper tettsteder og identitetsfølelse. På den annen side må man imidlertid vurdere om det kan bli for små tettsteder og om dette skaper en innelukking. Videre må man vurdere om bygging av små tettsteder vil gagne konkurransesituasjonen mot større regioner. Dersom bedriftene ser et potensiale i drahjelp fra regionale forhold, må man bygge en regional størrelse som er stor nok og robust nok til å ta konkurransen fra de som er definert som konkurrenter.

Arbeidsmarkedet og geografisk avgrensning på regionen er nokså sammenfallende. Mange definerer regionen som Nord-rogaland og Sunn-hordaland. Det er imidlertid ikke sammenfallende med fylkesgrensen. Den deler regionen i to og skaper utfordringer for eksempel når fylkesplaner legges for tiltak i næringslivet.

Næringsparker blir også fremhevet av noen hvor man ser potensiale i å samle næringer i samme områdene. Informantene mener at både konkurrenter og komplementære bedrifter kan være lokalisert i samme område. På den annen side oppleves regionen som så pass liten at de fysiske avstandene i Haugesundregionen er så små at det ikke er noe problem å skape samarbeid.

### Næringsforeningen

Gjennom intervjuene ble Haugesundregionens næringsforening nevnt som en viktig bidragsyter. Nettverksbygging og møtearenaer blir nevnt som viktige fora for å knytte bedriftene tettere sammen. Møtearenaene er på tvers av næringer og bidrar til å bryte ned kompleksiteten for bedriftene. Representanter fra næringslivet møtes og oppdage felles utfordringer. Det har vært en stor utvikling de siste 5 - 10 årene hvor næringslivet kommer tettere sammen og dette blir oppfattet som positivt av informantene. Likevel er det et stort potensiale, men noe har begynt å skje. I forhold til teorien om regionsdannelse viser dette hvordan arbeidsmarkedet definerer hvilke bedrifter som naturlig vil søke sammen. Dette støtter også opp om botton-up perspektivet og det bidrar til at bedrifter som ikke ser på seg selv som komplementære, kan etablere sine egne klynger.

*Blant uttalelsene var Næringsforeningen skaper møteplasser som gjør at folk blir kjent. Det skaper nettverksbygging for samarbeid og innovasjon. Det er et høyt aktivitetsnivå på Haugalandet i forhold til byer med samme størrelse.*

*Informant nummer 2 Vi har en lokal bransjeforening som er veldig aktiv*

*En informant viser til at det er Mange lokale næringsforeninger innad i regionen som ikke går i takt. Alle disse små næringsforeningene må jobbe tettere og med felles stemme.*

*Jeg føler at regionen er sterk på deler. Den kan fremstå som sterkere hvis vi hadde stått mer samlet. Jeg føler det er en jobb å gjøre å få dra i samme retning. Det er litt for mye interne stridigheter eller kamp innbyrdes i stedet for å se hva vi kan gjøre sammen.*

*Kultur og holdning er veldig likt her på Haugalandet, alle har det samme ønsket men alle har ulike strategier og vegvalg mot ønsket.*

*Videre sier en informant Spennende å få jobbe inn i den arenaen som næringsforeningen representerer. Mange aktuelle problemstillinger som betyr mye for regionen og bedriften.*

*Viktig utvikling for regionen at næringslivet kan samarbeide tettere. Sånn var det ikke tidligere. Vi klarte ikke å ta en posisjon fordi vi ikke klarte å stå samlet. Nå er det sterke og gode krefter som jobber for at næringslivet skal samkjøre seg bedre.*

*Det er viktig å ha en sterk region i ryggen og vise at du kommer fra en plass hvor folk får ting til. For at regionen skal klare å gjøre det bedre må vi være flinkere å fortelle andre hva vi gjør.*

*Det finnes institusjoner som har vokst frem, vi trenger mer blest rundt felles talerør, men vi har en veg å gå i forhold til å bli stor nok, sterk nok, viktig nok.*

*Haugesunds Avis som er mediumet for regionen ødela veldig mye for selvtilliten for Haugesund. Må ikke snakke regionen ned.*

Flere av informantene viser til utviklingen av møtearenaer de siste årene som oppleves som positivt. Møtearenaer på tvers av bransjer og næringer skaper samhold, er identitetsbyggende og åpner opp for nye kontakter og samarbeid. I tillegg nevnes bransjeforeninger. På den annen side kan det bli for mange små foreninger i regionens relativt lille omkrets.

En generell oppsummering etter min mening er at bedriftene i regionen må være bevisst på hvor man setter passerspissen og hvem man definerer som konkurrenter. Dersom man lager eget område for snevert, blir man for liten til å ta opp konkurransen med de store konkurrentene. Skal man satse på å bygge små, lokale miljøer eller skal man tenke større.

### **4.3 Ressurser**

Som nevnt tidligere i teoridelen er det i utgangspunktet hver enkelt profittmaksimerende bedrift sine ressurser som skaper konkurransekraft. Knapphet på ressurser gjør at man søker løsninger for å få kontroll over verdiskapende ressurser gjennom kjøp, utvikling eller samarbeid. Svarene fra informantene om ressurstilgang i Haugesundregionen struktureres i 3 grupper: arbeidskraft, næringsparker og infrastruktur.

## Arbeidskraft

Flere av informantene viser til at *"noe av det viktigste en bedrift gjør er å rekruttere"* *"den viktigste investeringen er å ansette folk"* *"de rette folkene er nøkkelfaktor for overlevelse"* *"tilgang til gode folk er vesentlig, uten det har det ikke så mye å si hvor mye annet vi har"*

men

*"det er ikke lett tilgang på kompetanse"*. Fra varehandelsbedrift sier man at *"Ingen problemer med tilgang på kompetanse. Føler at vi er en attraktiv bedrift"*.

Fra et rederi sitt synspunkt *"det er en fordel med ansatte med lokal tilhørighet, men det er en merverdi for bedriften dersom en ansatt først har vært ute" og hentet erfaring og impulser"* *"Vi utvikler nødvendig arbeidskraft fra lavkostland"*

Et bemanningsselskap påpeker at *"Det er en utfordring å hente kandidater, vi må ha et attraktivt næringsliv og konkurransedyktige lønninger"*. Når arbeidsmarkedet går tregt vil *"bedrifter ta inn kandidater de ellers ikke ville tatt inn"* og sier samtidig om egen bedrift at *"det er kompetansen til hver enkelt rådgiver som er vår ressurs. En rådgiver har sin kompetanse og må være flinke til å forstå kundens bransje og stillingene som skal besettes. Man må utvikle og skreddersy verktøy sammen med oppdragsgiver og bruke verktøy, men det er relasjonen til kunden som er viktig. Kunden må oppleve nytteverdi for å kjøpe hjelp."*

En representant fra industrien har gjort et valg i forhold til ressurser *"holder på kjernekompetansen, leter etter og finner nye markeder. Oljenæringen har store krav til sikkerhet, noe som sprer seg til sikkerhetsfokus på land også i andre bransjer"* *"Viktige ressurser for oss er tilgang på kapital hvor vi har sett at de lokale bankene tror på oss. Vi gjør oppkjøp og investerer der vi ser vi kan få synergieffekter"* *"Vi investerer i kompetanse i form av å alltid ha lærlinger inne. Vi bygger opp den kompetansen som er nødvendig"* *"Vi samarbeider også med konkurrentene som kan tilby det samme eller litt annet og bli slagkraftige"*

En underleverandør i oljeindustrien sier at *"den viktigste ressursen er kunderelasjoner, gode relasjoner til våre kunder"* *"Vi har vist kundene at vi kan levere og at vi gjør en god jobb"*

*”Tilgangen til det vi trenger er god, vi har folk med kompetanse. Vi utvikler egne ansatte, oljerelatert utdanning har man ikke i Haugesund”.*

En representant fra byggebransjen sier at *”regelverk og prosesser er blitt ekstremt komplekst, vi har dratt opp kvalifikasjonskravet”.*

En informant fra industrien mener at *”det er mye industrikunnskap i regionen som er veldig positivt”* *”Rimelig knallhardt å skaffe ingeniører, stor utfordring i forhold til Stavanger”* *”etter hvert som det vokser frem en industri og flere aktører kommer til, så lærer man og bransjen blir mer og mer spisset mot hvordan man ønsker å gjøre det”* *”mye industrikunnskap i regionen som er veldig positivt”*

*Billigere å bo her, skrikende behov for arbeidskraft, sliter på vegne av våre kunder å finne gode nok kandidater, ikke flust med kandidater på de gode stillingene. De med tilknytning til regionen er lettest å få tilbake*

### Veger/infrastruktur

Noen informanter fremhevet et fokusområde som flere i regionen er opptatt av *Enda bedre muligheter hvis vi får på plass en ny infrastruktur/veger*

*Felles agenda på tvers av kommunene er veg, havn.*

*Greit å være her, lett å finne nye områder, ikke så fullt som i Stavanger.*

*Ikke noe problem med transport. Det er veger og vi kjører det vi trenger ut til kunder*

*Vi har viktige områder å samles om som infrastruktur, vegnett.*

Den viktigste ressursen er mennesket og kompetansen. Teorien om endogen vekstteori viser til både teknologisk fremgang og økt humankapital som kilder til økonomisk vekst. Bæreren av økt kunnskap kan være bedriftenes interne systemer, men i bunn og grunn mennesket som har slik kompetanse iboende. Samtlige bedrifter ser på den menneskelige ressursen som utfordrende å få tak i og opplever konkurranse med andre regioner. Derimot kan det se ut som det finnes samarbeid også mellom konkurrerende bedrifter, om personell. Noen bedrifter låner ansatte av hverandre når oppdragsmengdene når toppen. I følge teorien er dette nettopp



utvikling av stedlig kompetanse som følge av samarbeid om knappe ressurser. Ansatte som får brukt kunnskapen sin i flere bedrifter og under ulik ledelse, vil styrke sin kompetanse. I tillegg beholdes kompetansen i området siden det er innenfor arbeidsmarkedet og regionens definerte grenser.

Vegnett og infrastruktur påvirker arbeidsmarkedet i form av at bedre veier som korter ned reisetiden gjør av man kan nå over større avstander innenfor samme reisetid. Det skaper igjen nye muligheter for samarbeid med nye partnere. På den annen side kan det bli en trussel i form av lekkasje.

### Næringsparker

Noen informanter fremhever at det er en styrke å etablere næringsområder i regionen hvor konkurrerende og komplementære bedrifter kan etablere seg.

*En representant fra subsea-miljøet sier at en viktig ressurs er "næringsutvikling gjennom tilgang til tomter. Lokalisere flere bedrifter i samme bransje på samme sted. Næringsparker må tiltrekke seg bedrifter innenfor samme bransje, gjerne fra sør-fylket. Det er et kommunalt ansvar og kommunal oppgave å få businessen til å komme her. Ta ut næringstomter med tilhørende bedrifter innenfor samme bransje. Ikke tilfeldig plassert som oljeservice ved siden av kleskjeder osv. Hadde vi vært i en næringspark eller område med flere innenfor oljeservice så hadde det vært en kjempefordel for bedriften og regionen" "Regionen har næringsparker med plass. Det begynner å bli fullt i sør-fylket så flere kan etablere seg her oppe. Vi må få venner å leke med i samme område. Det blir lettere å samarbeide, vi drar nytte av kompetansen og begynner med dem på andre siden av gaten. Kompetansen flyter i regionen"*

*En annen informant fra industrien sier at vi må "diskutere hvilke næringsklynger man skal ha, hvilke bedrifter og synergier. Typisk for Haugalandet å samle ulike typer bedrifter i samme området. Det hadde vært mer naturlig å samle bedrifter og skape synergieffekter.*

*Næringsparker med for sammensatte bedrifter blir for komplekst og vanskelig å hente synergier. Det bør være samme type bedrifter, konkurrenter eller komplementære. Ikke noe problem å ha konkurrenten rett over gata, det bare trigger til å jobbe bedre" "Burde vi vært på Gismarvik, er det den nye plassen hvor alt skjer, hvor verdiskapingen kommer. Alle kjemper om sin egen plass i dette her"*

En representant som leverer til blant annet oljeindustrien sier *”Haugesund er presset på områder. Kunne løst noe ved tettere samarbeid mellom Haugesund og Karmøy og utviklet næringsområder på grensen av kommunestrukturen. Det må modnes. Karmøy er fortsatt sju kommuner innad, men én utad”*

Næringsparker kan som tidligere nevnt stimulere til samarbeid. De fremmer etablering av kompetansemiljøer. Flere mener at betingelsen må være at næringsparkene tilrettelegges for bedrifter innenfor samme næring. Keating (1998) viser til utviklingen som har gått fra statlige subsidier og bevilgninger til å styrke regioner for næringsutvikling. Regional utvikling og klyngedannelse er en del av virkemidlene.

#### **4.4 Innovasjon**

På spørsmål om innovasjon er det veldig få av informantene i dette studiet som har konkrete eksempler på innovasjon. Et eksempel kommer tydelig frem fra en industribedrift gjennom *”vi produserer på egne patenter”*.

Representanten fra et rederi sier at det er *”viktig å være tett på fagmiljøene. Vi har ofte behov for å møtes ansikt til ansikt å diskutere løsninger. FoU i form av søknader og rapportering har vi ikke tid til å være med på. FoU for oss inngår i den daglige aktiviteten. Innovasjon er integrert i den daglige driften”*

Informanten i oljeservicenæringen sier *”det går fortere når du kan sette deg ned med leverandøren og ikke må reise halve dagen”*

I et bemanningsselskap tenker man *”innovasjon i konseptualisering, utvikling og nytenking. Hvordan få bedre konsepter enn konkurrentene”* *”Innovasjon kommer gjerne fra innspill fra en mengde kunder når vi jobber frem prosesser sammen med kunder”*

En annen industribedrift anser ikke innovasjon som vesentlig i sin virksomhet *”småteri rundt prosesser og programmer”*

*”Viktig å være tett på samarbeidspartnere. Vi trenger løsninger hurtig, lett å sette oss ned med dem, trenger ikke være vegg-i-vegg med dem, men lokalisert i samme region er en fordel, korte avstander her i forhold til å være i andre deler av landet.”*

*”Innovasjon: kjøpe bedrifter, rendyrke næringsområder. Hva er vi spesielt gode på og det skal vi drive videre.”*

### Samarbeid med konkurrenter

Informant nummer 1 *”Vi samarbeider med konkurrenter og finner områder som man kan samarbeide med konkurrent om. Det kan danne klynger som maritim sektor i andre bransjer, men skal ikke være prissamarbeid eller regulere markedet”.*

Informant nummer 6 *”Hvis vi skal samarbeide med en annen bedrift, gjør vi det fordi det gagnar oss selv, ikke fordi vi skal fremme regionen. Vi er ikke negative hvis noen vil ha et sånt samarbeid, men vi har ikke kapasitet til å fronte det.”*

Informant nummer 7 *”Samarbeid: ikke så viktig med fysisk nærhet. Vi leier inn og integrerer i driften. Ellers blir oppdrag ”satt ut” til selvstendige underleverandører”*

Dette studiet har ikke avdekket noe utstrakt bruk av innovasjon. Det kan virke som om innovasjon oppstår i søken etter gode løsninger hvor summen av de små stegene plutselig en dag er konkurransefortrinnet som skaper verdier for bedriften. Det er imidlertid én bedrift som sier at de produserer på egne patenter. Ellers kan det se ut som om innovasjon inngår i den daglige driften

## **4.5 Regionsnivået**

Det er ikke gitt at regionsnivået er viktig for bedriftene. På spørsmål om regionsnivået er viktig svarer en informant at *”For vår del er regionsnivået premissgiver. Det blir laget en regionalplan som sier noe om hva man kan gjøre, hvor man kan gjøre det osv og det gjelder for hele næringslivet. Du kan ikke ha en kommuneplan som er i konflikt med regionalplanen”.*

En annen informant sier at ”... det er viktig å ha en sterk region i ryggen. Og vise at du kommer fra en plass hvor folk får ting til.” En annen uttalelse er at ”Vi følger med i de kommunale planene, vekstambisjonen til kommunene, hvor er det de ønsker å utvikle seg. ... det viktigste for oss er beliggenheten. En annen sier at ”Regionalt nivå blir viktigere og viktigere, sentrumsutvikling, hovedtrafikkåren gjennom Haugesund ...”

Blant de informantene som uttrykker at regionsnivået ikke er viktig uttaler en at ”Vi er veldig internasjonale... Vi trenger egentlig ikke være i Norge... Det som er med å være i Haugesund er tilgang til lang tradisjon med sjøfolk og kompetansen i området” En annen informant sier at ” Nei, det er ikke så viktig å være akkurat her, vi kunne likeså godt være i Stavanger. Så det regionale nivået er ikke så viktig. Det viktigste er den kompetansen vi er på jakt etter”

Kommentar: Noen legger vekt på at fylkeskommunale planer er viktige, mens andre legger vekt på samarbeid som skapes mellom bedrifter. Regionsnivået kan altså være Ut fra disse uttalelsene vil jeg bemerke at for noen bedrifter oppleves regionsnivået vesentlig for bedriftens eksistens og vekst. På den annen side uttaler noen bedrifter at regionsnivået ikke er viktig for bedriften. Likevel er det viktig med kompetansen i regionen. Begge de to som uttrykker at regionsnivået ikke er viktig for bedriften, ser likevel at den kompetansen som finnes her i regionen ikke vil være like tilgjengelig dersom bedriften skulle flytte til et annet sted i landet eller ut av landet. De bedriftene som mener regionsnivået er viktig og til og med premissleverandør er avhengig av landområder for vekst. Regional- og kommuneplaner er dermed vesentlig for bedriftens videre vekst.

Dersom man ser på sammenhengen mellom hvor bedriftenes beslutningstakere er lokalisert og hvor viktig det regionale nivået er for bedriften, kan man antyde noen grupperinger som kunne vært interessante å studere videre ved en senere anledning.

*Bedriften er etabler her fordi de er født her, bor, lever og trives her.*

Informant nummer	Lokal beslutningstaking	Ekstern beslutningstaking
1	Beslutningstaking lokal	
2	All beslutningstaking er i Haugesund	
3		Beslutninger tas i Stavanger
4	Lokal beslutningstaking	
5		Skjer en forskyvning av beslutningstaking ut av regionen
6	All aktivitet er lokalisert her, også beslutningstaking	
7		Beslutningsmyndigheten sitter i Oslo

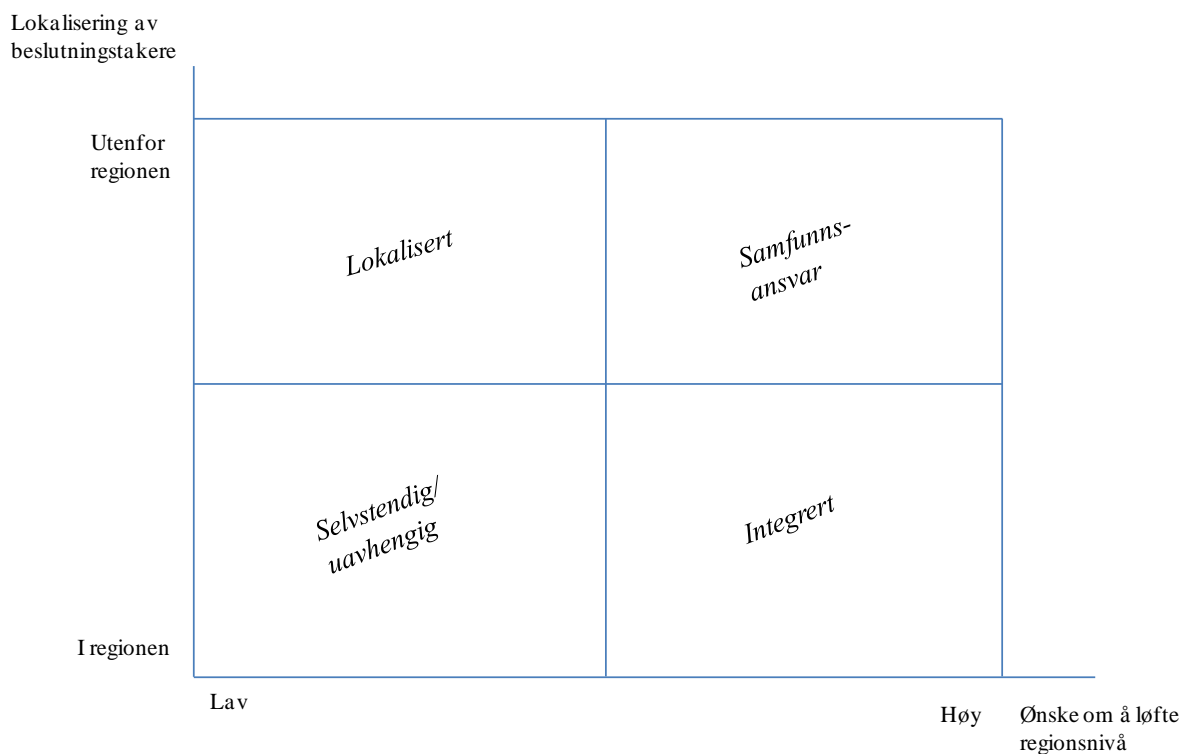
Tabell 3 - Lokalisering av beslutningsmyndigheten i bedriftene

I boksen *selvstendig/uavhengig* karakteriseres bedriftene av at beslutningstakerne er lokalt forankret og informantene sier at regionalt nivå ikke er viktig for bedriften. Informantene sier de løser utfordringer internt i bedriften som for eksempel FoU-aktivitet og intern opplæring. Boksen kalles derfor *selvstendig/uavhengig* og med det menes at bedriftene anser seg som relativt fristilt i forhold til regionsnivå.

I boksen *integrert* kjennetegnes bedriftene av å ha lokalt forankrede beslutningstakere, ha et stort engasjement i å løfte regionen og ser potensiale i økonomisk vekst for bedriften ved å bidra til regional utvikling. Ved å kalle boksen *integrert* menes å beskrive bedrifter som er lokalt forankret, spiller på lokale samarbeidspartnere, utarbeider løsninger gjennom lokalt samarbeid og ser verdien i å ”dra” hverandre opp gjennom samarbeid.

I boksen *samfunnsansvar*, plasseres bedriften som har beslutningstakere utenfor regionen, men som likevel ønsker en sterk forankring i det lokale miljøet. Bedriften ser potensiale i å bygge nettverk med konkurrenter for å bygge kompetanse og fagmiljø.

I boksen *lokalisert* kjennetegnes bedriftene med ekstern beslutningstakere, som utvikler konsepter eksternt, har minimal grad av innovasjonsskapende arbeid lokalt og preges av å ha ferdige løsninger og som ”rulles ut” lokalt. Med *lokalisert* forstås at bedriften etableres med ferdige konsepter i motsetning til å utarbeide løsninger i lokalmiljøet, som de bedriftene i boksen *integrert*.



Figur 4 - Bedriftenes relasjon til regionsnivå

Denne boksen illustrerer hvordan ulike bedrifter plasserer seg. Videre studier kunne fokusert på å utvikle en slik karakterisering av en større andel av privat næringsliv for å se hvilken type bedrifter Haugesundregionen er preget av. Det har betydning for hvor fragmentert eller ensartet privat næringsliv er i engasjement for regionsnivået. Under forutsetning av at det finnes et potensiale i samarbeid om regional konkurransekraft som i neste omgang skal gi bedriftene drahjelp til økonomisk vekst, ser man at flest mulig bedrifter bør være i kategoriene som tar samfunnsansvar eller skaper region gjennom en lokalt forankret og integrert drift.

## 4.6 Myndighetenes rolle

Informantenes meninger om myndighetenes tilrettelegging for næringsutvikling, kom tydelig frem i 2 kategorier. Fylkes- og kommunalpolitikk og kommunestruktur .

### Fylkes- og kommunalpolitikk

Flere informanter uttrykker hvor viktig de regionale og kommunale planene er for driften. Én informant sier *”Bedriftene må forholde seg til et komplisert offentlig aktørbilde. Ulike aktører på offentlig side med kommuner, fylket og stat”*. En annen informant sier *”Ulikheter på Vestlandet. Lokalpolitiske ulikheter for hva fylket tenker og hva kommunale politikere tenker”*. *”Regionsnivået er premissleverandør for vår bransje, regionalplan er styrende for kommuneplan”* En tredje informant sier *”Det offentlige er Alfa og Omega, det hjelper ikke hva de private vil”*. *”Vi jobber inn mot kommuneplan og regionalplan for å tilpasse aktiviteten. Vår drift er avhengig av kommuneplan”* *”Næringslivet kan ha sitt syn, men hvis vi ikke klarer å få kommunisert godt med kommunale myndigheter så kommer vi ingen veg”*

*”Når staten tenker region, så tenker de fylke”* *”Fylkesmannen er plassert i Stavanger og skal uttale seg om hva slags næring vi skal ha på Haugalandet og den skal være plassert uten å lytte til de som faktisk ønsker å gjøre noe her”* *”Fylkesmannen kjenner ikke bevegelsen og bevegelsen i massen, de som tar beslutning er ofte på et overordnet nivå og sitter for fjernt fra beslutningen”*. *”Utfordring når fylket har fått penger til veg, de sitter i Stavanger og har sitt fokus i Stavanger, vi havner litt utenfor”* *”Vi har positiv dialog med de fleste kommuner, men utfordring knyttet til både fylket og fylkesplanen, de regionale planene. Gjeldende fylkesplan er krevende”* *”Det er en utfordring at kommunene ikke vil slå seg sammen. Alle vil gjøre det*

*på sin måte. Kommunene er flinke som lytter til bedriftene i forhold til hvilke ønsker og behov de har”. ”Vi opplever en drakamp mellom sør- og nordfylket om ressurser til infrastruktur, vegnett, transportlinjer”*

*”Norge er ekstremt sentralstyrt, ikke noen kobling mellom lokalt og nasjonalt nivå. Mens regionalt nivå er viktig for å nå frem til nasjonale politikere”.*

*”Vi bruker mye tid på regionalplaner. Det er et viktig dokument for regionen og gir premisser for kommunale politikere og næringsliv”.*

*”Når det gjelder regionale planer bør vi bygge arenaer for diskusjon tydeligere, dialogen må sitte bedre mellom de ulike aktørene. Sist var næringslivet knapt representert, men vi preger regionalplaner mer nå enn sist” ”Felles overlevering til kommunale myndigheter. For mange små foreninger som prøver å gjøre noe og så går ikke de heller i takt og gir ulike signaler i forhold til de som skal forvalte dette” ”Ha ett ansikt og en stemme som viser at vi er en region som vil noe. Troverdighet overfor beslutningstakere” ”Liten representasjon i fylkestinget fra Nord-fylket, vi blir prioritert ned” ”Kommunen er den nærmeste, kortsiktige tilretteleggeren. Så er det fylket, de må bestemme seg for hva de ønsker. Veldig Stavanger-fokusert fylke” ”Om 20 år? Fylkeskommune er borte og vestlandet fra Sogn og Fjordane til Kristiansand ble én region.”*

### Kommunestruktur

*Én informant viser til at ”regionen er fragmentert med mange små kommuner” og sier videre at det er vanskelig å bygge regionen innenfra. ”Mye har stoppet opp fordi Haugesund og Karmøy har ulik agenda” og er videre for kommunesammenslåing. ”Vi kan optimalisere ressursbruken ved å se flere kommuner under ett”*

*”Regionalt potensiale: tettere interkommunalt samarbeid, krevende å forholde seg til så mange kommuner, kommunene er ikke samstemte”.*

*”Kommunestrukturen er en åpenbar utfordring, mange små kommuner”.*

*”Kommunale myndigheter har også etablert arenaer hvor kommunen tenker litt næringspolitisk på tvers av fylkesgrensene, men det er fortsatt et godt stykke å gå. Dersom en region skal gå i en retning må kommunale myndigheter og privat næringsliv avstemme sine syn. Vi har et stort potensiale i regionen”.*



*”For mye kommunal administrasjon innenfor et så lite geografisk område. Regionen evner ikke å stå samlet som region. Likevel har det blitt bedre de siste 5-10 årene”.*

*”Vi må sikre en stor kommune med pondus nok inn mot fylket og nasjonale myndigheter. Hvis vi mislykkes og ikke klarer å stå samlet og ikke klarer å samle og sikre de viktigste fokusområdene, kan regionen bli utarmet og filialby”.*

Oppsummering: Flere av informantene uttrykker hvor viktige regionalplanene er for deres bedrift. Det samme gjelder kommuneplanene. Regionalplanene gir føringer for hva kommunene kan planlegge og kommuneplanene kan ikke gå i mot regionalplanene. Spesielt arealkrevende bedrifter er opptatt av de regionale arealplanene. Uttalelsene kommer i hovedsak fra noen av informantene. Andre informanter nevnte ikke regionalplaner som verken premissleverandør eller som interessant i det hele tatt. Det er interessant å bemerke fraværet av kommentar fra bedrifter som er lokalisert på Haugalandet, men ikke er opptatt av regionalplaner. Det er også sterke meninger fra noen om et Stavanger-fokusert fylke. Noen mener at statlige myndigheter forholder seg til fylket i form av Stavanger og at det er vanskelig å få gjennomslag for nord-fylket. Noen påpeker videre at det er desto viktigere å stå frem som én samlet region. Utfordringen ligger i å samle regionen til en felles stemme mot beslutningstakerne. Noen uttalelser handler om at regionen er for liten til å ha så mange kommuner. Regionen blir for fragmentert, spesielt når kommunene har ulik agenda. Man ser heller nytten av å optimalisere ressursbruken.

Oppsummering:

*Hvilke faktorer fremmer eller hemmer økonomisk vekst og regionsdannelse, og hvordan påvirker disse regional konkurransekraft i Haugesundregionen?*

1. Hvordan karakteriseres Haugesundregionen?

Noen av meningene som kom frem om Haugesundregionen er at den kjennetegnes av gründere som får ting til, folk med kapital. Bedriftene er nok mer opptatt av sine lokale miljø enn av regionalt nivå. Noen mangler engasjement fra bedriftene. Det er for mange interne stridigheter mellom lokale næringsforeninger og kommunenes agenda. Næringsforeningene skaper viktige møteplasser på tvers av næringer og bransjer.

2. Hvordan løses behovet for ressurser nå ressursene er knappe?

Flere bedrifter låner personell til hverandre for å dekke topper i oppdragsmengde. Samarbeid og løsningsorientering gjør at kunnskap flyter mellom bedriftene. Noen løser utvikling av personell internt i bedriften gjennom opplæringsavdelinger.

3. I hvor stor grad er innovasjon en del av driften?

Det kan se ut som om innovasjon inngår i den daglige driften, men mer som problemløsning og effektivisering. Er bedriftene bevisste på å fremheve den nye kompetansen så den blir verdiskapende? Én av bedriftene fremhevet å produsere på patent.

4. Er regionsnivået viktig for bedriftene i Haugesundregionen?

Det kan se ut som om forholdet til regionsnivået er veldig delt mellom bedriftene. Noen uttrykker et stort engasjement, men ser samtidig hvor fragmentert regionen er og vanskelighetene med å samle bedriftene i en felles retning. Flere er nok av den oppfatning at profittmaksimerende bedrifter først og fremst er opptatt av egen forretningsutvikling.

5. Hvordan tilrettelegger offentlige myndigheter for næringsutvikling?

Det blir antydnet at bedriftene i Haugesundregionen opplever et veldig Stavanger-fokusert fylke. Det er vanskelig å bli hørt og litt av problemet her er at Haugesundregionen mangler et felles og sterkt nok talerør for å fremme regionenes interesser.

## 5 Konklusjon

---

Studiet foreslår å forstå regionsdannelse med perspektiv innenfra hvor bedriftenes økonomiske aktivitet og samarbeid er drivkraften til utvikling og vekst. Regioner avgrenset ved gitte kommune- og fylkesgrenser trenger nødvendigvis ikke være sammenfallende med naturlige regioner. Arbeidsmarkedet skaper en naturlig region gjennom hvor langt folk er villig til å reise på jobb. Det er disse menneskene som skal jobbe frem gode løsninger som skaper innovasjon og konkurransekraft, som bor i området og beholder kunnskapen i området. Studiet foreslår videre at det er et skille mellom bedriftene innenfor arbeidsregionen som er stedbundet til området og vil investere tid og energi i å fremme regionen, og de bedriftene som gjerne kunne vært etablert andre steder i landet eller verden. En attraktiv region tiltrekker for eksempel kompetansearbeidskraft som alle bedriftene er tjent med. Profittmaksimerende bedrifter trenger myndigheter som legger til rette for aktivitet. Noen representanter fra næringslivet opplever et Stavangerfokusert fylke og mange små kommuner med ulik agenda for fremtiden. Felles møtearenaer og samarbeidsfora fremheves som kilde til god utvikling i regionen de siste 5 – 10 årene. Det knyttes nye kontakter og er med på å bryte ned kompleksitet i bedriftenes utfordringer. Flere bedriftsledere ser viktigheten av å være lokalisert i en konkurransedyktig region, men det krever et næringsliv som står samlet.

### Strategi på regionsnivå – samarbeid coompetition

Næringslivets samarbeid danner regioner, ikke administrative kommune- og fylkesgrenser. Man kan ikke definere regionsgrensene først og så prøve å skape verdier innenfor disse grensene. Næringslivet må få definere hva som skal til for å hente ut potensialet i bedriftene, så blir myndighetenes rolle å støtte opp om det. Regionen defineres ut fra arbeidsmarkedets reisemønster og den økonomiske veksten til bedriftene innenfor det arbeidsmarkedet.

Myndighetenes forsøk på å konstruere en region gjennom kommune- og fylkesgrenser blir feilslått.

Møtearenaer og ulike nettverk knytter bedriftsledere sammen og skaper møteplasser. Diskusjoner synliggjør felles utfordringer og man kan begynne å finne fellesnevnerer for utfordringer og dermed felles kampsaker.

Regionsnivået ble bemerket som veldig viktig av de fleste respondentene, men ikke så viktig for noen av informantene. Likevel svarte de at kompetanse, som jo er lokalt forankret, er en viktig sak. Kunne dette være en fellesnevner for bedriftene. Utdanning og rekruttering av nødvendig og riktig kompetanse. Kan bedriftene klare å løse dette internt eller skulle man klart å samles for å legge trykk på nasjonale myndigheter om å skaffe midler til utdanningstilbud lokalt.

## Litteraturliste

Aghion, P. & Howitt, P. (2009) *The Economics of Growth*. Cambridge, USA: MIT Press

Barney, J. (1991) Firm Resources and Sustained Competitive Advantage, *Journal of Management*, Vol 17, No 1, s 99 – 120.

Breschi, S. & Malerba, F. (2006) *Clusters, Networks, and Innovations*. Oxford: Oxford University Press

Busch, T. (2013) *Akademisk skiving* Bergen: Fagbokforlaget.

Combes, P., Mayer, T. & Thisse, J. (2008) *Economic Geography – The Integration of Regions and Nations*. Oxfordshire, UK: Princeton University Press.

Creswell, J. W. (2009) *Research Design* Thousands Oaks, CA: Sage.

Dyer, J. & Singh, H. (1998) The Relational View: Cooperative Strategy and Sources of Interorganizational Competitive Advantage, *The Academy of Management Review*, vol. 23, no. 4, p. 660 – 679.

Ellingsen, W. & Leknes, E. (2008). *Regionalisering: En diskusjon av teoretiske perspektiver*. Prosjektrapport nr. 22/2008, Agderforskning.

Fitjar, R. (2010) *The Rise of Regionalism*. New York: Routledge.

Frankfort-Nachmias, C. & Nachmias, D. (2008) *Social Sciences* New York: Worth Publishers.

Fujita, M., Krugman, P. & Venables, A. (1999) *The Spatial Economy: Cities, Regions and International Trade*. Cambridge, USA: MIT Press.

Gulati, R. (2007) *Managing network resources: alliances, affiliations and other relational assets*, Oxford: Oxford University Press.

Gulati, R., Nohria, N. & Zaheer, A. (2000) Strategic Networks, *Strategic Management Journal*, Vol. 21, No. 3, pp. 203-215.

Held, D., McGrew, A., Goldblatt, D. and Perraton, J. (1999) *Global Transformations: Politics, Economics and Culture*, Cambridge: Polity.

Hægeland, T. (2000). "Ny" vekstteori: Et nytt forskningsprogram eller naturlig utvikling.

Hentet fra Statistisk sentralbyrå:

[http://www.ssb.no/a/publikasjoner/pdf/notat\\_200056/notat\\_200056.pdf](http://www.ssb.no/a/publikasjoner/pdf/notat_200056/notat_200056.pdf)

Johannessen, A., Kristoffersen, L. og Tufte, P. A. (2004) *Forskningsmetode for økonomisk-administrative fag* Oslo: Abstrakt forlag.

Keating, M. (1998) *The New Regionalism in Western Europe*. Cheltenham, UK: Edward Elgar.

MacKinnon, D. & Cumbers, A. (2007) *An Introduction to Economic Geography – Globalization, Uneven Development and Place*. Essex: Pearson Education Ltd.

Maddison, A. (2001) *The World Economy: A Millennial Perspective*. Paris, OECD.

Omahe, K. (1995) *The End of the Nation State: The rise of regional economies*. London: HarperCollins

Peteraf, M. (1993) The Cornerstones of Competitive Advantage: A Resource-based View, *Strategic Management Journal*, Vol 14, p 179 – 191.

Porter, M. (1990) *The Competitive Advantage of nations*. London: Macmillan

Romer, P. (1990) Endogenous Technological Change, *Journal of Political Economy*, 98, p. 71 – 102.

Scott, A. J. & Storper, M. (1992) *Pathways to Industrialization and Regional Development*. London: Routledge.

Solow, R (1956) A Contribution to the Theory of Economic Growth *The Quarterly Journal of Economics*. Vol. 70, No.1., pp. 65-94 hentet fra [http://faculty.lebow.drexel.edu/LainczC/cal38/Growth/Solow\\_1956.pdf](http://faculty.lebow.drexel.edu/LainczC/cal38/Growth/Solow_1956.pdf)

St. mld. Nr 21. 2005-2006 *Hjarte for heile landet Om distrikts- og regionalpolitikken*. Hentet fra [http://www.regjeringen.no/nb/dep/kmd/dok/regpubl/stmeld/20052006/stmeld-nr-21-2005-2006-.html?regj\\_oss=1&id=200605](http://www.regjeringen.no/nb/dep/kmd/dok/regpubl/stmeld/20052006/stmeld-nr-21-2005-2006-.html?regj_oss=1&id=200605)

Tägil, S. (1992) *Europa – historiens återkomst*. Hedmora: Gidlunds Bokforlang.

Wernerfelt, B. (1984) A Resource-based View of the firm, *Strategic Management Journal*, Vol 5, p. 171 – 180.

Wit, B. & Meyer, R. (2010) *Strategy: Process, Content, Context, an International Perspective*. Hampshire, UK: Cengage Learning EMEA.

Yin, R. (1994) *Case Study Research, Designs and Methods*. London: PublicSage

## Vedlegg

### Forespørsel om deltakelse i forskningsprosjektet *”Næringslivet og strategisk samarbeid om regional utvikling”*

#### **Bakgrunn og formål**

Studiet har som formål å finne mangfold i meningene om hvordan næringslivet forholder seg til felles regional utvikling for Haugalandet. Prosjektet er et kvalitativt masterstudie tilknyttet universitetet i Stavanger, Strategi og ledelse.

Utvalget er basert på en antagelse om hvilke bedrifter som samlet kan tilføre mangfold i synspunkter representert ved leder på strategisk nivå.

#### **Hva innebærer deltakelse i studien?**

Deltakelse innebærer intervju på ca 45 – 60 min med lydopptak. Spørsmålene er delt inn i 3 hovedområder; 1) Dagens situasjon for bedriften mht lokalisering av aktiviteter, ressursbehov/ressurstilgang, 2) Forhold til omgivelsene på regionsnivå, nettverk 3) Fremtidsvisjon bedrift-region.

#### **Hva skjer med informasjonen om deg?**

Alle personopplysninger vil bli behandlet konfidensielt. Lydfiler vil bli behandlet kun av student (som også er intervjuer). Enkeltutsagn kan bli diskutert på faglig nivå med veileder ved UiS.

Masteroppgaven skal etter planen leveres 15. juni 2014 og alle lydfiler blir slettet når sensuren for oppgaven er gitt.

#### Frivillig deltakelse

Det er frivillig å delta i studien.

Dersom du ønsker å delta eller har spørsmål til studien, ta kontakt med

Marit Mellingen Nilsen, mobil 957 05 856

Student ved UiS

Studien er meldt til Personvernombudet for forskning, Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste AS.



## **Intervjuguide**

Utvalget av informanter:

Beslutningstaker på strategisk nivå i bedriften.

### Meg

Presentere meg selv

Presentere oppgaven

Informere om lydopptak

Informere om anonymisering i oppgaven

Informere om tidsrammen for intervjuet

### Informant

Informanten presenterer seg selv

Fortelle om sin rolle i bedriften

Fortelle kort om bedriftens visjon og strategi

### Dagens situasjon for bedriften

1. Beskriv regionen slik du opplever den i forhold til din bedrift.
  - Geografisk
  - Politisk
  - Kultur/identitet
  - Offentlig sektor
  - Kunnskapstilbydere/tilgang på kompetanse
  - Næringsliv
2. Hvilke aktiviteter i bedriften er lokalisert i denne regionen?
  - Administrative, produksjonsrelaterte, strategiske, operasjonelle
  - Hvilke kriterier avgjør hvor aktiviteten lokaliseres
3. Hvem avgjør hvor ulike typer aktiviteter skal lokaliseres, hvor er beslutningstakerne lokalisert?
4. Hvordan vil du beskrive konkurranseevnen for din bedrift her i regionen
  - Nå, før, hva har påvirket endringen
5. Hvilke ressurser er viktige for bedriften?
  - Materielle; eiendom, bygninger, (rå)materialer, infrastruktur
  - Immaterielle; kompetanse, kapabiliteter, kultur/holdninger, relasjoner, rykte
6. Hvordan er tilgangen på disse ressursene i regionen?
7. Hvordan vil du beskrive muligheten for å utvikle nødvendige ressurser?
8. Hvor viktig er regionalt nivå for din bedrift?

## Relasjon til omgivelsene, forholdet bedrift og region

9. Hvordan er bedriftens samarbeidsformer i dag?
  - Hvem: Hvilke aktører, (industrielle aktører, premissleverandører)
  - Hvorfor: Hvilket formål, (synergi av ressurser, verdikjede, posisjonering)
  - Hvilke faktorer påvirker samarbeidet, (regler, koder, tema, agenda, adferd, tid, ubalanse mellom aktørene, samarbeidsfrekvens, maktbalanse)
  - Hvordan er relasjonen strukturert, (marked/hierarki)
10. Er bedriften hovedsakelig knyttet til regionalt, nasjonalt, globalt marked?
  - Marked; definer hvilken bransje bedriften er knyttet til
  - Fortell
11. Hvor viktig er det med fysisk nærhet mellom samarbeidsbedrifter?
  - Fortell om samarbeidsformer mellom din bedrift og andre bedrifter i forhold til fysisk nærhet (innovasjon vs standard leveranser)
12. Kan du nevne noen regionale forhold som er verdifulle for din bedrift?
  - Høy/lav tilgang i regionen
  - Hvilke eksterne muligheter tilfører regionen bedriften?
13. Kan du nevne noen regionale forhold som bedriften mangler?
  - Høy/lav trussel i regionen
  - Hvilke eksterne utfordringer må din bedrift forholde seg til i regionen?
14. Hvilke styrker har bedriften som den tilfører omgivelsene?
15. Hvilke utfordringer kan bedriften overkomme gjennom samarbeid med bedrifter i regionen?
  - Hvilke typer samarbeid
16. Har du eksempel på lokalt samarbeid som har skapt innovasjon?
17. Hvilke forhold fremmer/hemmer samarbeid mellom bedriftene i regionen?
18. Er det ønskelig med lokalt samarbeid for å fremme regional utvikling (samfunnsansvar)?
  - Hvem bør initiere
  - Hvem bør sette agenda
  - Hvem bør drive
  - Hvem bør delta
  - Offentlig, privat, kunnskapsbedrift
19. Hvordan vil du beskrive det lokale samarbeidsklimaet?
  - Mellom bedrifter
  - I forhold til offentlige myndigheter

## Fremtidsvisjon

20. Hvilke regionale saker kunne din bedrift vært med og støtte?
21. Hva er regionens største utfordringer?
22. Kan du se potensiale i at bedrifter samarbeider på regionalt nivå?
  - For bedriften
  - For regionen
23. Hvilke forhold må endres for å nå potensialet?