

Christin Svanum

Kunnskapsutvikling i næringslivet

En kvalitativ studie av næringsforeningers arbeid, og hvordan dette arbeidet kan påvirke kunnskapsutviklingen i næringslivet



Universitetet i Sørøst-Norge

Handelshøyskolen

Institutt for økonomi, historie og samfunnsfag

Postboks 4

3199 Borre

<http://www.usn.no>

© 2024 Christin Svanum

Denne avhandlingen representerer 30 studiepoeng

Sammendrag

Denne studien har hatt som formål å skape et bilde av hvordan næringsforeninger kan bidra til at deres medlemmer utvikler sin kunnskapsbase – da altså hvordan foreningene kan bidra til kunnskapsutvikling. Når det i denne oppgaven har blitt snakket om kunnskapsutvikling, har det referert til hvordan vi kan bruke våre relasjoner til å dele informasjon – og på denne måten bruke våre relasjoner til å utvikle ny kunnskap. Slik har det blitt relevant å se på hvordan næringsforeningene skaper møteplasser for sine medlemmer, hvor det kan dannes relasjoner, og medlemmene kan dele informasjon og kunnskap med hverandre.

Gjennom intervjuer, da både strukturerte intervjuer med åpne svar og semistrukturerte intervjuer, og observasjoner, har jeg innhentet data som skulle kunne hjelpe meg med å utvikle et svar på min problemstilling; «*Hvordan bidrar næringsforeningene i kunnskapsutviklingen til sine medlemmer?*». Gjennom å koble mine egne funn opp mot funn fra tidligere forskning og teori – som da har omhandlet nettverksteori, kunnskapsutvikling og næringsforeninger/metaorganisasjoner – har jeg kunnet danne meg et bilde av hvordan næringsforeninger som en helhet kan bidra til kunnskapsutvikling.

Informantene som har deltatt i denne studien har pekt på hvordan det å skape møteplasser hvor relasjoner kan skapes, er viktig når det kommer til kunnskapsutvikling. Det blir også pekt på hvordan dette er en av næringsforeningenes viktigste oppgaver – bidra som koordinator og opprette møteplasser. Funnene i min empiri viser til viktigheten av relasjoner når det kommer til kunnskapsutvikling, men viser også til at en er avhengig av at deltakerne er villig til å dele seg imellom, og at en er motivert til å bruke tid og ressurser.

Mine empiriske funn støtter opp om, og viser likheter med hva som er presentert i funnene fra tidligere forskning og teorien i det teoretiske rammeverket. Dette er relevant og vise til, da jeg har en teoretisk rekonstruerende oppgave som har som formål å bygge videre på det som tidligere har kommet frem fra andre forskere og forfattere.

Antall ord i oppgaven: 19906

Innhold

SAMMENDRAG	2
FORORD	6
KAPITTEL 1: INNLEDNING	7
1.1. TEMA OG PROBLEMSTILLING	7
1.1.1. TEMA	7
1.1.2. PROBLEMSTILLING	8
1.1.3. BEGRUNNELSE FOR VALG AV TEMA	8
1.2. BEGREPSAVKLARINGER	11
1.2.1. KUNNSKAP OG KUNNSKAPSUTVIKLING	11
1.2.2. NÆRINGSFORENINGER	12
1.2.3. EKSPLISITT KUNNSKAP.....	12
1.3. AVGRENSNINGER	13
1.4. OPPGAVENS STRUKTUR	14
KAPITTEL 2: TIDLIGERE FORSKNING	14
2.1. TIDLIGERE FORSKNING OM NÆRINGSFORENINGER	15
2.2. TIDLIGERE FORSKNING OM NETTVERK OG KUNNSKAPSUTVIKLING ...	16
2.3. TIDLIGERE FORSKNING OM KUNNSKAP OG KUNNSKAPSUTVIKLING ...	18
KAPITTEL 3: TEORETISK RAMMEVERK	20
3.1. NETTVERKSTEORI	20
3.1.1. SOSIALE NETTVERK	21
3.1.1.1. <i>Sosiale nettverk som kanal</i>	22
3.1.1.2. <i>Sosiale nettverk som fellesskap</i>	22

3.1.2. STERKE OG SVAKE BÅND.....	23
3.1.3. BROBYGGERE	24
3.2. KUNNSKAP OG KUNNSKAPSUTVIKLING	25
3.2.1. KUNNSKAPSUTVIKLING GJENNOM SAMHANDLING OG RELASJONER	26
3.2.1.1. Teorien om «BA»	26
KAPITTEL 4: METODE	29
4.1. FORSKNINGSDESIGN	29
4.1.1. PRESENTASJON AV CASER	30
4.2. VALG AV KVALITATIVE METODER	31
4.2.1. INTERVJU	32
4.2.2. OBSERVASJON	34
4.3. UTFØRELSE.....	34
4.4. ANALYSE.....	36
4.5. VALIDITET OG RELIABILITET	37
4.5.1. VALIDITET	37
4.5.2. RELIABILITET.....	39
4.6. ETISK REFLEKSJON	40
KAPITTEL 5: RESULTAT	41
5.1. NÆRINGSFORENINGENE SOM RESSURS	42
5.2. NÆRINGSFORENINGER SOM RELASJONSSKAPER OG BROBYGGER.....	47
5.2.1. RELASJONER MELLOM ANSATTE I ORGANISASJONEN OG MEDLEMMENE.....	48
5.2.2. RELASJON MELLOM MEDLEMMENE	50
5.2.3. NÆRINGSFORENINGENE SOM BROBYGGERE	52
KAPITTEL 6: DRØFTING	54
6.1. HVILKE OPPGAVER UTFØRER NÆRINGSFORENINGENE, OG HVORDAN KAN DE BIDRA TIL Å SKAPE ROM HVOR KUNNSKAP KAN DELES OG UTVIKLES?	54

6.2. HVORDAN KAN NÆRINGSFORENINGENES ROLLE SOM BROBYGGER OG DERES ARBEID MED Å SKAPE RELASJONER BIDRA TIL KUNNSKAPSUTVIKLING?	58
KAPITTEL 7: AVSLUTNING	61
7.1. IMPLIKASJONER FOR VIDERE FORSKNING.....	63
KILDER.....	65
VEDLEGG.....	73
VEDLEGG 1: GODKJENNING FRA NSD/SIKT	73
VEDLEGG 2: INFORMASJONSSKRIV OG SAMTYKKEERKLÆRING.....	75
VEDLEGG 3: INTERVJUGUIDE	80

Forord

Nå er jeg her endelig, ved enden av to svært lærerike år, og med en masteroppgave som er ferdig utarbeidet. Det har vært en lang prosess, men det har kommet mye godt ut av det – både faglig, personlig og sosialt.

Men prosessen med å fullføre studiet, og få en ferdig masteroppgave, ville ikke vært mulig uten hjelpen, tankene og rådene fra de fantastiske menneskene jeg har hatt rundt meg. Det er mange og takke. Først ser jeg det som viktig å takke informantene som har deltatt i denne studien – uten deres bidrag ville denne prosessen blitt vanskelig å gjennomføre, og dere har gitt meg gode og informerte svart som var svært relevant til det jeg ønsket å få svar på.

Videre ønsker jeg å takke min veileder Trond Løyning, som har stilt opp for meg gjennom hele prosessen – både som foreleser og veileder. Takk for gode seminarer og gode veiledninger. Du har bidratt til å bygge meg opp faglig, noe jeg vil få god bruk for videre ut i arbeidslivet.

Jeg ønsker også å rette en takk til mine medelever, som har støttet meg gjennom disse to svært hektiske årene – takk for at dere har motivert meg, og ikke minst hjulpet meg når jeg har hatt behov for det. En ekstra stor takk ønsker jeg å rette til Nathalie, Emma, Thilda og Martin – dere har vært ekstremt forståelsesfulle og hjelpsomme. Dere har vært min grunnmur gjennom studieløpet, og dere har holdt ut med klaging når jeg har vært stresset og nervøs.

Helt til slutt ønsker jeg å rette en stor takk til min sønn Wetle, min kjæreste Christian, venner og familie. Takk for at dere har holdt ut med meg de siste årene, og spesielt det siste halve året. Jeg har ikke alltid vært like lett å omgås, men dere har virkelig stått på for meg og vist meg kjærlighet. Dere er alle fantastiske.

Drammen, mai 2024

Christin Svanum

Kapittel 1: Innledning

1.1. Tema og problemstilling

1.1.1. Tema

Tematikken i denne oppgaven er satt til å omhandle *kunnskapsutvikling i næringslivet* – nærmere bestemt hvordan næringsforeninger kan bidra til kunnskapsutvikling hos sine medlemmer. Kunnskapsutvikling som fenomen er noe som stadig blir diskutert i samfunnet, og dette kan være fordi vi bor i et samfunn som kan beskrives som et «kunnskapssamfunn». Den kunnskapen vi som enkeltpersoner har, spiller større og større rolle, og grunnet endringer i samfunnet kreves det at vi til stadighet utvikler den kunnskapen vi har iboende (Nonaka, 1994, s. 14).

I et slikt kunnskapssamfunn, som vi nå lever i, har kunnskap blitt til makt og en er helt avhengig av denne makten for å kunne ha et suksessfullt og innovativt næringsliv. På denne måten blir enkeltindividets, organisasjonens og nasjonens evne til å utvikle kunnskap helt avgjørende for den suksessen man oppnår i næringslivet. For at næringslivet skal kunne følge med, eller henge på, de omstillingene og endringene som skjer i samfunnet må en tilegne seg kunnskap – og derfor har kunnskapsutvikling som fenomen skutt fart (Gotvassli, 2015, s. 175).

For å kunne ha et konkurransedyktig og innovativt næringsliv i Norge, er en avhengig av kompetente aktører, og av arenaer for utveksling og utvikling av kunnskap (Regjeringen, 2021). Næringslivet og dets interesser er viktig for kommuner, regioner og nasjonen - og for å ivareta næringens interesser har, det blitt opprettet næringsforeninger. Dette er organisasjoner som er opprettet som en ressurs for næringslivet i sitt område, og de skal blant annet starte opp og koordinere arenaer hvor næringslivet skal kunne utvikle seg. Ved å opprette slike møteplasser, kan næringsforeningene bidra til utvikling av kunnskap og kompetanse blant sine medlemmer (Næringsforeningen i Drammensregionen, u.å; Næringsforeningen i Kristiansandsregionen, u.å). Næringsforeningene blir dermed en ressurs som kan bidra til

innovasjon og et sterkere næringsliv. Funn i tidligere forskning viser at flere og flere organisasjoner og næringsaktører velger å ta i bruk næringsforeningene som ressurs. På denne måten får de hjelp til å samhandle med andre aktører og organisasjoner, og det blir skapt relasjoner som kan være vesentlig når det kommer til utvikling og innovasjon (Ahrne & Brunsson, 2005, s 429 - 435).

1.1.2. Problemstilling

Hovedformålet med denne oppgaven er å få en grunnleggende forståelse av hvordan næringsforeninger arbeider for å utvikle kunnskap i næringslivet. Ved bruk av relevant forskning og teori, sammen med innsamlet empiri gjennom intervju og observasjon, ønsker jeg å gi svar på følgende problemstilling;

«Hvordan bidrar næringsforeningene i kunnskapsutviklingen til sine medlemmer?»

For å lettere kunne svare på problemstillingen, har jeg valgt å utarbeide to underproblemstillinger. Tidligere forskning, teori og intervju spørsmål er utarbeidet ved hjelp av disse;

- Hvilke oppgaver utfører næringsforeningene, og hvordan kan de bidra til å skape rom hvor kunnskap kan deles og utvikles?
- Hvordan påvirker næringsforeningenes rolle som brobygger, og deres arbeid med å skape relasjoner kunnskapsutviklingen?

1.1.3. Begrunnelse for valg av tema

Kunnskap og kunnskapsutvikling som fenomen har vært viktig for nasjoner og nasjoners næringsliv gjennom mange år, og det har vært, og er fortsatt et svært aktuelt tema.

Tankegangen har vært den samme - for å kunne henge med økonomisk, eller ha et næringsliv som er suksessfullt, må man sette søkelys på kunnskapen, og utvikle denne slik at man kan håndtere de omstillingene som skjer i samfunnet (Gotvassli, 2015, s. 175; Nonaka, 1994, s.

14; Regjeringen, 2021). Arbeidet med å jobbe mot innovasjon og prosessen med å utvikle ny kunnskap, ligger hos næringslivet selv - men det politiske Norge skal legge til rette for at næringen skal kunne utvikle seg (Nærings – og handelsdepartementet, 2012, s. 24).

Ikujiro Nonaka (1994) beskrev på den tiden at vi lever i det han kalte et kunnskapssamfunn, og at vi måtte endre vår tankegang for å kunne henge med i de utviklingene og endringene som skjedde i vårt samfunn (Nonaka, 1994, s. 14). Gro Harlem Brundtland, en av våre tidligere statsministere, beskrev i 1995 hvordan land som ikke legger vekt på kunnskapsutvikling vil bli hengende bakpå. Hun skrev at Norge som nasjon burde gå foran når det gjaldt kunnskapsutvikling – dette ville være nødvendig for fremtidsutsiktene for Norge som nasjon skulle være lovende og et land i utvikling (Brundtland, 1995, s. 144 – 145).

Uttalelsen fra den tidligere statsministeren viser at Norge som land har måtte tilpasse seg endringer som skjer, og være aktive når det gjelder kunnskapsutvikling. Det samme gjelder det norske næringslivet, som har måttet tilpasse seg etter endrede betingelser som stilles både internt i vårt land og som kommer over våre grenser. Både Norge som en helhetlig nasjon, og vårt næringsliv, har måttet finne nye måter å bruke kunnskap på, for å kunne håndtere de store omveltningene som har skjedd (Nærings - og handelsdepartementet, 2012, s. 13).

I senere tid har statsminister Jonas Gahr Støre også pekt på hvor viktig kunnskap og et godt kunnskapsgrunnlag er for at vi skal kunne fatte gode beslutninger;

«Jeg er statsminister i et kunnskapssamfunn. Og vi trenger kunnskapsgrunnlag for våre beslutninger. Det er en definisjon på Norge der vi er» (Regjeringen, 2023).

Dette viser at aktører som skal fatte beslutninger i det moderne samfunnet er avhengig av riktig kunnskap, da også aktører i næringslivet. På denne måten kan vi si at næringsforeninger vil kunne være en viktig brikke i “spillet”, ved at de skal bidra med å skape gode arenaer og møteplasser for næringslivet hvor en kan dele informasjon med hverandre. Når

næringsforeningene tilbyr sine medlemmer tjenester som har til formål å øke informasjonsflyten mellom medlemmene, kan man si at foreningene vil være en viktig ressurs – en ressurs som ønsker å bidra til samhold og økt kunnskap i næringslivet, slik at medlemmene kan møte og håndtere de endringene som skjer i det globaliserte samfunnet. Ved å organisere kurs, seminarer, foredrag og nettverk vil næringsforeningene kunne bidra inn i medlemmenes faglige utvikling, som vil kunne gjøre de sterkere og mer motstandsdyktige mot store forandringer de kan støte på (Vareide & Storm, 2021, s. 16–17; Næringsforeningen i Drammensregionen, u.å).

Når næringslivet er ansvarlig for å utvikle nødvendig kunnskap selv, vil et medlemskap i en næringsforening kunne lette byrden. Ved at næringsforeningene skal bistå som en koordinator overfor sine medlemmer, og bidra i arbeidet med å skape møteplasser hvor en kan utvikle sine nettverk (Ringerike næringsforening, 2015) – gir det muligheten til å opprette nye relasjoner og bånd som kanskje ikke hadde oppstått om en ikke var medlem i en slik forening.

Næringsforeningene blir dermed en brobygger mellom ulike næringsaktører, og danner nye svake bånd hvor ny informasjon kan tilkomme aktørene (Burt, 2009, s. 39-43). I tillegg er det jo slik at næringsforeninger skal være et talerør for næringen og sine medlemmer, og være en ressurs i politiske anliggender (Ringerike næringsforening, 2015). På denne måten får næringen en støttespiller som står bak de i viktige prosesser, og skaper samhold, og slik sett bidrar næringsforeningene i arbeidet med å gjøre Norge til et land i utvikling – slik som Brundtland skrev om i 1995.

Denne oppgaven skal derfor gå dypere inn på det viktige fenomenet kunnskapsutvikling, og se hvordan næringsforeningers arbeid kan bidra til å skape et næringsliv som kan utvikle seg, slik at de kan håndtere de hurtige omstillingene som skjer rundt dem – og ved å gjøre dette kan vi også si at næringsforeningene og deres arbeid bidrar i arbeidet med å utvikle Norge som nasjon.

1.2. Begrepsavklaringer

1.2.1. Kunnskap og kunnskapsutvikling

Jeg ønsker å undersøke kunnskapsutvikling – rettere sagt hvordan en næringsforenings arbeid kan bidra til kunnskapsutvikling. For at leseren skal kunne sette seg godt inn i oppgaven videre, ser jeg det som nødvendig å definere kort hva kunnskapsutvikling egentlig er.

Kunnskap blir definert på mange måter, men mye av forskningen og teorien på området beskriver begrepet kunnskap som noe vi innhenter gjennom utviklingsprosesser – hvor en innhenter data, som videre skal tolkes og gjøres om til informasjon. Ut ifra informasjonen skal man så kunne hente ut elementer en mener er relevant, som blir til kunnskap. Når en skal transformere informasjon til kunnskap bruker en sine egne indre modeller, erfaringer, verdier og holdninger for å danne kunnskapsgrunlaget. Ved at en bruker sine egne erfaringer og lignende til å skape seg kunnskap fra data og informasjon, vil alle ha et ulikt syn på hva som egentlig er relevant kunnskap (Gotvassli, 2015, s. 20 – 23). Kunnskapen finnes i mange varianter, men det er vanligst å dele mellom taus og eksplisitt kunnskap. Kunnskap som kan knyttes til våre ferdigheter, våre sanser og våre erfaringer er det som blir beskrevet som taus kunnskap. Denne tause kunnskapen er vanskelig å beskrive for andre. På den andre siden har man eksplisitt kunnskap, som kan kommuniseres med andre gjennom språk og symboler (Von Krogh et.al, 2001, s. 21).

For å kunne utvikle både taus og eksplisitt kunnskap, er en avhengig av et samspill mellom disse to kunnskapstypene. Ved å konvertere taus kunnskap til eksplisitt kunnskap, og eksplisitt kunnskap til taus kunnskap, kan en oppdatere kunnskapsbanken sin (Alavi & Leidner, 2001, s. 112). For å få til en slik prosess, er en avhengig av sosial interaksjon mellom mennesker – på denne måten er sosiale møteplasser en viktig faktor (Nonaka, 1994, s. 15). Det har blitt utviklet modeller for kunnskapsutvikling, og disse vil bli presentert senere i oppgaven.

1.2.2. Næringsforeninger

Næringsforeninger er det vi kan kalle metaorganisasjoner, som er organisasjoner opprettet for å ha andre organisasjoner eller enkeltindivider som medlemmer (Gulati et.al, 2012, s. 573; Ahrne & Brunsson, 2008, s. 9 – 10). Det kan også sees på som politisk uavhengige interesseorganisasjoner som er medlems – og samfunnsbevisste (Ringerike Næringsforening, u.å). Gjennom et bredt spekter av arbeidsoppgaver kan næringsforeningene være en viktig ressurs for sine medlemmer. Telemarksforskning (2021) har utført en kartlegging hvor de blant annet har presentert næringsforeninger viktigste oppgaver – og de har påpekt at mye av oppgavene næringsforeninger utfører også kunne vært utført av en kommune (Vareide & Storm, 2021, s. 7). I sitt arbeid ønsker foreningene å skape et sterkt næringsliv, og de jobber for å få sin region til å bli et attraktivt sted, hvor næringsliv har lyst til å etablere seg, og folk har lyst til å bo (Ringerike Næringsforening, u.å). Næringsforeningene er viktig for næringen i sin kommune eller region grunnet at de skaper møteplasser hvor næringene kan møtes, og ikke minst hvor næringene kan møte kommunen. Slik kan vi si at næringsforeninger opptre som koordinatorene – hvor de skal bidra til en god og trygg møteplass hvor man blant annet kan ta opp politiske spørsmål (Vareide & Storm, 2021, s. 7).

1.2.3. Eksplisitt kunnskap

Når det snakkes om kunnskap i denne oppgaven, vil det legges vekt på utviklingen av eksplisitt kunnskap, som av Nonaka (1994) beskrives som den synlige delen av kunnskapens isfjell – noe som kommer av at dette er kunnskap som vi på en enkel måte kan gjøre synlig for andre mennesker, ved for eksempel å bruke ord, symboler og tall (Nonaka, 1994, s. 16). Den eksplisitte kunnskapen kan vi dele og tilegne oss blant annet gjennom skriftlige dokumenter, bøker, presentasjoner, men også gjennom dialog med andre mennesker. I motsatt ende av isfjellet har vi den tause kunnskapen, denne er skult i våre indre modeller – og omhandler erfaringer, ideer verdier og følelser. Denne typen kunnskap er vanskelig å se og den kan lettest dele gjennom å dele erfaringer – som for eksempel ved at en veileder og viser hvordan oppgaver skal utføres (Filstad, 2010, s. 104 – 106).

1.3. Avgrensninger

Oppgavens tema og problemstillingen avgrenser oppgaven i stor grad – ved at jeg viser at oppgaven omhandler næringsforeninger, og på den måten metaorganisasjoner. Videre blir omfanget av oppgaven avgrenset ved at jeg ønsker å undersøke hvordan næringsforeningers arbeid, og da nærmere bestemt de tjenestene de tilbyr, kan bidra til økt kunnskapsflyt. Ut fra disse avgrensningene vil jeg skape en oppgave som har som formål å studere hvordan næringsforeninger arbeider for å utvikle kunnskap hos sine medlemmer, og gjennom intervjuer innhenter jeg informasjon om hvordan næringsforeningene selv mener de arbeider for en slik utvikling. Observasjon, som også har blitt valgt som metode, skal gi meg informasjon som kan underbygge den informasjonene jeg får fra aktørene tilknyttet de ulike foreningene.

Det eksisterer mange næringsforeninger i Norge, og et søk i Brønnøysundregisteret ga et resultat på 757 treff (Brønnøysundregisteret, u.å.). På denne måten blir det viktig å avgrense mitt nedslagsfelt. Det ville blitt en altfor ressurskrevende oppgave å undersøke arbeidet til alle næringsforeningene, og av denne grunn har jeg avgrenset oppgaven til å omhandle næringsforeninger på Østlandet, og mer spesifikt i området rundt Drammen – hvor jeg har mitt tilholdssted. Hvilke næringsforeninger, og hvordan jeg har gjort mitt valg, vil bli presentert under avsnittet «utvalg» i metodedelen.

En videre avgrensning er valget om å kun sette søkelys på den delen av kunnskap som blir beskrevet som eksplisitt kunnskap, altså den kunnskapen vi lett kan spre gjennom bruk av språk, tall og symboler. Taus kunnskap, som er skjult i våre indre modeller, og som spres gjennom å dele erfaringer ville vært for tidskrevende å sette seg inn i (Nonaka, 1994, s. 16; Alavi & Leidner, 2001, s. 110). Når en skriver en masteroppgave har en gjerne begrenset med tid til å utføre forskningsprosjektet sitt – og for å kunne dykke inn i erfaringsbasert kunnskap ville det nok kreve mere tid enn jeg har til rådighet.

Næringsforeningers arbeid har jeg avgrenset til utviklingen av tjenester som kan bidra til å skape møteplasser hvor relasjoner kan oppstå. Dette fordi utviklingen av relasjoner mellom aktører kan bidra til å spre informasjon og kunnskap, slik at ny kunnskap kan utvikles. Det vil

altså legges stor vekt på hvordan næringsforeningen er en ressurs for sine medlemmer ved å legge til rette for rom og kontekster hvor kunnskap kan etableres, deles og utvikles (Von Krogh et.al, 2001, s. 202). I tillegg vil arbeid også omhandle hvordan næringsforeningen kan oppfattes som en brobyggende ledd for sine medlemmer, og hvordan dette kan påvirke medlemmenes kunnskapsutvikling.

1.4. Oppgavens struktur

Denne oppgaven er strukturert inn i fem deler. Først, i kapittel 2, vil jeg presentere *tidligere forskning*, hvor jeg har valgt å avgrense mitt søkt til forskning som omhandler metaorganisasjoner, nettverk og kunnskap. Videre vil kapittel 3 vise oppgavens *teoretiske rammeverk* – her vil modeller og teorier som omhandler sosiale nettverk og kunnskapsutvikling bli presentert. Kapittel 4 er et *metodekapittel*, hvor jeg ønsker å presentere de kvalitative metodene strukturert og semi-strukturert intervju, og ikke – deltakende observasjon. Metodekapittelet vil i tillegg gi en redegjørelse for utvalg, analyseform, databehandling og transkribering. Videre vil jeg presentere *resultatene* av min kvalitative studie i kapittel 5. I kapittel 6 vil funnene fra undersøkelsene bli *drøftet* opp mot tidligere funn fra forskning og teoriene presentert i det teoretiske rammeverket. Til slutt vil jeg i kapittel 7 presentere en *avslutning*.

Kapittel 2: Tidligere forskning

I dette kapittelet ønsker jeg å presentere funn fra tidligere forskningsprosjekter, og funnene som blir presentert vil være svært relevant for å kunne svare på min problemstilling. Først vil jeg presentere funn fra tidligere forskning om *næringsforeninger* – som også vil omhandle funn som omhandler metaorganisasjoner. Dette ser jeg som relevant da næringsforeningene blir beskrevet som metaorganisasjoner og forskningen viser til viktige funksjoner ved slike organisasjoner. Videre vil jeg presentere funn fra forskning omkring *nettverk*, og da hvordan

nettverk kan påvirke kunnskapsutvikling. Til slutt i dette kapittelet vil det bli presentert funn rundt *kunnskap og kunnskapsutvikling*.

2.1. Tidligere forskning om næringsforeninger

Næringsforeninger blir i forskningen beskrevet som «paraplyorganisasjoner» som er opprettet for å ta enkeltindivider og organisasjoner inn under seg som medlemmer. Slike paraplyorganisasjoner blir i forskningen kalt for *metaorganisasjoner*. Metaorganisasjoner har ikke den hierarkisk oppbygning av strukturen som man gjerne finner i mange andre organisasjoner – oppbygningen av strukturen kan beskrives som horisontal. Denne strukturen betyr at alle medlemmer blir sett på som like mye verdt og skal ha lik innflytelse på organisasjonen (Gulati et.al, 2012, s. 573; Ahrne & Brunsson, 2008, s. 9 – 10). De medlemmene en finner i metaorganisasjoner er ikke ansatt i selve organisasjonen, og på denne måten kan de beskrives som juridisk autonome, altså de har rett til å bestemme over seg selv – om de vil være medlem og hvor mye de vil bidra inn i organisasjonen. Ved at medlemmene er autonome, kan de også bestemme fritt når de vil melde seg ut. Et slikt medlemskap, som beskrevet, blir i forskningen beskrevet som en faktor som skaper felleskap og identitet mellom aktører – selv om hver aktør er autonom (Gulati et.al, 2012, s. 573; Ahrne & Brunsson, 2008, s. 11 – 17).

Medlemstallene i metaorganisasjoner kan variere, og forskningen er delt på hvor mange medlemmer en slik organisasjon egentlig skaper rom for. Ahrne & Brunsson (2008) beskriver medlemsmassen i metaorganisasjoner som små, og påpeker at det sjelden er mer enn 100 medlemmer (Ahrne & Brunsson, 2008, s. 16 – 17), men nyere forskning har vist at næringsforeninger kan ha medlemstall som strekker seg til over 1000 medlemmer. Det pekes på at medlemstallen varierer etter hvor stort nedslagsfelt organisasjonene har (Vareide & Storm, 2021, s.15). Videre blir det pekt på at medlemstallene ofte reguleres av geografisk tilknytning, og at det er vanlig for slike organisasjoner og kun ta til seg medlemmer som tilhører et visst geografisk område (Ahrne & Brunsson, 2008, s. 11 – 17). Funn fra forskningen viser også til at medlemmene i en metaorganisasjon, eller en næringsforening, ofte er små – og mellomstore bedrifter (Bennett, 1998, s. 243).

Forskningen viser at metaorganisasjoner, og sånn sett også næringsforeninger, er avhengig av sine medlemmer for å kunne overleve. På denne måten blir det å skape tjenester som kan tiltrekke seg aktører og andre organisasjoner en viktig aktivitet. Foreningene må arbeide for å verve medlemmer og legge til rette for at medlemmene ønsker å bli. Medlemskapet skal ikke føre til merarbeid for medlemmene, og det er næringsforeningens oppgave å sørge for at medlemmene ikke legger inn for mye tid og ressurser i organisasjonen. Hvis medlemmene føler at de må legge inn for mye tid og ressurser i foreningen, vil det kunne føre til at medlemmene trekker seg ut (Ahrne & Brunsson, 2005, s. 433 - 434).

Når tjenestene er viktig for å verve og holde på medlemmer, vil det være relevant å vise hvilke tjenester og oppgaver slike organisasjoner har. Telemarksforskning (2021) har gjennom et forskningsprosjekt om næringsforeninger pekt på at næringsforeningene ønsker å tilby medlemmene sine tjenester som skal bidra til å skape møteplasser hvor en kan skape relasjoner, de ønsker å tilby tjenester for sine medlemmer hvor organisasjonen kan være en representant inn mot offentlige myndigheter, og de jobber for å skape prosjekter og tiltak som skal bidra til å utvikle næringen i sitt område (Vareide & Storm, 2021, s. 16). Der Telemarksforskning sin rapport kun beskriver norske næringsforeninger sitt arbeid og tjenester, beskriver Robert J. Bennett (1998) i sin forskning om næringsforeninger i Storbritannia et lignende bilde – som går på hvordan næringsforeninger skal skape møteplasser og relasjoner gjennom sine tjenester. Bennett beskriver det dithen at næringsforeningene tilbyr sine medlemmer sosiale rom, arrangementer og møter. Videre presiserer han at næringsforeningene arbeider med å informere sine medlemmer gjennom nyhetsbrev, rådgivning og kurs (Bennett, 1998, s. 253 -254). Her kan en se at forskningen viser at tjenestetilbudet, og viktigheten av møteplasser og relasjoner blir trukket frem i både nasjonal og internasjonal forskning rundt næringsforeninger og deres arbeid.

2.2. Tidligere forskning om nettverk og kunnskapsutvikling

Det er mye forskning som omhandler nettverk, og disse forskningsprosjektene ser både på fordeler og ulemper ved slike relasjoner og samhandlinger. Det er en ting all forskningen har

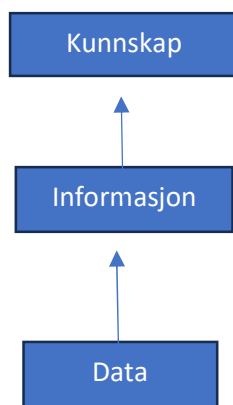
til felles – den presiserer at det er store fordeler med samhandling, og da gjerne mellom organisasjoner (Svanum, 2023, s. 5). Ulas Burkey et.al (2022) skriver i sin rapport «*regionale klynger og nettverk – Ringerike 2021*» om hvordan innovasjon i organisasjoner er viktig, og for at en bedrift skal kunne være innovativ er den avhengig av kunnskap og informasjon. Det blir pekt på hvordan en gjennom nettverk vil kunne tilegne seg den kunnskapen og informasjonen man trenger, og at nettverk dermed er en svært viktig faktor i innovasjonsarbeidet. Nettverk og relasjoner mellom organisasjoner bidrar til å gjøre informasjonsflyten bedre (Burkay et. al, 2022, s. 2 -3). Et slik samarbeid i nettverk, vil være avhengig av at alle i nettverket bidrar aktivt. Om en aktør faller av, for eksempel ved at en ikke prioriterer medlemsmøtene eller de aktivitetene som tilbys, vil gevinsten av å delta i et slikt nettverk falle bort. Om det er slik at aktører eller organisasjoner faller ut av nettverket, vil det kunne påvirke kunnskaps – og informasjonsflyten en er ute etter å øke (Branstad & Pedersen, 2022, s. 5 – 30). Manglende deltakelse i nettverk, og om en faller ut av et nettverk, vil ifølge forskning føre til at en vil kunne oppleve at informasjonsflyten og kompetansedeling blir dårligere – og på denne måten vil innovasjonskraften til organisasjoner synke (Bochma & ter Wal, 2007). Geografisk nærhet vil også kunne være avgjørende for flyten og delingen av kunnskap og informasjon i et nettverk. Når det er geografisk nærhet i et nettverk, vil avstanden mellom aktøren bli kortere, noe som gir informasjonen kortere “reisevei” (Bochma & ter Wal, 2009). Vi kan derfor si at forskningen definerer at de viktigste faktorene for god kunnskapsflyt i et nettverk er at man deltar aktivt i nettverket, altså at en er med å bidra, og at det er geografisk nærhet mellom aktørene.

Hvis et nettverk skal fungere godt, og for at det skal kunne bidra positivt på informasjons – og kunnskapsflyt, vil det kreve mye ressurser og tid – og dermed kan vi si at det krever store kostnader for aktørene eller organisasjonene som deltar. Nettverk krever på denne måten mye arbeid, og en må kunne sette av tid og ressurser, og jo større nettverket er – jo mer vil det kreve av de involverte. Forskingen viser at hvis en legger for mye tid og ressurser inn i relasjonene, vil det kunne føre til at en ikke får høy nok gevinst tilbake for å dekke kostnadene. Derfor vil det være viktig å tilpasse sitt arbeid inn i nettverket etter hva en kan få tilbake (Phelps et. al, 2012).

2.3. Tidligere forskning om kunnskap og kunnskapsutvikling

Studier av kunnskap blir beskrevet som en vanskelig prosess – og begrepet kunnskap har vært et svært diskutert tema. Tidligere forskning på tema spriker litt når det kommer til hva kunnskap egentlig er, men det forskerne kommer til en enighet om, er at kunnskap kan bli definert som en prosess. Denne prosessen blir beskrevet som en indre og ytre prosess - vi henter informasjon fra omgivelsene, noe som gjør at det blir en ytre prosess, men denne informasjonen må tolkes av aktøren som henter inn informasjonen, og på den måten blir det en indre prosess (Alavi & Leidner, 2001, s. 108 – 109; Spiegler, 2000, s. 6; O`Grady, 2012, s. 951).

I senere tid har det blitt presentert en modell som skal illustrere prosessen med å skape kunnskap. Denne modellen tar for seg både indre og ytre prosesser i veien mot kunnskap. Vi samler inn råmateriale (data), disse dataene tolker vi og prosesserer i vårt eget sinn og skaper informasjon vi finner nyttig – vi bruker våre tidligere erfaringer i vår tolkning av dataene – og gjennom informasjonen vi trekker ut skaper vi kunnskap (Alavi & Leidner, 2001, s. 108 – 109). Alavi & Leidner (2001) beskriver denne prosessen som lineær, og denne prosessen kan illustreres slik;



(Modell basert på forskningen til Alavi & Leidner, 2001, s. 109).

Israel Spiegler (2000) er uenig i at vi kan kalle kunnskapsutvikling for en lineær prosess, og uttaler at prosessen i seg selv er en resirkuleringsprosess;

“Yesterday’s data are today’s information, and tomorrow’s knowledge, which in turn recycles back through the value chain into information and then into data”

(Spiegler, 2000, s. 3).

Alle mennesker innhenter data, om det så er gjennom å høre på foredrag eller delta i samtaler med andre mennesker – ja, det kan også være gjennom å lese dokumenter og bøker (Filstad, 2010, s. 104). Gjennom prosesser i våre indre modeller trekker vi ut informasjon fra de dataene vi har fått presentert, og tolker disse gjennom erfaringer vi har opparbeidet oss gjennom livet. Slik finner vi ut hvilken informasjon som er viktig for oss. Når vi har prosessert data og gjort den til informasjon vil vi kunne trekke ut det vi mener er av nytte for oss, og på den måten har vi tilegnet oss kunnskap. Dette er en prosess som gjentar seg hver gang vi kommer i kontakt med noe som kan regnes som data (Spiegler, 2000, s. 2). Dataene vi innhenter kan bli omdannet til det som i forskningen om kunnskap blir taust og eksplisitt kunnskap. Den eksplisitte kunnskapen er noe en kan uttrykke gjennom ord og symboler, noe som gjør den lett å overføre fra en aktør til en annen – da vi gjerne bruker språket til å formidle denne typen kunnskap. Den tauste kunnskapen, er den indre og skjulte kunnskapen. Den blir «lagret» i indre modeller i aktører, og kan beskrives som personlige egenskaper, kvaliteter og erfaringer vi mennesker har tilegnet oss gjennom livet. Denne er vanskelig å kommunisere med språk (Nonaka, 1994, s. 16; Alavi og Leidner, 2001, s. 110).

For at man skal kunne utvikle kunnskap, om det så er taust eller eksplisitt kunnskap, må en ha en kontekst. Ikujiro Nonaka et.al (2000) presenterer derfor teorien om BA, som kort går ut på at en må skape en felles kontekst, eller et felles rom, hvor individer kan samles for å dele, skape, utvikle og utnytte kunnskap (Nonaka et.al, 2000, s. 13). Utviklingen av kunnskap er altså avhengig av felles rom hvor vi kan skape relasjoner – for det er gjennom relasjonene at vi som mennesker kan utvikle og dele kunnskap. Om en skal koble dette opp mot andre relevante elementer i denne oppgaven, kan vi si at nettverk dermed er en kontekst som skal hjelpe aktører med å utvikle sin kunnskap – tidligere forskning om nettverk viser at en gjennom å skape relasjoner i et nettverk kan tilegne seg ny informasjon og utvikle ny kunnskap som kan være nødvendig når det for eksempel kommer til innovasjon (Burkay et. al, 2022, s. 2 -3).

Kapittel 3: Teoretisk rammeverk

Kapittelet om tidligere forskning var bredt og omhandlet mye forskning på relevante områder. For å spisse ned rammeverket, har jeg ved hjelp av funnene i forrige kapittel trukket ut teorier som jeg ser på som vesentlige for å kunne svare på min problemstilling. I funnene fra den tidligere forskningen ble det pekt på hvordan næringsforeninger skulle skape møteplasser for sine medlemmer – altså bidra til plattformer hvor man kan sosialisere seg med andre. På denne måten bidrar næringsforeningene til å knytte relasjoner. Av denne grunn ser jeg det nødvendig å videre redegjøre for teorier som omhandler sosiale nettverk og relasjoner, og hvordan nettverk kan påvirke kunnskapsutvikling. For å kunne koble teoriene om nettverk og kunnskap sammen, ønsker jeg også å utdype teorien om «BA».

3.1. Nettverksteori

I den tidligere forskningen om metaorganisasjoner kommer det frem at slike organisasjonsformer har både enkeltindivider og organisasjoner som medlemmer (Gulati et.al, 2012, s. 573; Ahrne & Brunsson, 2008, s. 9 – 10), men om en går dypere inn i hva organisasjoner egentlig er, vil en finne den forklaringen at organisasjoner også er enkeltindivider – rettere sagt enkeltindivider satt sammen slik at de kan jobbe sammen for å nå et bestemt mål. Altså man skal gjennom sosiale relasjoner til andre mennesker samhandle for å få et resultat. Kort kan vi sammenfatte næringsforeninger til å være sosiale relasjoner av aktører som skal jobbe sammen for å nå bestemte mål (Jacobsen & Thorsvik, 2002, s. 12). I tillegg er en av de viktigste oppgavene til næringsforeningene å opprette arenaer, eller kontekster, hvor medlemmene kan utvikle og dele kunnskap – for eksempel gjennom dannelsen av nettverk (Vareide & Storm, 2021, s. 16 – 17). Derfor ser jeg det viktig å gjøre rede for teorier som kan knyttes opp mot nettverksteori. Først vil jeg redegjøre for teori om sosiale nettverk, her vil det presenteres teori om hvordan sosiale nettverk kan fungere som kanal og fellesskap. Videre presenteres teori om styrken i relasjoner og brobygges funksjon i nettverk.

3.1.1. Sosiale nettverk

Det å bygge relasjoner og nettverk er slett ikke noe nytt fenomen, og det er noe vi mennesker har jobbet i og med i alle tider. Gjennom slike relasjoner har vi mennesker kunnet skape nye muligheter (Marthinsen, 2006, s. 9 – 10) og vi har kunnet innhente viktig og nyttig informasjon gjennom våre relasjoner til andre mennesker (Valdmanis, 2016, s. 9).

Som menneske har vi selv muligheten til å velge våre relasjoner, altså hvem vi ønsker å ha kontakt med. Vi tar hele tiden valg, og beholder de personene vi ønsker å ha en relasjon til – og velger bort de vi ikke ønsker å samhandle med. I teorien om sosialt nettverk er det to dimensjoner som kan være med å bestemme hvem vi beholder, og hvem vi tar bort når det gjelder relasjoner. For å ønske å beholde en relasjon må vi føle at vi får noe igjen fra selve relasjonen, altså at vi får et utbytte. I tillegg er det viktig at vi føler en identitet til dem vi skaper relasjoner med. Kort sagt kan vi si at utbytte og god kjemi er viktig for å skape gode relasjoner mellom mennesker (Fyrand, 2018, s. 30).

Kerstin Marthinsen (2006) beskriver fire kriterier som beskriver gode nettverk – som også kan kobles til relasjoner mellom mennesker. Medlemmene av et nettverk må se en fordel ved å være med i nettverket, altså en må kunne se at en får et utbytte av tiden en bruker på relasjonene til de innad i nettverket. Medlemmene må være aktive og bidra i arbeidet. En må samarbeid sammen, og en skal være raus og positiv til deling av kunnskap. Marthinsen skriver at hvis disse kriteriene blir oppfylt, så har man et velfungerende og godt nettverk (Marthinsen, 2006, s. 14).

Sosiale nettverk kan ifølge teorien ha en uformell og en formell struktur. Når man snakker om uformell struktur, vil dette vise til nesten alle relasjoner vi har til andre mennesker, og det kan gjerne være flytende og uklare grenser på selve nettverket. Formelle nettverk har en struktur som er bygget opp av at medlemmene i nettverket har et definert formål med opprettelsen av nettverket. Slike formelle nettverk er klart avgrenset (Marthinsen, 2006, s. 12).

Objektene i et sosialt nettverk, altså vi som enkeltpersoner, blir av Charles Kadushin (2012) beskrevet som noder – noe som viser til at vi er punkter i et kart av relasjoner. De minste, og

enkleste nettverkene som finnes er relasjonen mellom 2 personer, men nettverkene kan vokse seg store og vi kan bli koblet til mange aktører på samme tid. Jo større nettverkene blir, jo mer uoversiktlige kan de bli, og koblingene mellom aktørene blir svakere (Kadushin, 2012, s.14; Schiefloe, 1997, s. 3).

Sosiale nettverk kan spille en rekke roller i arbeid med kunnskap og kunnskapsutvikling. Hvilke roller et slikt nettverk kan ha kommer an på konteksten og de relasjonene som oppstår i disse kontekstene. På ulike måter kan de sosiale nettverkene fungere som en kanal som kan muliggjøre flyt av kunnskap mellom ulike grupper, på en annen måte kan nettverkene bli sett på som samfunn, hvor en går sammen for å dele kompetanse og lære (Newell et. al, 2009, s. 165).

3.1.1.1. Sosiale nettverk som kanal

Sosiale nettverks struktur og form kan i stor grad påvirke deres rolle i kunnskapsutvikling. Struktur kan bidra til kunnskapsflyt mellom organisasjoner ved at man har en horisontal struktur i nettverket. Et punkt som sees på som det viktigste i teorien om sosiale nettverk som kanal, er hvilke typer bånd som har oppstått mellom individene i nettverket. Newell et.al (2009) beskriver det som at det er de sosiale båndene som utgjør et nettverks kapasitet som kanal (Newell et.al, 2009, s. 166).

Sterke bånd kan sies å muliggjøre overføring av taus kunnskap mellom aktører. Slike sterke bånd tar lenger tid å utvikle og krever større investering – altså det krever mye ressurser av medlemmene. Svake bånd kan sies å være en bedre kilde til ny informasjon, da disse båndene gjerne beveger seg over nettverksgrenser. De svake båndene, og derfor det som blir beskrevet som svake nettverk, kan være mer effektive når det kommer til overføring av eksplisitt kunnskap (Newell et.al, 2009, s. 166 – 167).

3.1.1.2. Sosiale nettverk som fellesskap

Om en ser på nettverk som et fellesskap eller et samfunn, fokuserer en mindre på båndene og relasjonene som oppstår mellom aktørene i nettverket. Her er det heller viktig å se på hvordan

de ulike nettverksaktørene engasjerer seg, og hvordan de går frem for å danne et fellesskap. I et slikt fellesskap er strukturen ikke like åpen som i perspektivet som omhandlet nettverk som kanal, og dannelsen av kunnskap er avhengig av intensiteten i deltakelsen fra aktørene og om en har klart å skape en felles identitet seg imellom. Nettverk som blir sett på som et fellesskap vokser gjerne saktere enn nettverk som blir sett på som en kanal – dette fordi en er avhengig av å ha en felles følelse av å skulle nå et mål, og det krever gjerne stor innsats fra aktørene for å kunne nå målet. Hele nettverket er basert på en felles praksis hvor en er avhengig av samhandling (Newell et.al, 2009, s. 168 – 169).

3.1.2. Sterke og svake bånd

Styrken på relasjonen til andre aktører, eller styrken på bånd mellom mennesker rangeres etter ulike faktorer – for at et bånd skal være sterkt må en tilbringe mye tid sammen, en må være sterkt emosjonelt knyttet til hverandre (altså ha mye gjensidig tillit) og en må oppleve sterk gjensidighet. For at en relasjon eller et bånd skal være sterkt, er en avhengig av et samspill mellom alle faktorene (Granovetter, 1973, s. 1361). Sterke bånd kan illustreres ved at aktør A er god venn med aktør B, de treffes jevnlig og har et sterkt emosjonelt bånd mellom hverandre. Det er sterk tillit, og en forventer gjerne at om en gir noe av seg selv, vil en få noe tilbake. Men om A har en annen god venn, som kan kalles for aktør C, vil det være en stor sjanse for at det vil kunne dannes en relasjon mellom aktør B og aktør C, da begge har en nær relasjon til aktør A. Når aktør B og C da kommer i kontakt med hverandre vil det opprettes et svakt bånd – altså en relasjon som ikke krever like mye innsats som et sterkt bånd (Granovetter, 1973, s. 1361 - 1362).



Sterke bånd oppstår gjerne i grupper av venner, familie og små grupper med felles interesser. Her møtes man hyppig og relasjonene er gjerne langvarige. Når man skaper sterke relasjoner, eller bånd, vil dette kunne bidra med å overføre kompleks og taus kunnskap. De sterke båndene kan hjelpe en beslutningstaker å forstå kunnskap en allerede har i sine mentale modeller – en dykker dypere inn i allerede eksisterende kunnskap, slik at en kan utnytte denne kunnskapen på en bedre måte. I teorien blir det beskrevet hvordan kunnskap gjerne overføres lettere ved å ha sterke bånd, begrunnet med at man har stor tillit til hverandre og møtes så ofte at man kan forstå hverandre på en annen måte enn om man har svake bånd (Li & Gao, 2021, s.2 - 3). Svake bånd kan sees på som relativt løse forbindelser og har gjerne kortere tidsspenn enn de sterke relasjonene. Selv om det er løse forbindelser mellom aktører, er disse båndene mer omfattende og kan bidra til å påvirke kunnskapsoverføring positivt. Ved å ha «løse koblinger» vil en få et større felt, og en vil kunne innhente mer og variert informasjon – dette kan igjen føre til at en vil kunne øke bredden på sitt kunnskapsgrunnlag (Li & Gao, 2021, s.2). Ved å knytte svake bånd, kan det opprettes broer mellom ulike nettverk, disse broene mellom nettverk er avgjørende for at man skal kunne få kontakt med et større antall mennesker – som igjen gjør at radiusen for innhenting av informasjon blir større, en for ny informasjon og unngår resirkulering av allerede utviklet kunnskap (Løyning, 2006, s. 112 – 113).

Mark Granovetter (1973) peker på at det krever mye tid og ressurser for å opprettholde sterke relasjoner og bånd (Granovetter, 1973, s. 1361). Det viktige når det kommer til å få noe ut av et samarbeid i nettverk er jo å ikke bruke så mye tid og ressurser, slik at «vinningen går opp i spinningen». En skal få noe ut av relasjonene man knytter, og koster det for mye å opprettholde båndene, vil en tape på relasjonen. Derfor vil det være viktig å finne en riktig balanse når det kommer til tids – og ressursbruk når det kommer til kunnskapsutvikling i nettverk (Phelps et. al, 2012).

3.1.3. Brobyggere

Mellom ulike nettverk eksisterer det strukturelle hull, noe Ronald Burt (2009) beskriver som en type barrierer mellom ulike nettverk. Videre forklarer Burt at hvis man sto uten slike

barrierer ville kunne bli overvældet av mengden ny informasjon som ville kunne strømme til. Barrierene gir mennesker en type kontroll over sitt eget liv, og bidrar på en måte til å regulere hvem vi vil ha kontakt med, og hente informasjon fra. Burt legger vekt på hvordan det å krysse strukturelle hull kan føre til vekst av nettverk og relasjoner – ved å bygge broer over de strukturelle hullene kan en skape nye kontakter og skape nye kombinasjoner av relasjoner. Når en kobler relasjoner via broer møter en nye meninger og informasjon, noe som kan være viktig iblant annet innovasjon og vekst. Slike strukturelle hull som Burt beskriver eksisterer ikke i nettverk hvor alle kjenner alle, de strukturelle hullene som kan tettes eksisterer kun mellom aktører som ikke har en tett relasjon. Burt uttrykker at aktører som ikke har strukturelle hull som kan tettes, vil kunne gå glipp av muligheten til å innhente viktig informasjon. Den nye informasjonen en kan innhente gjennom å tette strukturelle hull, altså ved å bygge broer, vil kunne være en gevinst for brobyggerne. Ny informasjon kan bidra til at en for eksempel kan møte utfordringer med nye løsninger som en ikke har tenkt på tidligere – alt ved hjelp av ny input fra andre aktører en ikke har hatt kontakt med før (Burt, 2009, s. 39 – 43).

Mark Granovetter (1973) sin teori om sterke og svake bånd kan kobles mot teorien om strukturelle hull og brobyggere. I det Granovetter kaller nettverk bygd opp av sterke bånd, vil det ifølge Burt (2009) ikke eksistere strukturelle hull, og en trenger dermed ikke brobyggere. Når en skaper seg nye veier, og bygger bro over et strukturelt hull, vil det kunne danne det Granovetter omtaler som et svakt bånd. Disse svake båndene som har en tendens å oppstå når en bygger bro over strukturelle hull, vil ikke kreve like mye tid og arbeid som tette nettverk hvor en har sterke bånd og ingen strukturelle hull (Granovetter, 1973, s. 1361 – 1362; Burt, 2009, s. 39 – 43).

3.2. Kunnskap og kunnskapsutvikling

I boken organisasjonslæring- fra kunnskap til kompetanse av Cathrine Filstad (2010), viser at vi mennesker tilegner oss masse informasjon, men at denne informasjonen ikke kan beskrives som kunnskap i seg selv. Vi får mye informasjon presentert for oss hver dag, men det er opp til en selv å tolke denne informasjonen, for så å kunne utvikle kunnskap ut av det (Filstad, 2010, s. 98 – 99). Når vi møter andre mennesker, og deler informasjon med hverandre, henter

vi inn råmateriale vi trenger i form av eksplisitt kunnskap. Videre starter en prosess innvendig i oss mennesker hvor vi skaper informasjon ut fra råmaterialet vi har samlet inn.

Informasjonen vi får ut av råmaterialet blir tolket ved bruk av tidligere erfaringer, holdninger og verdier vi har lagret i våre mentale modeller, og sluttproduktet blir kunnskap. Uansett hvor mye informasjon vi får, er det til slutt det vi finner viktig som blir kunnskap. På denne måten blir kunnskap et sluttresultat av kognitive prosesser som blir trigget av nye stimuli som vi tilegner oss gjennom samhandling med andre mennesker (Alavi & Leidner, 2001, s. 109).

3.2.1. Kunnskapsutvikling gjennom samhandling og relasjon

I kapittelet som omhandler tidligere forskning, ble det redegjort for uttrykket «BA», eller teorien om «BA». Denne teorien omhandler hvordan kunnskap ikke kan skapes uten å være festet til tid og sted – altså at en må jobbe for å skape rom hvor kunnskap kan skapes og deles. Denne oppgaven omhandler i stor grad om kunnskapsutvikling gjennom sosiale relasjoner, og derfor ser jeg det nødvendig å utdype teorien om «BA» videre i dette kapittelet. Den tidligere forskningen om næringsforeninger påpeker hvordan næringsforeningene arbeider for å skape møteplasser for sine medlemmer, og av denne grunn vil teorien om «BA» være svært relevant (Vareide & Storm, 2021, s. 7; Nonaka et.al, 2000, s. 14).

3.2.1.1. Teorien om «BA»

Som beskrevet i kapittelet med funn fra tidligere forskning, og da spesifikt delen som omhandler kunnskapsutvikling, kommer det frem at en er avhengig av å skape rom hvor kunnskap skal kunne utvikles. Nonaka et.al (2000) har i sin forskning presentert det japanske ordet «BA», som i korte trekk omhandler det å skape rom eller møteplasser hvor en kan dele informasjon og kunnskap (Nonaka et.al, 2000, s. 14). Disse rommene kan også defineres som en kunnskapshjelpende kontekst, som Von Krogh et.al (2001) sier skal bidra til at kunnskap kan spire og gro ved hjelp av sosiale relasjoner. Når en møtes og skaper sosiale relasjoner kan det forenkle delingen av informasjon, og på denne måten kan en spre den kunnskapen en innehar i sine mentale modeller (Von Krogh et.al, 2001, s. 202). Møteplassene, eller rommene hvor informasjon og kunnskap kan deles, kan være virtuelle, fysiske eller mentale – men som oftest er de en kombinasjon av to eller alle tre. Det blir pekt på hvordan vi som mennesker er

avhengige av slike rom for å skape ny kunnskap, for det er kun gjennom disse rommene vi kan skape relasjoner og utvide våre grenser – noe som gjør at vi kan innhente informasjon fra større områder. Relasjoner skaper altså muligheten for å innhente stimuli fra nye kilder, og da stimuli i form av informasjon og kunnskap. Det vi innhenter av data, da informasjon og kunnskap fra andre, kan ikke regnes som ny kunnskap før vi som enkeltindivider har prosessert og tolket det vi har hentet inn. Vi må bruke de erfaringene og den informasjonen allerede innehar som person til å omforme inntrykkene vi får «servert» gjennom relasjoner med andre, og på den måten skape ny kunnskap. De rommene, eller den kunnskapshjelpende konteksten, skal bidra til at vi kan innhente nye data som vi kan arbeide med (Von Krogh et.al, 2001, s. 20 - 25; 35 - 37; 201 - 203).

Når man har en kontekst eller et rom som er med å skape kunnskapsutvikling, vil en ha det som blir kalt et «aktivt BA», men om en er i den situasjonen hvor en ikke har en kontekst eller en møteplass hvor en kan utvikle kunnskap og dele informasjon, vil en oppleve å ha det teorien kaller «inaktiv BA» (Salmador & Salmador, 2007, s. 298). For å kunne oppnå et «aktivt BA» er det viktig med ledere og aktører som legger til rette for rom hvor en kan skape relasjoner. Det å mestre kunnskapsutvikling, og mestre det å skape en god kontekst, er en vanskelig oppgave. Det vil kreve hardt arbeid av aktøren som skal legge til rette for å skape slike rom som teorien om «BA» beskriver, og en vil kunne møte barrierer på veien (Von Krogh et.al, 2001, s.202 - 203). For å overkomme barrierer og nå frem med en kultur som støtter kunnskapsutvikling er det viktig å vise engasjement og motivere de rundt deg, og på denne måten bidra til en positiv ramme rundt deling av kunnskap. Ved at aktører en har tillit til, går foran som et godt eksempel når det kommer til å skape en god delings – og utviklingskultur, vil også andre aktører kunne føle seg motivert til å dele informasjon. På en slik måte kan en utvikle kunnskap videre. En må også legge til rette for en kultur som går på tvers av nivåer i en organisasjon, slik at informasjon kan flyte over grenser (Haagensen & Helland, 2014, s.13).

Ifølge teorien om «BA», eksisterer det fire samhandlingsformer som skal bidra til en kunnskapshjelpende kontekst, som er viktig at aktører og ledere legger til rette for. Den første formen er sosialisering, hvor en gjennom sosial interaksjon kan dele sine følelser og

erfaringer med andre. Her handler det altså om å dele sin tause kunnskap med andre personer gjennom å skape nye erfaringer gjennom sosialisering. Von Krogh et.al (2001) viser til at det kun er gjennom individuell kontakt – ansikt til ansikt, som gjør at vi mennesker får fanget opp hele rekkevidden av informasjonen som blir gitt oss. At vi gjennom disse personlige møtene kan knytte tillit til hverandre. Vi skaper emosjonelle og relasjonelle bånd som er viktig når en skal få frem taus kunnskap. Når man sosialiseres er det mulig å bruke ord, men også uttrykke seg gjennom bruk av for eksempel fysiske gester, skriblerier på et stykke papir, man kan spøke – en kan egentlig bruke alle former for kommunikasjon som eksisterer når en møter andre mennesker og skaper relasjoner (Von Krogh et.al, 2001, s. 205 – 206).

Som samhandlingsform nummer to, presenterer Von Krogh et.al dialog. Gjennom å snakke med andre mennesker kan vi dele de indre og mentale modellene vi har lagret. På denne måten gjør vi taus kunnskap til eksplisitt kunnskap. Dialog blir ikke mulig om vi ikke samhandler med andre mennesker – så en er avhengig av sosialisering for å kunne ha en dialog med andre mennesker (Von Krogh et.al, 2001, s. 206 – 207).

Form nummer tre er det Von Krogh et.al beskriver som kodifisering. Denne formen for samhandling kan foregå både kollektivt og virtuelt. Dette er kunnskap som er skrevet på papir, altså eksplisitt kunnskap som er kodifisert i ord og blir delt videre som eksplisitt kunnskap til andre individer. Gjennom ulike typer dokumenter kan en presentere allerede eksisterende eksplisitt kunnskap, som gjennom interaksjon kan utvikles til ny eksplisitt kunnskap hos mottakeren (Von Krogh et.al, 2001, s. 207).

Den fjerde og siste samhandlingsformen er internalisering. Denne formen er individuell og virtuell. Denne formen går ut på at vi leser dokumenter eller ser en video eller presentasjon – videre internaliserer vi som aktører den eksplisitte kunnskapen vi har blitt presentert. Det skapes en prosess hvor vi som enkeltaktører tolker og lagrer den informasjonen vi finner viktig, og kobler den eksplisitte kunnskapen til våre mentale modeller – og vi skaper ny taus kunnskap. Når en er på for eksempel et arrangement hvor det blir vist en presentasjon, eller om en får tilsendt et dokument per epost – vil avsender av dette dokumentet tilby andre aktører kodifisert informasjon, men det blir da opp til den aktøren som mottar informasjonen å internalisere den – altså tolke og bruke den (Von Krogh et.al, 2001, s. 207).

Kapittel 4: Metode

I dette kapitlet gjør jeg rede for forskningsprosessen. Blant annet forskningsdesign og valg av forskningsmetode, validitet og reliabilitet, og etiske betraktninger.

4.1. Forskningsdesign

Fenomenet som undersøkes i denne oppgaven omhandler næringsforeningers arbeid, og da nærmere bestemt hvordan de arbeider for å bidra til kunnskapsutvikling hos sine medlemmer. For å kunne svare på hvordan næringsforeninger arbeider, og hvordan deres arbeidsoppgaver og metoder kan bidra til kunnskapsutvikling, har jeg valgt å innhente informasjon fra ulike enheter – eller caser. Informasjonen som er innhentet skal bidra til å skape en forståelse rundt hvorvidt arbeidet næringsforeningene utfører fører til kunnskapsutvikling. Ved at jeg innhenter informasjon, og undersøker ulike enheter, vil designet i denne oppgaven kunne defineres som et flercasestudie. Gjennom å bruke designet flercasestudie kan en finne likheter og variasjoner blant enhetene, men det kan også bidra til å danne et bilde av typiske trekk ved næringsforeningers arbeid (Bukve, 2021, s. 127). Bildet jeg danner meg gjennom empirien, skal kobles opp mot tidligere teori og funn i tidligere forskning, og på den måten skal jeg kunne danne meg et bilde av hvordan arbeidet næringsforeningene gjør kan bidra til å utvikle kunnskap.

Casebaserte studier skal brukes til å skape et grundig kunnskapsgrunnlag om en eller flere enheter. Dette gjøres ofte ved å kombinere ulike typer metoder, eller ulike typer metoderetninger (Skilbrei, 2023, s. 69). Selv om casestudier kan være både kvalitative og kvantitative, er det vanligst å bruke kvalitative metoder som intervju og observasjon. Det er altså ikke noe som sier at man ikke kan kombinere metodene for å skape et dypere kunnskapsgrunnlag (Johannessen et.al, 2010, s. 86). Denne oppgaven er satt til å være en kvalitativ undersøkelse, hvor jeg kombinerer to kvalitative metoder for å kunne innhente mest mulig informasjon som kan bidra til å svare på den problemstillingen jeg har utarbeidet.

I tillegg til å gi et dypt kunnskapsgrunnlag kan casesentrerte studier hjelpe forskeren med å svare på «hvordan» og «hvorfor» noe skjer (Askheim & Grenness, 2008, s. 71). Ved å bruke kvalitative metoder i en casestudie skal informasjonen en innhenter bidra til å kunne forklare og gi innsikt i et fenomen, og dette skal gi forsker og leser en forståelse av en helhet – vi skal altså tilegne oss kunnskap et helt fenomen ved å studere ulike enheter (Askheim & Grenness, 2008, s. 39). Dette kan eksemplifiseres ved for eksempel å innhente informasjon fra enhetene og koble det opp mot dannelsen av kunnskapsrom (BA). Undersøkelsen i denne studien kan bidra til å skape en forståelse av hvordan næringsforeningene arbeider for å skape kunnskapsrom for sine medlemmer, og hvorfor dette kan påvirke kunnskapsutvikling hos medlemmene.

Formålet med oppgaven er ikke å utvikle nye teorier og begreper, men heller å innhente nye data som kan kobles opp mot tidligere forskning og teori. På denne måten ønsker jeg å tolke mine data ut fra hva som har blitt skrevet før, for å kunne gi disse dataene mening og dybde. På denne måten kan en beskrive min casestudie som en teoretisk tolkende, hvor formålet er å innhente ny data for så å kunne sammenligne de med tidligere funn og tidligere teorier. Ved å velge en casestudie som er teoretisk tolkende, vil det gi meg mulighet til å veksle frem og tilbake mellom teori og data, og skape koblinger og dybde (Bukve, 2021, s. 91 – 92; 147 – 148). Den teoretiske rekonstruksjonen har flere likhetstrekk med det som i teorien blir kalt en abduktiv tilnærming. En slik tilnærming starter fra empirien, i likhet med en induktiv tilnærming, men en abduktiv tilnærming tar også hensyn til hvor viktig teori og tidligere forskning er for prosjektet og tolkingen av dataene – både forkant av og underveis i prosjektet (Tjora, 2010, s. 190). Dette viser at en kan velge ulike fremgangsmåter i et forskningsprosjekt, men i mitt tilfelle vil teoretisk rekonstruksjon være den mest passende måten.

4.1.1. Presentasjon av caser

I denne studien har jeg valgt å bruke fire næringsforeninger som er lokalisert på Østlandet som caser, og de casene som vil bli undersøkt er; *næringsforeningen i Drammensregionen*, *Asker næringsforening*, *Ringerike næringsforening* og *Holmestrand næringsforening*. Dette er

næringsforeninger av ulik størrelse, og ulikt nedslagsfelt – noen er regionale og noen setter søkelys på sin kommune. Det de har til felles er at de alle er medlemsbevisste og samfunnsengasjerte – og de ønsker å skape et godt omdømme for sitt område, og ønsker å skape et godt og attraktivt næringsliv. De skal skape møteplasser for aktører i næringslivet, og legger stor vekt på relasjonsbygging i nettverk. I tillegg skal de bidra sine medlemmer i politiske anliggender, og de skal være næringslivets talerør inn mot det offentlige.

Næringsforeningen i Drammensregionen er en av de største og eldste i Norge, men det har også blitt inkludert relativt nyetablerte næringsforeninger, slik som Asker næringsforening. I 2020 ble flere kommuner slått sammen, og på denne måten har også næringsforeningene fått større nedslagsfelt grunnet dette. Grunnet variasjon i størrelse på nedslagsfelt har også medlemmene varierende antall medlemmer, og det spenner fra 250 til over 1000 medlemmer (Næringsforeningen i Drammensregionen, u.å; Næringsforeningen i Drammensregionen, 2023; Asker Næringsforening, u.å; Ringerike Næringsforening, u.å; Ringerike Næringsforening, u.å; Holmestrand Næringsforening, u.å).

Utvalget jeg har i denne oppgaven er snevert geografisk, og næringsforeningene befinner seg nært hverandre i avstand. Hvordan dette eventuelt kan slå ut på resultatene vil bli presentert i avsnittet om validitet og reliabilitet.

4.2. Valg av kvalitative metoder

Når man velger casestudie som forskningsdesign kan man bruke kvalitativ og kvantitativ forskningsmetode (Johannessen et.al, 2010, s. 86), og disse to metoderetningene blir i teorien om samfunnsvitenskapelig metode beskrevet som de vanligste metodegruppene en kan bruke når det gjelder å innhente informasjon fra samfunnet (Tjora, 2010, s. 19). Kvalitativt orienterte studier går gjerne i dybden av det fenomenet som forskes på. Gjennom å innhente mye informasjon fra få enheter søker man etter å få frem informasjon og kunnskap om hva som kan forklare fenomenet en forsker på. Kvalitative metoder gir gjerne rom for fleksibilitet, og gir informantene mulighet til å svare uten fastsatte rammer gjennom å ikke ha svaralternativer. Datainnsamlingen skjer ved at forskeren har kontakt med aktørene som har

sagt seg villig til å delta i undersøkelsen, og dataene man får samlet inn skal ha som hensikt å få frem sammenheng og helhet gjennom å samle tanker og meninger fra informanten. Om en så ser på kvantitativt orienterte studier, er dette forskning som har som formål å vise et mest mulig eksakt bilde av variasjonen koblet til fenomenene en ønsker å studere. Slike studier går gjerne i bredden av området en skal forske på. Gjennom å bruke et lite antall opplysninger som en henter fra et stort antall enheter, skal hente inn data som skal forklare et fenomen. Metodene en bruker i en kvantitativ undersøkelse er gjerne systematiske og strukturerte med klart fastsatte svaralternativer, og måten en samler inn dataene på er gjerne upersonlig ved at man ikke har kontakt med informantene (Dalland, 2000, s. 74).

Ved å innhente egne data og koble disse opp mot tidligere skrevet teori og forskning ønsker jeg å gå dypere inn i det fenomenet jeg skal forske på. Informasjonen jeg innhenter skal gi meg et innblikk i og forklare det fenomenet oppgaven retter søkelyset mot – nemlig næringsforeninger arbeid. Av denne grunn blir det naturlig å bruke kvalitative metoder i dette prosjektet. Jeg har valgt å bruke to ulike kvalitative metoder for å innhente den informasjonen jeg trenger; Intervju og observasjon (Johannessen et.al, 2010, s. 86). I de neste to avsnittene vil jeg redegjøre for de to ulike metodene.

4.2.1. Intervju

Intervju som metode anvendes av mange når det kommer til forskningssammenhenger. Slike intervjuer skal samle inn informasjon om informantenes erfaringer og refleksjoner rundt det fenomenet forskeren undersøker. Gjennom å tolke de meningene som kommer frem i intervjuet skal forskeren dermed kunne trekke en konklusjon som kan gjelde et flertall, altså en konklusjon som gjelder noe større enn bare informantene og enhetene som deltar i studiet. Intervjuene kan hjelpe forskeren å gå i dybden, og på den måten forstå ulike prosesser, sammenhenger og kategorier innenfor det som studeres – og det er slik en kommer frem til konklusjonen (Skilbrei, 2023, s. 57).

Intervjuer kan formes på ulike måter, i teorien blir det presentert at en kan bruke både strukturerte, semistrukturerte og ustrukturerte rammer for et intervju. Prosessen rundt intervjuet starter ofte med at forskeren lager seg en intervjuguide, som kan beskrives som en

liste med tema og spørsmål som en ønsker å bruke i selve intervjuprosessen. Om intervjuet følger dette skjema til punkt og prikke, og ikke gir rom for fleksibilitet, får vi det som kalles et strukturelt intervju. I et strukturert intervju deltar ikke forskeren i samtalen, bare stiller spørsmålene (Skilbrei, 2023, s. 59). Strukturelle intervjuer kan være kvantitative ved at de har klart fastsatte svar, men de kan også være kvalitative ved at de har åpne svar (Dalland, 2000, s. 74). Et semistrukturert intervju følger intervjuguiden, men gir større rom for fleksibilitet og en uformell samtale hvor både forsker og informant kan delta. Om samtalen blir en «fri fortelling» hvor informanten bes om en beskrivelse, vil det være et ustrukturert intervju (Skilbrei, 2023, s. 59). Hvor strukturert et kvalitativt intervju er kommer altså an på hvor nøye forskeren er med å følge sin intervjuguide, og hvor fleksibel rammen blir for svar.

I dette prosjektet har jeg valgt å inkludere både strukturert og semistrukturert intervju. Tre av informantene valgte å stille opp på et semistrukturert intervju hvor vi snakket ansikt til ansikt. To av informantene valgte å få intervju med åpne svaralternativer tilsendt via nettskjema. Når intervjuet blir gjort over internett faller nærheten mellom meg som forsker og informanten bort, og jeg vil ikke kunne tolke kroppsspråk eller uttrykk som blir gitt av informanten (Skilbrei, 2023, s. 63). For min studie er ikke kroppsspråk den avgjørende faktoren, jeg ønsker å gå i dybden på det arbeidet informantene og deres organisasjoner utfører. I tillegg har digital kontakt mellom aktører blitt en naturlig del av vår hverdag, noe som gjør at det kan betraktes som et godt supplement til kun å kun bruke fysisk intervju i en studie. I tillegg kan den avstanden som skapes ved at man utfører et intervju digitalt skape en trygghet hos informanten som igjen kan bidra til at informanten kanskje åpner seg mer enn i en situasjon der intervjuet foregår fysisk (Skilbrei, 2023, s. 63). De informantene som valgte et digitalt intervju fikk som nevnt et intervju som var opprettet på nettskjema, hvor de kunne svare fritt og skriftlig innenfor satte rammer. Alle informanter i denne studien, uavhengig om de svarte digitalt eller fysisk, fikk de samme spørsmålene, og jeg som forsker fulgte intervjuguiden og ga ikke særlig rom for fleksibilitet. Dette vil jeg komme tilbake til i avsnittet «utførelse».

4.2.2. Observasjon

Observasjon er gjerne en ressurskrevende metode, da gjerne fordi en må sette av mye tid til planlegging og utføring av observasjonene. Dette er en metode som egner seg godt om forskeren ønsker seg direkte tilgang til det som skal undersøkes, og det kan bidra til å innhente viktig og visuell informasjon om fenomenet som skal forskes på. Slike observasjoner kan utføres alene, eller som supplement til andre metoder. Om det brukes som supplement, slik som i denne oppgaven, vil det kunne være for å innhente informasjon fra en annen synsvinkel enn det informantene gir i et intervju. I dette prosjektet har jeg fått tillatelse til å observere på arrangementer næringsforeningene er med å arrangere, og disse arrangementene er sett på som relevante og viktige for studien. Gjennom mine egne sanser og inntrykk har jeg kunnet danne meg et bilde av hvordan arrangementene kan bidra til at medlemmene kan utvikle sin kunnskap – noe som har gitt meg viktig informasjon som kan kobles opp mot den informasjonen informantene har gitt meg under intervjuprosessen (Jacobsen, 2010, s. 117 – 119). Observasjoner kan foregå enten ved at forsker er deltakende i den aktiviteten som observeres, eller ved at forskeren står på sidelinjen og observerer på avstand. I dette prosjektet ble deltakerne på arrangementet informert om at jeg var der, men jeg holdt meg på sidelinjen og deltok ikke aktivt i arrangementet. Derav ble mine observasjoner ikke – deltakende (Fangen, 2022).

4.3. Utførelse

I januar, da jeg startet på dette prosjektet, ble intervjuguiden utarbeidet. Det ble satt tre temaer jeg ønsket å utdype ved å innhente informasjon fra informantene som ønsket å stille til intervju. Den innledende fasen i intervjuet gikk ut på å samle inn informasjon som bidro til å gi en generell beskrivelse av næringsforeningene som deltok i undersøkelsen. Videre ønsket jeg å innhente informasjon om arbeidet næringsforeningene utførte for sine medlemmer – slik at jeg kunne se hvordan de selv mente de jobbet for å bidra til kunnskapsutvikling hos sine medlemmer. Til sist ønsket jeg å se hvordan opprettelsen av nettverk kunne påvirke kunnskapsutvikling hos medlemmene – temaene i intervjuguiden var på den måten satt til å være «generelt om næringsforeningen», «næringsforeningens arbeid» og «nettverk».

Informasjonen innhentet gjennom intervjuene la så grunnlaget for hvilke funn fra tidligere forskning jeg ønsket å presentere, og hvilket teoretisk rammeverk som skulle brukes.

Utvalg av både næringsforeninger og informanter ble gjort gjennom strategisk utvalg, og nærmere bestemt selvseleksjon. Dette innebar at jeg måtte gjøre systematiske vurderinger om hvilke enheter som ville være mest relevante å inkludere i studien, og hvem jeg mente ville kunne gi meg interessant informasjon (Grønmo, 2023). Jeg ønsket å bruke næringsforeninger som var i geografisk nærhet til hvor jeg befant meg, og gjennom et søk på internett fant jeg 4 næringsforeninger som virket spennende og relevante. Videre tok jeg kontakt, per e-post, med de ulike næringsforeningene for å høre om de kunne ønske seg å delta i mitt prosjekt. Sammen med de ansatte i næringsforeningene ble det gjort en vurdering om hvilke aktører som kunne passe best som informanter – altså hvem som kunne gi meg mest relevant informasjon i forhold til temaene jeg ønsker å undersøke. I epostene som ble sendt ut til næringsforeningene ble det gitt informasjon om selve prosjektet – senere fikk også informantene tilsendt infoskriv og samtykkeerklæring.

Næringsforeningene jeg tok kontakt med, og som ønsket å delta i prosjektet, er fire foreninger med tilholdssted på Østlandet; *næringsforeningen i Drammensregionen*, *Asker næringsforening*, *Ringerike næringsforening* og *Holmestrand næringsforening*. Tre av næringsforeningene stilte med én informant hver, mens den ene næringsforeningen valgte å stille med to, da de selv mente dette ville gi meg best informasjonsgrunnlag. Tre av informantene valgte å ha intervju ansikt til ansikt, mens to ønsket å motta intervjuet digitalt. Informantene fikk nøyaktig de samme spørsmålene, og jeg valgte å følge intervjuguiden slavisk, da det ville gi mer like rammer for intervjuene. To av næringsforeningene svarte også ja på at jeg kunne observere arrangementer de var med å arrangere, hvor jeg da deltok på to arrangementer hos en næringsforening, og ett hos en annen – hvilke arrangementer jeg deltok på ble avtalt i samarbeid med næringsforeningene, ut ifra hvilke arrangementer som kunne være relevant for min studie.

Etter intervjuene ble informasjonen transkribert inn i et eget dokument hvor all informasjon ble anonymisert. Videre ble alle opptak og intervjuene som ble gitt på nettskjema slettet. Den

transkriberte informasjonen ble så videre brukt til en tematisk analyse, som jeg nå vil beskrive i neste delkapittel.

4.4. Analyse

Det har blitt pekt på hvordan kvalitativ metode og teoretisk rekonstruksjon gir fleksibilitet og rom. Jeg har valgt å bruke en analysetype som også gir en slik fleksibilitet – *tematisk analyse*. Den gir frihet i det at en selv kan velge tema ut ifra det som vil passe til sin undersøkelse – men det betyr ikke at det er fritt frem til å velge tema på «måfå». En må velge temaer som kan kobles til det teoretiske rammeverket som en har valgt til sitt prosjekt. Hvis en ikke gjør dette kan en møte på en fallgrube, hvor temaene ikke vil bli tilstrekkelig koblet opp mot det teoretiske rammeverket – og en vil kunne oppleve å ikke komme frem sammenhenger mellom teorien og empirien (Braun & Clarke, 2006, s. 78 - 94).

Da jeg har valgt teoretisk rekonstruksjon som formål med mitt prosjekt, har jeg kunnet bevege meg frem og tilbake mellom empiri og teori. Dette har gjort at jeg har kunnet tilpasse mine tema etter det teoretiske rammeverket jeg har utarbeidet. Det teoretiske rammeverket har også blitt tilpasset den empirien jeg har samlet inn – derav er det et samspill mellom teori og empiri. Ved å legge inn et slikt arbeid i utarbeidelsen av tema har jeg unngått å bruke temaene i intervjuguiden i analysen – og dermed unngått en annen fallgrube en kan treffe i analyse. Om en bruker temaene en har satt i intervjuguiden hopper man over et viktig steg i analysen, og det kan føre til at en går glipp av viktig informasjon fra uttalelsene til informantene (Braun & Clarke, 2006, s. 94).

En tematisk analyse blir sett på som et forskningsverktøy som er nyttig å bruke innenfor kvalitativ metode, da for at den kan gi gode og detaljerte redegjørelse for de innsamlede dataene. Gjennom å tematisere informasjonen innhentet gjennom intervju og observasjon kan en identifisere mønstre som kommer frem i empirien, og dette kan rapporteres videre i resultatene. Temaene i en slik analyse skal også sette retningslinjer for hvordan man tolker informasjonen (Braun & Clarke, 2006, s. 78 - 80).

Min analyseprosess startet med at jeg transkriberte informasjonen jeg hadde samlet inn via nettskjema og lydopptak. Her skrev jeg ordrett ned hva som ble sagt og skrevet av mine informanter, slik at ingen informasjon skulle gå tapt. Transkribering er en krevende oppgave, og det er vanskelig å vite nøyaktig hvor mye en skal skrive ned, og hva som er viktig (Tjora, 2010, s. 126). I mitt tilfelle så jeg alt som viktig, og valgte å beholde alle ord som var skrevet eller uttalt.

Da alle intervjuer var transkribert, jobbet jeg meg gjennom dataene for å kunne finne ord som gikk igjen i svarene til informantene – og disse ble ført inn i et skjema. Dette er det som i metodeteorien blir kalt for koding (Tjora, 2010, s. 159 - 160). Her var det viktig å hente ut koder som kunne kobles mot det teoretiske rammeverket som jeg ønsket å koble dataene mine opp mot – slik at det ble lettere å jobbe videre med senere i prosessen. Temaene kodene ble lagt under, hadde allerede blitt opprettet, ved bruk av det teoretiske rammeverket i oppgaven, og ført inn i samme skjema som kodene. Videre trakk jeg ut sitater fra intervjuene, som passet til temaene og ga eksempler på kodene jeg hadde funnet – disse ble også plassert i skjemaet. Siste ruten i analyseskjema ble brukt til å skrive inn notater fra observasjonene – og disse ble også koblet mot de ulike temaene, kodene og sitatene som var lagt inn i dokumentet.

4.5. Validitet og reliabilitet

4.5.1. Validitet

Validiteten i en kvalitativ studie refererer til hvor troverdig informasjonen dataene en har innhentet er – dette skal da være troverdig informasjon om det fenomenet en studerer. Fremgangsmåtene og funnene skal reflektere det formålet en har satt med studien, og skal representere en helhet, eller virkeligheten. En måte å sørge for at funnene gir troverdig informasjon på, kan være å bruke flere typer metoder for innsamling av data. Ved å gjøre dette kan en innhente informasjon fra ulike settinger, som kan samles og gi samlet informasjon om samme fenomen (Johannessen et.al, 2010, s. 229 – 230). I denne studien har jeg valgt å bruke både intervju og observasjon for å samle inn data og informasjon. Dette gjør at jeg gjennom å studere flere settinger har samlet inn informasjon om det tema oppgaven har. Gjennom observasjon av arrangementer, og gjennom intervjuer av ansatte i næringsforeninger

har jeg innhentet informasjon som kan knyttes til organisasjonenes arbeid med å utvikle kunnskap hos sine medlemmer. Jeg har fått sett hvordan arbeidet foregår i praksis gjennom observasjon på tre arrangementer – og mine refleksjoner rundt disse observasjonene kan jeg knytte opp mot informasjonen informantene har gitt meg, som omhandler hvordan de selv mener de arbeider for kunnskapsutvikling. Informasjonsgrunnlaget fra observasjonene kunne sikkert vært bedre, om jeg hadde blitt gitt mulighet til å observere arrangementer hos alle næringsforeningene som deltok i studien – men de tre arrangementene jeg deltok på ga uansett et godt innblikk i hvordan næringsforeninger arbeider og hvordan kunnskap deles, slik at det kan utvikles ny kunnskap hos medlemmene.

Validiteten til en oppgave vil også være avhengig av kildene en har brukt i studien, og om disse respondentene er gode og relevante til å bruke når en undersøker det fenomenet en gjør. Et vanlig problem her er at en ikke får tak i de respondentene som kan gi en riktig informasjon (Jacobsen, 2010, s. 216). Utvalget i denne oppgaven er strategisk utvalgt; jeg har valgt å inkludere næringsforeninger som er nært geografisk, slik at det ville være enkelt å reise til de for å intervju og observere. Informantene som er valgt ut til å bli intervjuet er strategisk valgt i et samarbeid med næringsforeningene – slik at jeg kunne finne nøkkelinformanter som ville kunne gi meg den mest relevante informasjonen. Gjennom et slik samarbeid fant jeg altså informanter som kunne mye om de områdene jeg ønsket å studere. Observasjonene ble også valgt strategisk, i et samarbeid med næringsforeningene, for å finne arrangementer som kunne passe best til min studie og mine behov. Dette mener jeg gir studien et godt grunnlag – og at informasjonen jeg innhenter kan gi meg et helhetlig bilde av hvordan næringsforeninger og deres arbeid kan påvirke kunnskapsutviklingen hos medlemmene.

Grunnen til at jeg har valgt næringsforeninger som er i mitt nærområde geografisk, bunner ut i at jeg som master student har begrensede ressurser til rådighet – både når det kommer til tid og økonomi. Jeg ønsket å observere arrangementer hos alle næringsforeningene, noe som ble redusert til kun arrangementer hos to av næringsforeningene. Grunnet ønsket om å observere, falt valget på foreninger som var geografisk nært, med tanke på reisevei. Den geografiske nærheten kan bringe med seg begrensninger, da jeg ikke får hentet inn informasjon fra andre deler av landet, eller distriktskommuner. Derfor ser jeg det viktig å koble mine empiriske funn opp mot tidligere forskning om næringsforeninger – og da spesielt Knut Vareide og Hanna N.

Storm (2021) sin forskningsrapport som omhandler næringsforeninger i distriktskommuner. I denne rapporten nevner de noen av næringsforeningenes viktigste oppgaver, noe som viser et bilde som stemmer i god grad med det bildet mine empiriske funn maler (Vareide & Storm, 2021, s. 16 – 17). Dette vil jeg vise til i kapitlet med drøfting, og i avslutningen av denne oppgaven.

Selv om utvalget kan ha sine begrensninger, mener jeg selv at det kan bidra til å gi et helhetlig bilde av næringsforeningers arbeid, og hvordan dette kan påvirke kunnskapsutviklingen hos medlemmene. Den strategiske utvelgelsen har gjort at jeg har kommet i kontakt med informanter som har kunnskap om det fenomenet jeg undersøker, og med et godt teoretisk rammeverk, og sammen med funn fra tidligere forskning vil denne informasjonen kunne gi meg svar på min problemstilling.

4.5.2. Reliabilitet

Reliabiliteten i et forskningsprosjekt omhandler hvorvidt undersøkelsen kan sees på som pålitelig. Om en undersøkelse er pålitelig bestemmes i stor grad ut ifra om andre kan forske på den samme oppgaven en gang til å få nøyaktig samme svar (Bukve, 2021, s. 104). Grunnet at kvalitative studier ofte innebærer kontakt mellom forsker og informanter, og grunnet at en må tolke informasjonen en innhenter – vil en annen forsker kunne få et helt annet resultat enn det jeg får. Selv om en annen forsker utfører akkurat det samme prosjektet på nytt, ville også informantene kunne gi andre svar på de samme spørsmålene – for informantene kan bli påvirket av omgivelsene de er i, og sin sinnstilstand. Samme med observasjonene utført i dette prosjektet – det jeg som forsker trekker ut av informasjon og finner som relevant og viktig, vil en annen forsker kanskje ikke trekke frem og presentere som resultat (Hjelseth, 2003, s. 65 – 66). De erfaringene vi som forskere har med oss fra tidligere kan være med å påvirke de resultatene vi presenterer gjennom vår tolkning – dette viser at det kan være vanskelig å være helt objektiv i kvalitative studier, men vi skal prøve å være så nøytrale som overhodet mulig (Tjora, 2010, s. 175 - 178).

Ved at jeg har valgt en casestudie som kan beskrives som teoretisk tolkende rekonstruksjon, bruker jeg teoriene og funnene hentet fra tidligere forskning og bøker om tema til å sette ramme for oppgaven. Den tolkningen jeg som forsker har i denne undersøkelsen vil til en viss grad bli påvirket av de rammene som er satt, noe som gjør min stemme som forsker til en viss grad mer nøytral enn om jeg ikke hadde «lent» meg mot tidligere teori og funn. Funnene fra tidligere forskning og fra bøker skal altså bidra til å skape mening – hjelpe meg som forsker med å tolke den empirien jeg selv henter inn – slik at jeg kan se de i en sammenheng (Bukve, 2021, s. 91 – 92; 147).

4.6. Etisk refleksjon

Når en utfører kvalitative undersøkelser, slik som i dette prosjektet, er det viktig å reflektere rundt de etiske dimensjonene og problemene som kan oppstå. I dette prosjektet brukes både intervju og observasjon, og på denne måten vil jeg innhente informasjon fra ulike aktører, som skal tolkes og formidles gjennom presentasjonen av data/funn. Når en bruker aktører slik i et prosjekt er det viktig å ivareta deres integritet. På denne måten blir det viktig å legge til rette for anonymisering av detaljer, slik at informantene ikke kan gjenkjennes (Fangen, 2022).

Da intervjuene i denne studien skulle innhentes gjennom skriftlige svar, og gjennom lydopptak, startet jeg med å sende inn en søknad om godkjenning av prosjektet til Norsk senter for dataforskning (NSD). Når prosjektet var godkjent fikk informantene tilsendt et informasjonsskriv som omhandlet prosjektet, og en samtykkeerklæring, slik at informantene kunne ta et informert valg om de ønsket å delta i prosjektet. All informasjonen innhentet gjennom intervjuene har blitt anonymisert, og jeg har valgt å ikke ta med navn på arrangementer eller nettverk som det ble henvist til i intervjuene. I tillegg har jeg valgt å ikke vise til hvilke næringsforeninger deltakerne tilhører, grunnet at dette vil kunne gi informasjon som gjør at en kan forstå hvem informantene er. Etter intervjuene ble alle lydopptak slettet, og skjemaene i nettskjema ble slettet. E – post korrespondanse mellom meg som student og informantene har også blitt terminert.

Observasjonene jeg skulle utføre under prosjektet var satt til å være ikke – deltakende. Jeg skulle sitte på «sidelinjen» og observere hva som skjedde på de ulike arrangementene. Jeg fikk beskjed om at det ville foregå «mingling» mellom deltakerne på arrangementene i forkant, noe som gjorde at jeg i samråd med næringsforeningene tok valget om at det ville være nødvendig å sende ut informasjon til deltakerne på arrangementene om at det ville være en student som skulle observere til stede. Det ble ikke vist til at dette var meg, men da visste deltakerne at de kunne bli observert. Min rolle som observatør ble ikke påvirket av at deltakerne fikk informasjonen, og jeg fikk observert hvordan arrangementene foregikk. Informasjonen jeg tilegnet meg på disse arrangementene har kun blitt brukt til å bekrefte eller avkrefte informasjon gitt under intervjuene, og jeg hentet ikke inn noen personlig informasjon under disse observasjonene.

Kapittel 5: Resultat

I dette kapittelet vil jeg presentere funnene som har kommet frem gjennom intervjuene og observasjonene gjort gjennom arbeidet med dette prosjektet. For å kunne svare på problemstillingen «*hvordan bidrar næringsforeningene i kunnskapsutviklingen til sine medlemmer?*» ser jeg det nødvendig å presentere funn som viser *hvordan næringsforeningene kan fungere som ressurs for sine medlemmer*, ved å presentere det som har kommet frem rundt kunnskapsutvikling og tjenestene næringsforeningene tilbyr sine medlemmer. Videre vil jeg presentere funn som er koblet til *næringsforeningene som relasjonsskaper og brobygger* – trekke frem hvordan det arbeides for å skape gode relasjoner mellom aktører. Hvert sitat som fremstilles i disse resultatene er direkte sitater fra transkriberingen, og etter hvert sitat vil jeg vise til hvilken informant som har uttalt seg ved å skrive I1 (informant 1) om det er informant 1 som har uttalt seg.

5.1. Næringsforeningene som ressurs

Næringsforeninger kan ha mange ulike oppgaver, og dermed bistå som ressurs på mange områder for sine medlemmer. Under vil jeg presentere en tabell over de oppgavene informantene oppga under intervjuene. De oppgavene som knytter seg til kunnskapsutvikling er blitt markert i gult – og det er disse oppgavene jeg tar videre i oppgaven.

Hvilke oppgaver har næringsforeningene	Politisk påvirkning
	Legge til rette for næringen
	Skape møteplasser for medlemmene
	Rådgivning
	Bidra til utvikling og vekst
	Koordinere og organisere arrangementer
	Kompetansehevende tiltak
	Markedsføring
	Ruste næringen mot omstillinger

Informasjonen innhentet fra intervjuene og observasjonene har gitt et bilde av næringsforeninger som organisasjoner med et overordnet mål om å legge til rette for næringen i sitt nedslagsfelt, og bidra til at deres medlemmer og næringslivet skal stå sterkt mot de omstillingene og endringene som skjer i samfunnet;

«Vi prøver å legge til rette for at de skal kunne endre seg så godt som mulig og tåle den omstillingen som de står foran» (I1).

De ønsker altså å bidra i arbeidet med å utvikle det som blir uttalt som et «*best mulig rustet*» (I1) næringsliv. Ved å bidra som ressurs skal næringsforeningene altså bistå sine medlemmer med å ta fatt på, og gjøre noe med de ytre drivkreftene som presser på fra samfunnet – da blant annet å hjelpe de med å finne eventuelle løsninger på de problemene som kan oppstå. Slike ytre drivkrefter kan være endringer i teknologiske forhold, konkurranseforhold eller

endringer i politiske forhold (Jacobsen, 2008, s. 52). For å kunne følge de endringene som skjer i samfunnet er en avhengig av å tenke innovativt og nytt, og i Norge legges det press på næringene i dette arbeidet, og næringen står selv ansvarlig for å være innovative og skape verdi (Nærings – og handelsdepartementet, 2021, s. 24). I intervjuene kommer det frem at *«kunnskapsutvikling er grunnleggende for enhver bedrift som ønsker å være konkurransedyktig og innovativ»* (I4). På denne måten viser funnene at næringsforeningenes arbeid er essensielt i det å skape et innovativt og sterkt næringsliv – de er en ressurs for sine medlemmer, ved at de blant annet *«organiserer møter, seminarer, og arrangementer som gir medlemmene muligheter til å bygge nettverk og dele erfaringer og kunnskap»* (I4).

Når kunnskap er viktig for å skape en innovativ og rustet næring, vil det være nødvendig med tjenester som er tilpasset dette. For at tjenestene skal kunne være en ressurs for medlemmene på dette, punktet beskriver næringsforeningene hvor viktig det er å tilpasse tjenestene etter hvilke medlemmer som trenger de og etter hvilke behov de har. Informant 5 viser til hvordan de utvikler innholdet i tjenestene sine gjennom dialog med gruppene de ønsker å nå ut til, slik at de medlemmene som skal bruke tjenestene får tilpasset og riktig informasjon, og andre grupper ikke blir presentert unødvendig informasjon;

«Vi har valgt å ha direkte dialog med disse gruppene på noen ting, slik at vi ikke sliter ut andre medlemmer med unødvendig informasjon» (I5).

På denne måten blir tjenesteutviklingen *«et samarbeid med medlemmene»* (I3) hvor en forsøker å sette sammen et produkt som kan fungere som en kunnskapsutviklende ressurs for medlemmene. Det blir beskrevet hvordan et slik samarbeid mellom organisasjonen og medlemmene kan føre til en fellesfølelse og at medlemmene føler et eierskap til det tilbudet som blir gitt;

«Den fellesfølelsen av at vi bygger noe sammen» (I1).

«Invitere medlemmer til å ta en aktiv rolle i planleggingen og gjennomføringen av foreningens aktiviteter. Dette kan forsterke følelsen av eierskap og tilhørighet» (I4).

Som en del av tjenestetilbudet skal næringsforeningene legge til rette for møteplasser og rom hvor kunnskap kan deles og utvikles. Næringsforeningene «*kan arrangere kurs, workshops, og andre opplæringsprogrammer*» (I4), de kan arrangere «*frokost presentasjoner*» (I3), de ønsker «*å gi medlemmer plattformer for å bygge nettverk med andre bedrifter*» (I4) og de kan invitere inn til ulike bedriftsmesser; «*da inviterer vi for eksempel inn til arbeidsmesser*» (I2). Felles for disse møteplassene er at de skal gi medlemmene faglig påfyll og nyttig informasjon som de kan ta med seg til sine organisasjoner, og som på denne måten kan bidra til å skape ny kunnskap, noe informant 4 gir uttrykk for;

«Disse programmene er designet for å forbedre faglige ferdigheter og bransjespesifikk kunnskap» (I4).

Næringsforeningene skal dermed legge til rette for «*å bidra med kompetansehevede tiltak*» (I5), og «*være døråpnere slik at de blir kjent og kan lykkes/dele informasjon*» (I5). Det kommer også frem fra intervjuene en oppfatning om at alle medlemmene ikke er like villige til å dele informasjon og kunnskap med hverandre på disse møteplassene;

«Vi opplever ikke at de deler så mye, men skaper aktiviteter i fellesskap» (I5).

Det kommer ikke frem fra intervjuene hvorfor medlemmer ikke ønsker å dele med hverandre – men det at medlemmene ikke er villige til å dele med hverandre kan få konsekvenser for kunnskapsutvikling, noe jeg kommer tilbake til i drøftingsdelen.

Viktigheten med å skape møteplasser for næringen kommer godt frem gjennom et eksempel rundt arbeidet som ble gjort under koronapandemien. Her etablerte en av næringsforeningene en digital møteplass for sine medlemmer, hvor de la frem informasjon som fremsto som viktig på dette tidspunktet – da blant annet informasjon rundt permitteringsregler, informasjon om hvem som må ha hjemmekontor eller hvordan man skal klare å holde avstand på arbeidssstedet. Her ble det hentet inn ressurspersoner som kunne gi informasjon til næringen om hvordan de kunne utarbeide systemer som trengtes til å få driften

til å gå rundt i en slik krevende situasjon. Gjennom å bruke eksterne aktører, som statsråder, jurister, ordfører og andre eiere i samme situasjon bygde de et forum hvor en kunne hente viktig og nødvendig informasjon og kunnskap som kunne brukes videre i situasjonen.

Informantene 1 og 2 beskrev situasjonen slik;

«2 uker etter pandemien var i gang, så var vi i gang med nyhetssendinger med helt sånne relevante spørsmål - som hvordan forholder jeg meg til alt fra permitteringer, til hvem som må være på hjemmekontor og hvordan vi skal holde avstand, og sånne ting» (I1).

«Da trakk vi inn våre medlemmer, eksperter og jurister, revisorer, rådgivere på det som det var behov for. Og da var det medlemmene som hjalp andre medlemmer igjen – men da i digitale kanaler. Men vi var fasilitator» (I2).

«Du kunne gå inn på en eller annen websending og se at «å ja, der sitter jo kollegaen min, og han har det akkurat sånn som meg, og vi jobber med akkurat de samme utfordringene, vi lurer på om vi skal beholde folk eller om vi skal permittere eller hvilke rettigheter vi har eller hvordan vi skal ha butikkene og ikke minst kontorene åpne, hvordan vi skal oppføre oss på byggeplasser - de store aktørene de løste jo det ganske kjapt, men du har jo ganske mange mindre aktører også som ikke har det in house, altså den kompetansen in house, og da var det vår oppgave å på en måte videreformidle det så godt som overhodet mulig. Og vi hadde statsråder, og vi hadde jo ordførere og vi hadde butikkeiere, og vi hadde det meste på besøk i det studioet» (I1).

Det kommer frem i at «det går i sykluser» (I2) hvilke medlemmer som har størst behov for tjenestene næringsforeningene tilbyr. Det blir også pekt på hvordan medlemmene av næringsforeningene i varierende grad er aktive brukere av tilbudene som gis;

«Noen er med bare for å være medlem – vi skal ikke kalle de støttemedlem, for det er jo veldig mange som er med på ett til to arrangementer i løpet av året. Så har du mange som er veldig

engasjert, som vi møter ofte og som kommer til oss med både innspill og prosjekter og temaer» (I1).

«Man ser jo at det er typ en gruppe på kanskje 50 – 100 som bruker oss mye, også er det en del som blir litt mer sånn støttemedlemmer» (I3).

For å skape et engasjement hos medlemmene, og tiltrekke seg medlemmene slik at de ønsker å ta i bruk tjenestene næringsforeningen tilbyr, arbeider foreningene for å *«utvikle åpne og effektive kommunikasjonskanaler (nyhetsbrev, sosiale medier, medlemsportal)» (I4)*. Ved å bruke slike plattformer kan de også *«holde medlemmene oppdatert» (I4)* på hva som skjer i næringsforeningen. I tillegg blir det spredd informasjon om ulike arrangementer og møteplasser på hjemmesidene, her kan de også informere om eller ta imot påmeldinger; *«vi tar påmeldinger og reklamerer på hjemmesiden vår» (I3)*. I tillegg prøver næringsforeningene å engasjere medlemmer som ikke alltid er like engasjerte ved å bruke deres kompetanse i ulike oppgaver, noe informant 1 beskriver slik;

«Det kan være et spesielt prosjekt som vi trekker frem hvor vi løfter inn ett sett med medlemmer som kanskje ikke har vært så engasjer tidligere, men som vi ser at akkurat den bransjen trenger vi å trekke inn nå – og de er kanskje ikke nødvendigvis like engasjert gjennom hele året eller i perioder, men som kommer inn til de ulike prosjektene. Da setter vi sammen arbeidsgrupper eller ressursgrupper eller referansegrupper eller hva det måtte være fra de ulike næringene» (I1).

Kort oppsummert viser funnene at næringsforeningene arbeider også for å *«skape plattformer hvor medlemmer kan diskutere utfordringer, muligheter, og gi direkte tilbakemeldinger» (I4)*. Ved at de oppretter rom hvor kunnskap og informasjon kan deles og utvikles. At næringsforeningene i stor grad er avhengig av innspill fra sine medlemmer for å kunne utvikle gode tjenester med riktig og tilpasset innhold. For å kunne gjøre dette er foreningen avhengig av å ha gode relasjoner med sine medlemmer – dette er et av punktene jeg vil ta opp i det neste avsnittet.

5.2. Næringsforeninger som relasjonsskaper og brobygger

Som i forrige delkapittel har jeg valgt å sette de viktigste punktene som kom frem fra intervjuene i en tabell. Det gir en systematisk og god oversikt over hvilke punkter næringsforeningene ser på som viktig når det kommer til å skape relasjoner. I det teoretiske rammeverket kommer det frem at relasjoner mellom aktører, og gjerne i nettverk, spiller en rolle når det kommer til kunnskapsutvikling (Newell et. al, 2009, s. 165), derfor vil det være viktig å trekke frem hvordan næringsforeningen jobber med å skape relasjoner både mellom organisasjonen og medlemmene, mellom medlemmene, og mellom medlemmene og eksterne aktører – dette delkapittelet er derfor delt inn i tre avsnitt; *relasjoner mellom ansatte i organisasjonen og medlemmene, relasjoner mellom medlemmene og til slutt næringsforeningen som brobygger.*

Hvordan næringsforeningen ønsker å skape relasjoner	Samarbeid
	Vise respekt
	Åpenhet
	Ærlighet
	Mingling
	Dialog
	Kommunikasjon
	Tillit
	Arrangementer
	Nettverksbygging

5.2.1. Relasjoner mellom ansatte i organisasjonen og medlemmene

Funnene presentert i avsnittet om næringsforeninger som ressurs viser hvordan næringsforeningene samarbeider mye med medlemmene sine for å utvikle tjenestene sine. For å kunne arbeide slik er en avhengig av å skape relasjoner mellom de ansatte i organisasjonen og medlemmene. For å skape slike relasjoner blir det pekt på hvordan faktorer som det å vise respekt for medlemmenes meninger, og lytte til hva de kan bidra er avgjørende faktorer, noe informant 4 beskriver;

«Vise respekt for medlemmenes tid, meninger, og bidrag. Dette er fundamentalt for å bygge sterke relasjoner» (I4).

I tillegg til å inkludere medlemmene i utviklingen av tjenester, er det også slik at næringsforeningene jobber mot å skape relasjoner ved å formidle at det er lav terskel for å ta kontakt med organisasjonen, og informant 3 beskriver hvordan deres næringsforening har klart akkurat dette;

«Jeg blir sikkert ringt fem ganger i uka av forskjellige medlemmer som lurert på ting – så jeg føler at vi har klart å formidle at det på en måte er lav terskel for å ta kontakt» (I3).

Videre jobbes det med å skape en relasjon inn mot medlemmene ved at de har møter med sine medlemmer, og på denne måten kan de bli bedre kjent og skape seg et bilde av hva medlemmene trenger og ønsker ut av relasjonen;

«Vi gjennomfører også mange møter med medlemmene enkeltvis hver uke. Dette for å bli bedre kjent med dem, høre hva de trenger og hvor skoen trykker» (I5).

På spørsmålet om hvordan næringsforeningene jobber for å skape gode relasjoner ønsket en av informantene å uttrykke hvordan en relasjonene mellom de ansatte i organisasjonen og medlemmene ideelt skulle se ut;

«I en ideell situasjon opplever foreningen relasjonen til sine medlemmer som et partnerskap hvor begge parter bidrar til og drar nytte av forholdet. Medlemmene føler seg verdsatt og hørt» (I5).

I denne oppgaven har det ikke blitt undersøkt hvordan medlemmene oppfatter relasjonene, så på denne måten har en ikke kunne funnet svar på hvordan de syns relasjonene er, men uttalelsene til informantene virker å vise til at de jobber mot en slik ideell situasjon – ved at de, som nevnt i delkapittel 5.1, bruker medlemmene som partner i utviklingen og dermed tar de hensyn til de meningene og behovene medlemmene har. De prøver altså å trekke inn medlemmene, vise de respekt og bli bedre kjent med de ved å trekke de inn i arbeidet til organisasjonen.

Avslutningsvis er det viktig å poengtere at næringsforeningene også jobber for å skape tillit i relasjonene mellom de ansatte i organisasjonene og medlemmene. Alle faktorene nevnt over kan bidra til å påvirke styrken i relasjonene, men jo sterkere båndene er – jo mer er en avhengig av gjensidig tillit (Granovetter, 1973, s. 1361). I arbeidet med å skape tillit i relasjonene blir det lagt vekt på faktorer som ærlighet og kommunikasjon – men da i samspill med tidligere nevnte handlinger. Informant 4 uttalte det slik under intervjuet;

«Jobbe for å bygge tillit gjennom åpenhet, ærlighet, og konsistens i handlinger og kommunikasjon» (I5).

Ved å bygge relasjoner som inneholder tillit, åpenhet og ærlighet, kan næringsforeningene bruke sin kompetanse til å videreformidle viktig informasjon til medlemmene, slik at de videre kan bruke denne informasjonen til å utvikle ny kunnskap.

5.2.2. Relasjon mellom medlemmene

Arbeidet til næringsforeningene omhandler ikke bare å skape relasjoner mellom seg og medlemmene, det legges også ned mye arbeid i å skape gode relasjoner medlemmene imellom. Gjennom å skape møteplasser hvor medlemmene kan møtes, skapes det plattformer som legger til rette for relasjonsbygging mellom medlemmene i organisasjonen – noe informant 4 bekrefter med å beskrive hvordan ulike typer arrangementer skaper «en plattform for å bygge relasjoner» (I4). I intervjuene kommer det frem at det gjennom blant annet presentasjoner av medlemmene på arrangementer blir lagt opp til en situasjon hvor en kan bli bedre kjent med hverandre;

«Vi har alltid en presentasjon av alle som er til stede på møtene våre. Dette uansett hvor mange som deltar. Vi kan være opp til 70-80 på møtene våre, men vi ser på dette som viktig slik at alle får en bedre mulighet til å bli kjent, men også til å se hvem som er der» (I5).

Det blir også pekt på hvordan dialog mellom medlemmene og «mingling» er med på å skape relasjoner på arrangementene;

«Alle medlemsmøter som er om morgenen, starter med frokost hvor folk spiser sammen og mingler. Dette gjør vi slik at folk får anledning til å bli kjent, mingle, men også ha en dialog» (I5).

Videre blir nettverksbygging pekt på som en viktig faktor i arbeidet med å skape relasjoner mellom medlemmene, og informant 4 beskriver hvordan «nettverksbygging tilbyr uvurderlige muligheter for samarbeid og vekst» (I4).

Under intervjuet peker informant 2 på viktigheten av det sosiale rammene som skapes under arrangementene næringsforeningene er med på å organisere;

«Vi må se på det sosiale her, spesielt etter pandemien så skrek folk etter å få møtes igjen, og det ser vi på arrangementene våre også – at det fysiske møtepunktet, det at man kan stå og snakke med folk, litt over ulike bransjer – lunsjpausen på (arrangement navn) var nesten like viktig som det faglige innholdet, for enkelte» (I2).

Ved å organisere slike arrangementer, og gi medlemmene mulighet til å snakke med hverandre, og sosialiseres, bidrar arbeidet næringsforeningene legger inn mot medlemmene til å skape relasjoner. Arrangementet informant 2 snakker om i denne uttalelsen var et av arrangementene jeg observerte til denne oppgaven – her ble det lagt opp til at personer som ikke kjente hverandre skulle gå sammen for å skape dialog, slik at en kunne utvide sine kontakter og komme i kontakt med noen man kanskje ikke hadde snakket med før. Det er usikkert hvor mange av deltakerne som fulgte oppfordringen, men det ble observert flere deltakere som kom i kontakt med og hilste på personer de ikke før hadde snakket med. Dette vil neste avsnitt om næringsforeninger som brobyggere.

Videre viser funnene at arrangementene og nettverkene har ulik hyppighet – og at medlemmene gjennom slike møteplasser møter hverandre i svært ulik grad, informant 3 beskriver variasjonen i denne uttalelsen;

«(Navn på nettverk) tror jeg møtes annen hver måned. (Navn på nettverk) lurer jeg på om har en gang i halvåret. Så det er litt forskjellig hyppighet» (I3).

Informant 4 har beskriver også en lignende situasjon;

«Nettverkene har faste datoer som legges i januar ut året. varierer på hyppighet» (I4).

Noen store arrangementer som messer kan forekomme kun en gang i året; *«den ene gangen i året hvor vi har den store messa» (I1).* Informantene forklarer videre at næringsforeningene

tilbyr ulike typer nettverk til sine medlemmer, og det varierer mellom profesjonsbaserte nettverk, tematiske nettverk og bransjenettverk; «*Bransjespesifikke nettverk*» (I4), «*tematiske nettverk*» (I4), «*nettverk for eiendomsutviklere*» (I5), og det blir poengtert at nettverkene varierer mellom å være uformelle og formelle i strukturen; «*vi har både uformelle og formelle nettverk struktur i våre nettverk*» (I1). Noen av nettverkene er formelt satt sammen, men har en uformell struktur; «*det er et mininettverk, som er formelt satt sammen, men som jobber i morgen på en uformell måte*» (I2).

5.2.3. Næringsforeningene som brobyggere

Gjennom de to foregående avsnittene har det nå blitt vist hvordan næringsforeningen arbeider for å skape relasjoner mellom de ansatte og medlemmene, og medlemmene seg imellom. Både i intervjuer og observasjoner har det kommet frem at næringsforeningene også fungerer som brobyggere mellom sine medlemmer og eksterne aktører. Ved for eksempel å bruke medlemmene i et samarbeid med aktører i offentlige etater, vil en kunne danne relasjoner som kanskje ikke hadde oppstått uten hjelp fra næringsforeningen. Informant 1 beskriver godt en situasjon som viser til hvordan de har en brobyggende funksjon;

«En gang i året så arrangerer vi en studietur hvor vi reiser et eller annet sted, for å se på en eller annen relevant faglig sak, og har det veldig mye gøy ved siden av. Nå sist i oktober så var vi i (sted), 25 mennesker fra bransjen og vi hadde med oss politikere og fra administrasjonen i kommunene - hvor folk kan møtes på et litt annet nivå enn at vi møtes over bordet på rådhuset for å diskutere de tunge sakene» (I1).

Videre forklarer informant 1 hvordan slike broer kan føre til relasjoner;

«Også får vi en felles forståelse vi som er i næringslivet og de som er politikere og de som sitter administrativt for hvordan man kan jobbe for eksempel sånne prosesser kjappere framover. Men det vi får minst like mye ut av, det er jo de relasjonene» (I1).

Ved å arbeide med å koble medlemmene av næringsforeningen inn mot eksterne aktører, og skape broer, kan næringsforeningene bidra til at medlemmene tilegner seg ny informasjon og utvikle sin egen kunnskap, dette ved at *«eksterne aktører kan bringe inn nye perspektiver og innovasjon som kan være verdifull for foreningen og dens medlemmer»* (15). Det er jo ikke bare eksterne aktører næringsforeningene kobler med sine medlemmer – i avsnittet om relasjoner mellom medlemmene, kom det jo frem at næringsforeningene jobber for å skape broer mellom de ulike medlemmene ved å skape møteplasser. Ved å skape slike møteplasser kan personer som ellers kanskje ikke ville møttes, møtes – og slik kan en skape nye relasjoner hvor ny informasjon kan flyte på tvers av nettverksgrenser.

Observasjonene gjort i sammenheng med dette prosjektet har vist at næringsforeningene også jobber for å koble sammen sine medlemmer. Ved å skape møteplasser hvor medlemmene kan møtes, legger næringsforeningene til rette for å skape relasjoner, og en kan da knytte bånd inn mot aktører man kanskje ikke ville truffet før – noe lunsjeksempelet i avsnittet om relasjoner mellom medlemmene viser. Et annet eksempel på dette kan være det å be medlemmene ta med seg en venn til nettverksmøter. Før det ene arrangementet jeg observerte fikk jeg tilsendt en lenke på e-post, her kunne jeg finne invitasjonen og informasjonen om arrangementet. I denne invitasjonen ble medlemmene oppfordret til å ta med seg en venn på arrangementet – i en slik situasjon blir medlemmene brobygger inn mot næringsforeningen ved at de presenterer eksterne aktører for næringsforeningen, men da etter næringsforeningens ønske. Videre kan næringsforeningen koble de nye aktørene de kommer i kontakt med opp mot andre aktører som disse kanskje ikke ville ha møtt uten å koble bånd inn mot næringsforeningen. Informant 3 beskriver hvordan det å be medlemmene ta med en venn for å opprettholde antallet aktører i nettverket, men også for de og skaffe seg medlemmer;

«Vi har fokus på at man kontinuerlig skal ta med seg en venn. Plutselig så er det jo noen som går ut, og da er man jo avhengig av at folk kommer inn også da. Så oppfordrer hver gang til å ta med deg en venn, en nabo, noen som man tror kan ha interesse av nettverket. Det er også en fin måte for oss å få vervet medlemmer på – man må være medlem av oss for å være medlem i for eksempel dette nettverket her» (13).

Om medlemmenes venner ønsker å bli medlem av nettverk og næringsforeningen, vil de få tilbud om de tjenestene næringsforeningen har, og på denne måten også komme i kontakt med for eksempel offentlige aktører

Kapittel 6: Drøfting

I denne delen av oppgaven vil funnene presentert i kapittel 5 drøftes opp mot tidligere forskningsfunn og teorier som jeg har presentert i kapittel 2 og 3. For å kunne svare på min hovedproblemstilling formulerte jeg to underproblemstillinger, disse vil danne grunnlaget for drøftingen, slik at jeg på en ryddig og god måte kan komme frem til et svar på hovedspørsmålet. Spørsmålene som skal danne grunnlaget for drøftingen er; *«hvilke oppgaver utfører næringsforeningene, og hvordan kan de bidra til å skape rom hvor kunnskap kan deles og utvikles?»* og *«hvordan kan næringsforeningenes rolle som brobygger og deres arbeid med å skape relasjoner bidra til kunnskapsutvikling?»*.

6.1. Hvilke oppgaver utfører næringsforeningene, og hvordan kan de bidra til å skape rom hvor kunnskap kan deles og utvikles?

Tidligere funn i forskning har vist til at næringsforeninger som organisasjon har flere viktige oppgaver inn mot sine medlemmer, blant annet det å skape møteplasser hvor en kan skape relasjoner, gi støtte inn mot offentlige aktører slik som politikere i kommunen og utarbeide tiltak og prosjekter som kan bidra til utvikling av næringen (Vareide & Storm, 2021, s. 16). Mye av de samme resultatene kom frem i undersøkelsene gjort i dette prosjektet, hvor informantene pekte på hvordan næringsforeningene skulle være en ressurs for sine medlemmer ved at de skulle bidra i arbeidet med å skape et rustet næringsliv som kunne håndtere de omstillingene de kunne møte i samfunnet. Næringsforeningene skal på den måten bidra med å skape et innovativt næringsliv som er kapabelt til å løse eventuelle problemer

som oppstår. I mine funn presiseres det at kunnskap og kunnskapsutvikling er en viktig faktor for å kunne skape et innovativt næringsliv, og at en av de viktigste oppgavene næringsforeningene har når det kommer til kunnskapsutvikling er å legge til rette for møteplasser hvor medlemmene kan dele informasjon og kunnskap seg imellom – og informantene viser til hvordan ulike møteplasser, som arrangementer og nettverk, er gode kilder til utvikling av kunnskap. Dette underbygges av tidligere forskning, som viser til at en av næringsforeningenes viktigste oppgaver er å tilrettelegge for informasjonsdeling gjennom ulike arrangementer (Vareide & Storm, 2021, s. 16).

Møteplassene som skapes av næringsforeningene, kan beskrives som det Nonaka et.al (2000) kaller rom hvor kunnskap kan utvikles, eller «BA» (Nonaka et.al, 2000, s. 14). Von Krogh et.al (2001) viser til at de rommene som teorien om «BA» beskriver, skal skape samhandling mellom mennesker, og at det er gjennom denne samhandlingen kunnskap utvikles. Disse rommene begrenser seg ikke kun til de fysiske som møtene mellom mennesker, men det kan også skje gjennom for eksempel skriftlige dokumenter eller e-post (Von Krogh, et.al, 2001. s. 201-203). Både intervjuene og observasjonene i dette prosjektet har vist at næringsforeningene i stor grad skaper slike rom for sine medlemmer. På arrangementer og nettverksmøter blir det lagt opp til dialog mellom deltakerne, det blir oppfordret til å ta kontakt og ha samtaler med andre deltakere på arrangementer. De sender ut nyhetsbrev med informasjon, og de oppretter digitale plattformer hvor medlemmene kan kommunisere med hverandre og med organisasjonen. Den informasjonen næringsforeningen eller medlemmene deler ut mot andre vil kunne tolkes som data, så er det opp til mottaker av disse dataene å tolke de og omgjøre de til informasjon. Den informasjonen som blir samlet inn kan videre kobles mot den kunnskapen en innehar fra før, og på denne måten kan det oppstå ny kunnskap (Alavi & Leidner, 2001, s. 108 – 109). Næringsforeningenes arbeid bidrar til å gi utviklingen av kunnskap en «hjelpende hånd» ved at de legger til rette for rom hvor aktører kan dele – de legger altså til rette for en kunnskapshjelpende kontekst. Når en oppnår en situasjon hvor aktører befinner seg i en kunnskapshjelpende kontekst, har man ifølge tidligere funn en «aktiv BA» (Salmador & Salmador, 2007, s. 298).

Von Krog et.al (2001) presenterer fire samhandlingsformer som kan føre til kunnskapsutvikling; sosialisering, dialog, kodifisering og internalisering. Disse

samhandlingsformene er både individuelle og kollektive, noen er fysiske og andre er virtuelle, og de skal bidra til en kunnskapshjelpende kontekst (Von Krogh et.al, 2001, s. 202 – 207). Næringsforeningens arbeid med å organisere og koordinere arrangementer og nettverk skaper rom hvor medlemmene kan sosialisere seg med hverandre. Når disse møteplassene er fysiske, vil denne sosialiseringen skje ansikt til ansikt. Under koronapandemien, hvor en ikke kunne møtes fysisk, ble disse møteplassene gjort digitale – og slik sett ble også sosialiseringen virtuell. Von Krogh et.al (2001) beskriver hvordan sosialiseringen i teorien om «BA» skjer ved fysisk kontakt mellom mennesker, men resultatene fra mine undersøkelser viser at en også kan skape digitale plattformer hvor sosialisering vil skje (Von Krogh et.al, 2001, s. 205 – 206).

Sosialisering gjør det mulig å skape dialog mellom mennesker. Gjennom å skape møteplasser legger næringsforeningene opp til rom hvor dialog kan skapes mellom medlemmene. Det er viktig å peke på at dialogen også kan oppstå mellom næringsforeningens ansatte og medlemmene. I en dialog med andre medlemmer settes det ord på den kunnskapen en har, og på denne måten deles eksplisitt kunnskap (Von Krogh et.al, 2001, s. 206 – 207). Men dialog kan også oppstå mellom medlemmene og de ansatte i organisasjonen. Ved at en slik dialog skapes, kan næringsforeningen innhente informasjon og kunnskap fra medlemmene som kan være viktig i andre oppgaver organisasjonen skal utføre, som politisk påvirkning. Næringsforeningene og medlemmene kan også ha en dialog rundt hva medlemmene ønsker av organisasjonen, og på denne måten kan organisasjonen innhente viktig informasjon som kan utvikle deres kunnskap om hvordan tjenester skal utvikles.

På arrangementene som har blitt observert gjennom dette prosjektet har det blitt vist presentasjoner, disse presentasjonene inneholder informasjon som deles med et større antall mennesker. Dette er det Von Krogh et.al (2001) beskriver som kodifisering – deltakerne får presentert eksplisitt kunnskap, som er kodet i ord og tall – og så er det opp til enhver aktør som deltar på arrangementet å trekke ut informasjon fra disse presentasjonene og utvikle sin indre kunnskap ved hjelp av denne informasjonen. Informasjonsskriv, nyhetsbrev og dokumenter er også eksempler på kodifisert informasjon og kunnskap. Ved at næringsforeningene har arrangementer hvor en kan lese en presentasjon, eller ved at de sender ut nyhetsbrev og dokumenter, legger de til rette for å presentere data som medlemmene kan tolke, trekke ut informasjon fra, og videre etablere ny kunnskap. Tolkningsprosessen, og hva

man får ut av kunnskapen en får presentert gjennom data er opp til hvert enkelt medlem (Von Krogh et.al, 2001, s.207).

Dette viser at næringsforeningene arbeider for å være en ressurs som skal bidra til å skape rom hvor kunnskap kan gro. De bidrar ved sitt arbeid inn i alle fire samhandlingsformene som Von Krogh et.al (2001) presenterer. De skaper rom hvor medlemmene kan sosialiseres, og hvor det gjennom relasjonene som skapes ved sosialisering kan en skape dialog. I tillegg skaper de kunnskapshjelpende kontekst ved å koordinere arrangementer og møter hvor deltakerne blir presentert innholdet gjennom blant annet presentasjoner på PowerPoint. Selv om internalisering er en individuell aktivitet, trenger en å få presentert de dataene en skal tolke – og på denne måten kan næringsforeningene være en ressurs, ved å bruke presentasjoner eller sende ut nyhetsbrev. I funnene fra mine undersøkelser trekker jeg frem hvordan jeg mottok presentasjonene som var vist på ulike arrangementer på e-post i etterkant av arrangementene – dette er et godt eksempel på hvordan de legger til rette for at en kan internalisere, altså lese og tolke informasjonen og dataene en får presentert (Von Krogh et.al, 2001, s. 205 - 207).

Når en skal utvikle kunnskap er en helt avhengig av data og informasjon som kan tolkes, og selv om en legger til rette for rom hvor kunnskap skal kunne skapes og utvikles, vil ikke dette være mulig uten at en sprer nødvendig data og informasjon seg imellom (Alavi & Leidner, 2001, s. 108 – 109), og dette kan være vanskelig å få tak i om medlemmene ikke ønsker å dele seg imellom. Gjennom intervjuene gjort i dette prosjektet kom det frem at ikke alle medlemmer er like villige til å dele informasjon og kunnskap – hvis alle medlemmene hadde tenkt slik ville data og informasjonsgrunnlaget stoppet opp, og en hadde fått det som blir kalt «inaktiv BA». Når en opplever det som blir beskrevet som «inaktiv BA» mister møteplassene sin rolle som kunnskapshjelpende kontekst, og gir ikke lenger rom for at kunnskap skal kunne spire og gro – en møter en barriere. For å kunne unngå slike barrierer er det viktig at næringsforeningene går inn for å skape en kultur hvor det motiveres til å dele kunnskap mellom medlemmene (Von Krogh et.al, 2001, s. 202-203; Haagensen & Helland, 2014, s. 13; Salmador & Salmador, 2007, s. 298). Næringsforeningene som har deltatt i dette prosjektet virker å jobbe for å unngå å skape «inaktiv BA» - de prøver å inkludere sine medlemmer ved å trekke blant annet inaktive medlemmer inn i prosjekter og arrangementer. De har også

funnet en løsning som kan fungere om en mangler kompetanse internt blant medlemmene og organisasjonen, ved å hente inn eksterne aktører. En kan også si at arbeidet med å utvikle tjenestene i samarbeid med medlemmene også kan spille en rolle i arbeidet mot å unngå «inaktiv BA». Ved å trekke medlemmene inn i arbeidet med utvikling av innhold og form av tjenestene, vil det kunne føre til at medlemmene føler eierskap, og et samarbeid rundt oppgavene kan føre til et fellesskap. Dette kan være en faktor som kan bidra til at en tørr å dele sin informasjon, da man har skapt relasjoner til aktørene rundt seg. Næringsforeningene kan ikke tvinge medlemmene til å delta på verken arrangementer eller i utviklingen av tjenestene. En metaorganisasjon, som næringsforeninger er, skal inneholde stor grad av frihet for medlemmene – og det skal dermed ikke legges press på å delta (Ahrne & Brunsson, 2008, s. 11-17).

6.2. Hvordan kan næringsforeningenes rolle som brobygger og deres arbeid med å skape relasjoner bidra til kunnskapsutvikling?

I forrige delkapittel, 6.1, ble det vist til hvordan næringsforeningen ønsker å bidra som ressurs med å skape møteplasser hvor medlemmene kan møtes, og hvordan dette kunne føre til sosialisering og samhandling. På denne måten bidrar næringsforeningene til å skape relasjoner – de knytter sammen mennesker. Funnene fra undersøkelsene viser at nettverk, som bransjespesifikke nettverk og tematiske nettverk, gjerne er et tilbud som medlemmene av næringsforeningene tilbys. Da i tillegg til arrangementer som møter og seminarer. Det pekes på hvordan nettverk som plattform skal bidra til å skape relasjoner mellom medlemmene, og på den måten legge grunnlag for at kunnskap kan deles og utvikles. Funn fra tidligere forskning viser at det å samarbeide i nettverk kan være en viktig kilde til å innhente ny informasjon, og at en gjennom å knytte relasjoner til andre i nettverk vil kunne oppleve at informasjons – og kunnskapsflyt går lettere (Burkay et.al, 2022, s. 2 – 3). Men hva gjør egentlig næringsforeningen for at det skal skapes relasjoner i nettverkene, og hvordan kan dette arbeidet påvirke flyten mellom medlemmene?

Funnene fra undersøkelsene gjort i dette prosjektet viser at nettverk er en viktig plattform næringsforeningene bruker for å skape relasjoner mellom sine medlemmer, dette er da gjerne nettverk koordinert av næringsforeningen, og de kan knyttes til ulike bransjer, profesjoner eller temaer. For at medlemmene skal få en mulighet til å bli kjent med hverandre og knytte bånd, ser næringsforeningene det som viktig å ha et program i disse nettverkene som legger til rette for å gi medlemmene muligheten til å presentere seg, mingle og ha dialog. Uavhengig om det er uformell eller formell struktur på nettverkene, gir informantene uttrykk for at det er det sosiale og faglige som er viktig i disse nettverkene – at man kan stå sammen, for dele informasjon og kunnskap gjennom relasjoner for å kunne skape et sterkt næringsliv.

Ved å opprette nettverk, og ved å gi medlemmene mulighet til å danne relasjoner, bidrar næringsforeningen til å skape broer mellom ulike aktører. Ronald Burt (2009) beskriver i sin teori om strukturelle hull hvordan det eksisterer barrierer mellom aktører i ulike nettverk, og hvordan slike strukturelle hull beskytter oss mot å bli «overlesset» med informasjon fra alle kanter. Disse strukturelle hullene gir oss en viss kontroll over livene våre, og hvor vi henter informasjonen vår fra. Men for å kunne innhente ny informasjon er en avhengig av å krysse disse hullene, men man kan selv velge hvem man har kontakt med – og dermed kan en fortsatt beskytte seg mot å bli overlesset av informasjon. Ved å koble sine medlemmer sammen i nettverk bidrar næringsforeningene til å bygge broer mellom ulike aktører og nettverk, og bidrar på den måten til å bryte ned barrierene slik at en kan bevege seg over de strukturelle hullene. Når en gjør dette skaper en nye relasjoner, og utvider sitt felt – som igjen kan føre til at en kan innhente ny informasjon og kunnskap fra kilder man ikke har vært i kontakt med før. Næringsforeningene sin brobygger oppgave går ut på å koble aktører sammen, da altså aktører som kanskje ikke hadde fått kontakt med hverandre uten en felles kobling til næringsforeningene (Burt, 2009, s. 39 – 43; Li & Gao, 2021, s. 2). Presentasjonene, dialogene og minglingen det legges til rette for innenfor nettverkene er en faktor på bidrar til brobygging, med næringsforeningene som organisator. Selv om en legger til rette for å tette strukturelle hull, og selv om man legger inn arbeid for å skape relasjoner, vil ikke dette nødvendigvis si at en opplever å få økt informasjons – og kunnskapsutvikling – det hele avhenger av hvor mye arbeid medlemmene legger inn i samhandlingen. Broene som bygges gir oss muligheten til å hente inn informasjon fra nye kilder, men da må den kilden være villig til å dele den informasjonen og kunnskapen han/hun sitter inne med – en må føle på en motivasjon til å dele (Burt, 2009, s. 39 – 43; Bochma & ter Wal, 2007; Newell et.al, 2009, s.

168 – 169). Som jeg har vist til i forrige delkapittel, viser funnene fra mine undersøkelser at det ikke er alle medlemmer som er like villige til å dele informasjon. I tillegg til dette er ikke alle medlemmer like aktive. Dette er to faktorer som kan bidra til å gjøre informasjonsflyten i nettverk dårligere, for om noen faller av vil en miste noe av informasjonsgrunnlaget i ett nettverk (Bochma & ter Wal, 2007). På denne måten blir en av næringsforeningenes viktigste oppgaver å skape plattformer som motiverer medlemmene til å delta. Under intervjuene ble det presentert en strategi for å unngå for stort frafall i nettverk – foreningen kunne be medlemmene ta med seg en venn. På denne måten kunne en fylle plasser som ble tomme om noen valgte å trekke seg ut av nettverk. Videre viste intervjuene at næringsforeningene ofte samarbeidet med medlemmene når de skulle utvikle de tjenestene de hadde – og det ble pekt på at dette samarbeidet skulle føre til tjenester som var tilpasset behovene og ønskene medlemmene hadde. Dette kan være en faktor som kan motivere medlemmene, slik at de ønsker å delta og bruke de tjenestene de blir tilbudt. Arbeidet med å trekke inn medlemmene i sitt arbeid, kan påvirke kunnskapsflyten ved at en engasjerer og motiverer medlemmene til å bidra inn mot andre medlemmer.

Ved å tre inn i rollen som brobygger bidrar altså næringsforeningene til å nye relasjoner, og disse relasjonene kan bli beskrevet som bånd mellom aktører. I teorien om bånd mellom aktører blir det satt et skille mellom sterke og svake bånd. Sterke bånd er relasjoner som oppstår mellom mennesker som tilbringer mye tid sammen, og legger mye ressurser og arbeid i å opprettholde relasjonene – her trekkes det frem relasjoner mellom gode venner og familie. De svake båndene krever ikke like mye arbeid, og blir eksemplifisert som bånd mellom blant annet bekjente og kolleger. Det blir pekt på hvordan det er de svake båndene som gjerne tilfører ny informasjon ved at man kobles til nye kilder, og at det på denne måten er de svake båndene som fører best fører til kunnskapsutvikling (Granovetter, 1973, s. 1361 – 1362; Li & Gao, 2021, s. 2; Newell et.al, 2009, s. 166 – 167). De nye relasjonene næringsforeningene bidrar til å skape med sitt arbeid, kan sees på som svake bånd mellom medlemmene – og kan på den måten påvirke kunnskapsutviklingen i en positiv retning. Om en går for strategien om at medlemmene kan ta med seg venner, vil en kunne ta med seg personer en har sterke bånd til, og på denne måten vil denne personen ikke gi personen som tar med seg en venn en kilde til ny informasjon – men vennen vil kunne gi de andre aktørene i nettverket en ny kilde.

Strategien med å ta med seg en venn vil kunne påvirke et medlem negativt, men bidra til noe positivt for de andre.

Det er også viktig å peke på hvordan næringsforeningene arbeider for å skape relasjoner mellom sine ansatte og medlemmene. I sitt arbeid er næringsforeningene avhengig av et samarbeid mellom ansatte og medlemmene. For å kunne skape et slikt samarbeid, og gode relasjoner legges det vekt på å møte medlemmene med ærlighet og respekt – og det jobbes for å bygge tillit. Ved å legge vekt på dette, og vise medlemmene at relasjon og samhold er viktig vil skape et samhold innad i organisasjonen, og følelsen av trygghet og samhold kan være en faktor som bidrar til at medlemmene har lyst til å forbli i organisasjonen (Ahrne & Brunsson, 2005, s. 433 – 434).

Kapittel 7: Avslutning

Denne oppgaven hadde som formål å undersøke hvordan næringsforeningers arbeid kan bidra til utvikling av kunnskap hos sine medlemmer – og ved å undersøke hvordan fem ansatte fra næringsforeningen i Drammensregionen, Asker næringsforening, Ringerike næringsforening og Holmestrand næringsforening beskrev arbeidet, ønsket jeg å finne trekk som kunne gi et bilde av hvordan næringsforeninger som helhet arbeider. Observasjoner av arrangementer skulle også være med å gi et bilde av hvordan arbeidet kunne påvirke kunnskapsutviklingen.

Funnene fra undersøkelsen viser at næringsforeningene ønsker å skape møteplasser hvor det kan deles informasjon og kunnskap mellom sine medlemmer. Ved at det jobbes med å skape slike møteplasser hvor en kan dele seg imellom, kan arbeidet foreningene gjør kobles mot arbeidet som blir beskrevet i teorien om BA. Ikujiro Nonaka et.al (2000) tar for seg denne teorien, og beskriver hvordan en skal jobbe for å skape rom hvor kunnskap kan deles og utvikles (Nonaka et.al, 2000, s. 14), en skal jobbe for å oppnå det som kalles «aktiv BA» (Salmador & Salmador, 2007, s. 298). Ved å organisere arrangementer og nettverk hvor medlemmer kan møtes, og ved å opprette plattformer hvor medlemmene kan kommunisere seg imellom, bidrar arbeidet næringsforeningene utfører til å skape et «aktivt BA».

For å dele kunnskap mellom individer er en avhengig av, og gjennom denne sosialiseringen skapes dialog og relasjoner mellom mennesker sosialisering (Von Krogh et.al, 2001, s. 205 - 207). Ved å skape møteplasser for sine medlemmer, da rom hvor kunnskap kan deles og utvikles, bidrar arbeidet næringsforeningen gjør til at medlemmene kan skape relasjoner eller bånd seg imellom. Slik gjør arbeidet næringsforeningene dem til brobyggere mellom sine medlemmer, ved at de kobler ulike aktører og nettverk sammen, som kanskje ikke hadde kommet i kontakt uten det felles knutepunktet som næringsforeningene er. Næringsforeningen bygger broer og skaper svake bånd mellom sine medlemmer. Slike svake bånd gjør at en kan utvide sine felter, og på denne måten innhente ny informasjon som en kan bruke til å skape ny kunnskap (Burt, 2009, s. 39 – 43; Li & Gao, 2021, s. 2; Granovetter, 1973, s. 1361 – 1362).

Arbeidet med å skape møteplasser og relasjoner som kan bidra positivt til kunnskapsutvikling er altså en viktig del av næringsforeninger hverdag. Men mye arbeid ligger også i å skape en delekultur hvor medlemmene ønsker å dele seg imellom – for om medlemmene ikke ønsker å dele, vil det ikke kunne utvikles ny kunnskap. Derfor er det relevant å trekke frem hvordan næringsforeningene inkluderer sine medlemmer i arbeidet med å utarbeide tjenestene som blir tilbudt – for et slikt samarbeid kan føre til at medlemmene føler eierskap over tjenestene, og tjenestene blir tilpasset medlemmenes behov, det kan i tillegg skape et fellesskap hvor en føler seg trygg og ivaretatt. Dette kan gjøre at flere medlemmer ønsker å delta på blant annet arrangementer og i nettverk, og bli motiverte til å dele den kunnskapen de sitter inne med, og denne kunnskapen kan andre dra nytte av og utvikle sin egen kunnskap (Bochma & ter Wal, 2007; Newell et.al, 2009, s. 168 – 169).

Problemstillingen i denne oppgaven var; «*Hvordan bidrar næringsforeningene i kunnskapsutviklingen til sine medlemmer?*». Svaret på dette har jeg nå presentert i denne avslutningen, men det kan sammenfattes slik;

- Skape møteplasser hvor kunnskap kan deles og utvikles; som nettverk, møter, seminarer og kurs.
- Bygge broer mellom medlemmene slik at kunnskap kan flyte; knytte relasjoner mellom personer som kanskje ikke ville møttes uten næringsforeningen.

- Bidra til å skape relasjoner hvor en kan dele og utvikle kunnskap
- Skape delekultur – skape motivasjon til å dele kunnskap

Selv om empirien i denne studien er innhentet fra et begrenset utvalg av caser, og selv om disse casene befinner seg nær hverandre i geografisk avstand, vil jeg si at resultatene er forenelig med funn fra tidligere forskning om næringsforeninger. I kapitlet hvor jeg presenterer funnene jeg har funnet i forskning gjort av andre vises det til at en av næringsforeningenes viktigste oppgaver er å skape møteplasser for sine medlemmer (Vareide & Storm, 2021, s. 16) – dette viser også mine empiriske funn. Mine informanter har også uttrykt viktigheten ved å danne møteplasser hvor en kan møtes å skape relasjoner. Knut Vareide og Hanna N. Storm (2021) undersøkte et bredt spekter av næringsforeninger i distriktskommuner i Norge – og da mine resultater peker på noen av de samme faktorene som de gjør i sitt forskningsprosjekt, vil det utvalget jeg har presentert i denne studien kunne sies å gi et helhetlig bilde av næringsforeningers arbeid, og hvordan de kan påvirke kunnskapsutviklingen hos sine medlemmer.

7.1. Implikasjoner for videre forskning

Denne oppgaven har basert seg på informasjon innhentet gjennom intervjuer av ansatte i ulike næringsforeninger, og observasjoner av tre arrangementer organisert av næringsforeningene. Derfor blir dette en oppgave som omfatter de ansattes synspunkter, og forskers observasjoner. Hvis et slik prosjekt skulle bli utført igjen, ville det kunne være relevant å trekke inn hvordan medlemmene av foreningene oppfattet arbeidet næringsforeningene gjør, og se på hvorvidt medlemmene selv mener kunnskapsutviklingen deres påvirkes av det arbeidet foreningene utfører. Her kan en møte på en barriere, da det kan bli sett på som merarbeid for næringsforeningens sine medlemmer å delta i en studie. For det er frivillig for aktører å være medlem i en metaorganisasjon, slik som næringsforeninger er, og arbeid som ikke er knyttet til engasjement i organisasjonen kan bli tolket som merarbeid – da medlemmene må sette av ekstra tid til å bidra i en slik undersøkelse (Ahrne & Brunsson, 2005, s. 433 – 434).

Det kan også være relevant å se på forskjeller mellom ulike næringsforeninger. En kan gå inn å studere de ulike arbeidsoppgavene foreningene utfører, for å for eksempel gå dypere

inn i hvilke oppgaver næringsforeningene selv mener er viktigst for sine medlemmer – og for å kunne skape et rustet næringsliv. Det vil også kunne være relevant å innhente informasjon fra flere ulike næringsforeninger, slik at en kan gå inn å se på forskjeller mellom ulike landsdeler, mellom kommuner og regioner. Denne oppgaven har brukt fire næringsforeninger lokalisert på Østlandet for å skape et helhetlig bilde av arbeidet enheten næringsforeninger utfører. Det kunne altså vært relevant å trekke inn foreninger fra ulike deler i Norge.

Næringsforeninger er en spennende organisasjonstype å studere, men det vil også kunne være interessant å sammenligne næringsforeninger med bransjeforeninger. For eksempel da å sammenligne deres strategier, deres medlemmer, hva som skiller deres arbeidsmetoder eller se på hvilken rolle de har mot det offentlige.

Kilder

AHRNE, G. & BRUNSSON, N. (2008). *Meta – organizations*. Edward Elgar

AHRNE, G. & BRUNSSON, N. (2005). Organizations and Meta – organizations. *Scandinavian Journal of Management*, volum 23, issue 4. s. 429 – 449

ALAVI, M. & LEIDNER, D. (2001) Review: Knowledge Management Systems: Conceptual Foundations and Research Issues. *MIS Quarterly*, vol. 25, issue 1, 2001. s. 107 – 136

ASKER NÆRINGSFORENING (u.å). *Om næringsforeningen*. (Hentet 07.03.2024)

<https://www.askern.no/om-oss-om-oss/om-naeringsforeningen>

ASKHEIM, O.L.A. & GRENNESS, T. (2008). *Kvalitative metoder for markedsføring og organisasjonsfag*. Universitetsforlaget

BENETT, R.J. (1998, online 2006). Business associations and their potential contributions to the competitiveness of SMEs. *Entrepreneurship & Regional development*, volum 10, issue 3, 1998. s. 243 – 260

BOSCHMA, R.A. & TER WAL, A. L. J. (2009). Co – evolution of firms, industries and networks in space. *Regional Studies*, volum 45, issue 7: Regional Innovation Systems: Theory, Empirics and Policy. s. 919 – 933

BOSCHMA, R.A & TER WAL, A.L.J. (2007). Knowledge networks and innovative performance in an industrial district: The case of a footwear district in the south of Italy. *Industry and Innovation*, vol.14, 2007, issue 2: Regional Innovativeness: Mechanisms of Knowledge Flows and Accumulation. s. 177 – 199

BRANSTAD, A. & PEDERSEN, E. (2022). *En netthandelklynge i Vestfold og Telemark? En utredning om behov og ressurser for en søknad om klyngestatus i Arenaprogrammet*. Skriftserien fra Universitetet i Sørøst – Norge nr. 89. Universitetet i Sørøst – Norge

BRAUN, V. & CLARKE, V. (2006. Publisert online 2008). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*. Vol 3, 2006, issue 2. s. 77 – 101

BRUNDTLAND, G. (1995). Kunnskapsutvikling og norsk konkurransevne. I Magnus Haavelsrud (red) *Kunnskap og utvikling*. s. 144 – 154. Norges forskningsråd & Universitetet i Tromsø

BRØNNØYSUNDREGISTERNE (u.å). *Nøkkelopplysninger fra enhetsregisteret*. (Hentet 13.03.2024)

<https://w2.brreg.no/enhet/sok/treffliste.jsp?navn=n%C3%A6ringsforening&orgform=0&fylke=0&kommune=0>

BUKVE, O. (2021). *Forstå, forklare, forandre – om design av samfunnsvitenskapelig forskningsprosjekt*. (2 utg.). Universitetsforlaget

BURKAY, U., SOLHEIM, B., KJØLSETH, M.C. & AASNÆS, S. (2022). *Regionale klynger og nettverk i Ringerike 2021*. Skriftserien fra Universitetet i Sørøst – Norge nr. 88. Universitetet i Sørøst – Norge

BURT, R.S. (2009) Network duality of social capital. I Viva Ona Barktus & James H. Davis (red), *Social capital: reaching out, reaching in.* s. 39 – 65. Edward Elgar

DALLAND, O. (2000). *Metode og oppgaveskriving for studenter.* (3 utg.) Gyldendal akademisk

FANGEN, K. (2022). *Kvalitativ metode.* De nasjonale forskningsetiske komiteene. Hentet 25.03.2024.

<https://www.forskningsetikk.no/ressurser/fbib/metoder/kvalitativ-metode/>

FILSTAD, C. (2010). *Organisasjonslæring- fra kunnskap til kompetanse* (2. utg.). Bergen: Fagbokforlaget

FYRAND, L. (2018). *Sosialt nettverk – teori og praksis.* (3 utg.). Universitetsforlaget

GRANOVETTER, M. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, volume 78, no. 6, May 1973. s. 1360 – 1380

GOTVASSLI, K.Å. (2015). *Kunnskap, kunnskapsutvikling og kunnskapsledelse i organisasjoner.* Fagbokforlaget

GRØNMO, S. (2023). *Utvalg.* Store norske leksikon. Hentet 25.03.2024.

<https://snl.no/utvalg>

GULATI, R., PURANAM, P. & TUSHMAN, M. (2012, Juni). Meta-organization design: Rethinking design in interorganizational and community contexts. *Strategic Management Journal*. Vol.33 Issue.6, ss. 571-586

HAAGENSEN, I.S. & HELLAND, E.K. (2014). *Kunnskapsdeling og læring i fagnettverk – en kvalitativ studie gjennomført av Statoil*. SNF – rapport nr. 05/14. Samfunns – og næringslivsforskning AS

HJELSETH, A. (2003). *Samfunnsvitenskapelig metode*. NKS Fjernundervisning.

HOLMESTRAND NÆRINGSFORENING (u.å). *Om oss*. (Hentet 07.03.2024)

<https://holmestrandnf.no/om-oss-om-oss/om-oss-1>

JACOBSEN, D.I. (2008). *Organisasjonsendringer og endringsledelse*. (3 opplag). Fagbokforlaget

JACOBSEN, D.I. (2010). *Hvordan gjennomføre undersøkelser? En innføring i samfunnsvitenskapelig metode*. (2 utg). Høyskoleforlaget

JACOBSEN, D.I. & THORSVIK, J. (2002). *Hvordan organisasjoner fungerer – innføring i organisasjon og ledelse*. (2 utg). Fagbokforlaget

JOHANNESSEN, A., TUFTE, P.A. & CHRISTOFFERSEN, L. (2010). *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode*. (4 utg). Abstrakt forlag

KADUSHIN, C. (2012). *Understanding social networks: Theories, concepts and findings*. Oxford University Press

LI, Z. & GAO, X. (2021). Makers` relationship network, knowledge acquisition and innovation performance: An empirical analysis from China. *Technology in Society*, 2021 – 08, vol. 66, article 101684. s. 2 – 3

LØYNING, T. (2006). Næringslivet – nettverk og tillit. I K. Marthinsen (red) *Tenk nettverk*. s. 111 – 130. Vidarforlaget

MARTHINSEN, K. (2006). Nyttige nettverk. I K. Marthinsen (red) *Tenk nettverk*. s. 9 – 24. Vidarforlaget

NEWELL, S., SCHARBROUGH, H. & SWAN, J. (2009). *Managing knowledge work and innovation*. Bloomsbury Publishing Plc

NONAKA, I. (1994). A Dynamic Theory of Organizational Knowledge Creation. *Organization Science*, vol. 5, issue 1, 1994. s. 14 – 37

NONAKA, I., TOYAMA, R. & KONNO, N. (2000). SECI, Ba and Leadership: A Unified Model of Dynamic Knowledge Creation. *Long Range Planning*, vol. 33, issue 1, 2000. s. 5-34

NÆRINGSFORENINGEN I DRAMMENSREGIONEN (u.å). *Ansatte og styret*. (Hentet 07.03.24)

<https://nfdn.no/om-oss-ansatte-og-styret>

NÆRINGSFORENINGEN I DRAMMENSREGIONEN (u.å). *Om oss*. (Hentet 07.03.24)

<https://nfdi.no/om-oss-om-naeringsforeningen/om-oss>

NÆRINGSFORENINGEN I DRAMMENSREGIONEN (2023, 23 mai). *Næringsforeningen i Drammensregionen – Chamber of Commerce*. Youtube

<https://www.youtube.com/watch?v=g4GYNBxd1so>

NÆRINGSFORENINGEN I DRAMMENSREGIONEN (u.å). *Strategi 2023 – 2027* (Hentet 04.03.24)

<https://nfdi.no/om-oss-om-naeringsforeningen/om-oss>

NÆRINGSFORENINGEN I DRAMMENSREGIONEN (2022). *Vedtekter* (Hentet 15.02.2024)

[Vedtekter, senest oppdatert 24. mars 2022 \(nfdi.no\)](#)

NÆRINGSFORENINGEN I KRISTIANSANDSREGIONEN (u.å). *Næringsforeningen i Kristiansandsregionen* (Hentet 15.02.2024)

[Næringsforeningen i Kristiansandsregionen](#)

NÆRINGS – OG HANDELSDEPARTEMENTET (2012). *Innovasjon på norsk – hvor står vi, og hvor går vi?*

https://www.regjeringen.no/contentassets/11fb76f2c2ad4bd493fd6f613ca0df12/innovasjon_p_a_norsk.pdf

O'GRADY, L. (2012). What is knowledge and when should it be implemented? *Journal of evaluation in clinical practice*, 2012, vol. 18, issue 5. s. 951 – 953

PHELPS, C., HEIDL, R. & WADHWA, A. (2012). Knowledge, networks and knowledge networks: A review and Research agenda. *Journal of Management*, volume 28, issue 4, July 2012. s. 921 – 1415

REGJERINGEN (2023). *Statsministerens tale til Forskningsrådet 30 år*. Statsministerens kontor (Hentet 16.02.2024)

<https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/statsministerens-tale-til-forskningsradet-30-ar/id3015968/>

REGJERINGEN (2021). *Hva er innovasjonspolitik* (Hentet 15.02.2024)

<https://www.regjeringen.no/no/tema/naringsliv/forskning-og-innovasjon/hva-er-innovasjonspolitik-fulltekst/id527568/>

RINGERIKE NÆRINGSFORENING (u.å). *Ansatte og styre*. (Hentet 07.03.2024)

<https://www.rnf.no/om-oss-ansatte-og-styret/ansatte-og-styret>

RINGERIKE NÆRINGSFORENING (u.å). *Om RNF*. (Hentet 07.03.2024)

<https://www.rnf.no/liste-om-oss-om-rnf>

RINGERIKE NÆRINGSFORENING (2015). *Vedtekter*. (Hentet 13.03.2024)

<https://www.rnf.no/om-oss-vedtekter/vedtekter>

SALMADOR, M.P & SALMADOR, M. (2007). *Enabling contexts for knowledge creation in organizations*. Emerald Publishing Limited

SCHIEFLOE, P. (1997). *Sosiale nettverk: Innføring i sosiologi*. Dragvoll: Allforsk

SKILBREI, M.L. (2023). *Kvalitative metoder – planlegging, gjennomføring og etisk refleksjon*. (2 utg). Fagbokforlaget.

SPIEGLER, I. (2000). *Knowledge management: a new idea or a recycled concept?* Commun. AIS, 3, 2

SVANUM, C. (2023). *Prosjektskisse til masteroppgaven*.

TJORA, A. (2010). *Kvalitative forskningsmetoder i praksis*. Gyldendal akademisk

VALDMANIS, E. (2016). *Bedre nettverking på 1-2-3*. Hegnar Media

VAREIDE, K. & STORM, H.N. (2021). *Næringsforeninger og distriktskommuner – kartlegging av hvordan næringslivet vurderer kommunens næringsarbeid*. TF – rapport nr. 614. Telemarksforskning

<https://distriktssenteret.no/wp-content/uploads/2021/03/Naringsforeninger-og-distriktskommuner-Telemarksforskning.pdf>

VON KROGH, G., ICHIJO, K. & NONAKA, I. (2001). *Slik skapes kunnskap - Hvordan frigjøre taus kunnskap og inspirere til nytenkning i organisasjoner*. Oslo: NKS forlaget

Vedlegg

Vedlegg 1: Godkjenning fra NSD/SIKT

Vurdering av behandling av personopplysninger

Referansenummer 439063

Tittel Vurderingstype Automatisk Kunnskapsutvikling i næringslivet - En kvalitativ studie av næringsforeningers arbeid, og hvordan dette arbeidet kan påvirke kunnskapsutviklingen i næringslivet

Behandlingsansvarlig institusjon Universitetet i Sørøst-Norge / Handelshøyskolen / Institutt for økonomi, historie og samfunnsvitenskap

Prosjektansvarlig Trond Løyning

Student Christin Svanum

Prosjektperiode 29.02.2024 - 01.05.2024

Kategorier personopplysninger Alminnelige Lovlig grunnlag Samtykke
(Personvernforordningen art. 6 nr. 1 bokstav a)

Dato 16.01.2024 Behandlingen av personopplysningene er lovlig så fremt den gjennomføres som oppgitt i meldeskjemaet. Det lovlige grunnlaget gjelder til 01.05.2024.

Vedlegg 2: Informasjonsskriv og samtykkeerklæring

Dette er et spørsmål til deg om å delta i en undersøkelse om næringsforeningers arbeid med å bidra til kunnskapsutvikling hos sine medlemmer. Undersøkelsen er en del av mitt masteroppgaveprosjekt, og skal bidra til en ferdigstilt masteroppgave ved Universitetet i Sørøst – Norge.

Formål:

Formålet med dette prosjektet er å kartlegge hvordan næringsforeninger arbeider for å utvikle kunnskapen til sine medlemmer. Undersøkelsen jeg ønsker deltakere til vil i stor grad bidra til å kunne svare på hvordan næringsforeningene jobber for sine medlemmer, hvilke kunnskapsarenaer som tilbys medlemmene av næringsforeninger, og hvordan det jobbes for å skape gode relasjoner mellom medlemmer og foreningen. Svarene fra undersøkelsene skal hjelpe meg å svare på min problemstilling, som er;

«Hvordan bidrar næringsforeningene i kunnskapsutviklingen til sine medlemmer?»

Hvem er ansvarlig for forskningsprosjektet?

Dette forskningsprosjektet er en del av min masteroppgave i studiet master i samfunnsanalyse ved Universitetet i Sørøst-Norge, og det vil derfor være Universitetet i Sørøst-Norge som er den ansvarlige parten.

Hvorfor får du spørsmål om å delta?

For å kunne få gode svar som kan hjelpe meg å svare på mitt forskningsspørsmål, har jeg valgt deg som sitter med god kunnskap rundt arbeidet med ressursgruppene, og som har kontakt med medlemmene (endres nok etter møtet med foreningen).

Hva innebærer det for deg å delta?

Hvis du velger å delta i prosjektet innebærer dette at du deltar i en intervju prosess, som du selv velger om skal foregå muntlig eller skriftlig. Hvis du ønsker muntlig intervju vil selve intervju prosessen foregå enten ansikt til ansikt, eller over Teams. Ved et muntlig intervju vil varigheten være på ca. 1 time. Det vil bli gjort opptak av samtalen, og informasjonen vil senere bli transkribert. Selve lydopptaket vil senere bli destruert. Hvis en velger skriftlig intervju vil spørsmålene bli sendt til respondenten per epost, og her vil respondenten kunne svare i sitt eget tempo med svarfrist på 1 uke. Den skriftlige korrespondansen mellom meg og respondenten vil bli slettet ved studiets slutt.

Spørsmålene som blir stilt omhandler ressursgruppene som næringsforeningen har opprettet, arbeidet rundt de ulike ressursgruppene, om samarbeidet mellom næringsforeningen og medlemmene i gruppene, og til slutt om hvordan medlemmene opplever ressursgruppene. Dette er viktige deltemaer som vil hjelpe meg i arbeidet med å kunne svare på min overordnede problemstilling. Ønsket er å tilegne meg god dybdekunnskap om de ulike temaene, slik at en kan få belyst hvordan ressursgruppene som nettverk kan være en faktor som fører til bedre kunnskapsflyt mellom medlemmene.

Deltakelsen er frivillig

Det er helt frivillig å delta i dette forskningsprosjektet. Hvis det er slik at du ønsker å delta på intervjuet, er det slik at du når som helst kan trekke deg fra prosessen. Ved avslag eller om en velger å trekke seg fra prosjektet vil det ikke bli spurt om grunnen til dette, og jeg sletter da alle eventuelle personopplysninger som er hentet inn. Det vil ikke ha noen negativ konsekvens for deg som ikke ønsker å delta, eller som ønsker å trekke seg. Om det er slik at du ønsker å delta, vil alle innsamlede data og eventuelle personopplysninger bli destruert ved slutten av prosjektet.

Personvern – hvordan oppbevarer og bruker vi dine opplysninger?

Opplysningene jeg innhenter til dette prosjektet vil kun brukes til det formålet jeg nå har beskrevet i dette skrevet. Alle opplysninger som blir gitt vil behandles konfidensielt og i samsvar med regelverket for personvern.

De opplysningene som samles inn vil kun være tilgjengelig for meg som student, og eventuelt min veileder. Svarene du gir vil bli anonymisert, slik at det ikke blir gjenkjennbart hvem som har gitt hvilket svar. Navnene på de ulike informantene blir lagret i en separat liste, slik at jeg kan gi informantene egne nummer. Denne listen vil bli destruert når prosjektet er ferdig. Dette bidrar til at informantene ikke kan gjenkjennes ved eventuelt senere publikasjoner.

Hva skjer med opplysningene dine når prosjektet avsluttes?

Jeg har nå vist til at alle opplysninger vil bli anonymisert i den skriftlige delen av prosjektet. Opplysninger jeg samler inn vil bli destruert ved endt prosjekt, og dette har jeg satt til juni 2024. Det vil være viktig for meg å beholde opplysningene til dette tidspunktet, slik at jeg har de om det skulle skje noe uforutsett, eller at jeg ikke får godkjent selve oppgaven. Alle lydopptak som blir tatt, om det skulle være ønskelig med muntlig intervju, vil bli destruert når transkriberingsprosessen er ferdig.

Hva gir oss rett til å behandle personopplysninger om deg?

Vi behandler opplysninger om deg basert på ditt samtykke.

På oppdrag fra Universitetet i Sørøst-Norge har NSD – Norsk senter for forskningsdata AS vurdert at behandlingen av personopplysninger i dette prosjektet er i samsvar med personvernregelverket.

Dine rettigheter

Så lenge du kan identifiseres i datamaterialet, har du rett til:

- Innsyn i hvilke opplysninger vi behandler om deg, og å få utlevert en kopi av opplysningene.
- Få rettet opplysninger om deg som er feil eller misvisende.
- Få slettet personopplysninger om deg.
- Sende klage til Datatilsynet om behandlingen av dine personopplysninger.

Hvis du har spørsmål rundt forskningsprosjektet og dine rettigheter, eller om du ønsker å bruke dine rettigheter, er det ønskelig at du tar kontakt med Universitetet i Sørøst-Norge ved Trond Løyning eller meg som student.

Trond Løyning

Epost: Trond.Loyning@usn.no

Telefon: 31 00 93 42

Christin Svanum

Epost: tistin85@hotmail.com

Telefon: 46 60 61 99

Du kan også ta kontakt med Universitetets personvernombud: Paal Are Solberg på epost: personvernombud@usn.no

Hvis du har spørsmål knyttet til NSD sin vurdering av prosjektet, kan du ta kontakt med: NSD – Norsk senter for forskningsdata AS på epost (personverntjenester@nsd.no) eller på telefon: 55 58 21 17.

Med vennlig hilsen

Trond Løyning

Christin Svanum

Samtykkeerklæring:

Jeg har mottatt og forstått informasjonen gitt om prosjektet «*nettverk i næringslivet*», og har fått anledning til å stille spørsmål. Jeg samtykker derved til å:

Delta på muntlig intervju

Delta på skriftlig intervju

Jeg samtykker også til at mine opplysninger kan oppbevares og behandles frem til prosjektets slutt, juni 2024.

(Signatur, dato)

Vedlegg 3: Intervjuguide

Tema	Tematiske spørsmål	Eventuelle Oppfølgingsspørsmål
Nettverk	Hvilke nettverk har blitt opprettet innad i næringsforeningen?	<ol style="list-style-type: none"> 1) Hva er formålet med nettverkene? 2) Hvem kan være medlem av de ulike nettverkene? 3) Hvordan jobber nettverkene? 4) Hvordan er nettverkene strukturert? (har de formelle eller uformelle rammer)
	Hvorfor er det viktig med nettverk i næringslivet?	<ol style="list-style-type: none"> 1) Hva mener du/dere at medlemmene deres vil få ut av å delta i et nettverk?
Næringsforeningens arbeid	Hvordan jobber dere for å skape gode arenaer hvor medlemmene kan møtes?	<ol style="list-style-type: none"> 1) Hvilke aktiviteter eller tiltak blir utført for å kunne skape arenaer hvor medlemmene deres kan dele kunnskap? 2) Hvordan jobbes det for å skape trygge og gode relasjoner mellom

		<p>medlemmene i nettverkene?</p> <p>3) Hvordan oppfatter dere relasjonene mellom medlemmene?</p> <p>4) Hvordan engasjerer næringsforeningen seg i de ulike nettverkene?</p>
<p>Samarbeid mellom næringsforeningen og medlemmene</p>	<p>I hvilken grad blir medlemmene inkludert i arbeidet med nettverkene?</p>	<p>1) Hvordan jobber dere for å skape et godt samarbeid mellom foreningen og medlemmene?</p> <p>2) Hvordan opplever dere relasjonen mellom næringsforeningen og medlemmene?</p> <p>3) Hvilke tilbakemeldinger har dere fått på samarbeidet mellom foreningen og medlemmene?</p>
<p>Næringsforeningens oppfatning av nettverkene</p>	<p>Hvordan opplever dere at nettverkene fungerer?</p>	<p>1) Hvordan føler dere at det arbeidet dere gjør er med å bidra til gode opplevelser og relasjoner?</p>

Medlemmenes oppfatning av nettverkene?	Hvilke tilbakemeldinger har foreningen fått fra deres medlemmer angående nettverkene?	1) Har eventuelle tilbakemeldinger fra medlemmene omhandlet faktorer som påvirker kunnskapsflyten? 2) Hvilke faktorer har i så fall blitt nevnt?
---	---	---