

Hilde Nærland

Tomatøyene i Ryfylke

En kvalitativ studie av tomatproduksjon på
Finnøy og Fogn

Masteroppgave i lektor i geografi

Veileder: Nina Irene Gunnerud Berg

Mai 2021



Foto: Hilde Nærland

Hilde Nærland

Tomatøyene i Ryfylke

En kvalitativ studie av tomatproduksjon på Finnøy og Fogn

Masteroppgave i lektor i geografi
Veileder: Nina Irene Gunnerud Berg
Mai 2021

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet
Fakultet for samfunns- og utdanningsvitenskap
Institutt for geografi



Kunnskap for en bedre verden

Sammendrag

Nærland, H. (2021). *Tomatøyene i Ryfylke – en kvalitativ studie av tomatproduksjon på Finnøy og Fogn*. Masteroppgave for lektorutdanning i geografi. Institutt for geografi. Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet, Trondheim.

Denne kvalitative studien utforsker hvilke entreprenørskapsprosesser som har medvirket til at Finnøy og Fogn har fått så omfattende produksjon av tomater. De første tomatplantene ble plantet under glasstak allerede i 1928, og næringen har siden den gang vokst fra å være en tilleggsnæring som fantes på annenhver gård, til å bli en viktig næring for øyene. I dag står gamle Finnøy kommune for omtrent en tredjedel av Norges tomatproduksjon. For å belyse tematikken har jeg intervjuet seks tomatprodusenter, og resultatene baserer seg på deres personlige erfaringer og opplevelser av næringen. I det teoretiske rammeverket tar jeg for meg entreprenørskap og innovasjon, stedsperspektiver, nettverksteori, og teori om kunnskapstyper og læringsprosesser.

Resultatene fra studien viser at fellesskapet på øyene har hatt mye å si for hvordan næringen har utviklet seg. Et bredt faglig nettverk har også vært viktig for at tomatprodusentene har våget å satse på næringen, og gode konsulenter har blant annet medvirket til dette. Gjennom dette faglige nettverket og det sosiale fellesskapet på øyene, har tomatprodusentene tilegnet seg ulike former for kunnskap, og dette har de gjort gjennom ulike læringsprosesser. Det kommer frem at det er komplekse prosesser i samfunnet som har skapt den næringen som er på Finnøy og Fogn i dag.

Abstract

Nærland, H. (2021). *Tomatøyene i Ryfylke – en kvalitativ studie av tomatproduksjon på Finnøy og Fogn*. Master thesis in teacher program in Geography. Department of Geography. Norwegian University of Science and Technology, Trondheim.

This qualitative study explores the entrepreneurial processes that have contributed to Finnøy and Fogn having such extensive production of tomatoes. The first tomato plants were planted inside a greenhouse as early as 1928, and the industry has since grown to be an important industry for the islands. Today, old Finnøy municipality accounts for about a third of the tomato production in Norway. To shed light on the topic, I have interviewed six tomato producers, and the results are based on their personal experiences of the industry. The theoretical framework consists of entrepreneurship and innovation, place perspectives, network theory, and theory of different knowledge types and learning processes.

The results from the study show that the community on the islands has had a big impact on how the industry has developed over the years. A broad professional network has also been important for the tomato producers, and good consultants have, among others, contributed to this. Through this professional network and the social community on the islands, the tomato producers have acquired various forms of knowledge, and they have done this through various learning processes. It appears that there are complex processes in the society that have created the industry that is on Finnøy and Fogn today.

Forord

Det er rart hvordan noe kan gå så fort, men også så sakte på en og samme gang. Å skrive en masteroppgave har vært utrolig lærerikt og spennende, men det er ikke dermed sagt at året har gått forbi uten en knekk eller to. Uansett så er jeg ferdig nå, og kan stolt levere fra meg masteren min.

Jeg vil først gi en stor takk til min veileder, Nina Irene Gunnerud Berg. Du har vært engasjert, dyktig og tydelig gjennom hele masterskrivingen. Uten gode råd fra deg hadde jeg verken visst hvor jeg skulle starte eller slutte.

En veldig stor takk skal også rettes til gjengen på sal. Tusen takk for mye tull og tøys, godt humør og lange lunsjpauser. Takk for alle turene til kiosken, og alle literne med superbrus vi har tatt med oss tilbake til sal. Superbrus og godt humør må ikke undervurderes!

Jeg vil også si tusen takk til informantene mine fra Finnøy og Fogn. Takk for at dere viste en positiv innstilling til studien min, og takk for alle deres gode bidrag. Uten dere hadde jeg ikke hatt sjans til å skrive denne masteren, bokstavelig talt.

Til slutt vil jeg takke mor og far for at dere alltid har troen på meg.

Hilde Nærland

Trondheim, mai 2021

Innhold

Figurliste.....	xiii
1. Innledning	1
1.1 Studieområdet.....	1
1.2 Landbruksforskning i Norge	3
1.3 Problemstilling	5
1.4 Oppgavens struktur	6
2. Teori	7
2.1 Stedet og stedsidentitet.....	7
2.2 Entreprenørskap og innovasjon	11
2.2.1 Entreprenørskap	11
2.2.2 Innovasjon	14
2.3 Nettverk og klynger.....	17
2.4 Kunnskap og læringsprosesser	19
2.4.1 Læring	20
2.4.2 Kunnskap.....	21
3. Kvalitativ metode	24
3.1 Hvorfor kvalitativ metode?	24
3.2 Forskningsdesign.....	24
3.2.1 Casestudie.....	25
3.2.2 Utvalg.....	26
3.2.3 Dybdeintervju.....	28
3.3 Gjennomføring av intervjuene	29
3.3.1 Et kritisk blikk på gjennomføringen av intervjuene.....	30
3.4 Bearbeiding av materialet.....	31
3.4.1 Krav til god kvalitativ forskning	33
3.5 Etske betraktninger.....	34

4. Resultater og analyse	37
4.1 Etablering av tomatnæringen	37
4.2 Entreprenørskap og entreprenørrollen.....	40
4.3 Miljø, nettverk og fellesskapsfølelse.....	42
4.4 Kunnskap og læring	47
4.5 Innovasjon	51
5. Konklusjon	55
5.1 Veien videre	58
Referanseliste	60
Vedlegg 1: Intervjuguide 1 til nøkkelinformant.....	65
Vedlegg 2: Intervjuguide 2 til informanter.....	66
Vedlegg 3: Informasjonsskriv	68

Figurliste

Figur 1 Kart over Ryfylkeøyene. www.norgeskart.no	2
--	---

1. Innledning

Helt fra jeg var liten har jeg og familien min årlig dratt på tomatfestivalen på Finnøy. Festivalen arrangeres en helg hver sommer, og byr på boder fulle av tomater og gode tomatretter, konkurranser og kulturelle innslag. Det var likevel ikke før mitt 14. år på festivalen at jeg spiste tomat og faktisk likte smaken av den. Grunnen til at jeg har dratt dit har vært folkene, engasjementet og den gode stemningen. Dessuten har jeg alltid vært fascinert over hvor stolt finnøybuen er av tomatene sine. Det er heller ikke uten grunn at de er det. Tomatnæringen i gamle Finnøy kommune er størst i landet, og i 2017 ble det produsert nærmere 4000 tonn tomater der. Det utgjør omtrent 30 % av all norsk tomatproduksjon (Finnøy kommune 2019), dette til tross for at det bare bor 3200 innbyggere i hele gamle Finnøy kommune (Stavanger kommune 2020).

Jeg har lenge vært nysgjerrig på hvorfor det har blitt sånn, og det var nettopp dette som dannet utgangspunktet for denne masteroppgaven. Temaet for oppgaven er derfor tomatproduksjon i gamle Finnøy kommune. Det er et velkjent faktum at man ønsker å ta vare på og bygge opp under levedyktige bygder, og tomatnæringen bidrar til å skape nettopp dette for øysamfunnet. Det første veksthuset ble bygget av Torstein Flesjø i 1928, og nå, over 90 år senere, står næringen fortsatt sterkt (Gard 1993). Det vises blant annet igjen i tomatfestivalen og alle de fysiske sporene tomatene har satt i kulturlandskapet. Man ser veksthus nesten rundt enhver sving – noen store, noen små, noen med tomater i, og andre fylt med dyr eller gamle redskaper.

I det følgende vil jeg gi en kort beskrivelse av studiestedet Finnøy, samt gi en kort redegjørelse for tomatnæringens historie på øyene. Mer spesifikt er det øyene Finnøy og Fogn som er utgangspunkt for min oppgave. Videre i dette kapittelet skal jeg redegjøre for tidligere landbruksforskning som kan være interessant å knytte til min oppgave. Jeg vil så presentere min problemstilling og mine delspørsmål, før jeg til slutt redegjør for oppgavens struktur.

1.1 Studieområdet

Finnøy og Fogn er to øyer i Rogaland fylke. Mer nøyaktig ligger de i Ryfylke, den største geografiske regionen i Rogaland (Ryfylke IKS & Ryfylkealliansen u.å.). Finnøy var en egen kommune frem til 1. januar 2020, da kommunen ble en del av Stavanger kommune. Gamle Finnøy kommune bestod av en rekke øyer i Boknafjorden, fra og med Sjernarøyene og vestre og nordre del av Ombo i nord, og Sør-Talgje og Fogn i sør. Landskapet i Ryfylke er variert med

øyer og skjærgård, tradisjonelt kystlandskap, lavland, fjorder, vidder og høye fjelltopper. *Figur 1* viser et kart over Ryfylke.



Figur 1 Kart over Ryfylkeøyene. www.norgeskart.no

Det milde vestlandsklimaet, fjordspeilet og de snødekte fjelltoppene gjør at man får et gunstig klima for jordbruk og grønnsaksdyrking, og landbruket har en særstilt plass på Ryfylkeøyene. Primærnæringene er fremtredende, og sysselsetter nesten 20 % av de yrkesaktive (Austvik 2018). Ryfylke er kjent for sin grønnsaksdyrking og står som nevnt for omtrent 30 % av all tomatproduksjon i Norge. I tillegg har gamle Finnøy kommune mye frukt- og bær dyrking, og et variert husdyrhold, særlig storfe og høns (Thorsnæs 2020).

Tomatnæringen vokste frem i de harde 30-årene, som i ettertid har blitt kjent som en økonomisk krisetid. Det første tomatveksthuset ble bygget på Finnøy i 1928, og en oversikt fra 1940 viser en enorm utvikling i bygging av tomatveksthus i gamle Finnøy kommune på bare tolv år. På

Finnøy var det nå blitt bygget 70 veksthus fordelt på 40 bruk, på Talgje var det 32 veksthus fordelt på 16 bruk, og på Fogn var det blitt bygget 10 veksthus fordelt på 8 bruk (Gard 1993). På tolv år gikk daværende Finnøy herad fra 0 til 42 079 kvadratmeter jord under glass (Gard 1993). Næringen begynte som et privat utviklingstiltak mot den økonomiske krisen, og det fortelles blant annet at flere hjemvendte sønner fra Amerika bygget veksthus sammen med søsken i håp om å få skapt seg en inntekstskilde (Gard 1993). Jordbrukstillingen fra 1959 fastslår at det innen da var 134 500 kvadratmeter tomat under glass i gamle Finnøy kommune, inkludert Rennesøy og Mosterøy (Repstad 1965). Denne utviklingenshistorien viser et stort pågangsmot, positiv innstilling, og entreprenørskap. I 2017 stod veksthusnæringen i gamle Finnøy kommune for en verdiskapning på 62,2 millioner kroner (Knutsen m.fl. 2019). Næringen står for større verdiskaping enn melk og ku, og egg og fjørfe, og er med det den største næringen i gamle i Finnøy kommune. Næringen utviklet seg med andre ord tidlig til å bli en omfattende næring, og har siden beholdt sin posisjon som en viktig næring i regionen.

1.2 Landbruksforskning i Norge

Så vidt jeg har klart å finne ut, så er det ikke gjort noe forskning om tomatnæringen på Finnøy i et entreprenørielt lys. De fleste søk på «tomater og Finnøy», «tomatproduksjon Finnøy», «tomatnæring» og lignende gir treff på mer historisk orienterte tekster om tomatnæringen sin utvikling og fremvekst i gamle Finnøy kommune. Det finnes derimot en del forskning på landbruket generelt, og jeg vil i det følgende trekke frem to forskningsprosjekter som handler om det norske landbruket. Rapportene gir en relativt bred innfallsvinkel til det norske landbruket, rådgivning, innovasjon og sosiokulturelle sider ved landbruket, og jeg vil derfor argumentere for at rapportene er relevante å trekke inn i min oppgave.

Rapporten *Trender i norsk landbruk 2016* (Heggem & Thanem 2016) for Rogaland legger frem informasjon om trender innen landbruket, og baserer seg på en spørreundersøkelse som blir sendt ut til norske gårdbrukere. Undersøkelsen gjennomføres av Ruralis og er en del av Ruralis sin strategiske instituttsatsing *Landbruk og bønder i endring – mellom økonomi, politiske skift og grønne trender*. Formålet med studien er for det første å bidra til generell kunnskapsproduksjon om norsk landbruk, for det andre å etablere en ressursdatabase om landbruket, og for det tredje å gi et kunnskapsbasert utgangspunkt for Ruralis sitt bidrag til den offentlige landbruksdebatten. Det har i tillegg blitt lagt spesielt vekt på tre innfallsvinkler, og det er de sosiokulturelle sidene ved landbruket, nåtid og fremtid, og en subjektiv innfallsvinkel fremfor mer objektive indikatorer.

Rapporten går grundig inn på seks hovedtema, og flere av disse er relevant for min studie. Et tema er demografi, og består av bakgrunnsvariabler som kjønn og alder, tidspunkt for overtakelse av gårdsdrift, produksjonsformer med mer. Denne undersøkelsen gjelder alle bønder, og av utvalget driver 9 % med planteproduksjon som ikke er korn eller grovfôr. Det er ikke en særlig stor andel av utvalget, men jeg vil argumentere for at det vil kunne gi et visst sammenligningsgrunnlag for mitt prosjekt. Et annet hovedtema er gårdsbruket og gårdsdriften, og spørsmål om hvorfor bonden overtok gårdsdriften, hvor han eller hun får kunnskap fra, og om han eller hun benytter seg av rådgivning er sentrale her. Planer og tanker om fremtiden er også et tema i rapporten, og gjelder tanker knyttet til opprustning eller utvidelse, generasjonsskifte, innovasjon og lignende. Dette er temaer jeg ønsker å undersøke i min studie, og jeg vil se hvorvidt informantene i studien min viser de samme holdningene som informantene i *Trender i norsk landbruk 2016* (Heggem & Thanem 2016), eller ikke. Et siste relevant tema i rapporten er bondens hverdag. Dette omfatter blant annet vurdering av eget lokalsamfunn og tilknytning til venner og kjente. Jeg ønsker å undersøke hvordan mine informanter opplever hjemstedet sitt og tilknytning til det, og det kan være interessant å sammenligne deres opplevelser med dem som kommer frem i denne rapporten.

Den andre rapporten er *Rådgivning i landbruket – en casestudie* (Kvam & Stræte 2018). Studien er en casestudie med observasjon og intervju som metode, og rapporten oppsummerer en del av forskningsprosjektet *Kompetent bonde* som har pågått fra 2015-2018 i regi av Ruralis. Målet med casestudien er for det første å studere viktige faktorer for innovasjon og praksisendring blant bønder, og for det andre å undersøke hvilke metoder som blir brukt i rådgivningen og hvordan disse fungerer. Studien tar utgangspunkt i rådgivning fra Felleskjøpet, Tine, Norsk Landbruksrådgivning og Nortura. Bøndene som er med i forskningsprosjektet er melkebønder, svinebønder, ammekubønder og grønnsaksprodusenter. Det er spesielt rådgivning fra Norsk Landbruksrådgivning som er relevant for masteroppgaven min, da dette er en rådgivningsorganisasjon flere av mine informanter benytter seg av. Likevel vil jeg argumentere for at funnene fra de andre bøndene også er relevante, da rådgivningens funksjon er nokså lik uansett hvilken type produksjon man driver med som bonde.

Produsentmiljø og nettverk er viktige fokus i rapporten. Flesteparten av informantene i rapporten opplever at de er en del av et godt produsentmiljø, og det er flere grunner til at miljøet oppleves som bra. Produsentmiljøet har for eksempel en viktig faglig og sosial funksjon, hvor bøndene kan møtes og lære av hverandre. De utveksler tips og råd, og de henter jevnlig inn faglig kompetanse som gjør at de får mer teoribasert kunnskap. Miljøet er derfor en viktig kilde

til ny kunnskap for de bøndene som er en del av det, både teoretisk ved at fagpersoner med ulik faglig bakgrunn blir trukket inn, og praktisk gjennom kommunikasjon med andre bønder. Det kom videre frem i studien at de bøndene som tok del i gode produsentmiljø også var mer motiverte for innovasjon og endring av praksis enn de som ikke er en del av slike miljø. I min studie ønsker jeg å se hvordan mine informanter opplever produsentmiljøet de er en del av, og om deres opplevelser av miljøet skiller seg fra eller stemmer overens med det informantene i denne rapporten forteller. Et annet fokus er rådgivernes rolle. Det kommer frem at de er viktige for kunnskapsspredning og kunnskapsproduksjon, og at de fungerer som mellomledd som henter inn ny kunnskap, omformer det og formidler det videre til bønder på en forståelig og relevant måte. Jeg vil undersøke hvorvidt informantene i min studie benytter seg av rådgivere, og hvilken rolle rådgiverne spiller for dem.

Det er interessant å se på noen av funnene i *Trender i norsk landbruk 2016* (Heggem & Thanem 2016) for Rogaland, og *Rådgivning i landbruket – en casestudie* (Kvam & Stræte 2018) opp mot min studie for å tydeliggjøre eventuelle forskjeller og likheter. Rapportene omhandler noen av de samme temaene som jeg ønsker å undersøke, og jeg vil derfor argumentere for at de kan gi et relevant bakteppe for min oppgave og diskusjon.

1.3 Problemstilling

Når man ser på den historiske utviklingen av tomatnæringen i gamle Finnøy kommune, er det helt åpenbart at de har gjort noe riktig for å beholde statusen de har opparbeidet seg. Formålet med denne studien er derfor å få bedre innsikt i hvilke egenskaper gamle Finnøy kommune har, og ikke minst hvilke egenskaper menneskene der har, som har gjort at tomatnæringen har utviklet seg slik den har gjort. Jeg vil studere næringen i et entreprenørielt lys, og samtidig koble dette opp mot stedets relevans for næringsutviklingen. Min problemstilling er derfor som følger:

Hvorfor har akkurat gamle Finnøy kommune så omfattende produksjon av tomater?

Jeg gikk inn i studien med et veldig bredt forskningsspørsmål, noe jeg opplevde som svært hensiktsmessig i starten av forskningsprosjektet. Underveis i arbeidet med oppgaven forstod jeg at jeg måtte snevre inn fokuset noe, og jeg formulerte derfor to delspørsmål basert på noen av de empiriske funnene jeg hadde gjort meg:

Hvilken betydning har det lokale fellesskapet og nettverket for tomatprodusentene sitt entreprenørskap?

Hvilke kunnskapstyper har vært viktige for deres entreprenørskap og innovasjon?

Jeg ønsker med denne problemstillingen å komme nærmere en forståelse omkring tomatproduksjonen på Finnøy, og for å belyse spørsmålene har jeg anvendt en kvalitativ metode med dybdeintervju. Diskusjonen baserer seg på informantenes egne erfaringer og meninger om temaet, som jeg videre vil forsøke å belyse med teori om tematikken. Jeg håper også at studien kan bidra til å gi mer kunnskap om primærnæringsutvikling på et lite sted, og tette eventuelle hull i forskningen.

1.4 Oppgavens struktur

For å kunne belyse oppgavens problemstillinger har jeg nå innledningsvis presentert studiens bakgrunn, studieområde og et par rapporter om landbruksforskning. Kapittelet presenterer med det en forklaring på hvorfor jeg har valgt dette temaet og denne plassen, og formålet med prosjektet.

I kapittel to presenterer jeg det teoretiske rammeverket for oppgaven. Jeg har delt kapittelet inn i fem delkapitler, hvor jeg tar for meg teori om sted og stedsidentitet, entreprenørskap og innovasjon, nettverk og klynger, kunnskap og læringsprosesser, og til slutt en kort sammenfatting av teorien. Disse teorikapitlene belyser empirien i diskusjonskapittelet.

I kapittel tre gjør jeg rede for hvilke metodiske valg jeg har gjort i forskningsprosjektet, og hvorfor jeg har tatt de valgene. Jeg beskriver også hvordan jeg har bearbeidet materialet, samt ulike etiske betraktninger jeg har tatt stilling til.

I kapittel fire presenterer jeg mine empiriske funn og diskuterer dem i lys av relevant teori og tidligere forskning. Dette kapittelet er delt opp i seks delkapitler. Først ser jeg på selve etableringen av tomatnæringen, så undersøker jeg hvordan informantene tenker om entreprenørskap og entreprenørrollen, før jeg videre diskuterer hvilken rolle miljø, nettverk og fellesskapsfølelse har hatt for næringen. Deretter diskuterer jeg hvilke typer kunnskap som blir verdsatt og hvordan tomatprodusentene har skaffet seg kunnskap, før jeg til slutt ser hvordan tomatprodusentene driver med innovasjon i næringen.

I det siste kapittelet, kapittel fem, oppsummerer jeg studiens funn og forsøker å gi en konklusjon på problemstillingene mine. Jeg gir i tillegg innspill til videre forskning på tematikken.

2. Teori

I masterprosjektet mitt forsøker jeg å forstå hvorfor tomatnæringen har blitt så omfattende akkurat på Ryfylkeøyene Finnøy og Fogn. Det er derfor relevant å først se på ulike forståelser av sted, og hvilken rolle sted spiller for entreprenøriell aktivitet og utvikling av en næring. Videre vil jeg redegjøre for begrepet entreprenør og sette det i et historisk perspektiv, før jeg redegjør for hva innovasjon er, og ulike måter innovasjon kan foregå på. Deretter går jeg grundigere inn på innvirkningen sted og samspill mellom mennesker har på entreprenørskap, ved å se på betydningen av nettverk og klynger for entreprenøriell aktivitet, før jeg til slutt redegjør for ulike måter å lære på og ulike kunnskapstyper som er nødvendige for entreprenørskap og innovasjon.

Det teoretiske rammeverket for denne oppgaven er dermed en kombinasjon av geografifaget og det mer tverrfaglige entreprenørskapsfaget. Denne kombinasjonen er interessant fordi jeg ønsker å undersøke de komplekse prosessene bak entreprenørskap. Det vil si både den stedlige konteksten entreprenørskap foregår innenfor, hvordan sted påvirker entreprenørens handlinger og omvendt, hvilke miljøer som finnes på et sted, og hvilken betydning sted har for entreprenørskap med tanke på for eksempel læring og kunnskapsdannelse.

2.1 Stedet og stedsidentitet

Sted og stedsidentitet er viktige aspekt ved mitt forskningsprosjekt om entreprenørskap. Informantenes opplevelse av sted kan ha spilt en rolle for deres virksomhet. Stedet kan ha påvirket entreprenørskapsprosessene, og vice versa, at menneskene og prosessene kan påvirke stedet. En redegjørelse for stedsbegrepet vil gi et godt grunnlag som kan gi økt innsikt om entreprenørskap i denne studien.

Begrepet sted er mangefasettert, altså finnes det mange måter å definere og forstå begrepet på. Agnew (1987, i Berg & Dale 2004) identifiserte på slutten av 1980-tallet tre ulike hovedforståelser av sted i geografifaget. For det første kan man forstå sted som 'location', eller lokalisering. Denne tilnærmingen legger vekt på at sted forstås som et spesifikt fysisk område som danner rammer for forskjellige typer aktivitet. Man kan se på alt fra tilgang på råvarer og klima, til markedsforhold, boligpriser og kulturelle tilbud. Ved å studere disse faktorene for å beskrive et sted, forsøker man å oppnå en mest mulig objektiv beskrivelse av stedet (Berg & Dale 2004). Denne forståelsen av sted har tradisjonelt blitt brukt i økonomisk geografi nettopp fordi en forståelse av stedet som lokalisering innebærer at det blir vurdert utenfra og at det legges vekt på målbare egenskaper (Berg 2002). Sted som 'location' er viktig i

entreprenørskapsforskning fordi forståelsen retter oppmerksomhet mot rammebetingelser for etablering og drift, som for eksempel folketall, den eksisterende næringsstrukturen på stedet, og beliggenhet i forhold til transportnett (Berg 2002).

Den andre måten å forstå sted, er 'sense of place', altså den opplevelses- og følelsesmessige dimensjonen av sted. Denne forståelsen legger vekt på hvordan mennesker opplever et sted og hvilke følelser de har knyttet til et sted, og skiller seg dermed fra begrepet 'location' ved at man forsøker å beskrive sted fra et innenfraperspektiv og ikke fra et rent objektivt utenfraperspektiv (Berg & Dale 2004). Mens begrepet 'location' viser til entreprenørene som rasjonelle og i stand til å forholde seg til hvordan steder er, så bygger 'sense of place' på en forståelse av at mennesker handler ut fra hvordan steder erfarer og tolkes. Dersom man skal forstå hvordan mennesker handler i forhold til steder, må man altså studere menneskers opplevelse av et sted. Denne forståelsen av sted ble utviklet innenfor humanistisk geografi, og blir hovedsakelig brukt innenfor kulturgeografi (Berg 2002). Forståelsen bygger på både fenomenologi og eksistensialisme. Forståelsen bygger på fenomenologi i den forstand at sted er et opplevd fenomen, og det eksistensielle aspektet ved forståelsen av sted innebærer at det å føle tilknytning til et sted kan betraktes som et fundamentalt menneskelig behov (Relph 1976). Ved å anvende begrepet 'sense of place' i entreprenørskapsforskning, kan det åpne opp for en mer følelsesmessig forankret forståelse av hvorfor entreprenører velger å starte en bedrift på et spesifikt sted, slik som tomatprodusentene på Finnøy og Fogn. Forskning viser at entreprenører velger sted å bo og utvikle bedrift på basert på at de opplever bostedet som positivt og at de føler en tilknytning til stedet. Man kan også argumentere for at stedstilhørigheten kan føre til at entreprenører velger virksomhetstype ut ifra hva de mener er best for stedet, og ikke bare best for seg selv (Berg 2002).

Med 'sense of place' vektla geografen Relph (1976) det subjektive aspektet ved stedsbegrepet, og hvordan sted er med på å skape menneskers identitet, og omvendt: «People are their place and place is its people» (Relph 1976, s. 34). Begrepet stedsidentitet brukes på forskjellige måter i forskjellige fagdisipliner. I geografifaget har man hatt fokus på både menneskers identifisering med steder, slik man ofte anvender begrepet i sosialpsykologi, og stedets identitet med dets karakter og særpreg, slik begrepet stedsidentitet for eksempel brukes i fysisk planlegging (Berg & Dale 2013). Denne dobbeltheten påpekte Relph (1976), og han skilte mellom selve stedets identitet – 'identity of a place', og menneskers identifisering med stedet – 'identity with a place'. Videre knyttet han stedsidentitet i betydningen 'identity with' tett opp mot 'sense of place'.

‘Identity with’-perspektivet handler om enkeltindividers og gruppers følelser eller tilknytning til et sted, og begrepet stedsidentitet refererer til betydningen sted har for menneskers identitet (Berg & Dale 2013). Mennesker føler altså ikke bare tilknytning til et sted – de identifiserer seg med det. Denne identifiseringen er en stadig pågående prosess, og hvordan mennesker bruker sted i sin identitetskonstruksjon, kan endres over tid (Lysgård 2001, i Berg & Dale 2013). Menneskers identifisering til et sted kan konstrueres på ulike måter, og med ulik vektlegging av materielle og immaterielle aspekter. Noen vil vektlegge det materielle ved omgivelsene, slik som for eksempel de naturgitte forholdene eller det bygde miljøet, mens for andre vil de immaterielle aspektene som sosiale relasjoner og nettverk til familie, venner og kollegaer være av størst betydning. For andre igjen kan det være de symbolske aspektene knyttet til fortidige minner og erfaringer som er viktigst i identitetsutformingen (Wiborg 2003, i Berg & Dale 2013). Videre konstrueres identitet ut fra likheter og ulikheter. Ved å sammenligne seg med andre steder, ser man tydeligere hva som er særegent, for eksempel når det gjelder lokal mentalitet eller praksis (Skogheim & Vestby 2010, i Berg & Dale 2013). På denne måten formes et kollektivt stedsbilde og tilhørighet.

‘Identity of’ handler om selve stedets identitet. Massey (1992, i Berg & Dale 2013) hevder at identiteten til det stedet vi kaller hjem er, og alltid har vært, åpent og konstruert gjennom bevegelse, kommunikasjon og sosiale relasjoner som strekker seg utover stedet. Opplevelsen av et steds egenart kan med andre ord bare konstrueres ved å forbinde det med andre steder. Steders identitet skapes og formes av forskjellige prosesser og elementer som er innvevd i hverandre, og alle steder karakteriseres i stor grad av sine fysiske og naturgitte betingelser (Berg & Dale 2013). Natur, klima, beliggenhet, bygninger og lignende vil altså være med på å identifisere selve stedet. Endringer i de fysiske omgivelsene, som følge av for eksempel områdeløft, næringsomstilling eller lignende, vil følgelig kunne påvirke og endre et steds identitet. Satsing på festivaler eller andre kulturelle arrangementer kan også gi steder en ny giv eller nytt omdømme. Tomatfestivalen på Finnøy kan være et eksempel på hvordan man forsøker å bygge opp under en identitet på et sted. Her er det derimot viktig å merke seg at det er forskjell mellom stedsidentitet og stedsimage. Et steds identitet oppfattes ofte som noe internt og rent, mens image er noe som skapes utenfra og er følgelig mer overfladisk (Berg & Dale 2013). Disse to påvirkes av hverandre, og Moldenes (2009, i Berg & Dale 2013) argumenterer derfor for at det er et gjensidig avhengighetsforhold mellom dem.

De to stedsforståelsene ‘location’ og ‘sense of place’ ble fremstilt som motstridende på 1980-tallet, da geografer utenfor den humanistiske retningen og ‘spatial analysis’-retningen begynte

å teoretisere stedsbegrepet. Denne forståelsen av sted forbindes med strukturingsgeografi (Giddens 1984) og sosialgeografi (Aure, Berg, Cruickshank & Dale 2015). Bidraget kan dels ses på som en tredje forståelse av stedsbegrepet, og dels som et forsøk på å bygge bro mellom utenfraperspektivet og innenfraperspektivet. Deres bidrag var sted som 'locale', altså som en kontekst for hverdagslige aktiviteter og sosial samhandling (Berg & Dale 2004). Søkelyset rettes her mot en intersubjektiv og kontekstuell forståelse av sted. Med andre ord så er sted en slags kontekst som gjenskapes kontinuerlig gjennom menneskelige handlinger, samtidig som de menneskelige handlingene påvirkes av stedet (Berg 2002). Mennesker som bor på samme sted, vil dermed utvikle til dels like måter å oppleve og erfare stedet på. For eksempel kan man se på oppfattelsen av Finnøy og Fogn som tomatøyer som et resultat av at mennesker former øyene, og at øyene former menneskene. I entreprenørskapsforskning gir begrepet 'locale' rom for å studere betydningen av lokale miljøers holdning til, og konstruksjon av, entreprenørskap. Begrepet kan også fange opp hvordan lokale normer og regler for hvilke handlinger som er de riktige hverdagshandlingene, virker inn på entreprenørskap og utforming av bedrifter (Berg 2002). 'Locale' knytter altså sammen sted og miljø, og ser hvordan disse to påvirker hverandre gjensidig.

I nyere stedsforskning finner man ulike perspektiver på hva et sted er og hvordan det skapes, og flere av stedsteoriene legger vekt på mobilisering og globalisering. I min studie synes jeg det er spesielt interessant å trekke frem teorier om steds tilblivelse – altså steder som var, er og blir. Et tilblivelsesperspektiv ser steder som relasjonelle (Massey 2005, i Aure et al. 2015) og dermed som møtesteder for strømmer av aktører, strukturer og relasjoner (Nyseth & Pløger 2015). Det kan dreie seg om ikke-humane strukturer, for eksempel natur, som interagerer med de humane strukturene, og disse bidrar til at stedet er i stadig endring. Denne måten å forstå sted på står i sterk kontrast til essensialistiske oppfatninger av sted, som er en forståelse av sted som noe stabilt og permanent (Nyseth & Pløger 2015). En essensialistisk forståelse av sted vil legge vekt på dyp tilhørighet til natur, landskap og et sosialt og kulturelt fellesskap, og ifølge Massey (2005, i Nyseth & Pløger 2015), vil en slik betraktning kunne føre til en entydiggjøring av sted, og ikke åpne opp for at sted stadig er i tilblivelse. Dersom vi ser stedsoppfatningen på Finnøy og Fogn i et tilblivelsesperspektiv, vil det være interessant å undersøke hvordan etableringen av tomatnæringen har formet stedet slik det oppleves i dag, og videre vil det være interessant å undersøke hvordan tomatprodusentene ser for seg fremtiden i næringen og hvorvidt det kan endre opplevelsen av stedet.

De ulike forståelsene av sted må ses på som komplementære heller enn konkurrerende, og de danner til sammen et godt utgangspunkt for å forstå sted i denne studien. Begrepet sted inkluderer både materialitet, praksis og opplevelse, og de ulike forståelsene omfavner ulike dimensjoner av sted. De ulike vektleggingene av fysiske egenskaper ved et sted og den subjektive opplevelsen av et sted, bidrar til å skape stedsidentitet – både menneskers identitet til et sted, altså ‘identity with’, og stedets identitet i seg selv, ‘identity of’ (Relph 1976).

2.2 Entreprenørskap og innovasjon

2.2.1 Entreprenørskap

En vanlig måte å definere entreprenørskap på, er å definere det som «prosesser knyttet til det å starte og utvikle nye foretak, mens entreprenøren er personen (eller personene) som organiserer denne prosessen» (Spilling 2006a, s. 21). Entreprenørskap forbindes i stor grad med innovasjon, nye kombinasjoner av ressurser, gjenkjennelse og nyttiggjørelse av forskjellige muligheter, og administrasjon av ulike faktorer for å skape effektiv produksjon (Noteboom 2000). Det inngår som en grunnleggende prosess i utviklingen av økonomien, og hvordan denne prosessen både virker formende på, og blir formet av, det samfunnet den skjer innenfor.

Tidligere har man ofte ansett entreprenøren som én person med noen gitte egenskaper, men i senere tid er det vanlig å tenke på entreprenører som tilhørende en gruppe med mennesker som utfyller hverandres kunnskaper og kompetanser (Mitra 2020). Det finnes likevel mye forskning på hvilke personlighetstrekk som er fremtredende hos entreprenører (Gotvassli 2007). Det er for eksempel vanlig å tenke på en entreprenør som en person som er rik på idéer og har stor tiltro til egne evner, og som synes det er gøy med nye utfordringer. Videre er det vanlig å anse en entreprenør som en som har stort konkurranseinstinkt og ønsker å gjøre det bra i en konkurransesituasjon, men som samtidig tåler å tape og tar det som en inspirasjon til å gjøre det bedre neste gang. En entreprenør anses også ofte som en person med tro på seg selv og sine evner, muligheter og ressurser, og han eller hun er en som ser muligheter og ikke utfordringer (Gotvassli 2007). Green, Jones og Miles (2007) sin liste over personlighetstrekk for entreprenører inkluderer også de ovennevnte trekkene, og de legger til at entreprenører er flinke til strategisk tenkning, at de er selvsikre og evner å håndtere usikkerhet og utfordringer, og at de lærer av disse.

I landbruket har entreprenørskap blitt sett på som forskjellig fra annen entreprenørskapsvirksomhet (Lans, Seuneke & Klerkx 2013). Man har gjerne betraktet landbruket som en del av en viss type politisk kontekst, med andre mål, institusjoner og

hjelpeapparater, enn annet næringsliv. Tomatprodusentene på Finnøy og Fogn må blant annet forholde seg til markedet i stor grad, og i en slik situasjon hvor vektlegging av markedet øker, blir bønder stimulert til å se på seg selv mer som entreprenører (Stræte et al. 2018). Tomatprodusentene er nødt til å finne ut hva markedet vil ha, og produsere ulike sorter tomater deretter. De er også nødt til å forholde seg til politiske vedtak som for eksempel redusering av klimagassutslipp, og vil da følgelig være nødt til å endre produksjonsmetoder og ta i bruk nye innovasjoner som kan hjelpe dem til å nå slike mål.

Det finnes ulike historiske perspektiver på entreprenørskap. Teoretikeren Joseph Schumpeter (1883-1950) la mye av grunnlaget for økonomiske teorier om entreprenørskap. Han var banebrytende med hensyn til å se på entreprenørskap som den sentrale drivkraften i økonomisk utvikling, og hans teori er en neoklassisk teori innenfor evolusjonære perspektiver på entreprenørskap (Mitra 2020). For å forklare økonomisk utvikling, brukte han begrepet kreativ destruksjon. Han mente at ubalanse er drivkraften i kapitalismen, og denne ubalansen blir forsøkt opprettet ved for eksempel nye produkter eller produksjonsmåter, nye markeder, nye råstoffer eller ny organisering (Gotvassli 2007). Når nye virksomheter etableres i konkurranse med bestående virksomheter, kan det føre til at grunnlaget for de bestående virksomhetene forstyrres og eventuelt ødelegges helt. De ressursene som da har vært bundet i en næring og produksjonsprosess, frigjøres og tas i bruk av andre til andre aktiviteter. Dette forklarte Schumpeter som en endring som kommer innenfra, hvor økonomiske strukturer endres når gamle strukturer brytes ned og nye strukturer bygges opp (Spilling 2006a).

Et annet perspektiv på entreprenørskap er det fra samfunnsvitere, som presenterer et relasjonelt perspektiv på entreprenørskap. Teoretikere innenfor dette perspektivet ønsker å forstå entreprenørskap og innovasjon ut fra sosiale relasjoner mellom entreprenøren og andre aktører (Mitra 2020). Flere bidragsyttere problematiserer det ensartete synet på innovasjon som et resultat av entreprenørens aktiviteter, og mener at det er mer komplekst enn som så. De forsøker på sin side å undersøke hvilke sosiale faktorer som betyr noe for entreprenørskap, og for å gjøre det retter de søkelyset på blant annet sosial kapital, nettverk, kultur og tillit (Mitra 2020). Sosiolog og historiker Max Weber (1864-1920), mente at entreprenøren bare kan bli funnet i en skiftende økonomi, og at entreprenørskap handler mer om økonomisk handling i foretak enn den økonomiske drivkraften i et enkeltindivid (Swedberg 2000). Han forsøkte å forstå hvilke personlighetstrekk som var gunstige for en entreprenør, og særlig hans teori om karisma har blitt gjeldende. Han mente at en karismatisk person vil kunne få andre til å følge etter (Mitra 2020). Bourdieu (1930-2002) fremhever i sin teori det kulturelle aspektet, og argumenterer for

at kultur og miljø betyr mye for hvordan samfunnet oppfordrer og støtter entreprenørskap. Et viktig spørsmål er hvordan man kan legge til rette for sterke innovasjonskulturer (Mitra 2020).

Et fellestrekk ved det relasjonelle perspektivet på entreprenørskap er altså det sosiale aspektet. Miljøet rundt entreprenøren er viktig for om han eller hun tør å satse og ta risiko, og for kvaliteten på de nye virksomhetene som startes. Noen steder preges av holdninger som er positive til entreprenørskap, og det vil være med på å bygge opp og motivere til nyskaping. På slike steder anses nyskaping og selvstendighet som positive verdier, og det er ofte tradisjon for entreprenørskap (Spilling et al. 2002). Dersom det allerede er mange personer i et samfunn som har tatt slike entreprenørskapsroller, så vil de kunne fungere som rollemodeller for andre som ønsker å starte noe nytt eller satse. I andre miljø på andre steder, som har liten kultur for entreprenørskap, vil det være færre impulser for å ta på seg entreprenørskapsrollen (Spilling et al. 2002). De kulturelle forholdene er ofte tett knyttet til næringsstrukturen på stedet, som også vil ha en del å si for om man tør å ta risiko. Generelt sett er det flere personer som går inn i entreprenørskapsroller på steder med mange små bedrifter, og det viser seg også at kulturen for entreprenørskap er mer positiv der (Spilling et al. 2002). Entreprenørielle systemer har altså både en materiell og en psykologisk side. Stedet er den materielle faktoren som har ulike materielle strukturer, og den psykologiske siden handler om at man ikke kan starte nye prosjekter uten å se mulighetene til å skape ny forretningsmessig virksomhet.

På Finnøy og Fogn er det en stor andel som driver med primærnæring i form av landbruk (Skartveit 2019), og denne primærnæringen kan ses på som en ressurs for entreprenørskap. Det er fordi den høye andelen av selvstendig næringsdrivende kan motivere den oppvoksende generasjonen til entreprenørskap, eller i hvert fall til å arbeide som selvstendig næringsdrivende (Spilling et al. 2002). På den andre siden kan primærnæringen representere en barriere mot entreprenørskap, ved at man er for sterkt bundet av hvordan næringen i dag organiseres. I tradisjonelt landbruk er aktørene ofte svært produksjonsorientert og har lite kontakt med markedet, noe som vil gi få impulser til utvikling av nye idéer (Spilling et al. 2002). Her skiller veksthusnæringen seg ut ved at tomatprodusentene har tett kontakt med markedet gjennom organisasjoner som Bama og Norgesgruppen.

Det økonomiske perspektivet og det relasjonelle perspektivet er relevant å trekke frem i studien av entreprenørskap og innovasjon i tomatnæringen på Finnøy og Fogn. Det første perspektivet gir en økonomisk forståelse av entreprenørskap, med sitt fokus på økonomisk utvikling, konkurransedyktighet og innovasjon (Mitra 2020). Tomatnæringen vokste, som nevnt i delkapittel 1.1, frem som en følge av børskrakket på 1930-tallet og nedgang i andre næringer

som for eksempel fiskenæringen. Det relasjonelle perspektivet fremhever viktigheten av sosialt samspill for å skape innovasjon, og retter søkelyset mot nettverk, tillit og entreprenørielle tradisjoner og kulturer på et sted (Mitra 2020). Jeg vil argumentere for at tomatnæringen på Finnøy og Fogn ikke hadde utviklet seg til å bli så omfattende som den er i dag dersom det ikke hadde vært et godt samarbeid mellom produsentene på øyene. Det er også av betydning at det finnes en god entreprenørskapskultur på øyene.

2.2.2 Innovasjon

Innovasjon betyr å fornye eller utvikle noe nytt, og Schumpeter (1911/1934) definerte det som nye kombinasjoner av eksisterende ressurser. Innovasjon kan defineres som suksessfull endring av en idé eller kunnskap til nye produkter, prosesser, tjenester og organiseringsformer (Mitra 2020). Innovasjon impliserer altså mer enn bare å utvikle en idé; idéen må introduseres i markedet eller tas i bruk for at det skal være innovasjon. Man kan skille mellom radikal og inkrementell innovasjon. En radikal innovasjon er en helt ny innovasjon, og kan for eksempel være et nytt produksjonssystem, mens inkrementell innovasjon er en mer stegvis innovasjon, hvor bare ett eller noen få elementer er nye (Lundvall 2002).

Forenklet kan man si at en forskjell på entreprenørskap og innovasjon er at innovasjon handler om å fornye eller operasjonalisere idéer, få dem til å virke, mens entreprenørskap blant annet handler om å utvikle ny forretningsmessig virksomhet (Gotvassli 2007). Forholdet mellom innovasjon og entreprenørskap er nokså sentralt for næringsutviklingen, og en vanlig forestilling er at ny kunnskap og nye løsninger skal tas i bruk i næringslivet, det vil si at entreprenørskap i stor grad bør være basert på direkte implementering av innovasjoner (Spilling 2006a). Innovasjon er viktig dersom man vil være en bærekraftig og konkurransedyktig organisasjon.

En har ulike innovasjonsmåter som sier noe om hvordan bedrifter kan organisere og gjennomføre innovasjonsaktivitet på. Begrepet retter oppmerksomheten spesielt mot hvilken kjernekunnskap bedrifter bruker i innovasjonsprosesser, og hvordan denne kunnskapen dannes (Isaksen 2013). Den første innovasjonsmåten er den vitenskapsbaserte STI-måten. STI står for 'science, technology, innovation'. I denne innovasjonsmåten utvikles innovasjoner gjennom forskningsaktivitet, og bedrifter som anvender denne måten å drive innovasjon på, har ofte egne forsknings- og utviklingsavdelinger. Innovasjoner baseres altså på vitenskapelig kunnskap, men de kan ha innslag fra erfaringsbasert kunnskap i noen av fasene i innovasjonsprosessene (Isaksen 2013).

Som en motvekt til STI-modellen har vi DUI-modellen, hvor DUI står for ‘doing, using, interacting’. Modellen ble utviklet for å vise at man kan innovere uten å forske seg frem til nye løsninger (Isaksen 2013). Istedenfor bruker man kunnskap som man har skaffet seg gjennom lang erfaring med en bestemt type virksomhet for å skape innovasjon. Modellen viser godt hvordan innovativ aktivitet faktisk foregår i flertallet av små og mellomstore bedrifter, nemlig ved at man skaper noe nytt i det daglige arbeidet for å løse praktiske problemer i egen produksjon, eller tilpasse løsninger til bestemte krav hos kunder (Isaksen 2013). Gjennom prøving og feiling, og gjennom å bruke sine egne erfaringer, kommer man frem til nye innovative løsninger og produkter, og man anvender altså erfaringsbasert kunnskap for å innovere (Mitra 2020).

Innovasjon påvirkes av allerede eksisterende næringsstruktur, kompetanse, utdanningsinstitusjoner, normer og en felles forståelse av hvordan næringsutvikling skal skje. Dette kalles for ‘path dependency’ (Isaksen 2016). Denne formen for innovasjon kan videre deles inn i tre ulike utviklingsbaner; ‘path extension’, ‘path creation’ og ‘path renewal’. ‘Path extension’ er et begrep som brukes når en region eller nasjon styrker sitt eksisterende næringsliv. Ved å gjøre det oppnår man økt konkurransedyktighet gjennom utvikling og nytenkning når det kommer til produkter, tjenester, produksjonsprosesser og måter å organisere næringen på. Mange av disse forbedringene vil være en fordel for næringslivet fordi de vil føre til økt produktivitet (Isaksen 2016). ‘Path creation’ er en annen måte å forstå innovasjon på, og det betyr at nye næringer vokser frem, som regel som et resultat av forsknings- og utviklingsaktivitet. Gjennom ‘path creation’ skjer det altså en omfattende omstilling i en region eller nasjon (Isaksen 2016). ‘Path renewal’ er en tredje utviklingsbane. Nye innovasjoner, produkter og tjenester kan føre til omstilling, og disse vokser frem fra eksisterende næringsliv (Boschma & Gianelle 2014). En fordel med denne utviklingsbanen er at omstillingen bygger på allerede kjent kunnskap innad i næringen, i motsetning til at næringen så å si starter fra null gjennom ‘path creation’. Det er spesielt relevant å se på tomatnæringen i lys av utviklingsbanen ‘path extension’, fordi næringen hele tiden må utvikle seg på grunn av nye politiske føringer, for å øke produktivitet, og for å beholde sin posisjon i et konkurransedrevet marked.

For å studere teknologiskifter i en næring, slik som for eksempel matproduksjon, kan man bruke flernivåperspektivet (Steen 2018). Disse teknologiskiftene, altså en endring i hvilken type teknologi som anses å være den beste eller mest hensiktsmessige innad i en næring, bestemmes av sosiale så vel som teknologiske faktorer. Det er ikke bare teknologien i seg selv som avgjør om den blir viktig i samfunnet, men hvordan innovasjonen samspiller med andre aspekter i

samfunnet, som for eksempel velferd og fordelingsspørsmål (Haarstad & Rusten 2018). De sosio-tekniske systemendringene skjer i et samspill mellom tre nivåer. Nivåene består av ulike aktører, kompetanser, nettverk og teknologier, og de er ikke klart adskilt fra hverandre.

Det første nivået er teknologiske nisjer, som er det minst etablerte og stabile nivået. På dette nivået foregår det gjerne radikale innovasjoner som krever at systemet innovasjonen skal inngå i også må endres dersom innovasjonen skal implementeres. Det andre, og mest sentrale nivået, er regimet. Det innebærer all den kompetansen, praksisen, kunnskapen, produksjonsteknologien, infrastrukturen, kundebehovet og institusjonene som karakteriserer et etablert felt eller næring, slik som for eksempel matproduksjonen. Det siste nivået er landskapet, som i denne sammenhengen omfatter bredere sosio-kulturelle holdninger til global oppvarming, internasjonale handelsavtaler eller klimaavtaler (Steen 2018). Flernivåperspektivet er interessant i forbindelse med tomatnæringen på Finnøy og Fogn, fordi det er en næring som kontinuerlig må holde seg oppdatert på markedet, med nye innovasjoner og produksjonsmetoder og -prosesser. Perspektivet kan bidra til å fremheve hvilke drivkrefter som ligger til grunn for endring i næringen.

Flernivåperspektivet er i all hovedsak brukt til å studere overgangsprosesser fra et regime som ikke er bærekraftig i miljømessig forstand, til et som er det. Bærekraftig omstilling kan altså forstås som et regimeskifte, fra et regime som for eksempel er avhengig av fossilt brensel og dermed ikke er bærekraftig, til et regime som baserer seg på fornybar energi (Steen 2018). Nye teknologier som krever nye systemer rundt seg vinner altså frem. Slike teknologiskifter kan møte på mange barrierer, som for eksempel 'lock-ins', som vil si at innovasjonsprosessen er påvirket av tidligere erfaringer i næringen. Innovasjoner i regimer er som regel derfor inkrementelle, altså bidrar de til å forsterke de eksisterende utviklingssporene (Steen 2018).

For at det skal skje et regimeskifte må det være press som skaper en form for ubalanse, som videre skaper muligheter for nye teknologier. Dette vil så skape rom for endring, og for at det skal skje må entreprenører se disse mulighetene og behovet for endring. Et slikt press kan komme fra nisjenivået, internt i regimet og/eller fra landskapet (Steen 2018). Ofte er det nødvendig med en miks av drivkrefter for å få til endring. I dagens samfunn er for eksempel klimatiltak et viktig fokus, og overgangen til en lavutslippsøkonomi avhenger av at sektoren lykkes med å iverksette radikale innovasjoner som bryter med de eksisterende teknologiene. Disse innovasjonene kan ikke erstatte eksisterende teknologi på flekken, men trenger tid til å utvikle seg gjennom kortere eller lengre oppfostringsperioder som gjør dem i stand til å konkurrere med modne teknologier både på pris og virkningsgrad (Steen 2018).

2.3 Nettverk og klynger

En entreprenør står ikke alene i utviklingen og idémyldringen til nye prosjekter, men blir tvert imot påvirket av miljøet og stedet rundt ham eller henne. I det sosiale nettverket finnes det muligheter, og en entreprenør evner å se disse mulighetene og bruke nettverket for å videre utarbeide sine idéer (Borch & Førde 2010). Porter (1998) og Enright (1998) har utforsket betydningen av læring i bestemte miljøer gjennom sine studier om klynger og industrielle områder, og har kommet frem til at den dynamiske sosiale læringen er viktig for innovasjon (i Mitra 2020). De understreker også at læring skjer i et sosialt fellesskap. Man kan kalle disse faktorene for personressurser. For at nye virksomheter kan starte, trenger man personer med entreprenørielle holdninger, forretningsmessig kompetanse og faglig kompetanse. Det kan godt være at én og samme person har alle disse egenskapene, men det vanligste er at iverksettingen av en ny bedrift skjer av mer enn én person, der ulike personer i gruppa har ulik kompetanse og på så måte utfyller hverandre (Spilling et al. 2002).

Nyere forskning viser at nettverksbygging og klynger er viktige verktøy for entreprenøriell virksomhet, fordi det hjelper nye entreprenører med nyttige sosiale ressurser (Mitra 2020). Porter (2000, i Hassink & Klaerding 2011) definerer klynger som en geografisk konsentrert gruppe av relaterte bedrifter og tilknyttede institusjoner innen et bestemt felt. De er knyttet sammen gjennom fellesskap, som for eksempel et felles kunnskapsmiljø eller et felles arbeidsmarked, og komplementariteter, altså virksomheter som utfyller hverandre (Gotvassli 2007). I klynger skapes det muligheter for at nye bedrifter etableres, basert på nettverk, innovasjon og høy tetthet av lignende bedrifter på samme sted (Durkheim & Swain 2008). Innad i disse klyngene kan man opparbeide seg et nettverk, hvor man gjennom sosiale relasjoner kan få informasjon, ressurser og sosial støtte. Disse nettverkene skaper seg ikke selv – det kreves en del fra selve entreprenøren, som må forhandle, sosialisere, overtale og gjengjelde tjenester (Mitra 2020).

Nettverk kan defineres som «a form of organised economic activity that involve a set of individuals and organisations who are linked together as a result of formal and informal relationships including contractual obligations, membership of trade associations, transfer of funds, kinship and family ties» (Granovetter 1985, i Mitra 2020, s. 117). Det er altså en form for økonomisk aktivitet som involverer individer og organisasjoner som er koblet sammen av ulike årsaker, og dette viser til det Borch og Førde (2010) og Porter (2000, i Mitra 2020) påpeker om viktigheten av sosiale relasjoner i skapelsen av nye idéer og prosjekter, og utviklingen av kunnskap. Gjennom sosiale relasjoner i et nettverk vil entreprenører kunne ha lettere tilgang til

informasjon, man kan få hjelp til å forme og finne en retning for prosjektet, man vil kunne utvikle nye ferdigheter som entreprenør, og man kan benytte seg av andres kompetanse og ferdigheter. I tillegg kan man lettere få tilgang til nye materielle ressurser (Mitra 2020). Det vil være relevant for denne studien å undersøke hvorvidt tomatprodusentene på Finnøy og Fogn opplever et fellesskap, og hvordan de i så fall benytter seg av det.

Teorier som handler om nettverk og praksisfellesskap kan bidra til å gi en bedre forståelse av bønder og deres praksis (Oreszczyn, Lane & Carr 2010). I et praksisfellesskap er det noe tettere forbindelser mellom aktørene enn det er i et nettverk. Gjennom disse fellesskapene skjer læring og kunnskapsutvikling, og en forståelse av disse begrepene kan derfor gi innsikt i bønders sosiale læringssystem. Et praksisfellesskap er preget av tre grunnleggende prinsipper (Materia, Giaré & Klerkx 2014). For det første er det viktig med gjensidig engasjement, og ikke bare delte interesser. For det andre er det viktig at medlemmene har en forståelse av at de driver et slags felles foretak, noe som fører til kollektivt ansvar og læring av hverandre, og til slutt må de ha et felles repertoar, altså et sett felles praksiser og ressurser (Materia, Giaré & Klerkx 2014). Et praksisfellesskap i landbruket kan for eksempel være alle de som er involvert i driften på en gård, men det kan også utvides til andre bønder for eksempel i nabolaget eller de som driver med lignende produksjon (Oreszczyn, Lane & Carr 2010). På Finnøy og Fogn vil et slikt praksisfellesskap kunne involvere de tomatprodusentene som bor på samme øy, men det kan også utvides til å gjelde alle tomatprodusentene på øyene. Jeg vil i så fall argumentere for at det vil oppleves mer som et praksisnettverk enn et tett praksisfellesskap.

For å få et godt nettverk trenger man ulike typer relasjoner til mennesker, lokalsamfunn, organisasjoner og institusjoner, forsknings- og utviklingsmiljøer og andre entreprenører. I et nettverk vil det være både sterke og svake bånd (Foss 2006). Klyngedannelse innenfor et nettverk er grupper av aktører som har sterke bånd mellom seg, og dette gir en styrke ved at det er høy grad av tillit og gjensidighet mellom aktørene. De skaper sosial forankring og identitet, de er nyttige for gjennomføring av innovasjon og kommersialisering, og aktørene er ofte lett tilgjengelig for hverandre (Foss 2006). Svake bånd krever på den andre siden mindre tid og følelsesmessig innblanding, og kan bidra til å gi ny informasjon og bygge broer mellom klynger (Foss 2006). Sterke og svake bånd fører altså med seg ulike fordeler, og begge deler er fruktbart for en entreprenør.

En form for samspill er det mellom politikk, akademia og næringsliv. Triple helix er en modell som forsøker å tydeliggjøre hvordan disse tre aktørene fungerer sammen og påvirkes av hverandre i innovasjonsprosesser (Leydesdorff & Etzkowitz 1998). Modellen inngår i en

forståelse av vitenskapsbasert innovasjon, altså at innovasjon er noe som skjer i samspillet mellom universiteter, industri og politikk (Leydesdorff 2005). Entreprenører er avhengige av en rekke ytre forhold som påvirker deres muligheter og handlingsrom for entreprenøriell aktivitet, som for eksempel politikk eller akademia. Politikken kan blant annet spille en rolle ved å fjerne barrierer eller sette inn virkemidler, og akademia spiller en viktig rolle for kunnskapsoverføring og produksjon av kunnskap (Spilling 2006b). Triple helix-modellen kan være en modell for å diskutere disse forholdene.

Den norske innovasjonspolitikken er regionalisert, og spiller en viktig rolle ved å legge til rette for samarbeid og nettverk. For eksempel forsøker politikken i større grad å tilrettelegge for regionalt samarbeid som et virkemiddel for å fremme innovasjon (Fitjar 2016). Samarbeid mellom aktørene på samme sted er viktig, i tillegg til at internasjonalt samarbeid gir den fordel at man kan få tilgang til ny og annerledes kunnskap enn den som allerede finnes på stedet. Et annet viktig mål for innovasjonspolitikken er at regionene i større grad får utforme sin egen innovasjonspolitik, som videre fører til mer differensiering mellom regionene (Fitjar 2016). Dette kan man knytte til ideen om næringsklynger og samlokalisering av bedrifter som samarbeider og konkurrerer med hverandre. På bakgrunn av dette har nye idéer for innovasjonspolitikken vektlagt såkalt smart spesialisering, som fokuserer på at spesialiseringen innenfor enkelte næringer skal gjøres på en slik måte at stedets kunnskapsbase blir unik (Fitjar 2016). En tredje regionaliseringstendens i innovasjonspolitikken er at den i større grad forsøker å stimulere til samarbeid og samhandling på tvers av steder, mellom stat og privat, og innad i en region (Fitjar 2016). Dette er fordi innovasjon ses på som en interaktiv og dynamisk prosess, hvor samhandling og kunnskapsdeling fremheves som viktig (Borch & Førde 2010).

2.4 Kunnskap og læringsprosesser

For at innovasjon skal skje, må det foregå læring og kunnskapsdannelse. Det finnes ulike typer læringsprosesser og ulike former for kunnskap. Læring, spesielt interaktive læringsprosesser, blir sett på som en av de viktigste prosessene bak utvikling og innovasjon (Bolkesjø 2006), og utvikling av ny kunnskap er av stor betydning for økonomien. Det å utvikle ny kunnskap og omsette denne kunnskapen i nye forretningsmessige aktiviteter blir stadig viktigere, og Lundvall (1992, i Bolkesjø 2006) argumenterer for at kunnskap er den viktigste ressursen og læring er den viktigste prosessen bak økonomisk utvikling. Det er viktig at organisasjoner er mottakelige for læring, og at de er fleksible og endringsvillige dersom det skal foregå innovasjon. Et viktig fortrinn for bedrifter er å opparbeide seg unik kompetanse, og denne må vedlikeholdes og utvikles for å opprettholde konkurransedyktigheten.

2.4.1 Læring

Læring defineres som en prosess som endrer kunnskapen til et individ eller en organisasjon. Disse endringene kan være i form av at man får en ny forståelse av noe, at man forkaster en tidligere oppfatning av noe til fordel for en ny forståelse av det, at man modifiserer forståelsen av noe, eller at man endrer hvor sterkt man tror på noe (Sanchez & Heene 1997). Læring kan skje mellom individer, innad i eller mellom organisasjoner, i nettverk av organisasjoner, eller i mer utstrakte miljø. Organisatoriske faktorer som arbeidsforhold, lederstiler og relasjoner mellom arbeidstakere spiller en viktig rolle i utformingen av disse lærings- og kunnskapsprosessene. Den læringsprosessen som skjer i en næring eller organisasjon er basert på å gjenkjenne, skaffe seg, og utvikle kompetanser som bidrar til å skape kunnskap, etablere et læringsgrunnlag for organisasjonen og støtte innovasjonsprosesser (Mitra 2020). Læringsprosessene skjer altså kollektivt, og man bruker ofte begrepet organisatorisk læring om denne formen for læring.

Organisatorisk læring kan deles inn i tre former for læring: atferdsmessig læring, kognitiv læring og læring i handling (Isaksen 2016; Lichtenstein & Lumpkin 2008, i Mitra 2020). Atferdsmessig læring skjer gjennom prøving og feiling. Man ser hva forgjengere har gjort, hvilken oppførsel som har vist seg å være vellykket og hvilken oppførsel som ikke har lønnet seg, og man lærer av deres erfaringer. Dette fører til rutinebaserte systemer som hjelper personen med å tilegne, distribuere, hente og lagre informasjon og kunnskap (Mitra 2020). Ved inkrementell innovasjon vil for eksempel atferdsmessig læring være viktig fordi man lærer av andre som har gjort lignende ting før. Kognitiv læring handler om å benytte seg av enkeltindividers kunnskap på en måte som gjør at deres individuelle kunnskap blir en del av organisasjonens felles kunnskapsbase (Mitra 2020). Læring i handling fokuserer på selve handlingen, og å tette gapet mellom hva organisasjonen tenker og hevder at de gjør versus hva de faktisk gjør. Ved å rette søkelyset mot dette kan de oppdage mangler og iverksette effektive tiltak. Dette oppnås gjennom det Argyris og Schön (1978) og Bateson (1972) kaller for 'single loop' og 'double loop learning'. 'Single loop learning' forbedrer effektiviteten i en organisasjon, mens 'double loop learning' stiller spørsmål ved om tiltakene som tas er hensiktsmessige og effektive (i Mitra 2020).

Læring som skjer i en spesifikk situasjon, kalles for situert læring. Sted er en viktig kontekst i situert læring. Denne typen læring fokuserer på relasjonen mellom læring og de sosiale situasjonene læring foregår i (Lave & Wenger 1991). Man lærer når man tar del i aktiviteter innenfor et spesifikt miljø, og man får mulighet til å være involvert i nye aktiviteter og utføre

nye oppgaver som en del av dette miljøet. Aktivitetene og oppgavene må ses i et større system, i relasjon til hverandre. Disse relasjonene, og menneskene som skaper relasjonene gjennom læring, former læringsmiljø eller praksisfellesskap (Mitra 2020). Kunnskapen som skapes gjennom situert læring er med på å skape nye organisasjoner, ny utvikling og nye innovasjoner.

Tomatgartneriene på Finnøy og Fogn kan klassifiseres som små og mellomstore bedrifter, og i slike bedrifter kan man skille mellom ulike måter det er vanlig å lære på. For det første har vi uformell læring, som ligner på situert læring. Det dannes lærings- eller praksismiljøer, og i disse miljøene skapes et fellesskap hvor man deler kunnskap, ideer og interesser, og medlemmene i et slikt fellesskap fungerer som rådgivere for hverandre (Mitra 2020). Nye medlemmer blir innlemmet i den ferdighetskulturen som de erfarne aktørene på stedet har, og i retur får de mer erfarne aktørene nye innspill og hjelp til å se deres arbeidsmetoder i nytt lys. Uformell læring står i kontrast til formell læring, som assosieres med formelle institusjoner som skoler og universiteter. Uformell læring tar form gjennom samhandling med naboer, venner, familie og kollegaer. Det er gjennom samhandling med dem i uformelle miljø at man samler kunnskap, ferdigheter, holdninger, innsikt og erfaringer (Coombs & Ahmed 1974, i Mitra 2020).

En annen måte læring foregår på i små og mellomstore bedrifter, er gjennom opplæring eller en slags mester-lærling-relasjon. I en slik situasjon lærer man bort yrkesmessige ferdigheter og kompetanser som er direkte knyttet til oppgaver og aktiviteter i det gitte yrket (Mitra 2020). Denne måten å lære på foregår i en stedsspesifikk kontekst, som vil si at læringen finner sted på spesifikke steder. En tomatprodusent kan for eksempel lære planteteknikker av en annen og mer erfaren tomatprodusent, ved at han eller hun er med vedkommende i veksthuset for å se og lære. Lærlingssystemet har lange tradisjoner, og i dag er det vanlig å kombinere den praktiske opplæringen med mer akademisk undervisning. Denne type læring gir utbytte i form av for eksempel bedre prestasjoner, og noen ganger i form av mer kunnskapsrike ansatte (Mitra 2020).

2.4.2 Kunnskap

Kunnskap er et vanskelig og omfattende begrep å definere. Kunnskap er dynamisk og skapes gjennom sosial interaksjon mellom mennesker og organisasjoner (Nonaka, Toyama & Konno 2001). Den er kontekstavhengig, fordi kunnskap er avhengig av tid og sted. Uten en kontekst er kunnskapen egentlig bare informasjon. For eksempel gir ikke 17.19 mening, men dersom tallet settes inn i en rutetabell, gir tallet informasjon om en bussavgang. Slik kan informasjon bli til kunnskap når den kombineres med erfaring, settes i sammenheng, bearbejdes, tolkes og reflekteres (Gotvassli 2007).

Gjennom ulike former for læring oppnår man ulike former for kunnskap. Man kan skille mellom tre typer: informasjon, vitenskapelig kunnskap og erfaringsbasert kunnskap (Isaksen 2013). De to første formene for kunnskap er eksplisitt kunnskap, som betyr at kunnskapen for eksempel kan tydeliggjøres ved å fortelle den videre til andre muntlig eller skriftlig. Den siste formen for kunnskap er taus, som vil si at den er knyttet til våre sanser, ferdigheter, fysiske erfaringer og intuisjon (Gotvassli 2007). Informasjon, eller det Lundvall og Johnson (1996, i Isaksen 2013) kaller for 'know-what', er den første formen for kunnskap. Det er kort fortalt fakta om bestemte fenomener. Denne informasjonen er lett tilgjengelig for alle, blant annet gjennom internett.

Den andre formen for kunnskap er vitenskapelig kunnskap, eller 'know-why', som er utviklet gjennom systematisk forskning og utviklingsaktivitet (Isaksen 2013). Asheim og Gertler (2005, i Isaksen 2013) kaller dette for analytisk kunnskap. For å tilegne seg denne typen kunnskap bør man ha en form for utdanning eller akademisk interesse, og selv om mye av denne kunnskapen i prinsippet er tilgjengelig for alle gjennom internett, oppslagsverk og vitenskapelige artikler, kreves det forhåndskunnskaper eller absorpsjonskapasitet i organisasjoner for å kunne bruke denne kunnskapen. Personer i bedrifter må med andre ord ha bestemt kunnskap for å finne frem til relevant, ekstern vitenskapelig kunnskap, hente den, for så å omforme den til eget bruk (Giuliani & Bell 2005, i Isaksen 2013).

Den tredje formen for kunnskap er erfaringsbasert kunnskap, som utvikles når personer arbeider med bestemte aktiviteter over tid (Isaksen 2013). Lundvall og Johnsen (1994) kaller denne kunnskapstypen for 'know-how', og Asheim og Gertler (2005) omtaler den som syntetisk og symbolsk kunnskap (i Isaksen 2013). Polanyi (1967, i Mitra 2020, s. 265) definerer taus kunnskap som «that which we know but cannot tell». Taus kunnskap er det samme som Aristoteles sitt begrep om 'techne', altså praktisk kunnskap, som motsetning til 'episteme', kunnskapen om ting (Dybvig & Dybvig 2015). Denne typen kunnskap skilles fra de to andre kunnskapstypene ved at mye av den er sterkt lokalt forankret og at man ofte tilegner seg kunnskapen gjennom uformell læring. Den er iboende i folk, og lar seg vanskelig kodifisere. Det vil si at taus kunnskap i de fleste tilfeller er vanskelig å overføre mellom folk fordi den er vanskelig å fortelle videre. Dermed blir sted en viktig faktor for å overføre denne typen kunnskap. På dette stedet skapes kunnskap gjennom en prosess med utveksling og samhandling mellom taus og kodifisert eller eksplisitt kunnskap (Nonaka & Takeuchi 1995, i Mitra 2020). Det er heller ikke gitt at den tause kunnskapen kan overføres til hvem som helst. Ofte er kunnskapen lokalt forankret og del av en lokal kunnskapskoding, og kunnskapen deles derfor

mest effektivt mellom personer med lik sosiokulturell bakgrunn (Isaksen 2013). Nettverksbasert læring er ofte nøkkel til taus kunnskap.

Forskere har forskjellige meninger om hvilken type kunnskap som er best av eksplisitt kunnskap som man lærer gjennom utdanning, eller erfaringsbasert læring. Det virker generelt som at utdanning har litt lavere status, men det trenger ikke være tilfellet. Utdanning kan også anses å være en del av entreprenørens kunnskapslager, og noen forskere argumenterer for at det kan være en kilde til nye idéer og satsinger (Mitra 2020). Fordelen med mye erfaring er på den andre siden at det kan være med på å stimulere til kreativitet og skape en god base for å vite hvordan man skal håndtere ulike situasjoner. I tillegg er det å gjenkjenne muligheter når de er der en viktig del av det å være entreprenør, og da er det en fordel med erfaringsbasert kunnskap. Dette peker på at selv om utdanning kan gi objektiv informasjon og kunnskap, så er det i bunn og grunn den faktiske og direkte samlingen av informasjon for å gjøre en beslutning som hjelper entreprenørene med å forstå de oppgavene de møter på (Mitra 2020).

Ulempen med erfaringsbasert kunnskap er at den ofte ikke strekker til når man må gjøre noe nytt, fordi den i første omgang bygger på erfaringer som ansatte får ved å takle utfordringer som oppstår i virksomheten og for å tilfredsstille krav fra kunder. Derfor er forskningsbasert kunnskap vesentlig for å styrke evnen til større omstillinger i eksisterende bedrifter (Isaksen 2014). Utfordringen med forskningsbasert kunnskap og den vitenskapsbaserte modellen er at den kun legger vekt på forskning som grunnlag for innovasjon, mens den erfaringsbaserte modellen vektlegger forskning som en av flere kunnskapskilder i innovasjonsprosessen (Isaksen 2014).

3. Kvalitativ metode

I dette kapittelet vil jeg redegjøre for den kvalitative forskningsprosessen som er grunnlaget for resultatene i studien. Kapittelet skal gi en oversikt over hvordan jeg har gått frem i generering og bearbeiding av datamaterialet for å belyse problemstillingen, og hvilke valg jeg har tatt. Først redegjør jeg kort for hvorfor jeg har anvendt en kvalitativ metode, før jeg går mer i dybden på forskningsdesign, med casestudie og dybdeintervju. Deretter forklarer jeg hvordan jeg gjennomførte intervjuene, før jeg gjør rede for hvordan jeg har bearbeidet materialet. Til slutt diskuterer jeg noen etiske betraktninger.

3.1 Hvorfor kvalitativ metode?

Kvalitativ metode egner seg godt i forskningsprosjekter hvor man ønsker å få innblikk i menneskers meninger, holdninger og erfaringer om et tema. Man kan belyse samfunn og menneskers oppfatning innenfor ulike kontekster (Winchester & Rofe 2016). Kvalitativ metode vektlegger forståelse framfor forklaring, viktigheten av nærhet til det man forsker på, en åpen relasjon mellom forsker og informant, og metoden har gjerne en induktiv fremgangsmåte. Metoden er med andre ord utforskende og empiridrevet (Tjora 2017). Man stiller spørsmål om hvorfor og hvordan for å få frem meninger og prosesser, og får på den måten en dypere innsikt i tematikken som utforskes.

I dette prosjektet ønsker jeg å undersøke kompleksiteten bak entreprenørskap: hvilke prosesser er i sving og hvilken rolle spiller den stedlige konteksten? Dette er omfattende spørsmål som krever at jeg som forsker har god innsikt i tematikken og feltet. En kvalitativ metode vil kunne gi meg muligheten til å utforske forskningsspørsmålene på en innsiktsfull og dyptgående måte. I et entreprenørielt perspektiv kan man trekke frem Foss (2006), som argumenterer for at man bør inkludere etablerere sine refleksjoner og erfaringer rundt entreprenørskap for å bedre forstå de sammensatte entreprenørskapsprosessene. Innenfor geografi egner kvalitativ metode seg for å utforske den stedlige konteksten entreprenørskap oppstår i.

3.2 Forskningsdesign

Det er ulike faser i den kvalitative forskningsprosessen, og i planleggingsfasen skaper man et forskningsdesign, altså en plan for hvordan man tenker å gjennomføre forskningsprosjektet (Thagaard 2018). I utviklingen av mitt forskningsprosjekt tenkte jeg først over hva jeg ville undersøke. Valget falt på entreprenørskap i et lite øysamfunn. Videre må man avgrense hvem som er aktuelle informanter og hvor forskningen skal ta plass. Jeg visste tidlig hvor jeg ville utføre forskningsprosjektet. Studiestedet er beskrevet i delkapittel 1.1. Valg av informanter falt

deretter relativt lett. Ved å forske på entreprenørskap og tomatnæringen i gamle Finnøy kommune, avgrenset utvalget seg til informanter som passet innenfor disse kriteriene. Til slutt må man finne ut hvordan man skal få svar på det man lurer på. Som jeg skrev over, så brukte jeg en kvalitativ tilnærming for å få tilstrekkelig innsikt i erfaringer og tanker omkring entreprenørskap i gamle Finnøy kommune. Videre skal jeg gå dypere inn på disse valgene og hva de innebærer.

3.2.1 Casestudie

En casestudie er rettet mot å studere mye informasjon om få enheter eller caser. Baxter beskriver det slik: «case study research involves the study of a single instance or small number of instances of a phenomenon in order to explore in-depth nuances of the phenomenon and the contextual influences on and explanations of that phenomenon» (Baxter 2016, s. 130). Det dreier seg med andre ord om å gå i dybden på et spesifikt fenomen, og undersøke nyanser innenfor dette fenomenet. Jeg vil også undersøke hvilken påvirkning konteksten har hatt på det gitte fenomenet. En slik dybdeorientert undersøkelse kan man kalle for ideografisk. Det er en tilnærming til kunnskap som fremhever det spesielle og subjektive, og som anerkjenner kompleksiteten og sammenhengene i den sosiale verden. Ideografisk står i motsetning til nomotetisk, som er breddeorientert og handler om å finne allmenne lover (Baxter 2016). I min oppgave går jeg altså i dybden på entreprenørskap og prosesser som har medvirket til at tomatnæringen i gamle Finnøy kommune har blitt til det den er i dag. Jeg ser hvordan blant annet miljøet, fellesskapet og samfunnsmessige strukturer har spilt en rolle i utviklingen og opprettholdelsen av næringen.

Casestudier kan deles inn i flere undergrupper, og man kan studere et fenomen som for eksempel en hendelse, en prosess eller et sted (Baxter 2016). I dette prosjektet undersøker jeg hvorfor tomatnæringen ble så omfattende akkurat i gamle Finnøy kommune, og casestudien er derfor snevret inn til å handle om et fenomen i en stedbundet kontekst. Creswell og Poth (2018, i Thagaard 2018) deler casestudier inn i ulike kategorier: ‘instrumental casestudy’, ‘collective casestudy’ og ‘intrinsic casestudy’. Jeg gjennomførte en ‘collective casestudy’, og i denne typen casestudie undersøker man et spesifikt fenomen ved å utforske flere enheter (Thagaard 2018). I min studie blir det spesifikke fenomenet tomatnæringen på øyene, og enhetene er de seks informantene jeg intervjuet. Tjora (2017) legger til at en casestudie er en undersøkelse som allerede har en eksisterende grense for hvem og hva som skal inkluderes og ekskluderes i undersøkelsen. På dette grunnlaget vil jeg argumentere for at metodologien egner seg godt for å undersøke entreprenørskap på Finnøy, nettopp fordi jeg undersøker flere informanter innenfor

et geografisk avgrenset område som oppfyller visse kriterier. Altså blir informantene og stedet for undersøkelsen naturlig avgrenset av problemstillingen.

3.2.2 Utvalg

Jeg har gjort en strategisk utvelgning av informanter. Det vil si at jeg har valgt informanter som har kvalifikasjoner som er strategiske i forhold til problemstillingen og forskningsspørsmålene mine (Thagaard 2018). Dette er hensiktsmessig fordi jeg gjør en casestudie av tomatnæringen og entreprenørskap i gamle Finnøy kommune. Casestudien fører til en naturlig avgrensning av utvalget, fordi mulige informanter må være tomatprodusenter i gamle Finnøy kommune. Denne måten å gjøre utvalg på kaller Stratford og Bradshaw (2016) for 'criterion sampling'. 'Criterion sampling' går ut på at informantene er valgt ut på en måte som gjør at de representerer noen av de samme kriteriene, samtidig som det er variasjon mellom dem med tanke på satsing og størrelse på veksthusene.

For å finne ut hvem som oppfylte kriteriene 'tomatprodusent' og 'bosatt på Finnøy', begynte jeg å lese i lokalavisen, i tillegg til at jeg kontaktet en journalist i denne ved å sende e-post. Jeg hadde en viss peiling på hvem jeg kunne kontakte på forhånd på grunn av min kjennskap til lokalsamfunnet, men jeg trengte flere tips. I tillegg har jeg nære kontakter med et relativt stort nettverk på Finnøy, og de kunne også hjelpe til med mulige informanter. Etter hvert fikk jeg tips om et par aktuelle informanter, og sendte melding til dem på telefon. Disse ga meg også tips om hvem jeg kunne snakke med. Denne metoden kalles snøballmetoden, og er en teknikk som involverer å finne deltakere til et forskningsprosjekt ved å spørre allerede eksisterende deltakere om å anbefale andre som oppfyller de samme kriteriene (Stratford og Bradshaw 2016).

Jeg kontaktet journalisten i lokalavisen, fordi jeg håpet at han kunne være en god nøkkelinformant. En nøkkelinformant er en person som er spesielt kunnskapsrik innenfor et felt (Thagaard 2018). Jeg ble anbefalt å ta kontakt med ham av mine nærkontakter. Før jeg tok kontakt, leste jeg en del artikler som han har skrevet. Det viste seg at han er svært kunnskapsrik innenfor temaet og den historiske utviklingen av tomatnæringen i gamle Finnøy kommune, og han har vært tett på næringen lenge.

Etter hvert som jeg fikk anbefalt informanter, møtte jeg på en utfordring. De samme navnene gikk igjen, og dette var fire personer (nøkkelinformanten inkludert) jeg allerede var i kontakt med. Utvalget på Finnøy begrenset seg med andre ord relativt raskt, og etter intervjuer med disse, kom jeg frem til at jeg måtte utvide studieområdet mitt til naboøyene også, slik at

oppgaven min skulle handle om tomatnæringen i gamle Finnøy kommune. Jeg inkluderte med det øyene Talgje og Fogn, og etter hvert fikk jeg kontakt med tre tomatprodusenter på Fogn. Jeg fant kontaktinformasjonen til disse gjennom en felles nettside for tomatprodusenter på Fogn, og sendte dem en e-post. Jeg mener at denne utvidelsen av studieområdet styrker oppgaven, fordi jeg i felt opplevde at informantene snakket om Finnøy som gamle Finnøy kommune, og ikke bare selve øyen Finnøy. Tomatprodusenter fra naboøyene var en selvfølge i denne betegnelsen, og jeg oppfatter dem dermed som et selvsagt tilskudd til oppgaven. Jeg fikk dessverre ikke intervjuet informanter fra Talgje. Her er det spesielt én produsent som ville vært interessant å snakke med, men på grunn av en hektisk tid i veksthusene fant vi ikke tid for intervju. Jeg vil likevel argumentere for at de funnene jeg har gjort på Finnøy og Fogn er omfattende nok til at jeg kan svare på problemstillingen.

Det er få eller ingen regler for hvor mange informanter man skal ha med i en studie. Utvalgets størrelse handler helt og holdent om hva som er nødvendig for å oppnå tilstrekkelig kunnskap og hva som er formålet med forskningen (Stratford & Bradshaw 2016). I utvelgelsen er det viktigste man må tenke over hvem som har de erfaringene, perspektivene og den kunnskapen som man ønsker å studere. Jeg begynte med et ganske snevert utvalg, men utvidet søket etter hvert. På den måten har jeg et utvalg som er stort nok til at man kan argumentere for at ulike synspunkt og erfaringer er tilstrekkelig representert. Man kan aldri være sikker på at man får med seg alle relevante meninger og perspektiver i en casestudie, men man kan på den andre siden heller ikke påstå at man ville ha funnet ny informasjon dersom man hadde hatt flere intervju.

Jeg endte opp med å intervjuer seks informanter, pluss nøkkelinformanten. Jeg intervjuet tre tomatprodusenter på Finnøy og tre tomatprodusenter på Fogn. En av informantene, som jeg har kalt Roald, er pensjonert, og de fem andre er yrkesaktive. Jeg tenkte at jeg kunne få en dypere innsikt i etableringen og utviklingen av næringen dersom jeg intervjuet informanter i forskjellige faser i livet, og at det kunne gi et interessant perspektiv på før og nå. Jeg har et bredt utvalg av informanter med tanke på alder, hvor den yngste er i 30-årene og den eldste nærmer seg 80 år. Det er også varierende størrelse på veksthusene til de ulike informantene. Det brede utvalget ga meg et visst spekter av ulike meninger og perspektiver, og etter disse intervjuene følte jeg at jeg kom til et metningspunkt. Jeg oppfattet det dermed som lite hensiktsmessig å gjennomføre flere intervjuer. I en slik avgjørelse må man bruke skjønn og stole på sin egen tolkning av dette som forsker. Selv om utvalget er relativt lite, vil dybdeintervju som metode kunne gi betydelig innsikt i forskningsspørsmålene (Dunn 2016).

3.2.3 Dybdeintervju

Jeg har brukt dybdeintervju som metode for å få svar på forskningsspørsmålene mine. Dette er en god metode for å få innsikt i meninger, erfaringer og hendelser. Metoden kan på den måten gi meg en dypere forståelse for tematikken fordi jeg kan få innblikk i flere forskjellige perspektiver (Tjora 2017). Intervju kan bidra til å gi innsikt i menneskers sosiale, kulturelle, politiske og økonomiske liv, og det er flere fordeler med intervju som metode (Crang & Cook 2007). For det første kan metoden skape innsikt som kan fylle kunnskapshull som andre metoder, som for eksempel observasjon, ikke er i stand til. For det andre kan man undersøke komplekse handlinger og motivasjoner. Til slutt kan man samle et mangfold av meninger og erfaringer, og finne frem til både enighet og uenighet om forskjellige tema (Dunn 2016). Som nevnt tidligere, så er entreprenørskapsprosesser komplekse, og i mitt forskningsprosjekt ønsker jeg å få en dypere forståelse av disse.

Det er vanlig å skille mellom tre hovedtyper av intervju, hvorpå jeg har valgt semistrukturert intervju. Et semistrukturert intervju er en mellomting mellom strukturert og ustrukturert intervju. Tjora (2017) definerer det slik: «målet med dybdeintervjuer er i hovedsak å skape en situasjon for en relativt fri samtale som kretser rundt noen spesifikke temaer som forskeren har bestemt på forhånd» (s. 113). Semistrukturerte intervju har altså til dels en forhåndsbestemt rekkefølge på spørsmål og tema som tas opp, samtidig som det åpner opp for fleksibilitet og mulighet til å følge opp utsagn fra informanten (Dunn 2016). Jeg vurderte dette som mest hensiktsmessig i mitt forskningsprosjekt nettopp på grunn av denne fleksibiliteten og muligheten til å være spontan. På den ene siden hadde jeg en intervjuguide, og på den andre siden hadde jeg mulighet til å vike fra denne dersom interessante diskusjonstema dukket opp (se vedlegg 1 for intervjuguide til nøkkelinformant, og vedlegg 2 for intervjuguide til tomatprodusentene). Det gjorde at jeg fikk innblikk i mange ulike perspektiver fordi jeg stilte informantene mange av de samme spørsmålene, samtidig som jeg kunne følge spor som ledet meg inn på nye temaer som jeg ikke hadde tenkt på før. Som forsker bør man være åpen for nye temaer som dukker opp, og stille åpne spørsmål som kan lede til refleksjon.

Intervjuguidens oppbygging kan være av betydning for hvordan intervjuet går. Thagaard (2018) foreslår en oppbygging av intervjuet hvor man starter med nøytrale tema, før man beveger seg inn på mer personlige tema, og at man så avslutter med nøytrale tema. Dermed får man opparbeidet en viss tillit i begynnelsen av intervjuet, og man avslutter på en lett tone. Jeg forsøkte å oppnå dette ved å dele inn intervjuguiden til tomatprodusentene i fire hovedtemaer. Tema A handler om utdanning, jobberfaring og etableringen av veksthuset. Dette er relativt

enkle spørsmål å svare på da de ikke krever mye refleksjon, og formålet var å skape en fortrolig situasjon mellom meg og informanten. Så gikk jeg videre til tema B, med spørsmål om lokalmiljøets betydning for næringen, og her stilte jeg noen personlige og noen mindre personlige spørsmål. Tema C handler om hvilken rolle informanten har, altså var de mer personlige, og tema D var rettet mer mot fremtidige planer. Alle temaene hadde hovedspørsmål og oppfølgingsspørsmål. Denne måten å utforme en intervjuguide på kalles «tre-med-grener-modellen» (Rubin & Rubin 2012, i Thagaard 2018). Hovedtemaet i prosjektet representeres av stammen, og grenene representerer mer spesifikke temaer under hovedtemaet. I et slikt intervju må man finne en balanse mellom å gå i dybden på hvert tema, og å stille spørsmål om alle temaene (Thagaard 2018). Tanken var den samme i utformingen av intervjuguiden til nøkkelinformanten, med en relativt ufarlig start og slutt på intervjuet, og med noe mer dyptgående spørsmål i hoveddelen.

3.3 Gjennomføring av intervjuene

I felt opplevde jeg det som svært hensiktsmessig med semistrukturert intervju. Det var godt å ha en intervjuguide å støtte seg på, men det viste seg fort at jeg ikke trengte å stille alle spørsmålene, eller at alle spørsmålene var like relevante for alle informantene. Det var blant annet fordi informantene ofte svarte på noen spørsmål når de reflekterte omkring andre spørsmål. Da var det greit å kunne følge samtalen mer spontant, og droppe noen spørsmål for å unngå en stakkato og påtatt intervjusituasjon. Samtidig som jeg enkelt kunne droppe noen spørsmål, var det andre spørsmål som jeg gjerne ønsket å stille til alle, slik at jeg kunne få ulike perspektiver på temaet. For eksempel ønsket jeg gjerne flere perspektiver og oppfatninger om fellesskap og samarbeidsmiljø, i tillegg til hvordan tomatprodusentene hadde tilegnet seg kunnskap om næringen.

Før jeg intervjuet noen av tomatprodusentene, intervjuet jeg som nevnt i 3.2.2 en nøkkelinformant. Målet var å få noen tips til viktige diskusjonstemaer som jeg kunne spørre informantene om. Jeg hadde skrevet ned noen spørsmål til ham på forhånd slik at jeg hadde noen faste holdepunkter. Dette intervjuet var derimot mer som en samtale, og helte mer mot et ustrukturert intervju. En slik uformell intervjusituasjon gjorde at informanten selv kunne ta opp temaer i løpet av intervjuet, og jeg måtte underveis stille oppfølgingsspørsmål til de temaene som informanten tok opp. Det ga meg mulighet til å følge opp informantens fortelling og utdype temaer som informanten tok opp. Ifølge Thagaard (2018) kan denne typen intervjuer være relevant som innledning til et forskningsprosjekt fordi en åpen samtale skaper et grunnlag for å utarbeide diskusjonstemaer som man kan ta med videre i prosjektet. Etter dette intervjuet satt

jeg igjen med mange interessante diskusjonstemaer og faglige innspill som jeg kunne ta videre inn i intervjuene mine med tomatprodusentene. Jeg reviderte ikke direkte intervjuguiden, men den informasjonen nøkkelinformanten min ga meg gjorde at jeg i større grad visste hva som opptok tomatprodusentene, og jeg kunne dermed stille mer presise og spontane oppfølgingsspørsmål.

Crang og Cook (2007) argumenterer for at det er viktig å tenke over hvor intervjuet finner sted. Et intervju hjemme i stuen til en informant vil for eksempel kunne skape et annet tillitsforhold og åpne opp for en dypere samtale enn det et intervju på telefon gjør. Jeg lot informantene bestemme hvor intervjuet skulle være, og det ble naturlig at jeg kom hjem til dem eller møtte dem på kontoret. Jeg ønsket helst å gjennomføre alle intervjuene ansikt til ansikt, men på grunn av koronaomstendighetene og praktiske årsaker lot dette seg kun gjøre med tre av informantene. De fire andre intervjuet jeg over telefon. De tre fysiske intervjuene holdt jeg i høstferien i oktober da jeg var på Finnøy, og de fire andre gjennomførte jeg over telefon i Trondheim. Jeg brukte diktafon for å ta opp alle intervjuene, slik at jeg kunne fokusere mer på intervjusituasjonen og mindre på å notere.

3.3.1 Et kritisk blikk på gjennomføringen av intervjuene

Intervjuet med nøkkelinformanten min tok sted på kontoret hans. Dette skapte en formell situasjon, men denne ble løst opp av den uformelle samtalen. Det skapte også rammer for å være faglig og utdypende, noe som jo var målet med samtalen. Videre gjennomførte jeg et intervju i stuen hjemme på gården til en informant. Dette skapte en fortrolig situasjon, samtidig som rommet ga mulighet til å på et vis visualisere noen av historiene som ble fortalt. Intervjuet bar også preg av mye fortelling, og handlet i stor grad om livshistorien til informanten. Det tredje fysiske intervjuet ble gjennomført på kontoret i veksthuset til informanten. Dette er også et sted som informanten føler seg trygg i, og rommet skapte dermed trygge rammer for intervjuet. Det var imidlertid en mer formell stemning over intervjuet på kontoret enn det i stuen, nettopp fordi det var på arbeidsplassen til informanten. Det ga rom for mer faglig diskusjon, selv om jeg også her opplevde informanten som trygg nok til å fortelle om mer personlige temaer.

Jeg hadde varierende opplevelser med telefonintervjuene. På en side var de noe mer krevende enn de intervjuene jeg hadde ansikt til ansikt. Et aspekt ved telefonintervju som gjorde det mer krevende enn fysisk intervju, er det faktum at jeg ikke kunne tyde kroppsspråk underveis. Når jeg ikke kunne se reaksjonen idet jeg stilte spørsmålet, visste jeg heller ikke om informanten

hadde oppfattet spørsmålet, om det var for vanskelig, privat, eller for enkelt eller fordømmende. Som følge av dette tok jeg noen ganger meg selv i å stille flere oppfølgingsspørsmål før informantene fikk mulighet til å tenke seg om og svare, noe som igjen kan ha påvirket svarene til informantene. Dette er viktig å ha i bakhodet under utarbeidelsen av resultatene. Grunnen til at jeg hadde telefonintervju, og ikke videosamtale, var at dette var ønsket av informantene. Den ene informantene snakket jeg med mens han kjørte, og dermed ble telefon det eneste alternativet. De andre informantene jeg snakket med over telefon ønsket også dette, fordi det er en situasjon man er mer fortrolig med.

Mitt første telefonintervju opplevde jeg som krevende. De fleste intervjuene jeg har gjennomført har vart rundt en time, men dette intervjuet varte betydelig kortere enn de andre intervjuene. Det kan skyldes at den trygge kontakten man opparbeider gjennom et fysisk intervju manglet her. Det er også av betydning at dette var mitt første telefonintervju, og jeg visste ikke hva jeg kunne forvente. I tillegg kan det ha vært utfordrende for informantene å vite hvor mye han skulle fortelle fordi han heller ikke kunne se min reaksjon på svarene hans. Alt i alt ble det en litt forhastet situasjon, og dette vil naturligvis ha utslag for datamaterialet som ble generert. Jeg tok med meg denne erfaringen inn i de tre andre telefonintervjuene, og passet på å opparbeide en viss tillit i begynnelsen av intervjuet ved å snakke litt om løst og fast. Dette opplevde jeg at hjalp, og informantene tok seg tid til å reflektere og diskutere synspunkter underveis i intervjuet. Jeg på min side følte meg tryggere på å være spontan i disse intervjuene enn jeg gjorde i det første telefonintervjuet.

3.4 Bearbeiding av materialet

Jeg har benyttet meg av en stegvis-deduktiv induktiv metode (Tjora 2017), som er en metode hvor man arbeider fra rådata til teorier gjennom ulike faser. Induktiv betyr at man jobber fra data mot teori, og deduktiv viser til tilbakekoblingene, hvor man sjekker det teoretiske til det mer empiriske. Det vil si at jeg har arbeidet tett med datamaterialet, kodet, kategorisert og utarbeidet konsepter, men at jeg i denne prosessen hele tiden har hatt et blikk tilbake på prosessen. Når jeg har utviklet en kategori, har jeg så gått tilbake for å sjekke at den ligger tett til datamaterialet. Dette viser til at forskningsprosessen ikke er lineær, men en dynamisk prosess hvor man hele tiden går frem og tilbake mellom ulike stadier (Crang & Cook 2007).

Etter gjennomførte intervju satte jeg meg ned for å bearbeide datamaterialet. Det første jeg gjorde var å transkribere lydopptakene slik at jeg hadde de empiriske dataene i form av tekst. Etterpå leste jeg gjennom alt materialet for å få oversikt over temaene som blir tatt opp, slik at

jeg videre kunne kode materialet. Koding hjelper forskeren med å sammenfatte og få overblikk over store mengder data, det hjelper til med å sortere data til senere bruk, og det gjør at man som forsker får utforske datamaterialet sitt og danne idéer om analyse og teori (Cope 2016). Da jeg kodet intervjuene, markerte jeg i første omgang alt jeg synes var interessant for oppgaven med markeringstusj, og så streket jeg under ord eller setninger som kunne fungere som deskriptive koder. Gjennom kodingsprosessen var jeg bevisst på at de kodene jeg skrev i margin på det transkriberte materialet kom direkte fra teksten, altså at de var empirinære koder, og at de ikke var sammendrag eller ord som bare beskrev hva det var snakk om (Tjora 2017). Cope (2016) kaller dette for deskriptive koder, altså koder som enten er helt åpenbare og overfladiske eller som blir sagt av informanter. Mer spesifikt kaller hun koder som kommer direkte fra det transkriberte materialet for 'in vivo'-koder.

Når jeg hadde blitt ferdig med kodingen, leste jeg gjennom alt på nytt og prøvde å sortere kodene mine inn i kategorier. For å forsøke å få oversikt over kodene, skrev jeg alle kodene ned på et stort ark. Etter hvert som jeg gjorde dette, koblet jeg sammen de ulike kodene som kunne passe sammen eller som handlet om det samme med fargetusj. Til slutt endte jeg opp med et stort nettverk av koder som var koblet sammen hit og dit. Noen koder passet sammen med mange forskjellige andre koder, mens andre koder passet kanskje bare sammen med en annen kode. For å systematisere dette enda mer, valgte jeg å skrive alle kodene i grupperinger eller ordskyer på et annet ark. Da endte jeg opp med 8 grupperinger som videre ble de endelige kategoriene mine. For å finne passende kategorinavn så jeg hvilke benevnelser som gikk igjen og hva de ulike kodene handlet om. Jeg forsøkte også å relatere grupperingene til teori jeg har lest, og utviklet dermed etter hvert noen teoretiske koder (Cope 2016). Det vil si at noen av benevnelserne på grupperingene mine kommer fra, eller er inspirert av, teoretiske begreper innenfor entreprenørskapsforskning. De andre kategoriene er navngitt etter deskriptive koder. Jeg endte blant annet opp med kodene *kunnskap*, *nettverk*, *miljøkrav*, *gartneriene blir større men færre*, *entreprenør* og *innovasjon*. Prosessen med å utforme teoretiske koder skjedde både i arbeidet med koding, teoriskrivning og analysing av funn. Det var med andre ord en modningsprosess.

Ved å sortere kodene i kategorier, fikk jeg et inntrykk av hvilke koder som var relevante for oppgaven min og som jeg burde ta med videre. Nå var det problemstillingen som bestemte hva som var relevant. Kategoriene ga meg et utgangspunkt for hva jeg skulle inkludere i teoridelen min, og hva som kom til å være hovedtemaene i analysen og resultatdelen (Tjora 2017). Å samle koder inn i forskjellige kategorier var utfordrende, og det samme var å finne et dekkende

begrep for de ulike kategoriene. Denne prosessen var tidkrevende, og krevde at jeg gikk frem og tilbake i materialet mitt, fant ut hva som kunne være hovedtemaer og undertemaer, og om det var noen overlappinger mellom kategoriene. Gjennom koding og kategorisering er det viktig at man som forsker er bevisst på at det man tolker kommer fra datamaterialet, og ikke fra teori som man har lest, eller at det er informasjon som man ønsker å finne og dermed presser inn i materialet. Det er i tillegg viktig å være åpen for nye retninger som kan utdype temaet (Crang & Cook 2007).

3.4.1 Krav til god kvalitativ forskning

I en kvalitativ analyse er det viktig å sikre pålitelighet, gyldighet og overførbarhet. Forskningens kvalitet beror på dette, samt forskerens valg i felt og etiske betraktninger. En ferdig analyse vil jo være basert på forskerens forståelse av informantenes utsagn, og det er derfor viktig å gjøre grundig rede for hvordan man som forsker har kommet frem til de funnene man presenterer (Winchester & Rofe 2016).

Reliabilitet, eller pålitelighet, handler om at det er en logisk sammenheng mellom datamaterialet, funn og analyse – altså gjennom hele forskningsprosjektet (Tjora 2017). Det er viktig at prosessen med å samle inn data, utvikle analyse fra empiri og underbygge funn med teori gjøres transparent, slik at man sikrer troverdige funn. Helt kort kan man forklare reliabilitet med spørsmålet om en annen forsker som bruker de samme metodene ville kommet frem til de samme resultatene som deg. Svaret trenger ikke være et klart ja, men man må kunne gjøre rede for hvilke faktorer som førte til at disse resultatene fremkom fordi det var denne forskeren og disse informantene som var involvert (Tjora 2017). Jeg har forsøkt å beskrive analyseprosessen min så nøyaktig som mulig, og ønsker med det å styrke reliabiliteten til forskningsprosjektet. Reliabiliteten kan videre styrkes ved at man presenterer hva som er primærdata, altså utsagn fra informantene, og hva som er egne tolkninger. Utfordringen her er at primærdataen som jeg samler inn ute i felt vil være påvirket av min væremåte og mine spørsmål fordi datagenerering skjer i kontakt mellom forsker og deltaker i felt (Thagaard 2018). Faktorer som kjønn, alder og maktrelasjoner kan spille en rolle her. Dette skriver jeg om i delkapittel 3.5.

Gyldighet, eller validitet, dreier seg om at det skal være en logisk sammenheng mellom utformingen og funnene i prosjektet, og de forskningsspørsmålene man ønsker å finne svar på (Tjora 2017). Det handler om å validere resultatene vi kommer frem til og hvordan vi tolker disse, og da er det viktig at man som forsker har en kritisk tilnærming til sine egne tolkninger. Det er i tillegg viktig å være tydelig på hvilke teoretiske synspunkter som preger våre

tolkninger, og å vise hvordan analysen gir grunnlag for konklusjonene og tolkningene vi har kommet frem til (Thagaard 2018). Et annet viktig aspekt for å argumentere for forskningens gyldighet, er at man som forsker tar stilling til hvorvidt man er innenfor eller utenforstående det miljøet man studerer. I dette forskningsprosjekt har jeg en fot innad i miljøet og en fot utenfor. På den ene siden har jeg tilknytning til stedet jeg forsker på, men utover det har jeg ingen tilknytning til selve produsentmiljøet. Min posisjon vil kunne påvirke datainnsamlingen, og det er naturligvis vanskelig å vite om den gjorde det eller ikke. Jeg fikk noen spørsmål om hvem jeg er i familie med på Finnøy, og ut ifra svarene kunne informantene plassere meg. Om noe, så tror jeg at dette førte til større tillit og mer åpenhet.

Overførbarhet dreier seg om hvorvidt de funnene jeg finner i mitt prosjekt kan være relevant i andre situasjoner. Det er altså tolkningene av resultatet som gir grunnlag for overførbarhet (Thagaard 2018). Ifølge Gobo (2007, gjengitt i Thagaard 2018) er det betydningen av de sosiale praksiser som gir grunnlag for konklusjoner om overførbarhet. Man kan trekke spesifikasjoner i utvalget, steds karakteristikk og næring med i vurderingen for hvorvidt studien er overførbar til andre situasjoner. Tjora argumenterer for bruken av generalisering i kvalitativ forskning, og skisserer tre ulike former: naturalistisk generalisering, moderat generalisering og konseptuell generalisering. I dette forskningsprosjektet vil jeg argumentere for at vi kan snakke om konseptuell generalisering, fordi de konseptene jeg har utviklet med bakgrunn i datamaterialet, vil kunne ha relevans for andre caser enn den som er studert (Tjora 2017). Det kan for eksempel være relevant å se hvordan samhold og samarbeid har skapt et entreprenørielt miljø i gamle Finnøy kommune, og trekke paralleller til andre regioner i Norge.

3.5 Etske betraktninger

Det er en rekke etiske retningslinjer som gjelder for studier som innebærer behandling av personopplysninger. Jeg vil gjøre rede for informert samtykke, konfidensialitet, maktforhold og kritisk refleksjon.

Informert samtykke dreier seg om å gi deltakerne tilstrekkelig informasjon om forskningsfeltet, formålet med forskningen, hvem som får tilgang til informasjonen, hvordan resultatene skal brukes, og hvilke følger det vil kunne få å delta i prosjektet (Thagaard 2018). At det er informert betyr at informantene vet hva deltakelsen innebærer, og det er derfor viktig at jeg som forsker gir dem informasjon om hva jeg skal forske på, hvilke spørsmål jeg vil utforske og hva jeg forventer av dem (Dowling 2016). Dette gjorde jeg ved å skrive et informasjonsskriv om

masterprosjektet som jeg sendte til alle informantene på epost (se vedlegg 3). Samtykket skal være fritt, som vil si at det gis uten noen form for ytre press (Thagaard 2018).

Konfidensialitet stiller krav til hvordan jeg som forsker håndterer den informasjonen jeg får fra informantene. Informasjonen skal håndteres på en slik måte at informantene ikke kan gjenkjennes i publiseringen, men også at informantene ikke skal kunne gjenkjennes i datamaterialet (Thagaard 2018). Personlige opplysninger skal altså aidentifiseres og anonymiseres. I mitt forskningsprosjekt vil det være vanskelig å love informantene konfidensialitet, fordi forskningen finner sted i et lite lokalmiljø. Opplysninger som for eksempel størrelse på veksthus og oppstartsår vil kunne knyttes til informantene. Deltakerne vil likevel bli anonymisert i den forstand at jeg bruker fiktive navn i analysen. Jeg har også valgt å benevne alle som menn, fordi det kun er en informant som er kvinne. Dette vil minske mulighet for gjenkjennelse.

Før man går ut i felt er det viktig å tenke gjennom maktdynamikkene i situasjonen man skal utforske. Makt påvirker forskning på flere måter, som for eksempel gjennom historier eller ulike fortolkninger man får gjennom den innsamlede informasjonen. Forsker og informant vil typisk innta en av tre typer maktrelasjoner; gjensidig relasjon, asymmetrisk relasjon eller potensielt utnyttende relasjon (Dowling 2016). Jeg vil argumentere for at jeg og informantene har en asymmetrisk relasjon hvor det er sosiale forskjeller mellom oss. En asymmetrisk relasjon innebærer at den ene parten har mulighet til å påvirke den andre. Jeg kommer inn som en student som har lært om entreprenørskap på universitetet, mens tomatprodusentene har mange års erfaring og kunnskap om temaet. Opplevelsen av hvem makten sitter hos, kan variere fra informant til informant. Noen informanter vil kanskje ha stor respekt for meg fordi jeg har studert tematikken på universitetet, mens andre muligens tenker at en ung student som meg ikke kan vite mye i forhold til dem, fordi de har holdt på med dette hele livet. Det vil uansett være viktig å være bevisst på dette, og hvordan det kan påvirke empiriinnsamlingen og fortolkningen av datamaterialet.

Det er, som man ser, mange etiske implikasjoner å tenke over. Derfor er det viktig at man som forsker er bevisst og selvkritisk om vår oppførsel som forsker. Dette kaller Dowling (2016) for kritisk refleksivitet. Kritisk refleksivitet handler om å analysere sin egen situasjon som om det var noe man studerte. England definerer det som «a process of constant, self-conscious scrutiny of the self as a researcher and of the research process» (1994, gjengitt i Dowling 2016, s. 31). Dette synes jeg har vært utfordrende fordi jeg ikke er vant til å analysere meg selv og mitt arbeid på denne måten. Som masterstudent er jeg ny i dette, og det er utfordrende å vite hva jeg bør

og ikke bør gjøre, og desto viktigere er det at jeg har dette i bakhodet gjennom hele forskningsprosessen.

4. Resultater og analyse

I dette kapittelet vil jeg drøfte empiriske funn i lys av teori. Som redegjort for i kapittel 1, er hovedproblemstillingen min *Hvorfor har akkurat gamle Finnøy kommune så omfattende produksjon av tomater?* Underproblemstillingene mine er *Hvilken betydning har det lokale fellesskapet og nettverket for tomatprodusentenes entreprenørskap? Hvilke kunnskapstyper har vært viktige for deres entreprenørskap og innovasjon?* Dette er komplekse spørsmål som det ikke finnes et entydig svar på, og jeg vil så godt det lar seg gjøre forsøke å fremlegge noen årsaker til at tomatnæringen har blitt så omfattende på Finnøy og Fogn. For å gjøre det, har jeg delt analysen inn i fem deler. Den første delen handler om etableringen av tomatnæringen, del to handler om entreprenørrollen, den tredje delen handler om miljø, nettverk og fellesskap, del fire handler om kunnskap og læring, og del fem handler om innovasjon. Jeg kom frem til disse kategoriene gjennom kodingen av de empiriske funnene, samt i kombinasjon med intervjuguiden og underproblemstillingene mine.

4.1 Etablering av tomatnæringen

For å få en dypere forståelse av tomatnæringen på Finnøy og Fogn, vil jeg først undersøke selve etableringsfasen av næringen på øyene. Dette vil kunne gi et slags bakteppe for videre diskusjon. Her vil teorier om sted og stedsidentitet være aktuelle i diskusjonen om hvilke faktorer som ble ansett som nødvendige, og hva som har gjort at næringen har vedvart på dette stedet. Informantene forteller om både naturgitte og sosiale ressurser som viktige for etablering og oppstart av næringen.

Det første veksthuset i kommunen ble bygget i 1928, altså for nærmere 100 år siden (Gard 1993), slik jeg har redegjort for i delkapittel 1.1. Næringen har altså gått i arv, og de fleste informantene forteller at de har overtatt gården og tomatproduksjonen fra sine foreldre, og noen også fra sine besteforeldre. Roald kan fortelle at «Far var med i byggingen, og faktisk far hans også [...] Det var i 1929», og Johannes forteller at «de første veksthusene ble bygget på 30-tallet av min morfar, og så overtok foreldrene mine på 70-tallet. Jeg overtok på 2000-tallet». Ola og Halvard forteller at de har overtatt tomatveksthusene etter foreldrene sine. Ola sier at «Far bygget det første på 70-tallet, og så kom det et til på 80-tallet. Jeg bygget et på 2000-tallet» og Halvard forteller at «det var på 60-tallet. Det var min far som bygget. Så bygget han et til på 70-tallet». Tomatproduksjon er altså en næring som har blitt overført fra generasjon til generasjon, og disse lange tradisjonene i næringen kan ha hatt noe å si for at informantene har overtatt tomatproduksjonen. På steder med mange selvstendig næringsdrivende, som

tomatprodusentene jo er, så vil det ofte være en positiv kultur for entreprenørskap. Det er fordi den høye andelen selvstendig næringsdrivende kan motivere den oppvoksende generasjonen til entreprenørskap (Spilling et al. 2002).

Flere av informantene viser til stedet og de dype røttene i næringen som en viktig faktor for at de holder på med det de gjør. Halvard forteller at «jeg er stolt over å være en Ryfylkebu og en Finnøybu, og dra dette videre ut til resten av folket» og Johannes forteller at «jeg tror jo folk her på Fogn synes det er veldig viktig at vi enda driver med dette. Jeg tror de også ser veldig positivt på det at det er liv i bygdene, holdt jeg på å si», før han fortsetter med at «når folk snakker om Finnøy, så tror jeg nok de tenker på tomater. Pluss at vi har tomatfestivalen som er veldig positiv for næringen». Slik jeg ser det, identifiserer disse informantene seg med Finnøy og Fogn, og det omdømmet øyene har som tomatøyer. Man kan knytte dette til Relph (1976) sine teorier om stedsidentitet og ‘identity with a place’, ved at informantene skildrer en felles tilknytning til stedet og et kollektivt stedsbilde. Tomatfestivalen er en markør av stedets identitet, og kan følgelig knyttes til ‘identity of a place’ (Relph 1976). Det er tydelig at informantene har en sterk følelsesmessig oppfatning av stedet, og at sterke følelser for stedet har vært en av faktorene for at de har valgt å fortsette med tomatproduksjon etter generasjonene før dem. Johannes sin vektlegging av at «vi *enda* driver med dette» (min utheving), viser også til en slags respekt for det generasjonene før dem har bygget opp. Dette kan knyttes til forståelsen av sted som ‘sense of place’ (Berg & Dale 2004). Informanter i rapporten *Trender i norsk landbruk 2016* for Rogaland viser til lignende grunner for hvorfor de ble gårdbrukere. De forteller at en viktig grunn til at de har blitt gårdbrukere er at de har vokst opp på gårdsbruket der de bor og driver, og at de ønsker å bidra med noe positivt til lokalsamfunnet (Heggem & Thanem 2016).

Informantene forteller også om andre grunner til at de valgte å overta tomatproduksjonen. Halvard forteller at «det første jeg tenkte det var jo at okay, dette er en levevei. Altså det var vel litt mindre muligheter rundt 1980 da jeg begynte på dette, enn det det er i dag. Så jeg er privilegert som kan gå inn og overta en levevei, og prøve å lage meg min egen arbeidsplass». For hans del kan det virke som at det var av mer praktiske årsaker at han valgte å overta tomatproduksjonen på gården. På en liten øy som Fogn, hvor Halvard er fra, er det et begrenset arbeidsmarked og videre et begrenset antall jobber dersom man ikke vil pendle til andre steder for å jobbe. Tomatproduksjon var en av dem, og i denne skildringen kan man argumentere for at Halvard sin forståelse av sted kan kobles til begrepet sted som ‘location’ (Berg & Dale 2004). Dette ved at han forstår sted som en plass, et avgrenset fysisk område som danner rammer for

ulike typer aktivitet slik som tomatproduksjon. Stedet blir også en fysisk plass som har sine spesifikke ressurser som tilgang på råvarer, klima og infrastruktur.

Denne forståelsen av sted som 'location' er det flere av informantene som deler, spesielt i forklaringen på hvorfor akkurat Finnøy og de omkringliggende øyene ble så store produsenter av tomater. En fellesnevner for hvorfor man startet med tomatdyrking og veksthus akkurat her, er klimaet. Flere forteller om milde gjennomsnittstemperaturer, og «kombinasjonen av fjord, fjell og sjø som gir godt gjenskinn og optimale betingelser for plantedyrking og tomat». De vektlegger altså de naturgitte ressursene i sin forklaring på hvorfor det ble gamle Finnøy kommune. En rapport fra Stavanger kommune viser også til klima og lysforhold som et fortrinn for gartneridrift i veksthus på Ryfylkeøyene (Stavanger kommune 2021).

Det går også igjen at veksthus ble en god tilleggsnæring. Ryfylkegårdene var små og tomatproduksjon i veksthus var arealeffektivt, noe som gjorde at nesten hvem som helst kunne starte med det: «Vi trengte det fordi gårdene var så små. Vi kunne ikke ha mer enn 8-10 kyr, så vi måtte bygge veksthus». Som nevnt i delkapittel 1.1, så viser en oversikt over veksthus i 1940 at det på Finnøy var 70 veksthus fordelt på 40 bruk og 58 personer, og på Fogn var det 10 veksthus fordelt på 8 bruk og 8 personer (Gard 1993). Dette er en enorm vekst fra oppstarten i 1928, og viser til en felles enighet om at dette var noe som var verdt å satse på. Det som tidligere var øyer preget av fiske og jordbruk, ble nå i stor grad preget av en ny næring. I et tilblivelsesperspektiv forstår man steder som relasjonelle (Massey 2005, i Aure et al. 2015), altså kan man forstå dem som møtesteder for strømmer av aktører, strukturer og relasjoner. På Finnøy og Fogn har mennesker, økonomisk nedgang og markedsstrukturer, naturressurser og tette relasjoner mellom mennesker bidratt til å påvirke stedets identitetsutvikling. Øyene har altså blitt påvirket av humane og ikke-humane strukturer (Nyseth & Pløger 2015), og stedene fortsetter å bli påvirket av disse.

Samtidig som de naturgitte ressursene blir vektlagt som viktige for etableringen av næringen, så fremheves menneskene som viktige for at man fortsatte med den. Det kommer tydelig frem når Tor forteller at «jeg tror at samholdet rundt, det kollegiale, betydde mye. Kanskje ikke det første året og andre året, men det er det som har dratt det videre», og Ola påpeker også at «så kom miljø etterpå, sant». Begrepet 'locale' kan benyttes for å forstå hvordan menneskers handlinger kontinuerlig påvirker stedet og gjensker det, og hvordan stedet på samme vis påvirker menneskers handlinger (Berg 2002). I utgangspunktet startet de med tomatproduksjon på Finnøy og Fogn fordi de naturgitte ressursene var gunstige for denne typen dyrking, og når

man etter hvert forstod at dette var fruktbart å holde på med på dette stedet, så fortsatte man med det.

4.2 Entreprenørskap og entreprenørrollen

Entreprenørskapsbegrepet er sentralt i prosjektet mitt for å forstå hvorfor gamle Finnøy kommune har så omfattende tomatproduksjon. I de tidlige fasene, altså selve etableringen av tomatnæringen, var det behov for folk som våget å satse og ta risiko. Nå i nyere tid kommer det frem at flere tomatprodusenter er bekymret for at næringen styres mot avvikling, og igjen trenger man entreprenører som våger å ta risiko for å drive tomatnæringen videre.

Tomatprodusentene viser alle til et syn på en entreprenør som en som våger å ta risiko, ser mulighetene og ikke utfordringene, og som en person som er engasjert, målrettet og uredd. Halvard skildrer en entreprenør som en som «ser framover, han ser jo utfordringene, men han fokuserer ikke så mye på dem. Han fokuserer på det som går an å få til», og legger videre til at «jeg tror veldig mye ligger i personligheten for å lykkes med ting. Du må nok ha spesielle egenskaper for å bli en entreprenør». Ola mener at

Du må være litt gal i hodet, du må ikke være redd for å ha gjeld, og du må være sosial [...] Altså de er tøffe, og jeg tror du må tenke stort, ha store drømmer og store tanker, og ha evnen til å sette det ut i live. Så nei, jeg ser ikke på meg selv som en entreprenør, men jeg tror muligens det er det som trengs i dag for å overleve og dure på videre.

Både Halvard og Ola tar avstand fra rollen som entreprenør, og understreker at de ikke føler tilhørighet til denne rollen selv. Likevel trekker de frem entreprenørielle personlighetstrekk som viktige for å kunne hevde seg i næringen i dag. Disse trekkene ligner dem Green, Jones og Miles (2007) beskriver. Tor identifiserer seg på den andre siden som en entreprenør, og forteller at det er han som har bygget opp gartneriet slik det er i dag: «det er kanskje litt flåsete å si at jeg anser meg som en entreprenør [...] Men alt som vi styrer på med nå, det har jo jeg bygget. Jeg synes det er kjekt å bygge og effektivisere, det er noe som trigger meg veldig». Roald føler seg som en blanding mellom en arvtaker og en entreprenør, og Johannes sier på sin side at han er usikker på hvorvidt han anser seg selv som en entreprenør eller ikke.

Dersom vi ser på Spilling (2006a) sin definisjon av entreprenørskap, så er entreprenørskap blant annet prosesser knyttet til å starte og utvikle nye foretak, og entreprenøren er personen eller personene som organiserer den prosessen. Tor trekker frem dette aspektet ved entreprenørskap, blant annet når han forteller om dette med å skape noe nytt og effektivisere driften. Han forteller at de fikk en mulighet til å utvide produksjonen av tomater på 2000-tallet, og da tredoblet han

veksthusarealet sitt, «og så har vi i grunnen bare kjørt på den tralten der». Roald forteller også om at han grep en mulighet til å utvide produksjonen, og det å våge å ta sjanser:

Det stod massevis av penger i banken som bare ventet på at noen skulle låne. Jeg hadde litt planer, men hadde nesten lagt det på is, for renta var veldig høy, og jeg var usikker. Så kom ordføreren på den tiden, Petter, bort og sier at du må bare dure i vei, du må ikke tenke på det. Nå står pengene her, og de går tilbake og da får ingen fatt i disse til drivhusene senere. Så det går greit, sier han, og da hoppet jeg på dette her. Det var i 90 eller 91. Og da snakket de om en gal mann på Finnøy, for EU hang jo over som en trussel på denne tiden, og de fleste satt seg på gjerdet. Men jeg ser det nå at Petter hadde rett. Hadde jeg ikke hoppet på da, så hadde det ikke blitt bygging tror jeg.

Roald skildrer en usikker tid med ulike trusler som hang over dem. Likevel våget han å ta en risiko og satse på nybygg, og det er slike eksempler som har drevet tomatnæringen fremover på Finnøy og Fogn, og øyene rundt.

Det virker som at det i de senere årene har skjedd et skifte i næringen. Før trengte man bare å være en god gartner, mens i dag er administrasjon og ledelse langt viktigere for å lykkes med den daglige driften. Det er flere informanter som nevner at det som tidligere var familiebruk, nå har utviklet seg i en mer kommersiell retning. Den som skal drive med tomatproduksjon må våge å ta risiko og investere for å beholde sin posisjon i næringen, og de som ikke følger i disse fotsporene vil etter hvert være nødt til å legge ned driften. «Skal vi holde på med dette, så må vi gjøre noe» sier Jens. Halvard forteller at

I dag sitter du og mottar bestillingene på PCen din, og du skal markedsføre ditt gartneri, du skal markedsføre sorten, du skal møte kundene dine, det er liksom den siden. Så har du selve driften. Der skal du som arbeidsgiver kunne håndtere, eller være sjef for, veldig mange folk. Du ansetter jo selvsagt folk som kan være med å organisere, men den kvaliteten i dag, det er liksom den samme kvaliteten som du krever skal du drive en annen mellomstor bedrift. Og dermed ser du at de som er veldig flinke gartnere, litt smålatne og forsiktige, så er det mye vanskeligere for dem. I dag må du ha mer albuer i systemet.

Dette anses som en utfordring av flere informanter. Det blir stilt en del krav til produsentene som gjør at de må investere i mye ny teknologi dersom de vil fortsette. «Det er en del krav der. Så jeg ser litt svart på akkurat det, og hvordan det kan bli løst ja. Det vil nok presse ut de som ikke satser. Det vil det altså. Nei ... så da er det liksom nedtrappingen som står for døra hvis ikke» forteller Roald, før han fortsetter: «de minste her har jo forsvunnet allerede. De fleste i hvert fall. Det er nok noen mindre igjen. Nei, så blir det stilt enda sterkere miljøkrav, med dette med avrenning og dette med huskonstruksjoner som kan være litt mer energivennlige, og dette krever jo investering». Det er tydelig at man fortsatt trenger entreprenører som tar sjanser og utvikler næringen. For meg virker det som at noen informanter opplever det som en utfordring

at ikke alle produsentene er villige til å gjøre dette, eller at de ser det som en mulighet å ta de investeringene som trengs for å videreutvikle næringen.

4.3 Miljø, nettverk og fellesskapsfølelse

Som det kommer frem av diskusjonen over, og som jeg skal gå enda dypere inn på i dette delkapittelet, så har menneskene mye å si for hvorfor denne næringen har blitt som den har blitt. Det er de som har utviklet næringen til det den er i dag, og de kunne ikke ha gjort det uten hverandre. Lokalsamfunnet har altså vært avgjørende, og sted er en viktig kontekst for at et slikt samarbeid og fellesskap kan utfolde seg. I det følgende vil jeg se nærmere på hvordan tomatprodusentene oppfatter fellesskapet i næringen, og her vil blant annet nettverksteori være relevant.

En tendens som flere informanter nevner, er en utvikling fra mange små gartneri til få store: «gartneriene blir jo færre og færre, men større og større». Det har gjort noe med fellesskapsfølelsen mellom produsentene, og Ola forteller at

Jeg vet ikke, men jeg tror at lokalsamfunnet var mer sammensveiset før. Det var mindre anlegg før [...] Nå er gartneriene større og mer industri [...] Jeg snakker en del med naboen, og altså han savner det miljøet som var før. Da hadde alle tomatgartnere på Finnøy og Fogn kun en type tomat, og da hadde vi akkurat de samme problemene alle sammen.

Det er tydelig at næringen har vokst fra å være en tilleggsnæring til å bli mer industrialisert, og det har påvirket fellesskapsfølelsen. Flere informanter skildrer at man må være store for å kunne leve bare av tomatproduksjon, og det fører til at de som driver i mindre skala blir presset ut. En grunn til at det var bedre samhold før kan være, som Roald sier, at «det var drivhus på hver gård, og slik var det på nesten hele Finnøy. Og da var vi mye sammen og gikk og så litt hos hverandre», mens det nå er færre, men større gartnerier. Det fører til en fysisk større avstand mellom gartneriene, som også muligens eliminerer den daglige kontakten mellom dem. Tor supplerer ved å si at «det er ikke det samme samholdet. Men før var det jo flere hundre, og nå er vi 30 igjen». Det virker på meg som at sted er en viktig kontekst for samhold og fellesskap ved at det rent praktisk legger føringer for hvordan tomatprodusentene samhandler med hverandre nå, versus hvordan de hadde det før.

Det at gartneriene blir færre, men større, forklarer Halvard som et strukturelt politisk problem, fordi «det finnes ingen begrensninger kan du si, så de som er flinke kan bare dure på». Det finnes ingen kvoteordninger i grøntnæringen slik som med for eksempel melk og egg, noe som gjør at det blir opp til hver enkelt produsent å utvikle sin drift slik som han eller hun ønsker. Han forteller videre at

Hvis du har kylling og reiser på fagmøter, så har alle akkurat like stor drift, og det er sånn jeg føler det var i gamledager med tomatgartnerne også. Alle driver akkurat likt, de diskuterer rent fag. Men hvis vi reiser på tur så er det kanskje en som leverer tomater for 1,5 millioner kroner, og en annen leverer for 50 millioner. Så det er en utrolig forskjell.

Informantene vitner om en felles forståelse av at man tidligere hadde et praksisfellesskap med tette bånd mellom tomatprodusentene. Det virker som at produsentene før hadde en forståelse av at de stod sammen om tomatproduksjonen, og at de hadde et felles ansvar for å drive næringen videre, ved å kjempe for like fordeler og muligheter. Nettopp dette med gjensidig engasjement og kollektivt ansvar, blir av Materia, Giaré og Klerkx (2014) fremhevet som viktige faktorer i et praksisfellesskap. Halvard utdyper dette synet ved å fortelle at tomatnæringen i dag utvikler seg litt mer mot tradisjonelt næringsliv, og at det er mer bransjesamarbeid og konkurranse nå enn før. De tette båndene man hadde innad i næringen før skyldtes, ifølge flere av informantene, i stor grad at det fantes tomatveksthus på nesten hver gård, at man drev mye dugnadsarbeid, og at man snakket sammen om næringen i mange forskjellige settinger. Disse båndene ble opprettholdt og dyrket i lokalsamfunnet, og sted blir dermed en kontekst for hverdagslige aktiviteter og sosial samhandling. Dette kan knyttes til begrepet sted som 'locale' (Berg & Dale 2004). Disse tette båndene har avtatt etter hvert som gartneriene har blitt større og færre.

Denne utviklingen har gått hardest ut over de som driver i mindre målestokk. Roald skildrer en følelse av at de som holder på i mindre skala føler seg litt alene: «nå har det blitt litt mer hver og en for seg, det er litt større gartneri også, og vi som har holdt på i mindre målestokk føler at vi blir litt alene». Læring skjer i et sosialt fellesskap (Mitra 2020), og dersom dette fellesskapet svinner hen, så vil det kunne føre til at noen av tomatprodusentene blir hengende etter, at de ikke klarer å ta de investeringene som trengs, eller at det ikke lenger blir lønnsomt for dem å produsere tomater. Halvard forteller at «det nye nå er karbonfangst, og det er snakk om så store summer at du ekskluderer i hvert fall alle de små, for de har ikke sjans til å ta alle de store tekniske investeringene som skal til. Tapet med denne næringen er at du kan bli grassat smal, det blir liksom at det er 5-6 igjen i hele landet bare som dyrker tomater».

Utviklingen fra mange og små gårdsbruk til få og store har vært en trend også i landbruket generelt i noen år. Det kommer frem i rapporten *Trender i norsk landbruk 2016* for Rogaland (Heggem & Thanem 2016). På spørsmål om gårdbrukerne mener denne utviklingen vil ha positiv eller negativ virkning, svarer 44 % at denne utviklingen vil ha svært negativ virkning for norsk landbruk, og 32 % svarer at det vil ha noe negativ effekt. 14 % mener at det vil ha noe positiv virkning (Heggem & Thanem 2016). Det noe negative synet på denne utviklingen er til

dels forenelig med hvordan informantene i mitt forskningsprosjekt opplever denne utviklingen, spesielt de av informantene som driver i litt mindre skala. Tor, som driver ganske stort, skildrer derimot en mer positiv holdning til denne utviklingen enn de andre informantene, og sier at «jeg er helt overbevist om at hvis det ikke hadde vært for de store, så hadde ikke de små hatt noe, og hadde ikke de små vært der så hadde ikke de store kommet på banen. Jeg tror det er en sammensetning her på øya som har gjort at det har blitt bra», og sier videre at «skal vi bli større, så kan ikke alle bli større». Han deler derimot ikke en positiv holdning til at de små forsvinner helt, i og med at han vektlegger at selve sammensetningen mellom store og små tomatprodusenter på øya er viktig.

En entreprenør arbeider ikke alene, og det er helt nødvendig at man har gode støttespillere og et godt nettverk rundt seg dersom man skal lykkes (Mitra 2020). Det finnes muligheter i det sosiale nettverket, og informantene fra Fogn kan fortelle om et felles pakkeri som har virket samlende for næringen på øya. Halvard forteller at

Vi fant fort ut at vi må ha et pakkeri sammen. Og vi var heldige, for vi fikk kjøpt dette pakkeriet da for rundt 20 år siden [...] Da var vi 13, nå er vi bare 6-7 aktive. Det er liksom vårt fellesskap. Alltid standard at første torsdag hver måned så går vi gjennom drift og sånn sammen med daglig leder og styreformann. Så har vi kaffe og mat, og litt løst og fast. Og nå har vi fått stor TV, så det passet jo godt nå når det har blitt sånn teams-tid da. Så da har vi møter om tekniske ting som henger på oss og lignende der. Og så er det veldig greit hvis vi har besøk av kunder fra Bama eller Norgesgruppen, for da legger vi det bare der [...] Pakkeriet har vært alfa omega for oss det.

Deres felles pakkeri har bidratt til et sterkere samarbeid mellom tomatprodusentene på Fogn. Flere informanter forteller at pakkeriet har vært essensielt fordi det har åpnet opp for muligheter til å investere mer, ta del i en større del av produksjonslinjen, ta styring over sin egen virksomhet på en annen måte enn tidligere, og ikke minst at de får et mer organisert samarbeid. Tomatprodusentene på Fogn samles en gang i måneden fast, og så møtes de ellers også om de har behov for det. Pakkeriet er et fysisk sted hvor produsentene kan diskutere faglige utfordringer og spørsmål, og hjelpe hverandre. Det kan dermed forstås som 'locale' (Berg & Dale 2004). Jeg vil også argumentere for at sted her kan forstås som 'location', ved at pakkeriet danner visse rammebetingelser for en aktivitet, altså tomatproduksjon og diskusjoner omkring det (Berg & Dale 2004). Både Borch og Førde (2010) og Porter (2000, i Mitra 2020) påpeker viktigheten av sosiale relasjoner for blant annet utvikling av kunnskap. Gjennom et slikt nettverk som tomatprodusentene har her, kan man utvikle ferdighetene sine, og de kan benytte seg av andres kompetanse og ferdigheter innad i det faglige miljøet.

Et annet viktig aspekt ved det felles pakkeriet på Fogn, er at det har skapt en ny giv blant tomatprodusentene der. Å drive tomatproduksjon krever kontinuerlig innovasjon og at man tar de investeringene som trengs. Som nevnt over er det en utfordring at veksthusene blir færre, men større, nettopp fordi det skviser ut de som driver i mindre skala. De blir presset ut blant annet fordi de har utfordringer med å ta de investeringene som trengs for å holde produksjonen høy. Ola forteller at

Der har vi kanskje en fordel på Fogn. Hvis vi kommer tilbake til miljø på Fogn, så er vi små gartnere, og så har vi gått sammen og bygget et ganske profitt pakkeri [...] Jeg kan ikke kjøpe dyr pakkemaskin til meg selv. Jeg har for lite gartneri, og de maskinene blir bare dyrere og dyrere.

Ved å gå sammen, markerer tomatprodusentene på Fogn seg, og de blir sterkere rustet til å håndtere de kravene som kommer. En grunn til dette kan være at de har etablert et praksisfellesskap, hvor de deler ansvar og driver et felles foretak (Materia, Giaré & Klerkx 2014). Johannes understreker at siden de eier pakkeriet sammen, så står de sterkere til å ta de store investeringene sammen. Dette pakkeriet viser at selv om man driver i småskala, i hvert fall i forhold til de som er virkelig store i næringen, så trenger ikke det å bety at man må slutte av med det. Informantene på Fogn tok en risiko og kjøpte pakkeriet sammen, og dette har vist seg å være lukrativt og gjort at de har kunnet fortsette med tomatproduksjonen. Det viser også viktigheten av gode nettverk, som skaper grunnlag for å utveksle informasjon, ressurser og sosial støtte (Mitra 2020). Johannes forteller videre at «her på Fogn har vi et godt produsentmiljø. Vi treffes jo en dag i måneden, alle vi åtte produsentene, og diskuterer marked og priser, progresjonen vår og alt».

Et godt produsentmiljø er en viktig faktor for at en næring skal overleve, og for at entreprenører skal tørre å ta risiko og satse. Det er også viktig for at næringen skal utvikle seg, skape innovative løsninger og klare å møte politiske krav. Tor forteller at

Frem til for ti år siden så hadde vi en veldig god forsøksring, og den var en samlende faktor for at vi begynte med dette her, tok investeringene, tok de rette valgene. Det skjer jo så mye nytt hele tiden med tanke på energi, rett hustype og så videre. Og der var det veldig mye bra kollegialt som gjorde at vi tok, og tar, de rette valgene sammen. Det har hjulpet mye at det var det [...] Sammen med forsøksringen har vi fått NIBIO, og de har jo blitt veldig fremtidsrettet for at vi kan gjøre de rette valgene. De har gjort mye bra, og vi er heldige at de er på Særheim og ikke på Ås, spør du meg. For 94 % av tomatproduksjonen skjer jo i Rogaland, og da er det veldig kjekt at vi har en forskning som er så nær og i vårt klima.

Norsk institutt for bioøkonomi (NIBIO) sin avdeling på Særheim driver med landbruksforskning, og er en del av Rogaland landbrukspark. De har en frukt og grønt-avdeling,

en avdeling for grøntanlegg og miljøteknologi, en avdeling for landbruksteknologi og systemanalyse, og en fôr og husdyr-avdeling. De samarbeider med Universitetet i Stavanger, med regionale myndigheter og med næringspartnere og kommuner i regionen og utenfor Rogaland fylke (NIBIO u.å.). Denne formen for samarbeid kan knyttes til triple helix-modellen, som er en modell som viser hvordan politikk, academia og næringsliv fungerer sammen og påvirkes av hverandre (Leydesdorff & Etzkowitz 1998). NIBIO har altså et utstrakt nettverk, og dette får også tomatprodusentene ta nytte av.

Det faglige miljøet er essensielt for at tomatnæringen skal bestå. Entreprenører trenger et godt nettverk, og for å få det må man skape ulike typer relasjoner til mennesker, lokalsamfunn, organisasjoner og institusjoner, forsknings- og utviklingsmiljøer med mer (Foss 2006). Begrepet 'locale' kan benyttes for å forstå hvordan sted og miljø påvirker hverandre gjensidig (Berg 2002), og sted blir en kontekst for å danne nettverk og relasjoner til andre, og videre utvikle et entreprenørielt miljø. På Finnøy er det, og har lenge vært, et nettverk av tomatprodusenter. Som det kommer frem av diskusjonen over, så er ikke samarbeidet nødvendigvis det samme som det var i oppstartsårene og utover, men det er ikke dermed sagt at man ikke trenger samarbeid lenger. Å bo på et sted som har lange tradisjoner i en næring, og å drive med denne næringen selv, fører med seg mange fordeler. Halvard kan fortelle om en tomatprodusent, som etter mange år med tomatdyrking på en naboøy i gamle Finnøy kommune, bestemmer seg for å flytte til Sunnmøre og bygge veksthus der. Der ble han intervjuet, og han svarte at

Det som han savnet aller, aller mest var det faglige miljøet. Altså du hadde ingen å diskutere med og han var ikke klar over hvor mye det betydde, rent økonomisk også. Du blir mye flinkere når du er sammen med andre. Jeg skal ikke si at det ikke går, men finnøysamfunnet har hatt noen unike kvaliteter. Det er veldig mange flinke og interesserte folk i Finnøy.

Det er tydelig at det har blitt etablert et faglig nettverk på Finnøy, Fogn og Ryfylkeøyene generelt, og dette nettverket er viktig for entreprenøriell virksomhet fordi det gir tilgang til nyttige sosiale ressurser. Dette kan knyttes til relasjonelle perspektiv på entreprenørskap, hvor man prøver å undersøke hvilke sosiale faktorer som betyr noe for entreprenørskap (Mitra 2020). Slik jeg ser det, er tomatprodusentene knyttet sammen gjennom et felles kunnskapsmiljø og arbeidsmarked, og de har ulik kompetanse som de kan dele med hverandre, og på den måten kan de også lære av hverandre.

4.4 Kunnskap og læring

I et forsøk på å forstå hvorfor Finnøy og Fogn har så omfattende tomatnæring, vil det være interessant å undersøke hvordan tomatprodusentene har tilegnet seg kunnskap om yrket sitt, og hvilken type kunnskap de anser som verdifull. Informantene forteller at de har lært seg ferdigheter og tilegnet seg kunnskap om yrket sitt på flere forskjellige måter, og de skildrer at en variasjon mellom ulike former for kunnskap er viktig. Teori om kunnskapstyper og læringsprosesser vil gjøre seg gjeldende for å forstå disse komplekse prosessene.

Forskere har ulike meninger om hva som er best av kunnskap man lærer gjennom utdanning, eller erfaringsbasert læring (Mitra 2020). Den generelle trenden er at utdanning tilegnes lavere status, mens andre argumenterer for at slik eksplisitt kunnskap er en viktig del av entreprenørens kunnskapslager (Mitra 2020). Av de seks informantene i denne studien, så har fire av dem utdanning innenfor gartneri, mens to av dem ikke har yrkesrelevant utdanning. Jens og Johannes har ingen utdanning innenfor gartneri, mens Ola, Halvard, Roald og Tor har gått på landbruksskole eller jordbruksskole, eller begge deler, og er utdannet agronomer. Dette skiller seg noe fra de resultatene som kommer frem i rapporten *Trender i norsk landbruk 2016* for Rogaland, hvor omtrent halvparten av informantene, 46 %, har landbruksfaglig utdanning, mens 54 % ikke har det (Heggem & Thanem 2016). Tor forteller at

Jeg er jo oppvokst på en gård, så da ble valget på jordbruksskolen. Der er jeg utdannet agronom, og det var jo i grunn det jeg gjorde der. Jeg var der i tre år og lærte mye om melk og gris, skogbruk og den slags ting. Ikke så mye om tomater, selv om det faktisk var drivhus, det var noen planter av både agurker og tomater, men jeg kan ikke akkurat si at jeg har tatt så mye lærdom av tomatene på jordbruksskolen.

Det er interessant å merke seg det siste her, nemlig at Tor ikke synes han lærte så mye om tomatdyrking gjennom tre år på jordbruksskole. Senere kommer det frem at han har lært mye på egen hånd, i tillegg til at han har lært av generasjoner før ham og folk han jobber med i dag. Slik jeg ser det, kan det virke som at den erfaringsbaserte kunnskapen man tilegner seg gjennom mange år i næringen er viktigere enn den kunnskapen man lærte på skolebenken. Dette kan kobles til teorier om atferdsmessig læring, hvor læring skjer ved å se til andre og hva som har vist seg å være vellykket eller mindre vellykket (Isaksen 2016; Lichtenstein & Lumpkin 2008, i Mitra 2020). Jens, som ikke er utdannet agronom, kan også fortelle at «jeg lærer av andre og fra egne erfaringer», og viser med det at man ikke nødvendigvis trenger faglig utdanning, men at det viktigste er læring underveis. Dette kan knyttes til begrepet 'læring i handling' (Isaksen 2016; Lichtenstein & Lumpkin 2008, i Mitra 2020).

Ola beskriver et skille i næringen og den kunnskapen man trenger for å drive med tomatproduksjon nå, i motsetning til før. Tidligere måtte man ha vitenskapelig kunnskap, eller det Asheim og Gertler (2005, i Isaksen 2013) kaller for analytisk kunnskap.

Jeg gikk på jordbrukskole, og det gjorde flere her. Der lærte vi om fysikk, kjemi og biologi, det var viktig. Vi lærte alt om fotosyntesen, det var ekstremt viktig. I dag trenger du ikke det [...] Jeg har leid inn en konsulent, en hollender som kommer til meg, du betaler fort 100 000 for ham. Det er han som sitter på kunnskapen og alt sammen. Da betaler du for kunnskap. Du trenger ikke ha kunnskap selv.

Halvard forteller at

Jeg utdannet meg jo for å bli faglig gartner, men i dag så betyr ikke det så mye, for du kjøper de konsulenttjenestene. De aller, aller fleste tomatdyrkerne har fast besøk en gang i uka av en konsulent, og det kan være fra Nederland, Danmark eller herfra, lokalt fra NIBIO på Særheim. Så dermed kjøper du deg mer spisskompetanse, og alt er jo datastyrt og sånn. Så den som driver trenger egentlig ikke ha særlig grønne fingre.

Som informantene skildrer, så trenger man ikke å sitte på all kunnskapen selv, fordi man kan leie inn en konsulent som har den kunnskapen man trenger. Samtlige informanter forteller at de har konsulent som hjelper dem med ulike faglige spørsmål og utfordringer som dyrkningskultur, klima og lignende. Johannes forteller at de har en konsulent som kommer en gang annenhver uke, som blant annet hjelper til med klimainnstillinger på computeren. I tillegg tar Johannes registreringer av plantene og alt med vanning en gang i uka. Han forteller at «jeg synes det er veldig greit at vi har det. Det er greit at det ikke kun er deg selv som går og ser på dette, men at du får input fra andre». Det virker å være en faglig trygghet i å ha konsulentene. Det finnes store mengder kunnskap tilgjengelig på nett og i oppslagsbøker, men det kreves absorpsjonskapasitet for å kunne bruke denne kunnskapen (Giuliani & Bell 2005, i Isaksen 2013). Konsulentene har den kunnskapen som trengs for å finne frem til relevant kunnskap og omforme den, slik at den kan brukes på en hensiktsmessig måte av tomatprodusentene. Dette kommer også frem i studien *Rådgivning i landbruket – en casestudie* (Kvam & Stræte 2018). Rapporten trekker frem at rådgiverorganisasjoner utvikler kompetanse til å oversette og tilpasse forskningsbasert kunnskap både fra egen forskning og fra eksterne kilder, noe som øker rådgiverens absorpsjonskapasitet. Informantene i studien, altså bønder, vektlegger viktigheten av å ha gode rådgivere som kan viderefremme ny forskning på en måte som gjør det forståelig og anvendelig for deres drift (Kvam & Stræte 2018).

Det virker også å være vanlig praksis å ha konsulenter fra utlandet, spesielt fra Danmark eller Nederland. Roald forteller at «hollendere er alltid tidlig ute med det meste. Vi har impulser fra Holland og mye fra Danmark. Men det er nok helst fra Holland, og hollandsk dyrkningsteknikk

som dominerer». I rapporten *Rådgivning i landbruket – en casestudie* (Kvam & Stræte 2018) kommer det frem at det virker å være spesielt viktig å hente kompetanse fra andre land innen noe typer planteproduksjon, der Norge har relativt liten produksjon sammenlignet med andre land (Kvam & Stræte 2018). Tomatproduksjon kan være et eksempel på det. Ved å bruke rådgivere fra andre land, eller rådgivere som har kontakt med fagmiljø i andre land, kan tomatprodusentene benytte seg av denne kompetansen, og får slik et stort faglig nettverk de kan få kunnskap og kompetanse fra.

Fra konsulentene får produsentene tilgang til vitenskapelig og eksplisitt kunnskap, altså kunnskap som er utviklet gjennom forskning og utviklingsaktivitet. Flere av informantene forteller om forsøksringer, og legger vekt på at det er en viktig årsak til at tomatnæringen har utviklet seg slik som den har. Roald sier at

Vi måtte jo følge med og være faglig i front. Vi hadde som sagt gode konsulenter mange år, nå er det mindre med de forsøksringene, de sluttet helst av med veksthusforsøk. Det syntes vi var leit at det gikk den veien [...] Jeg minnes særlig én, en kommunal hagebrukskonsulent, han var der i flere år og tilførte mye godt, mye solide kunnskaper, og fant frem forskjellig som vi kunne gå og få veiledning på.

Forsøksringer utfører forskjellige lokale forsøk for å utvikle og etterprøve kunnskap, og man kan dele kunnskap fra disse forsøkene på markdager, møter og gjennom fagartikler, eller direkte ved forsøksrutene (NLR u. å.). Et par informanter nevner blant annet tomatkonferansen som en viktig dag for næringen hvor kunnskaper, mål og videre visjoner deles og diskuteres. Disse forsøksringene bidrar altså til å skape ny kunnskap og spre denne kunnskapen, slik at tomatproduksjonen hele tiden kan utvikle seg og ta i bruk ny og mer hensiktsmessig teknologi og kunnskap. Som det kommer frem i sitatet over, er det misnøye over at veksthusforsøk har avtatt. Denne bekymringen skildrer også Tor, og forteller at

Det er et hjertesukk, for næringen prøvde med forsøksringene å få til et eget fagfelt på veksthus, men det har vi ikke lykkes med enda. Jeg håper det skjer, det rører seg ganske mye nå, men de har fokusert veldig mye på bær, korn og poteter. Altså, bare i Rogaland er det over 35 mann ansatt på gress og grønnsaker, og ingen på veksthus. Og vi står for 94 % av alle veksthus på tomater og 40 % av alle agurkene og blomster, og så har forsøksringen 35 mann på grønnsaker og gras og korn? Altså ... det er et tankekors. Og jeg har hatt masse møter med sjefene, og det har vært veldig frustrerende fordi de ser ikke helt verdien i det.

Det er tydelig at forsøksringene har stor verdi for tomatprodusentene, og det kommer frem at de er helt avhengige av at det drives forskning og utvikling på feltet for at de skal kunne fortsette å drive en næring som er bærekraftig. Produsentene trenger eksplisitt vitenskapelig kunnskap for å kunne drive næringen på en hensiktsmessig måte.

I tillegg til at tomatprodusentene får faglig hjelp og kompetanse fra konsulenter, så nevner flere av dem at de har lært mye av det faglige miljøet mellom tomatprodusentene. Johannes forteller at de som eier pakkeriet på Fogn sammen utveksler og deler erfaringer med hverandre og diskuterer hvordan de kan løse forskjellige utfordringer eller problemer som oppstår: «hvis noen for eksempel har litt ulike utfordringer i kulturen så kan vi snakke om det og hjelpe hverandre, ved at en av oss produsenter kommer hjem til den andre og ser». Roald forteller at denne måten å lære på har lange tradisjoner: «det ble skapt et produsentmiljø da [...] Folk lærte litt av hverandre, gikk og så hvordan folk gjorde det. Så har det vært markdager opp igjennom helt til disse dager». Denne måten å lære på kan knyttes opp til teorien om uformell læring, som ligner en del på situert læring. Sted blir her en viktig kontekst. Uformell læring er en vanlig måte å tilegne seg kunnskap på i små og mellomstore bedrifter, slik tomatgartneriene på Finnøy og Fogn er. Som det kommer frem fra sitatene over, har det blitt dannet læringsmiljøer, hvor man i fellesskap kan dele kunnskaper og idéer med hverandre. Medlemmer i disse fellesskapene fungerer som rådgivere for hverandre, og man lærer i samhandling. I slike lærings situasjoner lærer man ofte taus kunnskap (Polanyi 1967, i Mitra 2020).

Roald forteller at datteren og svigersønnen har tatt over tomatproduksjonen etter han, og skildrer en slags mester-lærling-relasjon mellom ham og svigersønnen:

Han som har tatt over her har skaffet seg kunnskaper etter hvert som han har drevet. Jeg har vært konsulent for ham og litt slik, og det er klart at han mangler nok litt av dette med fagutdannelse akkurat i dette området. Men han plukker det med seg, han har interesse og ser hva han får med seg. Han har vært svært villig til å stå på.

Denne måten å lære på er også vanlig i små og mellomstore bedrifter. I en situasjon slik Roald beskriver, kan man lære bort yrkesmessige ferdigheter som er direkte knyttet til praktiske oppgaver som svigersønnen vil møte på som tomatprodusent. Han får lære av Roald som har drevet med tomatproduksjon i mange år, og som har opparbeidet seg mange erfaringer. Gjennom denne relasjonen kan svigersønnen tilegne seg taus kunnskap. Taus kunnskap er ofte lokalt og kulturelt betinget, og lar seg vanskelig overføre over større geografiske områder. Sted blir dermed en viktig kontekst i denne typen læring. Dette tyder på at kunnskap fremdeles blir sett på som viktig, til tross for tidligere utsagn. Tomatprodusentene trenger noe kunnskap selv, til tross for blant annet gode konsulenter.

Uformell læring skjer ikke bare gjennom samhandling med kollegaer på arbeidsplassen. Læring kan skje i forskjellige situasjoner, og det er flere som peker på kulturen på Finnøy og Fogn som viktig for at næringen har utviklet seg, og at folk har fortsatt med tomatproduksjon. Halvard

nevner blant annet bedehuskulturen og bedehuset som et sted hvor man kunne møtes og snakke sammen.

Rart å dra inn kanskje, men dette med bedehus. Det har vært en del sånne fellesskap her, og den kulturen har vært med på å påvirke måten man har drevet på. Det er rart når du snakker sammen, altså dette med misunnelse kan også være en god drivkraft. Her er det sånn at i stedet for å være misunnelig på ham, så må du heller sette i gang selv. Det er nok noe med det altså. Hvis noen har gjort noe godt så tier du ikke stille. Nå er det kanskje sånn, men ikke før. Da hadde du veldig lyst at naboen skal få det til, så hvis noen fikk det til på drivhus så hadde de veldig lyst at andre skulle lære seg det også.

Sitatet viser til en iver etter å lære bort og fortelle om sine egne erfaringer. Det kan være kunnskaper man har tilegnet seg, ferdigheter som kan være gunstige å lære seg som tomatprodusent, eller nye innsikter i markedet eller lignende. Dette kan man knytte til Coombs og Ahmed (1974) sin teori om uformell læring. Her er det også tydelig at sted spiller en viktig rolle for næringsutviklingen, og at entreprenørskapskultur lenge har vært en sentral del av lokalmiljøet (Spilling et al. 2002).

Det er ikke en riktig eller gal måte å tilegne seg kunnskap på, og læring skjer i mange forskjellige situasjoner og former. Som det kommer frem av informantene, så skapes det en del vitenskapelig kunnskap gjennom forsknings- og utviklingsaktivitet, både av forsøksringer og konsulenter tilknyttet firmaer som driver med veksthus og grønnsaksdyrking. I tillegg vektlegger de uformell læring, og erfaringsbasert og taus kunnskap som viktig. Slik læring foregår i stedlige kontekster, enten det er på sosiale arenaer som bedehus, eller om det er i drivhuset eller på pakkeriet. De lærer av hverandre i et læringsmiljø, og viser stort sett til en kultur hvor man hjelper hverandre og lærer av hverandre.

4.5 Innovasjon

Innovasjon er en vesentlig faktor for at tomatnæringen i Ryfylke skal kunne utvikle seg og fortsette å være konkurransedyktig mot for eksempel utenlandske produsenter. Næringen har utviklet seg fra starten i 1928, og tomatprodusentene har hele veien måttet ta i bruk nye innovasjoner for å møte de kravene som har blitt stilt fra politikken. Som det kommer frem i delkapitlene over, så har nettverk, samarbeid og gode læringsmiljøer vært viktige for at tomatprodusentene driver med innovasjon.

Det finnes ulike innovasjonsmåter, slik Isaksen (2013) forklarer. Flere av informantene forteller om at de har endret hvilken type energi de bruker til oppvarming av veksthusene. Halvard sier at

Fra gammelt av så var det jo kaldhus. Så la du inn varmerør, så var det koks, så ble det olje som var mye lettere. Da kjørte du olje med tankbil og varmet opp vannet som sirkulerte i huset. Og så husker jeg da oljekrisen kom på 70-tallet, da var det gjort med det liksom, men så gikk det opp og ned. Så gikk vi inn med varmpumper og så naturgass ... men alt dette var kun for å spare energi og penger.

Det har skjedd en utvikling fra kaldhus i starten, som er veksthus uten oppvarming, til at det nå blir brukt naturgass. Dette kan kalles inkrementell innovasjon, og har foregått på STI-måten (Isaksen 2013). STI står for 'science, technology, innovation', og viser til innovasjoner som har blitt utviklet gjennom forskningsaktivitet (Isaksen 2013). Utviklingen har skjedd gjennom forskning på hvilke fyringsmetoder som har vært de beste til enhver tid, både med tanke på den teknologien som har vært tilgjengelig på et gitt tidspunkt, og med tanke på hvilke holdninger og politiske vedtak som har vært gjeldende. Overgangen fra olje til strøm skyldtes for eksempel strukturelle utfordringer som oljekrisen. Endringen, eller innovasjonen, skjedde som en reaksjon på ytre forhold. Her kan det være aktuelt å trekke inn flernivåperspektivet (Steen 2018) fordi endringen også til dels skyldtes en endring i hvilken type teknologi som ble ansett å være mest hensiktsmessig innenfor veksthusdyrking. Det kommer frem at «så kom dette med forurensing og klima inn, og dermed ble olje helt fy», som Halvard sier. Roald forteller også at «nå er det snart fy fy med gass også vet du, så det er det groveste. Men det var i hvert fall et stort fremskritt å bli kvitt olja, og oljefyrerene rundt forbi».

Etter oljen kom naturgassen. Tor forteller at «Vi er så heldige som fikk lagt ned gassnett her i 2004. Det var jo det som gjorde at vi kunne gjøre det vi har gjort i dag [...] Det gjorde at vi faktisk, innover øyene her, kunne investere og være innovative og fremtidsrettet, og være på tress med det vi gjør». Roald forteller også at de var heldige som fikk gassledningen til øyene. I et stedlig perspektiv kan man trekke frem forståelsen av sted som 'location' (Berg & Dale 2004). Informantene skildrer gassnettet som en fysisk nødvendighet som la grunnlag for næringsutvikling på Finnøy og Fogn. Lyse hadde vært skeptiske først, men så hadde de fått en til å regne på det: «Jo, da kom det et svar ikke så lenge etterpå. Dette her ser interessant ut [...] Så da var det opp og da var det full fart». Nå virker det derimot som at naturgass også er på vei ut. Ola forteller at «jeg bruker naturgass. Det het grønn energi for noen år siden, men i dag heter det fossilt brensel. Og det er et voldsomt negativt ladet ord. Så vi har fått beskjed om at innen 2030 så må jeg bytte ut naturgassen, og da er det enten biogass eller strøm som er alternativene». Det er helt tydelig at næringen er i endring, og tomatprodusentene må hele tiden tilpasse seg nye krav og ta i bruk nye innovasjoner. Disse nye kravene bestemmes av politikken, som i stor

grad er påvirket av sosio-kulturelle holdninger, altså landskapsnivået i flernivåperspektivet (Steen 2018).

Roald, som er den tomatprodusenten som har lengst erfaring blant informantene, forteller om overgangen fra å bestøve tomatplantene manuelt til å bruke humler til bestøvning: «Vi gikk gjerne med en liten vibrator på hver klase på våren, gikk og slo litt på strengene og slik. Men så, rundt 1990, kom dette med humlene, og det var nærmest revolusjonerende. Humler som kunne bestøve [...] Så det er ikke problem med bestøvning slik som det var. Det har vært veldig viktig». Dette var, som han sier, nærmest revolusjonerende. Det var en innovativ løsning på en utfordring som ikke var lik noen annen produksjonsteknikk de brukte på den tiden. Man kan se på dette som en radikal innovasjon, nettopp fordi dette ble innført som en helt ny produksjonsteknologi i veksthusene (Lundvall 2002).

Til tross for noen radikale innovasjoner, så er det stort sett inkrementell innovasjon som tas i bruk i næringen. Tor forteller at

Det skjer nye ting hele veien. På grøntsidan så gjør vi jo mye, men styringsmessig er vel der vi gjør mest med tanke på utvikling hele veien, for å finne bedre måter, bedre planter, bedre for miljøet, for at vi skal tjene mest mulig på minst mulig, hele veien. Optimalisering, det driver vi på med hver eneste dag. Så vi investerer mye i teknologi på den biten.

Denne fremgangen skjer både gjennom innovasjonsmåten STI, og gjennom innovasjonsmåten DUI, som står for 'doing, using, interacting' (Isaksen 2013). Gjennom STI-måten utvikles innovasjoner basert på vitenskapelig kunnskap og forskningsaktivitet. Det blir stadig forsket på bedre planter, dyrkingsmetoder og lignende gjennom blant annet forsøksringer. Tor forteller videre om CO₂-fangst, som er en ny innovasjon som skal implementeres hos ham:

Det som er kjekt med naturgass er at det er litt CO₂ i avgassen. Den kjører du inn i drivhuset så vi får utnyttet den. Det kommer en senere i dag som skal gi tilbud om å lukke hele veksthuset. Så skal vi gjenvinne all sirkulasjon, luft og varme innvendig, sånn at vi ikke slipper ut CO₂. Alt forblir inni huset, og vi produserer mer på mindre. Så det skjer hele veien utvikling og der må vi være i førersetet, og det er kjekt.

Slike innovasjoner som Tor nevner over, kan knyttes til begrepet 'path extension', som er et begrep som brukes når man forsøker å skape innovasjoner som kan forbedre for eksempel produksjonsmetoder, som videre gjør at bedriften blir mer konkurransedyktig (Isaksen 2016). CO₂-fangst vil, som Tor sier, gjøre at de kan produsere mer tomater på mindre energi. Det gjør at han øker sin konkurransedyktighet i næringen.

En innovasjon som har blitt til gjennom DUI-måten, er utviklingen med jorddamping. Roald forteller at

Jeg vet ikke om jeg har vært med på noe helt nytt slik, men jeg kan jo ta eksempelet med jordddamping. Før hadde vi noen svære, tunge stålpanner som vi la ned i jorden, og så slapp vi damp inn der, før vi flyttet pannene videre og gjentok prosessen. Og så tenkte jeg at hvorfor i all verden skal vi dra på disse tunge pannene? Så da trakk vi en spesiell plastikk over heller, og gravde den ned på sidene, og så slapp vi på dampen [...] Det ble mye enklere å dampe da vi brukte den folien.

Man gikk fra å dampe jorden ved å bruke stålpanner til å bruke plastikkduk. Slik jeg forstår det, ble denne endringen til som en følge av at det var tungvint å gjøre det på den førstnevnte måten, og da brukte man de erfaringene som man har opparbeidet seg gjennom mange år i næringen for å finne en enklere måte å gjøre dette på. Det er vanlig i små og mellomstore bedrifter å løse slike praktiske utfordringer ved å skape nye innovasjoner gjennom DUI- måten (Isaksen 2013).

Innovasjoner har altså blitt til på ulike måter i tomatnæringen i gamle Finnøy kommune, og det utvikles stadig nye løsninger for å optimalisere, effektivisere og modernisere produksjonen. Noen innovasjoner kommer som reaksjoner på tungvinte produksjonsteknikker, mens andre innovasjoner kommer som følge av nye politiske vedtak, som for eksempel strenge miljøkrav.

5. Konklusjon

Hvorfor har akkurat gamle Finnøy kommune så omfattende produksjon av tomater?

For å forstå dette, så må vi først ta et blikk på etableringen av næringen. Tomatproduksjonen begynte i 1928 som en tilleggsnæring, og har følgelig dype røtter i øysamfunnet. Alle informantene har overtatt tomatveksthusene fra generasjonene før dem, og de forteller om en sterk tilhørighetsfølelse til stedet som en av grunnene til at de har valgt å fortsette med tomatproduksjon. Dette kan knyttes til forståelsen av sted som 'sense of place' (Berg & Dale 2004). Flere informanter skildrer også en forståelse av sted som 'location' (Berg & Dale 2004) når de forteller om hvorfor de har valgt å bli tomatprodusenter, ved at de beskriver Finnøy og Fogn som avgrensede områder med tilgang på spesifikke ressurser som råvarer og godt klima. De viser til at dette har vært en forutsetning for å drive med tomatproduksjon. Samtidig poengterer flere informanter at man ikke kommer bort fra menneskene sin rolle i dette. Menneskene ble påvirket av stedet til å begynne med, og lærte seg å utnytte det klimaet og de ressursene som fantes der. I senere tid har Finnøy og Fogn også blitt formet og påvirket av menneskenes handlinger, og øyene har blitt kjent som tomatøyene. Begrepet 'locale' (Berg & Dale 2004) beskriver hvordan mennesker og sted påvirker hverandre gjensidig, og kan benyttes for å forstå hvorfor akkurat Finnøy og Fogn har blitt 'tomatøyene'.

En annen viktig faktor for at tomatnæringen har blitt så omfattende på Finnøy og Fogn, er entreprenørskapsånden på øyene. Mange informanter påpeker at man trenger folk som tør å satse dersom næringen skal kunne utvikle seg, men det er varierende i hvor stor grad informantene selv identifiserer seg som entreprenører. Det blir stilt en del krav til produsentene, både med tanke på klimagassutslipp, effektivisering og produksjon. Når det kommer til disse spørsmålene, vil jeg argumentere for at man ser et skille mellom de som anser seg som entreprenører, og de som ikke gjør det. De produsentene som identifiserer seg som entreprenører skildrer en positiv holdning til alle de nye utfordringene og innovasjonene på markedet, og de våger å ta den risikoen som kreves for å kunne møte disse. På den andre siden har man de produsentene som ikke føler seg som entreprenører, og de skildrer en bekymring for de stadig nye kravene og investeringene som må tas. De uttrykker også en bekymring for at disse kravene vil presse ut de som driver i mindre skala fordi de ikke klarer å ta investeringene, og at man dermed kan ende opp med en veldig smal næring med kun et fåtall tomatprodusenter igjen. Dette vil videre kunne føre til et mer spredt produsentmiljø med mindre tette bånd.

*Hvilken betydning har det lokale fellesskapet og nettverket for tomatprodusentenes
entreprenørskap?*

Det lokale fellesskapet har utvilsomt hatt mye å si for etableringen og utviklingen av næringen, og uten et tett faglig og sosialt samhold på øyene er det ikke sikkert at tomatnæringen hadde utviklet seg til å bli det den er i dag. Flere skildrer derimot at fellesskapet ikke er det samme som før. Noen informanter skildrer at de hadde et tett praksisfellesskap før, men at det samholdet nå er mer bransjepreget, hvor de både er samarbeidspartnere og konkurrenter. Spesielt de som driver i litt mindre skala føler at de faller litt utenfor fellesskapet. En av grunnene til dette er den bekymringen som flere nevner om at gartneriene blir færre, men større. Dette fører ifølge flere informanter til at samholdet avtar fordi avstanden mellom produsentene blir større med tanke på produksjonsomfang. Når forskjellen blir større mellom dem, vil de også ha noe varierende kampsaker og gjennomslagskraft, og flere peker på at de ikke lenger deler de samme utfordringene slik de gjorde før. En utfordring kan dermed bli at de mindre produsentene ikke føler seg hørt i samme grad som tidligere.

Til tross for et mindre tett samarbeid, så er alle informantene enige om at det er et generelt godt faglig miljø på Finnøy og Fogn, med mange interesserte og dyktige folk man kan lære av. De lange tradisjonene i næringen har mye å si for dette faglige engasjementet blant produsentene, og selv om de ikke samarbeider på samme vis som de gjorde før i tiden, så benytter de seg av hverandre dersom de trenger hjelp eller råd. Det kan derimot virke som at de i større grad benytter seg av konsulenter dersom de trenger faglig ekspertise, men dette utelukker ikke viktigheten av å ha gode kollegaer i nærområdet.

Informantene fra Fogn forteller om et felles pakkeri som har vært nokså avgjørende for at de kan satse på tomatproduksjon og utvikle produksjonen sin. Det har også bidratt til å gjøre samarbeidet mellom produsentene mer organisert, og det har hjulpet til å opprettholde og styrke fellesskapet mellom dem. Pakkeriet har skapt et sted hvor de kan møtes og lære av hverandre, og det virker på meg som at det har bidratt til en ny bølge av faglig engasjement og sosial omgang blant produsentene. Det gode produsentmiljøet er en viktig faktor for at næringen skal overleve, og for at tomatprodusentene skal tørre å ta risiko, og satse på fremtiden og de kravene som møter dem.

Gjennom eksterne instanser som NIBIO og ulike forsøksringer, har tomatprodusentene på Finnøy og Fogn tilgang på et stort faglig nettverk som inkluderer Universitetet i Stavanger, regionale myndigheter og andre næringspartnere. Herfra får produsentene faglig ekspertise.

Informantene nevner dette nettverket som en viktig grunn til at de kan drive med tomatproduksjon, fordi de bidrar til å utvikle næringen fremover. Dette er organisasjoner hvor de kan få råd og tips fra fagfolk, og de kan lære om dyrkningskultur, veksthusklima og flere viktige aspekter ved tomatproduksjonen. Informantene får altså benytte seg av den kunnskapen som finnes innad i nettverket.

Hvilke kunnskapstyper har vært viktige for deres entreprenørskap og innovasjon?

Det virker på meg som at et faglig samhold har mye å si for hvordan tomatprodusentene tilegner seg kunnskap om yrket sitt. De lærer mye av hverandre, og dette skjer gjennom atferdsmessig læring (Isaksen 2016; Lichtenstein & Lumpkin 2008, i Mitra 2020). Flere informanter, og spesielt de på Fogn, forteller at de gjerne går på besøk til hverandre og lærer av hverandre på den måten. En informant skildrer også en slags mester-lærling-relasjon, hvor han har fungert som rådgiver for svigersønnen og dattera som har overtatt produksjonen. Både i en slik relasjon, og den typen sosial omgang som informantene fra Fogn forteller om, så foregår det erfaringsbasert læring, og man tilegner seg taus kunnskap (Polanyi 1967, i Mitra 2020).

Av de seks informantene i studien, så har fire av dem utdanning innen yrket sitt. Et par av disse forteller at de lærte biologi, kjemi og lignende kunnskaper på skolen, fordi det er viktig som grønnsaksdyrker, mens en annen informant forteller at utdanningen på landbruksskolen egentlig ikke ga ham så mye kunnskap om tomatdyrking. I forbindelse med dette, nevnes det også at det har skjedd et skifte i hvilken kunnskap man trenger som tomatprodusent. Før trengte man vitenskapelig kunnskap, eller det som kalles for analytisk kunnskap (Asheim & Gertler 2005, Isaksen 2013). Tomatprodusentene leier inn konsulenter som har faglig kompetanse på feltet, og trenger dermed ikke å besitte all kunnskap selv. Disse konsulentene har absorpsjonskapasitet, altså oversetter de vitenskapelig kunnskap til anvendelig kunnskap for tomatprodusentene (Giuliani & Bell 2005, i Isaksen 2013). I dag forteller et par informanter at kunnskap om administrasjon og ledelse er vel så viktig som faglig kunnskap om tomatdyrking, i og med at tomatnæringen har blitt så omfattende som den er.

Tomatprodusentene får tilgang til vitenskapelig og eksplisitt kunnskap fra konsulenter og forsøksringer, og denne kunnskapen er viktig for at informantene hele tiden skal kunne holde seg oppdatert og ta i bruk nye innovasjoner for å forbedre næringen. Det virker å være en felles misnøye over at veksthusforsøk har avtatt, da tomatprodusentene fremhever den forskningen som ble gjort i slike organisasjoner som viktig og lærerik. Slik forskning er også viktig for å skape innovasjon i næringen.

Slik jeg har forstått det, så skjer innovasjon i næringen i stor grad på STI-måten, altså gjennom forskning og utvikling (Isaksen 2013). Det er gjennom slik forskningsaktivitet at man blant annet har funnet ut hvilken type oppvarming man skal bruke for å få produksjonen mest mulig klimavennlig, og det er også gjennom forskning at man har utviklet teknologi som gjør det mulig med for eksempel CO₂-fangst. Flere informanter forteller at de er nødt til å ta i bruk slik innovasjon fordi politiske vedtak krever det. Det virker også til at det stort sett foregår inkrementell innovasjon, og flere informanter forteller at de driver med jevnlig innovering og utvikling for å effektivisere og optimalisere produksjonen. Til tross for at STI-måten virker å være rådende, så skjer det også innovasjon gjennom DUI-måten, altså gjennom erfaringer og forbedringer (Isaksen 2013). Et eksempel på dette er måten tomatprodusentene damper jorden på. Det skjer også tidvis radikale innovasjoner, for eksempel i måten man bestøver tomatplantene på.

Det ser med dette ut til at det er flere faktorer ved Finnøy og Fogn som har bidratt til å skape den omfattende tomatproduksjonen på øyene. De lange tradisjonene, tilhørighet til stedet og entreprenørskapskulturen på øyene har skapt gode forutsetninger for utvikling av næringen. I tillegg har det faglige miljøet og fellesskapet vært av stor betydning, og det er det enda. Tomatprodusentene lærer av hverandre og av konsulenter, og de benytter seg av ulike kunnskapstyper i tomatproduksjonen. Det er interessant å se hvordan sted har så stor betydning for entreprenørskap, og det å koble entreprenørskapsteori opp til stedsteori har vist hvordan mennesker og sted påvirker hverandre. De komplekse entreprenørskapsprosessene på Finnøy og Fogn har uten tvil vært med på å forme stedet, og på samme vis har stedet påvirket entreprenørskapet.

5.1 Veien videre

Denne oppgaven er en kvalitativ studie som undersøker spørsmålet om hvorfor akkurat gamle Finnøy kommune har så omfattende produksjon av tomater. Det har blitt gjort flere kvantitative undersøkelser om bønder og deres oppfattelse av sted, læring og kunnskap. Det er også gjort forskning på mindre steder og entreprenørskap på spesifikke steder, men så vidt meg bekjent, så har mye av den typen forskning handlet om næringsutvikling generelt. Min studie går i dybden på en spesifikk næring, tomatnæringen, og undersøker hvorfor akkurat den næringen har utviklet seg på det spesifikke stedet. Resultatene fra min studie kan dermed ha relevans i en større norsk kontekst angående denne tematikken.

Det kan være interessant å gjennomføre en lignende studie på andre rurale steder i Norge, hvor man har sett lignende utvikling av en spesifikk næring. Ved å gjøre dette, kan man se om det finnes noen likhetstrekk for hvordan næringer utvikler seg i distriktene, og hvilke faktorer som ligger til grunn. For eksempel kan man undersøke hvilken påvirkning sted har for hvilken næring som utvikles, eller hvor man har fått den nødvendige kunnskapen om den gitte næringen. Det kan også være interessant å undersøke hvordan den samme næringen, tomatnæringen, har utviklet seg på Jæren, som jo også er har en ganske omfattende tomatproduksjon. Har det for eksempel hatt noe å si på næringsutviklingen at Finnøy og Fogn er øyer, og Jæren er på fastlandet? Det kan også være en idé å gjennomføre den samme studien på Finnøy og Fogn om noen tiår, og se hvorvidt noe har forandret seg. Informantene skildrer visse antakelser av hvordan næringen kan komme til å utvikle seg, og det vil være interessant å se hvorvidt dette viser seg å stemme, eller om næringen utvikler seg i en annen retning enn antatt. Resultatene fra slike studier kan være verdifulle for distriktskommuner med tanke på tilrettelegging av næringsutvikling og eventuelt merkevarebygging.

Referanseliste

- Aure, M., Berg, N. G., Cruickshank, J. & Dale, B. (2015). Sted – nye teorier i en norsk kontekst. I Aure, M., Berg, N. G., Cruickshank, J. & Dale, B (Red.), *Med sans for sted. Nyere teorier* (s. 13-29). Fagbokforlaget.
- Austvik, K. D. (2018, 9. oktober). *Om Finnøy*. Finnøy kommune.
<http://www.finnoy.kommune.no/om-finnoy/>
- Baxter, J. (2016). Case Studies in Qualitative Research. I Hay. I. (Red.), *Qualitative Research Methods in Human Geography* (4. utg., s. 130-146). Oxford.
- Berg, N. G. (2002). Kjønn, livsløp, sted og entreprenørskap – en teoretisk diskusjon. I Berg, N. G. og Foss, L. (Red.), *Entreprenørskap. Kjønn, livsløp og sted*. (s. 26-54). Abstrakt forlag.
- Berg, N. G. & Dale, B. (2004). Sted – begreper og teorier. I Berg, N. G., Dale, B., Lysgård, H. K., & Løfgren, A. (Red.), *Mennesker, steder og regionale endringer* (s. 39-60). Fagbokforlaget.
- Berg, N. G. & Dale, B. (2013). Hva er stedsidentitet, og hvordan fanger vi den opp? I Førde, A., Kramvig, B., Berg, N. G. & Dale, B. (Red.), *Å finne sted. Metodologiske perspektiver i stedsanalyser* (s. 23-41). Akademika forlag.
- Bolkesjø, T. (2006). Forskningsbasert entreprenørskap. I Spilling, O. R. (Red.), *Entreprenørskap på norsk* (2. utg., s. 169-192). Fagbokforlaget.
- Borch, O. J. & Førde, A. (2010). Innovative bygder – en introduksjon. I O. J. Borch & A. Førde (Red.), *Innovative bygdemiljø. Ildsjeler og nyskappingsarbeid* (s. 13-26). Fagbokforlaget.
- Boschma, R., & Gianelle, C. (2014). *Regional Branching and Smart Specialisation Policy. JRC Technical Reports. S3 policy Brief Series. No. 06/2014*. Joint Research Centre of the European Commission.
- Cope, M. (2016). Organizing and Analyzing Qualitative Data. I Hay. I. (Red.), *Qualitative Research Methods in Human Geography* (4. utg., s. 373-393). Oxford.
- Crang, M. A, og Cook, I. (2007). *Doing Ethnographies*, SAGE Publications.
- Dowling, R. (2016). Power, Subjectivity, and Ethics in Qualitative Research. I Hay. I. (Red.), *Qualitative Research Methods in Human Geography* (4. utg., s. 29-44). Oxford.
- Dunn, K. (2016). Interviewing. I Hay. I. (Red.), *Qualitative Research Methods in Human Geography* (4. utg., s. 149-188). Oxford.
- Durkheim, E. & Swain, J. W. (2008). *The Elementary Forms of the Religious Life*. Courier Corporation.
- Dybvig, D., D. og Dybvig, M. (2015). *Det tenkende mennesket*. Fagbokforlaget.

- Finnøy kommune (2019). *Kommuneplan for Finnøy kommune 2019-2029. Planomtale*. Vedtatt i kommunestyret i Finnøy 07.10.2019, Finnøy kommune, Finnøy. Tilgjengelig på: http://webhotel3.gisline.no/GisLinePlanarkiv/1103/120-2019_KOMPL/Dokumenter/KPA%20Finn%C3%B8y%20Planomtale%20vedtatt%20plan%207.10..2019.pdf
- Fitjar, R.D. (2016). Mot en regional innovasjonspolitik. I Fitjar, R.D., Isaksen, A. & Knudsen, J. (Red.), *Politikk for Innovative Regioner* (s. 32-54). Cappelen Damm.
- Foss, L. (2006). Entreprenørskap og nettverk. I Spilling, O. R. (Red.), *Entreprenørskap på norsk* (2. utg., s. 193-216). Fagbokforlaget.
- Gard, P. (1993). Tomateventyret på Ryfylke-øyane. I Høibo, R. (Red.), *FOLK i Ryfylke. Årbok for Ryfylkemuseet* (s. 26-59). Ryfylkemuseet.
- Giddens, A. (1984). *The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration*. Polity Press.
- Gotvassli, K. Å. (2007). *Kunnskaps- og prestasjonsutvikling i organisasjoner. Rasjonalitet eller intuisjon og følelser?* Tapir Akademisk Forlag.
- Green, L., Jones, B. & Miles, I. (2007). *Global Review of Innovation Intelligence and Policy Studies: Skills for Innovation*. EC DG Enterprise and Industry.
- Haarstad, H. & Rusten, G. (2018). Grønn omstilling og norske veivalg: Introduksjon. I Haarstad, H. & Rusten, G. (Red.), *Grønn omstilling. Norske veivalg* (s. 11-26). Universitetsforlaget.
- Hassink, R. & Klaerding, C. (2011). Evolutionary approaches to local and regional development policy. I Pike, A., Rodriguez-Pose, A. & Tomany, J. (Red.), *Handbook of Local and Regional Development* (s. 139-148). Routledge.
- Heggem, R. og Thanem, A. (2016). *Trender i norsk landbruk 2016. Rogaland. Bygdeforskning rapport 7/2016*. Norsk senter for bygdeforskning. Trondheim
- Isaksen, A. (2013). Regional innovasjon. I Abelsen, B., Isaksen, A. & Jakobsen, S-E. (Red.), *Innovasjon – organisasjon, region, politikk* (s. 127-149). Cappelen Damm Akademisk.
- Isaksen, A. (2014). Bygg norsk innovasjonspolitik på norske fortrinn. *Forskningspolitikk*, 37(2), 16-17. <http://fpol.no/wp-content/uploads/2014/06/Forskningspolitikk-2-2014.pdf>
- Isaksen, A. (2016). Omstilling til et mindre oljeavhengig næringsliv. *Plan*, 48(01), 16-21.
- Knutsen, H., Haukås, T., Kårstad, S., Lerfald, M. & Kvamme S. (2019). *Verdiskaping i landbruk og landbruksbasert verksemd i Rogaland. Oppdaterte beregningar 2019. NIBIO rapport 38/2019*. Norsk institutt for bioøkonomi. Rogaland.
- Kvam, G-T. og Stræte, E. P. (2018). *Rådgivning i landbruket – en casestudie. Rurals rapport 1/2018*. Institutt for rural- og regionalforskning. Trondheim

- Lans, T., Seuneke, P., & Klerkx, L. (2013). Agricultural Entrepreneurship. I E. G. Carayannis (Red.), *Encyclopedia of Creativity, Invention, Innovation and Entrepreneurship*. SpringerReferencenoteboo. Hentet fra https://www.researchgate.net/publication/260985365_Agricultural_Entrepreneurship
- Lave, J. & Wenger, E. (1991). *Situated Learning: Legitimate Peripheral Participation*, Cambridge University Press.
- Leydesdorff, L. & Etzkowitz, H. (1998). The Triple Helix as a model for innovation studies, *Science and Public Policy*, 25(3), 195-203. <https://doi.org/10.1093/spp/25.3.195>
- Leydesdorff, L. (2005). The Triple Helix Model and the study of Knowledge-based Innovation Systems. *International Journal of Contemporary Sociology*, 42(1), 1-16. <https://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/0911/0911.4291.pdf>
- Lundvall, B. Å. (2002). *Innovation, growth and social cohesion: The Danish model*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Materia, V. C., Giarè, F., & Klerkx, L. (2014). Increasing Knowledge Flows between the Agricultural Research and Advisory System in Italy: Combining Virtual and Non-virtual Interaction in Communities of Practice. *Journal of Agricultural Education and Extension*, 21(3), 1-16.
- Mitra, J. (2020). *Entrepreneurship, Innovation and Regional Development*. Routledge.
- NIBIO (u.å.). *Særheim*. Norsk Institutt for Bioøkonomi. <https://www.nibio.no/om-nibio/adresser/saerheim>
- NLR (u.å.) *Om norsk landbruksrådgiving*. Norsk Landbruksrådgiving. <https://www.nlr.no/om-oss>
- Nonaka, I., Toyama, R. & Konno, N. (2001). SECI, Ba and Leadership: a Unified Model of Dynamic Knowledge Creation. I Nonaka, I. & Teece, D. (Red.), *Managing industrial knowledge. Creation, transfer and utilization* (s. 13-43). SAGE Publications.
- Noteboom, B. (2000). *Learning and Innovation in Organisations and Economics*. Oxford University Press.
- Nyseth, T. & Pløger, J. (2015). Perspektiver på steders tilblivelse. I Aure, M., Berg, N. G., Cruickshank, J. & Dale, B (Red.), *Med sans for sted. Nyere teorier* (s. 13-29). Fagbokforlaget.
- Oreszczyn, S., Lane, A., & Carr, S. (2010). The role of networks of practice and webs of influencers on farmers' engagement with and learning about agricultural innovations. *Journal of Rural Studies*, 26(4), 404-417.
- Relph, E. (1976). *Place and placelessness*. Pion Limited

- Repstad, K. (1965). *Grønnsaksdyrking i veksthus. En analyse av inntekter, kostnader og arbeid basert på regnskaper fra 41 gartnerier på øyene Rennesøy, Mosterøy og Finnøy i 1962 og 1963*. Norges landbruksøkonomiske institutt.
- Ryfylke IKS & Ryfylkealliansen (u.å.). *Om Ryfylke*. Ryfylke. <https://ryfylke.no/om-ryfylke/>
- Sanchez, R. & Heene, A. (1997). *Strategic Learning and Knowledge Management*. John Wiley.
- Schumpeter, J. A. (1911/1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle*. Harvard University Press.
- Skartveit, L. (2019, 15.oktober). *Landbruk*. Finnøy kommune. <https://finnoy.onacos.no/heim-skjult/aktuelt/landbruk.28349.aspx>
- Spilling, O. (2006a). Om entreprenørskap. I Spilling, O. R. (Red.), *Entreprenørskap på norsk* (2. utg., s. 21-47). Fagbokforlaget.
- Spilling, O. (2006b). Strategi for entreprenørskap. I Spilling, O. R. (Red.), *Entreprenørskap på norsk* (2. utg., s. 239-260). Fagbokforlaget.
- Spilling, O. R., Roppen, J. A., Sanness, A. H., Simonsen, B-O., Steinsli, J. & Støylen, A. (2002). Entreprenørskap som strategi for regional utvikling. Discussion Paper 7/2002. Handelshøyskolen BI. <https://biopen.bi.no/bitstream/handle/11250/94050/Spilling1dp2002-07.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Stavanger kommune (2020). *Fakta om Finnøy kommunedel*. Stavanger kommune. <https://www.stavanger.kommune.no/om-stavanger-kommune/bydeler-i-stavanger/finnoy-kommunedel/fakta-om-finnoy-kommunedel/>
- Stavanger kommune (2021, 21. januar). *Ny næringsstrategi 2021-2030*. Stavanger kommune. <https://www.stavanger.kommune.no/naring-og-arbeidsliv/naringsstrategi-2020-2030/#15470>
- Steen, M. (2018). Et grønt maritimt skifte? Omstilling til en mer miljøvennlig skipsfart. I Haarstad, H. & Rusten, G. (Red.), *Grønn omstilling. Norske veivalg* (s. 45-62). Universitetsforlaget.
- Stratford, E. og Bradshaw, M. (2016). Qualitative Research Design and Rigour. I Hay. I. (Red.), *Qualitative Research Methods in Human Geography* (4. utg., s. 117-129). Oxford.
- Stræte, E. P., Hårstad, R. M. B, Ystad, E., Kvam, G-T., Mørch, A., Klev, R. & Haugum, M. (2018). *Kompetanse og rådgivning i jordbruket: Kunnskapsoversikt, aktuelle problemstillinger og analytiske perspektiver for studier av bønders kompetanse som samspill mellom bønder, rådgiving og forskning. Rurals rapport 2/2018*. Institutt for rural- og regionalforskning. Trondheim

- Swedberg, R. (2000). The social science view of entrepreneurship: Introduction and practical applications. I Swedberg, R. (Red.), *Entrepreneurship: The Social Science View* (s. 7-44). Oxford University Press.
- Thaagard, Tove (2018). *Systematikk og innlevelse. En innføring i kvalitativ metode*. 5. utg. Fagbokforlaget.
- Thorsnæs, G. (2020, 29. januar). *Finnøy (tidligere kommune)*. Store norske leksikon. [https://snl.no/Finn%C3%B8y - tidligere kommune](https://snl.no/Finn%C3%B8y_-_tidligere_kommune)
- Tjora, A. (2017). *Kvalitative forskningsmetoder i praksis*. 3. utg. Gyldendal akademisk.
- Winchester, H. P. M. og Rofe, M. W. (2016). Qualitative Research and Its Place in Human Geography. I Hay. I. (Red.), *Qualitative Research Methods in Human Geography* (4. utg., s. 3-28). Oxford.

Vedlegg 1: Intervjuguide 1 til nøkkelinformant

A. Informasjon om informanten

1. Utdanning og jobberfaring

B. Lokalmiljø og historie – etablering og miljø

1. Hvorfor tror du at man begynte med tomatveksthus akkurat på Finnøy?
 - a. Hvilke ressurser finnes her som er avgjørende for tomatnæringen? Natur, miljø, mennesker
2. Hvordan kom tomaten til Finnøy?
3. Hvor mye av tomatproduksjonen i Norge står Finnøy for?
4. Hva betyr tomatnæringen for lokalsamfunnet, og hva betyr lokalsamfunnet for bedriften?
 - a. Hvordan har tomatnæringen bidratt til å endre eller forme Finnøy?
 - b. Tror du man kunne drevet med den samme virksomheten en annen plass?
5. Opplever du at tomaten skaper en identitetsfølelse på Finnøy?
6. Hvilken rolle spiller tomatfestivalen for fellesskapet?

C. Annet

1. Viktige diskusjonstema som kan være relevant å spørre tomatprodusentene om?

Vedlegg 2: Intervjuguide 2 til informanter

A. Informasjon om informanten

1. Utdanning og jobberfaring
2. Når ble veksthuset bygget, og hvem var involvert i etableringen?

B. Lokalmiljø og historie – etablering og miljø

1. Hvorfor tror du at man begynte med tomatveksthus akkurat på Finnøy?
 - a. Hvilke ressurser finnes her som er avgjørende for tomatnæringen? Natur, miljø, mennesker
2. Hva betyr tomatnæringen for lokalsamfunnet, og hva betyr lokalsamfunnet for bedriften?
 - a. På hvilken måte påvirker bedriften din lokalmiljøet? Hvordan har tomatnæringen bidratt til å endre eller forme Finnøy?
 - b. Kunne du drevet med den samme virksomheten en annen plass?
3. Har du samarbeid med andre tomatbønder på Finnøy? Eller utenfor Finnøy? (klynger)
 - a. Opplever du noen form for fellesskapsfølelse i næringen?
 - i. Hvis ja: kan du fortelle litt om disse relasjonene? Er det verdifullt for deg og din virksomhet?
 1. Hvordan har du fått kunnskap om tomater og produksjon av tomat? (erfaringsbasert, skole eller annet)
 2. Hvilke næringsmessige forhold finnes i miljøet på Finnøy? (mye kunnskap, gunstige naturlige forhold eller annet)
 - ii. Hvis nei: er dette noe du savner og kunne hatt nytte av? Hva skal eventuelt til for at det kan etableres mener du?
4. Opplever du at tomaten skaper en identitetsfølelse på Finnøy?
 - a. Hvilken rolle spiller tomatfestivalen for fellesskapet?

C. Entreprenør, arving, gartner?

1. Anser du deg selv som en entreprenør?
 - a. Hvis ikke, hva vil du definere din jobb som? (bonde, gartner, arving, selvstendig næringsdrivende)
2. Hvis entreprenør:
 - a. Hvilke muligheter så du i å bygge tomatveksthus?
 - b. Hvilke utfordringer?
 - c. Hvorfor ville du satse på tomater?
 - d. Hvilken type innovasjon driver du med? (nyskaping) (for eksempel grønn innovasjon, ny produksjonsmetode)
3. Hvis annet:
 - a. Har du endret noe på gården din/produksjonsmetodene etter overtakelse?
 - i. Begynt med helt nye måter å gjøre ting på?
 - b. Hvorfor gjorde du disse endringene?
 - c. Hvilken type innovasjon har du gjort?

4. Er de tidlige tomatbøndene sin entreprenørskapsånd fortsatt til stede på Finnøy?
 - a. Jæren blir ofte betegnet som en spesielt innovativ region i Norge. Hvordan passer Finnøy inn her?

D. Visjoner og mål

1. Hvilke visjoner og mål har du for videre drift?
 - a. Med tanke på deg, med tanke på lokalmiljøet
 - b. På hvilken måte involverer dette deg, og på hvilken måte involverer det lokalmiljøet?

Vil du delta i forskningsprosjektet

”Tomatnæringen på Finnøy”

Dette er et spørsmål til deg om å delta i et forskningsprosjekt hvor formålet er å undersøke tomatnæringen på Finnøy i et entreprenørskapsperspektiv. I dette skrivet gir jeg deg informasjon om målene for prosjektet og hva deltakelse vil innebære for deg.

Formål

Dette prosjektet er grunnlaget for min masteroppgave i geografi. Formålet med prosjektet er å undersøke entreprenørskap på Finnøy, og da mer spesifikt knyttet til tomatnæringen. Jeg ønsker å finne ut hvorfor tomatnæringen har blitt så stor akkurat på Finnøy, hvilke tiltak som er gjort for å utvikle næringen i nyere tid, og hvordan tomatnæringen former øysamfunnet og lokalmiljøet.

Hvem er ansvarlig for forskningsprosjektet?

Institutt for geografi ved Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet (NTNU) er ansvarlig for prosjektet.

Hvorfor får du spørsmål om å delta?

Du får spørsmål om å delta i dette forskningsprosjektet fordi du driver med tomat på Finnøy. For å komme i kontakt med deg har jeg brukt mitt eget nettverk på Finnøy, som videre har satt meg i kontakt med potensielle informanter. For å gjennomføre prosjektet ønsker jeg å intervju 5-7 tomatbønder, både de som driver i stor skala og de som driver i mindre skala.

Hva innebærer det for deg å delta?

Hvis du velger å delta i prosjektet, innebærer det at jeg vil gjennomføre et intervju med deg. Det vil ta deg ca. 1 time. Intervjuet vil handle om virksomheten din, deg som entreprenør og/eller tomatbonde, og litt om historien og lokalmiljøet. Hvis du tillater det, vil jeg gjøre lydopptak av intervjuet, ellers tar jeg notater.

Det er frivillig å delta

Det er frivillig å delta i prosjektet. Hvis du velger å delta, kan du når som helst trekke samtykket tilbake uten å oppgi noen grunn. Alle dine personopplysninger vil da bli slettet. Det vil ikke ha noen negative konsekvenser for deg hvis du ikke vil delta eller senere velger å trekke deg.

Ditt personvern – hvordan vi oppbevarer og bruker dine opplysninger

Vi vil bare bruke opplysningene om deg til formålene vi har fortalt om i dette skrivet. Vi behandler opplysningene konfidensielt og i samsvar med personvernregelverket.

- Det er kun jeg (Hilde Nærland) som vil ha tilgang til opplysningene.
- Jeg kommer ikke til å bruke navn i den ferdige masteroppgaven. Du vil altså bli anonymisert. Jeg kan derimot ikke love full konfidensialitet fordi forskningen finner sted i et lite lokalmiljø. Opplysninger som størrelse på veksthus og oppstartsår vil kunne knyttes til deg.

- Navnet og kontaktopplysningene dine vil jeg erstatte med en kode som lagres på egen navneliste adskilt fra øvrige data. Datamaterialet behandles på eget lagringsområde på NTNU sin server.

Hva skjer med opplysningene dine når vi avslutter forskningsprosjektet?

Opplysningene slettes når prosjektet avsluttes/oppgaven er godkjent, noe som etter planen er 30.06.2021. Ved prosjektslutt vil også lydopptak slettes.

Dine rettigheter

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

- innsyn i hvilke personopplysninger som er registrert om deg, og å få utlevert en kopi av opplysningene,
- å få rettet personopplysninger om deg,
- å få slettet personopplysninger om deg, og
- å sende klage til Datatilsynet om behandlingen av dine personopplysninger.

Hva gir oss rett til å behandle personopplysninger om deg?

Vi behandler opplysninger om deg basert på ditt samtykke.

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

Hvor kan jeg finne ut mer?

Hvis du har spørsmål til studien, eller ønsker å benytte deg av dine rettigheter, ta kontakt med:

Hilde Nærland (hildna@stud.ntnu.no eller telefon 48494091) eller min veileder professor Nina Irene Gunnerud Berg (nina.gunnerud.berg@ntnu.no eller telefon 73591796).

Vårt personvernombud: Thomas Helgesen

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

Hilde Nærland

Masterstudent ved Geografisk institutt, NTNU

