

Digitalisering i små og mellomstore reiselivsbedrifter i rurale regioner (F)

TEKST: KRISTINE BLEKASTAD SAGHEIM

FOTO:

Sammendrag

I Norge er regional ulikhet en utfordring. En dimensjon ved ulikheten er grad av digitalisering i næringslivet. Litteraturen om regional utvikling og digitalisering beskriver et digitalt skille mellom urbane og rurale regioner. Rurale regioner kjennetegnes av mange små og mellomstore bedrifter (SMB-er), spesielt i reiselivssektoren. Litteraturen viser at kunnskapsdeling er viktig for innovasjon, og ulike former for nærhet kan motvirke eller bidra til deling av kunnskap. Imidlertid vet vi for lite om betydningen av ulike nærhetsdimensjoner i innovasjonsprosesser for SMB-er og hvordan nærhetsdimensjonene utfyller hverandre. Det trengs også mer kunnskap om digitalisering blant SMB-er i rurale regioner. Derfor stiller denne artikkelen følgende spørsmål: Hvilke utfordringer og muligheter opplever små og mellomstore reiselivsbedrifter i rurale regioner ved økt digitalisering sett i lys av nærhetsdimensjoner? Forskningsspørsmålet undersøkes ved å intervjuer 17 SMB-er i reiselivssektoren i Innlandet. Analysen viser at digitalisering er utfordrende på grunn av svak bredbåndsdekning og fordi digitalisering er ressurskrevende. Utfordringene knyttes til geografiske avstander og manglende kognitiv nærhet til bedriftene som kan bidra med kompetanse for SMB-ene. Analysen viser at stor sosial nærhet er viktig for SMB-er for å løse utfordringene og realisere mulighetene. Det teoretiske bidraget til litteraturen ligger i dynamikken mellom nærhetsdimensjonene: Fravær av én nærhetsdimensjon kan kompenseres av større nærhet av en annen, noe som indikerer at dimensjonene opptrer i et avhengighetsforhold.



Kristine Blekastad Sagheim er stipendiat på doktorgradsprogrammet for Innovasjon i tjenesteyting - offentlig og privat sektor (INTOP) ved Høgskolen i Innlandet. Hun er opptatt av innovasjon og betydningen av digitalisering og delingsøkonomi for utvikling i rurale regioner.

1 Introduksjon

Regional ulikhet er blant de største utfordringene i Europa (Iammarino et al., 2017). I Norge bidrar lange geografiske avstander, demografisk utvikling, begrensede kompetanseutviklingstilbud og svak digital infrastruktur til regionale forskjeller (NOU 2020: 12, s. 171). I en slik kontekst spør denne artikkelen om en megatrend som digitalisering kan redusere betydningen av geografisk avstand, og hvorvidt digitalisering kan forenkle hverdagen for bedrifter utenfor de store byene. Meningene om digitalisering er mange, og det hevdes at

digitalisering de neste årene vil «endre samfunns-, nærings- og arbeidslivet på flere avgjørende måter», og slik «utfordre eksisterende samfunnsstrukturer, næringer og arbeidsformer» (Næringslivets Hovedorganisasjon, 2018, s. 125).

Rurale regioner kjennetegnes ofte av lite forsknings- og utviklingsaktivitet, lavt utdanningsnivå, lange avstander, aldrende befolkning og fraflytning (Jauhainen & Moilanen, 2012). I slike regioner er små og mellomstore bedrifter^[1] (SMB-er) viktige byggesteiner for næringslivets aktivitet. Det gjelder spesielt for reiselivet, som utgjør en betydelig sektor i mange kommuner knyttet til verdiskaping, sysselsetting og eksport (Innovasjon Norge, 2021). Hele 99 prosent av Norges bedrifter er små og mellomstore, og nesten 80 prosent av kommunene har utelukkende SMB-er (Dagenborg, 2019). SMB-er har dermed en viktig rolle for sysselsetting og verdiskaping i hele landet. Dessverre mangler bedriftene ofte kapasitet og ressurser til å gjennomføre digitaliseringsprosesser, og derfor varierer det i hvilken grad digitale løsninger er implementert (Randall et al., 2020). Teknologi er en viktig forutsetning for økonomisk vekst og samfunnsutvikling (Srinuan & Bohlin, 2011), men på grunn av begrenset bredbåndsdekning i rurale regioner, manglende digital kompetanse og demografiske faktorer som høy gjennomsnittsalder eksisterer det ofte et digitalt skille mellom rurale og urbane regioner (Haefner & Sternberg, 2020; Saleminck et al., 2017). For å sikre større likhet, sosial mobilitet og økonomisk vekst i rurale områder er nedbygging av digitale skiller viktig for å balansere denne utviklingen (European Network for Rural Development, 2017).

Læring og spredning av kunnskap er viktig for innovasjon, og ulike former for nærhet kan motvirke eller bidra til deling av kunnskap (Boschma, 2005). «Nærhet» er ikke nødvendigvis ensbetydende med fysisk avstand, men kognitiv, sosial, organisatorisk og institusjonell nærhet er også viktig for deling av kunnskap i en innovasjonsprosess (Boschma, 2005). utfordringer og muligheter ved digitalisering kan derfor studeres i lys av ulike former for nærhet mellom SMB-ene på den ene siden, og kunnskapen som kreves for digitalisering på den andre. Ifølge tidligere studier trengs det mer kunnskap om betydningen av ulike former for nærhet i innovasjonsprosesser for SMB-er og hvordan nærhetsdimensjonene kan utfylle hverandre (Brink, 2018; Zahoor & Al-Tabbaa, 2020). Videre trengs det mer kunnskap om digitalisering blant SMB-er i rurale regioner og hvordan digitalisering kan bidra til utjevning av romlige forskjeller mellom rurale og urbane regioner (Roberts et al., 2017). Basert på disse kunnskapsgapene stilles følgende forskningsspørsmål: Hvilke utfordringer og muligheter opplever små og mellomstore reiselivsbedrifter i rurale regioner ved økt digitalisering sett i lys av nærhetsdimensjoner? Regionen Innlandet er valgt som caseområde, der reiselivet er utpekt som en næringssetning (Innlandsutvalget, 2015). Forskningsspørsmålet undersøkes derfor ved å intervju SMB-er i reiselivssektoren i Innlandet.

2 Kunnskapsstatus

I det følgende presenteres begrepet digitalisering og ulike nærhetsdimensjoner som teoretiske perspektiver for artikkelen.

2.1 Digitalisering

Begrepet digitalisering brukes på forskjellige måter i ulike fagkretser. Denne artikkelen forholder seg til digitaliseringslitteraturen slik den beskrives av Unruh og Kiron (2017) og Verhoef et al. (2021), der en digitaliseringsprosess består av tre faser som ender i en digital transformasjon. Den første fasen, digitizing, beskriver den teknologiske overgangen når analog informasjon blir digital, og innebærer automatisering av interne rutiner og arbeidsoppgaver med mål om kostnadsbesparelser og effektiv ressursutnyttelse. Et typisk eksempel er å sende dokumenter på e-post istedenfor i posten, et annet er digitale bestillinger. Fase to, digitalisering, er en mer omfattende form for innovasjon der informasjonsteknologi gjør det mulig å endre prosesser som produksjon, distribusjon, kommunikasjon og kundeoppfølging. Eksempler er bruk av robot eller implementering av digitale kommunikasjonskanaler mellom bedrift og kunde. Målet er at digitalisering skal bidra til kostnadseffektivitet, effektiv produksjon og en bedre kundeopplevelse (Verhoef et al., 2021). I fase tre, digital transformasjon, skjer de mest radikale endringene, med for eksempel utvikling av digitale plattformer og dataadrevne

forretningsmodeller (Verhoef et al., 2021). En slik transformasjon er viktig for eksisterende bedrifter for å unngå innlåsing i nåværende praksiser. I denne artikkelen brukes digitalisering som en samlebetegnelse på hele digitaliseringsprosessen.

Relativt få ansatte gjør i teorien SMB-er mer fleksible og tilpasningsdyktige enn større bedrifter. Dette er gode forutsetninger for innovasjon (Damanpour, 2010), men likevel er SMB-er ofte mindre digitalisert enn store bedrifter (Eller et al., 2020). Studier av digitalisering i SMB-er i rurale regioner viser at bedriftene utfordres av manglende tid, støtte, økonomi og kompetanse til å gjennomføre digitaliseringsprosesser. Imidlertid opplever bedriftene muligheter for merkevarebygging og markedsføring, nye arbeidsplasser, effektivisering og tilgang til nye markeder (Randall et al., 2020). Videre viser studier av digitalisering i SMB-er i reiselivssektoren at bedriftene utfordres av manglende opplæring, høye kostnader og manglende kompetanse (Dredge et al., 2018) samt svak digital infrastruktur og lav vilje blant tradisjonelle bedrifter til å digitalisere (Popescu, 2019). Like fullt opplever bedriftene muligheter knyttet til kommunikasjon, synlighet, økt internasjonal rekkevidde og forbedret kvalitet (Dredge et al., 2018) samt nye former for nettverk og samarbeid (Popescu, 2019).

2.2 Nærhet

For å øke forståelsen av utfordringene og mulighetene SMB-ene opplever, kan man undersøke hvordan ulike nærhetsdimensjoner påvirker digitalisering. Ved å «være nær» andre bedrifter kan egne ressurser og kunnskap komplementeres av andres ressurser og kunnskap (Brink, 2018). Boschma (2005) skiller mellom fem former for nærhet som kan bidra til kunnskapsproduksjon og innovasjon: geografisk, kognitiv, sosial, organisatorisk og institusjonell nærhet. Geografisk nærhet beskriver den fysiske avstanden mellom aktører og har tidligere blitt beskrevet som en forutsetning for innovasjon og læring. Ifølge Boschma (2005) er denne formen for nærhet hverken en forutsetning eller tilstrekkelig form for nærhet, og bør i en innovasjonsprosess suppleres av andre former for nærhet. I denne artikkelen forstås geografisk nærhet som avstanden mellom SMB-ene og aktører som kan bistå SMB-ene med digitalisering. Kognitiv nærhet handler om betydningen av en felles kunnskapsbase som forutsetning for læring og innovasjon. For at en bedrift skal tilegne seg ny kunnskap, må den nye kunnskapen være nær bedriftens eksisterende kunnskapsbase. Kognitiv nærhet forstås derfor som avstanden mellom kunnskapsbasen til SMB-ene og den kunnskapen bedriftene trenger for å digitalisere. Sosial nærhet er «sosiale relasjoner mellom aktører på mikronivå» (Boschma, 2005, s. 66) og beskriver tillitsrelasjoner basert på vennskap, slektskap og delte erfaringer som grunnlag for kunnskapsdeling og innovasjon. Organisatorisk nærhet beskrives som relasjoner i og mellom organisasjoner, og institusjonell nærhet omhandler vaner, rutiner og etablerte praksiser som påvirker relasjoner og sosialt samspill. Imidlertid kan både for mye og for lite nærhet være et problem i en innovasjonsprosess. For mye kognitiv nærhet kan gi innlåsingeffekter der aktørene blir for like hverandre, og for lite kognitiv nærhet kan være utfordrende ved at aktørene er for ulike til å ta i bruk hverandres kunnskap (Boschma, 2005).

I litteraturen beskrives også andre former for nærhet: Virtuell nærhet utvikles ved bruk av teknologi (Coughlan, 2014) og kan redusere betydningen av geografisk nærhet ved at aktører samhandler gjennom digitale plattformer (Brink, 2018). Studier viser at SMB-er bør utvikle ulike former for nærhet for å innovere (Brink, 2018), og at nærhet til lokal og nasjonal kunnskap kan kompensere for lite tid, få ressurser og svak kunnskapsbase, og slik forenkle innovasjonsprosesser for SMB-er (Kapetaniou & Lee, 2018).

3 Metode

3.1 Om Innlandet og reiselivssektoren

Innlandet er et fylke som karakteriseres av store geografiske avstander, spredt bosetning, fødselsunderskudd og landets største andel av eldre mennesker. Offentlig sektor sysselsetter 35 prosent av befolkningen, og næringsstrukturen domineres av reiseliv, skogbruk, vareproduksjon, landbruk og bioøkonomi (Innlandet fylkeskommune, 2020). Basert på disse rurale kjennetegnene (Jauhiainen & Moilanen, 2012) og at mindre enn halvparten av

befolkningen bor i urbane områder, betraktes hele fylket som en rural region (Jokinen et al., 2020, s. 17; Sagheim & Nilsen, 2021).

Nasjonalt er Innlandet en betydelig reiselivsregion med lange tradisjoner. Reiselivssektoren er omfattende og inkluderer små og mellomstore bedrifter som tilbyr attraksjoner, arrangement, overnatting, servering og persontransport. Næringen står for en stor del av regionens verdiskaping og sysselsetting (Innlandet fylkeskommune, 2020). Privathyttemarkedet er betydelig og gir et vesentlig bidrag til den totale sysselsettingen og samfunnsøkonomien. Innlandet har flere av landets største vinterdestinasjoner, som Trysil, Beitostølen og Sjusjøen, i tillegg til attraksjoner som Hunderfossen Familiepark, OL-anleggene og Prøysenhuset og nasjonalparkene Jotunheimen, Rondane og Dovrefjell–Sunndalsfjella (Innlandet fylkeskommune, 2020). Reiselivssektoren preges av mange små aktører og av ustabil og mangelfull organisering, og den har derfor et stort potensial knyttet til samarbeid (Innlandet fylkeskommune, 2020).

3.2 Rekruttering, utvalg og datainnsamling

Rekrutteringen av respondenter fulgte tre utvelgelseskriterier: Bedriftene måtte være lokalisert i Innlandet, ha 1–99 ansatte og tilhøre reiselivssektoren. Utvelgelsen startet bredt og fulgte snøballmetoden (Tjora, 2017). Utvalgte bedrifter ble først intervjuet, før de tipset om andre relevante aktører. I tillegg ble destinasjonsselskapenes medlemslister benyttet for å gjøre et tilfeldig utvalg basert på type reiselivsvirksomhet. For å oppnå et heterogent utvalg er bedrifter som jobber strategisk med digitalisering (fem bedrifter er i en prosess med å etablere en digital strategi), og bedrifter med mindre målrettet digitaliseringsarbeid, inkludert i utvalget.

Hovedvekten av bedriftene befinner seg i de mest perifere områdene av Innlandet, som i Lesja, Lom, Nord-Fron og Trysil. For å ivareta regionens kjennetegn med spredt bosetning og variert næringsstruktur, og for å gi et helhetlig bilde av Innlandet som fylke, er bedrifter lokalisert i byene (Hamar, Gjøvik, Lillehammer og Elverum) inkludert. De fleste av disse bedriftene har en betydelig del av sin økonomiske aktivitet i de rurale delene av fylket.

Type bedrift	Antall
Attraksjoner og arrangement	6
Overnatting og servering	4
Persontransport	5
Destinasjonsselskap	2
Totalt	17

Tabell 1. Oversikt over hvilken type bedrift respondentene representerer.

Det ble gjennomført 17 semistrukturerte kvalitative intervjuer, med en gjennomsnittlig varighet på 50 minutter. Alle respondentene er daglig leder i sin virksomhet. På grunn av covid-19 ble noen av intervjuene gjennomført digitalt (10), andre fysisk (6). En respondent ønsket å svare via

e-post. Enkle justeringer av intervjuguiden ble gjort underveis i datainnsamlingsprosessen, men hovedsakelig ble samme intervjuguide brukt. Til slutt ble alle intervjuene transkribert og analysert.

4 Utfordringer og muligheter ved digitalisering

Nedenfor presenteres de mest fremtredende utfordringene og mulighetene bedriftene opplever ved digitalisering, sett i lys av nærhetsdimensjonene. Analysen viser at spesielt tre av Boschmas (2005) nærhetsdimensjoner har betydning for utfordringene og mulighetene bedriftene opplever ved digitalisering: geografisk, kognitiv og sosial nærhet. Disse vektlegges derfor videre.

4.1 Utfordringer ved digitalisering

4.1.1 Svak bredbåndsdekning

For et desentralisert næringsliv er digital infrastruktur en forutsetning for effektiv drift og samhandling over geografiske avstander (NOU 2020:15). Imidlertid beskrev en tredjedel av respondentene utfordringer ved svak bredbåndsdekning. Spredt bebyggelse og lave befolkningstall gir få tilknytningspunkter og lav lønnsomhet ved utbygging av bredbånd. I en verden der «alt» foregår på internett, svekkes bedriftene av svak internettforbindelse, noe flere respondenter beskrev: «Det er ikke tvil om at vi som er litt utenfor bysentrum, taper stort ved å ikke ha bredbånd (...) Alt går jo på nett. Du klarer nesten ikke drive en bedrift uten nettilgang.» (respondent 7)

Reiselivssektoren gikk tidlig gjennom store endringer som følge av digitalisering, blant annet fordi tradisjonelle reisebyråer ble erstattet av nettbaserte bestillingssystemer (Ølnes & Simonsen, 2013). Likevel opplever enkelte bedrifter at implementering av digitale bestillingssystemer utfordres av svak bredbåndsdekning:

Jeg har jo ikke «online booking» enda, for jeg har ikke turt å ha noe som gjør at jeg er avhengig av ... en linje som ikke er stabil (...) Bookingsystemet mitt har gått ut på dato, det kan ikke få online booking, og de nye systemene krever at du har bedre nett enn vi har, så det har liksom stoppa. (respondent 12)

For å bote på utfordringene har bedriftene investert i kostbare internettløsninger, men respondentene beskrev det som frustrerende at de selv må dekke mesteparten av kostnaden.

Utfordringene ved svak bredbåndsdekning kan knyttes til romlige dimensjoner og egenskaper ved regionen (Haefner & Sternberg, 2020). Tidligere studier (Coughlan, 2014; Norris, 2020; Roberts et al., 2017) viser at ulemper ved store geografisk avstander mellom bedrifter kan kompenseres av virtuell nærhet ved at aktører kan samhandle digitalt, men da kreves det god digital infrastruktur. Svak bredbåndsdekning forsinker derfor bedriftenes utvikling og bidrar til digitale skiller mellom urbane og rurale regioner (Bürgin & Mayer, 2020).

4.1.2 Ressurskrevende

Reiselivssektoren er omfattende og består av mange SMB-er som ofte har få ressurser (Dredge et al., 2018). Respondentenes beskrivelse av digitalisering som ressurskrevende i form av økonomi, tid og kompetanse var derfor ikke uventet. En respondent uttalte at det krever «litt 'guts' og selvtillit» (respondent 9) å investere i digitale løsninger fordi løsningene er kostbare. Det ble også beskrevet som utfordrende at bedriftene mangler tilstrekkelig digital kompetanse. Bedriftene utfordres av liten kognitiv nærhet til kunnskapen de trenger for å digitalisere. Derfor må digitaliseringsprosesser ledes av innleide aktører:

Det er vanskelig å ha den kompetansen «in-house». Å følge med på den raske utviklingen som skjer (...) Vi klarer ikke det på teknologi- og digitaliseringssiden. Så da er man avhengig av å kjøpe kompetanse, og da er det kostnadene som er barrieren. (respondent 4)

Med et areal på over 52 000 km² karakteriseres Innlandet av store geografiske avstander, der over en tredjedel er bosatt i fire av regionens byer (Hamar, Gjøvik, Lillehammer og Elverum)

(Innlandet fylkeskommune, 2020). Det kan derfor være lange avstander mellom bedriftene i de mest perifere områdene og kompetansebedrifter som ofte er lokalisert i byene. Dette gjør digitalisering tid- og kostnadskrevende: «Hvis vi bruker eksterne til å være med i produksjon eller bistå teknisk, så har de gjerne lang reisetid» (respondent 9). Dette indikerer at den geografiske og kognitive nærhetsdimensjonen har betydning for hvorfor bedriftene opplever digitalisering som ressurskrevende.

Respondentene beskrev trekk ved ansatte som en begrensning ved digitalisering. Flere fortalte at de ansatte opplever digitalisering som utfordrende, og at dette ofte skyldes de ansattes alder:

Arbeidsstokken min er godt voksne folk som har vært med i veldig mange år. Jeg opplever dem som innovative, men vi faller ofte litt fort tilbake til at vi helst skulle gjort det slik vi har gjort det før (...) En av de store utfordringene er evnen til å tenke nytt når du har en arbeidsstokk som har vært med i mange år. (respondent 8)

Holdningene respondenten beskriver, skaper lite fleksibilitet og åpenhet for nye løsninger, og eksemplifiserer det Boschma (2005) beskriver som en innlåsingeffekt ved for lite kognitiv nærhet, der bedriften låses inn i etablerte mønstre fordi ansatte ikke ser behovet for endring. Dette viser at bedriftene utfordres av typiske kjennetegn ved rurale regioner som høy gjennomsnittsalder.

To respondenter fortalte at de på grunn av manglende kompetanse har overlatt deler av det digitale ansvaret til sine voksne barn. «Barna» har mer digital kompetanse og kan bistå ved utforming av nettside og sosiale medier samt ved implementering av enkelte digitale løsninger. Videre omtalte respondentene ulike former for sosial nærhet via nettverk og samarbeid med bedrifter i og utenfor regionen som viktig for erfaringsutveksling. Dette viser at stor sosial nærhet til venner, familie og andre bedrifter kan redusere den kognitive avstanden mellom aktører ved at læring skjer basert på tillitsfulle relasjoner (Boschma, 2005). Nærhet til andre aktører kan dermed kompensere for manglende ressurser og svak kunnskapsbase, et funn Kapetaniou og Lee (2018) også gjør. Imidlertid kan faren for innlåsingeffekter melde seg dersom bedriftene kopierer hverandre og blir for like (Boschma, 2005). Tette relasjoner bør derfor balanseres med kunnskap utenfra for å unngå at bedriftene kopierer hverandre og utviklingen stanser.

4.2 Muligheter ved digitalisering

4.2.1 Effektivisering, profesjonalisering og automatisering

Respondentene beskrev også muligheter ved digitalisering. For majoriteten handler digitalisering om å gå fra penn og papir til digitale systemer som effektiviserer og automatiserer arbeidsprosesser:

Det viktigste med digitalisering er en enklere arbeidshverdag med tanke på skjemaføring og sånn for de som er ute og gjør jobben, og ikke minst å få det inn her uten å ha så mye dobbeltarbeid som vi har i dag. Da vil vi kunne frigjøre mye ressurser for å kunne utvikle bedriften. (respondent 14)

Videre ble digitalisering beskrevet som nødvendig for å overleve og som «en profesjonalisering av bedriften» (respondent 6). Digitalisering kan gi kostnadseffektive løsninger, for eksempel digitale bestillingssystemer, og slike systemer kan styrke bedriftenes konkurransekraft ved at bedriftene oppleves mer moderne.

4.2.2 Markedsføring, kommunikasjon og samarbeid

Digitalisering gjør det mulig å kommunisere målrettet fordi budskap kan skreddersys mot ulike kundegrupper. Slik kan flere kunder nås på en effektiv måte. Dette ble beskrevet som viktig for små bedrifter med få ressurser: «Vi treffer andre målgrupper, andre kunder. Man kommer ut til et nytt marked. Og for oss som både er lokale, men også ønsker å bli mer nasjonale, så er det kjempeviktig.» (respondent 11)

Videre ble muligheter for kommunikasjon via digitale flater beskrevet: For det første ble digital kommunikasjon over geografiske avstander beskrevet som viktig for bedriftene i utkantene: «Vi bor jo så gravgrendt til, men det har på en måte ikke så veldig mye å si, når vi er digitale» (respondent 17). For det andre kan bedriftene få hjelp av aktører lokalisert langt unna. Dette ble beskrevet som positivt fordi «de kan sitte et helt annet sted og grave seg ned i systemet og rette på ting» (respondent 9). For det tredje gjør digitalisering det enklere å opprettholde eksisterende samarbeid for bedrifter i periferien samt samarbeid over kommunegrensene. En respondent beskrev samarbeidsmulighetene som følge av digitalisering slik: «Det er mye spennende samarbeid som dukker opp i kjølvannet av digitalisering (...) Jeg ser at bransjen samarbeider med konkurrentene, man samarbeider med nye og andre bransjer, man samarbeider med utviklere av teknologi. Både i inn- og utland.» (respondent 11) Disse mulighetene knyttet til digital kommunikasjon viser at utfordringer ved geografiske avstander kan kompenseres av økt virtuell nærhet ved hjelp av digitale hjelpemidler.

4.3 Betydningen av nærhet i digitaliseringsprosesser for små og mellomstore reiselivsbedrifter i rurale regioner

Analysen viser at bedriftene opplever ulike utfordringer og muligheter ved digitalisering. Tabell 2 viser hvilken betydning analysen indikerer at de ulike nærhetsdimensjonene har for den enkelte utfordring og mulighet.

Utfordringer og muligheter ved digitalisering Geografisk		Nærhetsdimensjoner		
		Geografisk	Kognitiv	Sosial
Utfordringer	Svak bredbåndsdekning	Stor	Liten	Liten
	Manglende ressurser (økonomi, tid og kompetanse)	Stor	Liten	Liten
Muligheter	Effektivisering, profesjonalisering og automatisering	Stor	Stor	Stor
	Markedsføring, kommunikasjon og samarbeid	Stor	Stor	Stor

Tabell 2. Betydningen av nærhetsdimensjonene for utfordringene og mulighetene små og mellomstore reiselivsbedrifter i rurale regioner opplever ved digitalisering.

Utfordringene ved svak bredbåndsdekning skyldes typiske kjennetegn ved rurale regioner som lange geografiske avstander til eksisterende infrastruktur, spredt bebyggelse og lave befolkningstall. Den geografiske dimensjonen er derfor av stor betydning. Videre ble manglende ressurser, og mangelfull digital kompetanse spesielt, trukket frem som utfordrende. Ved å ta kjennetegnene ved rurale regioner i betraktning, antas både den geografiske og kognitive nærhetsdimensjonen å ha betydning for hvorfor digitalisering oppleves ressurskrevende. På den andre siden ble effektivisering, profesjonalisering og automatisering beskrevet som muligheter. Bedriftenes geografiske beliggenhet har liten betydning for disse, men kognitiv nærhet er viktig for at bedriftene ser og realiserer mulighetene. Videre ble markedsføring, kommunikasjon og samarbeid beskrevet som muligheter. Kommunikasjon og samarbeid over geografiske avstander er viktig for å redusere betydningen av de geografiske avstandene regionen kjennetegnes av, og derfor er betydningen av den geografiske dimensjonen stor. Deretter viser empirien at sosial nærhet til venner, familie og bedrifter er viktig for å realisere mulighetene, for eksempel ved at bedriftene øker kunnskapsnivået gjennom sosiale relasjoner.

Det har tidligere blitt argumentert for at en viss grad av nærhet langs samtlige dimensjoner må være til stede for at læring skal skje (Boschma, 2005). Imidlertid viser denne studien det motsatte: Ikke alle nærhetsdimensjonene må være til stede for kunnskapsdeling. Sosial nærhet kan veie opp for manglende kognitiv nærhet samt for geografiske avstander til andre bedrifter.

Studien viser dermed at manglende nærhet av én dimensjon (f.eks. kognitiv) kan kompenseres av andre former for nærhet (f.eks. sosial). Dette viser at hver enkelt nærhetsdimensjon er nyttig som analytisk dimensjon for å utvikle kunnskap om bedrifters digitaliseringsprosesser, men at dimensjonene realiserer sitt fulle potensial som analytiske verktøy ved studier av samspillet mellom nærhetsdimensjonene.

Andre studier belyser også samspillet mellom nærhetsdimensjonene. Lauvås og Nilsen (2018) viser at i kombinasjon med organisatorisk nærhet kan sosial nærhet veie opp for store geografiske avstander når regionen kjennetegnes av tynne strukturer og manglende F&U. Videre viser Steinmo og Rasmussen (2018) at liten kognitiv nærhet kan kompenseres av stor sosial nærhet ved at mindre erfarne bedrifter er mer avhengige av sosiale nettverk med mer erfaring. Dette indikerer at betydningen av stor sosial nærhet reduseres ved økende kognitiv nærhet (mer kunnskap om digitalisering). Likeens viser denne artikkelen at betydningen av nærhetsdimensjonene endres over tid som følge av samspillet mellom dimensjonene: Utfordringene ved store geografiske avstander til kompetansemiljøer er størst i de første digitaliseringsfasene når kunnskapsnivået er lavt, men ulempene reduseres når kunnskapen øker. Dermed viser studien at betydningen av nærhetsdimensjonene endres over tid og som følge av gjensidige påvirkninger, samt at bedrifter kan komplementere egne ressurser og kunnskap ved å være nær andre bedrifter langs ulike dimensjoner av nærhet (Brink, 2018).

Å betrakte nærhetsdimensjonene som integrerte mekanismer med gjensidig påvirkning er antageligvis spesielt viktig i analyser av bedrifter i rurale regioner, gitt regionenes kjennetegn. Tillitsfulle relasjoner kan fungere som supplement til manglende kognitiv nærhet ved at aktører med sosiale relasjoner støtter hverandre. Slik kan stor sosial nærhet supplere det manglende institusjonelle apparatet som rurale regioner ofte kjennetegnes av, både i tjenestesektoren, bedriftssfæren og i samfunnet ellers.

5 Konklusjon

Artikkelen startet med å stille et spørsmål: Hvilke utfordringer og muligheter opplever små og mellomstore reiselivsbedrifter i rurale regioner ved økt digitalisering sett i lys av nærhetsdimensjoner? Gjennom 17 intervjuer med SMB-er i reiselivssektoren i Innlandet viser studien at digitalisering kan være utfordrende på grunn av svak bredbånddekning. Digitalisering er også ressurskrevende, både økonomisk, tidsmessig og fordi SMB-ene ofte mangler digitaliseringskompetanse. Imidlertid kan digitalisering gi muligheter for effektivisering og bedre markedsføring, kommunikasjon og samarbeid. Disse funnene støttes av eksisterende forskning (Dredge et al., 2018; Popescu, 2019; Randall et al., 2020). I tillegg peker studien på at digitalisering kan bidra til økt profesjonalisering og automatisering.

For bedre å forstå utfordringene og mulighetene er de analysert i lys av nærhetsdimensjoner. Analysen viste at utfordringene ved digitalisering er tett forbundet med avstander til etablert infrastruktur og liten kognitiv nærhet til nødvendig kompetanse om digitalisering. Ved fravær av geografisk og kognitiv nærhet er sosial nærhet viktig, viser studien: Sosial nærhet er en betydningsfull kilde til læring og kunnskapsutveksling, og derfor er sosial nærhet viktig for å realisere mulighetene og løse utfordringene ved digitalisering. Dermed kan digitalisering fungere som en mekanisme som bygger ned etablerte territorielle hindre ved å tilrettelegge for kommunikasjon og samarbeid over geografiske avstander. De geografiske avstandene får mindre betydning ved at sosial og virtuell nærhet kompenserer for utfordringene ved geografiske avstander, og dermed kan forskjellene mellom urbane og rurale områder bli mindre.

Artikkelen bidrar med kunnskap om betydningen av ulike former for nærhet og om dynamikken mellom nærhetsdimensjonene. Studien viser at alle nærhetsdimensjonene ikke må være til stede for kunnskapsdeling, og det er i denne dynamikken mellom nærhetsdimensjonene at artikkelens teoretiske bidrag ligger: Der en nærhetsdimensjon har stort utslag (f.eks. sosial nærhet), har den den egenskapen at den kompenserer for bortfall på en annen (f.eks. geografisk nærhet). Dynamikken mellom nærhetsdimensjonene gjør at betydningen av en nærhetsdimensjon forandrer seg over tid fordi dimensjonene opptrer i et avhengighetsforhold: Betydningen av

geografisk nærhet er viktigere i en tidlig fase sammenlignet med en mer moden digitaliseringsfase. Dermed endres betydningen av geografisk nærhet til kompetansebedrifter som følge av at den kognitive nærheten øker.

Praktiske implikasjoner, videre forskning og avgrensninger

Studien gir noen praktiske implikasjoner for SMB-er i rurale og urbane regioner, i reiselivssektoren og øvrige sektorer. Studien viser at det trengs bedre bredbåndsforbindelse i de mest perifere områdene. Dette er en debatt som har aktualisert seg som følge av covid-19 og mer bruk av hjemme- og hyttekontor. Prioritering av godt utbygd bredbånd kan gi muligheter for regionene, for eksempel større mobilitet knyttet til arbeidsplasser. For det andre viser studien at sosiale relasjoner kan fungere som et supplement ved manglende kunnskap og store geografiske avstander ved at bedriftene tilegner seg kunnskap som et resultat av sosial nærhet til andre aktører. Studien angir dermed at nærhet til profesjonelle (bedrifter) og ikke-profesjonelle (familie og venner) aktører er viktig. For det tredje kan for stor sosial og kognitiv nærhet gjøre at bedriftene blir for like (Boschma, 2005). Det er derfor viktig at bedriftene tilegner seg ulik kunnskap ved å samarbeide med aktører fra andre næringer eller regioner. For det fjerde synliggjøres viktigheten av å tilrettelegge for samarbeid og kunnskapsutveksling. Offentlige aktører kan tilrettelegge for samarbeid ved å etablere nettverk og støtteordninger, på tvers av type virksomhet, sektor og region. Videre kan offentlige aktører tilrettelegge for kompetanseheving innenfor gitte temaer (f.eks. digitalisering). Bedrifter kan danne egne samarbeidsfora for å diskutere og løse felles utfordringer, på tvers av region og sektor. At bedriftene samarbeider og står sammen som en gruppe, kan gi bedriftene større påvirkningskraft overfor myndighetene, for eksempel for å få større bevilgninger til bredbåndsutbygging.

Flere studier bør undersøke dynamikken mellom nærhetsdimensjonene og hvordan ulike former for nærhet kan kompensere for hverandre, både i reiselivssektoren i andre regioner, men også for andre sektorer enn reiselivssektoren. Det kan også være hensiktsmessig å se nærmere på sammenhengen mellom de tre ulike digitaliseringsfasene og nærhetsdimensjonene for å forstå hvilke former for nærhet som har mest betydning for de ulike fasene, også i andre sektorer og regioner.

Regionens kjennetegn med variert bosetnings- og næringsstruktur reflekteres av studiens utvalg, og derfor vil det være forskjeller mellom bedriftene i hvordan de opplever de nevnte utfordringene og mulighetene. Funnene er kontekststøttede og kan derfor ikke generaliseres til SMB-er i Innlandet generelt eller til små og mellomstore reiselivsbedrifter i andre rurale regioner.

Referanser

Boschma, R. (2005). Proximity and innovation: A critical assessment. *Regional Studies*, 39(1), 61–74. <https://doi.org/10.1080/0034340052000320887>

Brink, T. (2018). Organising of dynamic proximities enables robustness, innovation and growth: The longitudinal case of small and medium-sized enterprises (SMEs) in food producing firm networks. *Industrial Marketing Management*, 75, 66–79. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2018.04.005>

Bürgin, R. & Mayer, H. (2020). Digital periphery? A community case study of digitalization efforts in swiss mountain regions. I S. Patnaik, S. Sen & M. Mahmoud (Red.), *Smart village technology* (s. 67–98). Springer.

Coughlan, T. (2014). Enhancing innovation through virtual proximity. *Technology Innovation Management Review*, 4(2), 17–22. <https://doi.org/10.22215/timreview/765>

- Dagenborg, J. (2019). Valg 2019 – Her er SMB Norges smørbrødlister til politikerne. *dinbedrift.no*. Hentet 27. januar 2021 fra <https://www.dinbedrift.no/valg-2019-her-er-smb-norges-smorbrolister-til-politikerne/>
- Damanpour, F. (2010). An integration of research findings of effects of firm size and market competition on product and process innovations. *British Journal of Management*, 21(4), 996–1010. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.2009.00628.x>
- Dredge, D., Phi, G., Mahadevan, R., Meehan, E. & Popescu, E. S. (2018). Digitalisation in tourism: In-depth analysis of challenges and opportunities. Low Value procedure GRO-SME-17-C-091-A for Executive Agency for Small and Medium-sized Enterprises (EASME) Virtual Tourism Observatory. Aalborg universitet.
- Eller, R., Alford, P., Kallmünzer, A. & Peters, M. (2020). Antecedents, consequences, and challenges of small and medium-sized enterprise digitalization. *Journal of Business Research*, 112, 119–127. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.03.004>
- European Network for Rural Development. (2017). Revitalising rural areas through business innovation. European Network for Rural Development.
- Haefner, L. & Sternberg, R. (2020). Spatial implications of digitization: State of the field and research agenda. *Geography Compass*, 14(12), 1–16. <https://doi.org/10.1111/gec3.12544>
- Iammarino, S., Rodríguez-Pose, A. & Storper, M. (2017). Why regional development matters for Europe's economic future. Working Papers of the Directorate-General for Regional and Urban Policy. WP 07/2017. Europakommisjonen.
- Innlandet fylkeskommune. (2020). Vi bygger Innlandet – Kunnskapsgrunnlag til Innlandsstrategien 2020–2024 – Langversjon. https://www.innlandetfylke.no/_f/p1/if435d888-6623-4d03-90e9-c068a021a63c/vi-bygger-innlandet-kunnskapsgrunnlag-til-innlandsstrategien-langversjon.pdf
- Innlandsutvalget. (2015). Sluttrapport. Nærings- og fiskeridepartementet. https://www.regjeringen.no/contentassets/doc597b45fc344c0994736b5ff9d91ee/rappoort-innlandsutvalget_skjerm.pdf
- Innovasjon Norge. (2021). Nasjonal reiselivsstrategi 2030 – Sterke inntrykk med små avtrykk. https://assets.simpleviewcms.com/simpleview/image/upload/v1/clients/norway/Nasjonal_Reiselivsstrategi_original_d2e9-486d-9c4e-7d1e7709ca32.pdf
- Jauhainen, J. S. & Moilanen, H. (2012). Regional innovation systems, high-technology development, and governance in the periphery: The case of Northern Finland. *Norsk Geografisk Tidsskrift – Norwegian Journal of Geography*, 66(3), 119–132. <https://doi.org/10.1080/00291951.2012.681685>
- Jokinen, J., Nilsson, K., Karlsdóttir, A., Heleniak, T., Kull, M., Stjernberg, M., Borges, L. A. , Norlén, G., Randall, L., Grunfelder, J., Teräs, J., Meijer, M. W., Refsgaard, K., Slätmo, E., Lundgren, A. Cuadrado, A., Weber, R., Grunfelder, J., Norlén, G., Randall, L. & Gassen, N. S. (2020). State of the Nordic region 2020 (Nord 2020-001). Nordisk ministerråd, Nordregio. <https://doi.org/10.6027/NO2020-001>
- Kapetaniou, C. & Lee, S. H. (2018). Geographical proximity and open innovation of SMEs in Cyprus. *Small Business Economics*, 52(1), 261–276. <https://doi.org/10.1007/s11187-018-0023-7>
- Lauvås, T. A. & Nilsen, T. (2018). The role of proximity dimensions in facilitating university-industry collaboration in peripheral regions: Insights from a comparative case study in Northern Norway. *Arctic Review on Law and Politics*, 9, 312–331. <https://doi.org/10.23865/arctic.v9.1378>

- Norris, L. (2020). The spatial implications of rural business digitalization: Case studies from Wales. *Regional Studies, Regional Science*, 7(1), 499–510.
<https://doi.org/10.1080/21681376.2020.1841674>
- NOU 2020: 12. (2020). Næringslivets betydning for levende og bærekraftige lokalsamfunn. Nærings- og fiskeridepartementet og Kommunal- og moderniseringsdepartementet.
<https://www.regjeringen.no/contentassets/6e57b898abea46f1bde2108f82ce1796/nou/pdfs/nou20202020001200odddpd>
- NOU 2020:15. (2020). Det handler om Norge – Utredning om konsekvenser av demografiutfordringer i distriktene. Kommunal- og moderniseringsdepartementet.
<https://www.regjeringen.no/contentassets/3b37c1baa63a46989cb558a65fccf7a1/nou/pdfs/nou20202020001500odddpd>
- Næringslivets Hovedorganisasjon. (2018). Verden og oss. Næringslivets perspektivmelding 2018.
https://www.nho.no/siteassets/publikasjoner/naringslivets-perspektivmelding/pdf-er-30okt18/nho_perspektivmeldingen_hele_web_lowres.pdf
- Næringslivets Hovedorganisasjon. (u.å.). Fakta om små og mellomstore bedrifter (SMB). Hentet 02. september 2020 fra <https://www.nho.no/tema/sma-og-mellomstore-bedrifter/artikler/sma-og-mellomstore-bedrifter-smb/>
- Popescu, E. S. (2019). The digital transformation of tourism SMEs in the European Union: Challenges, opportunities and support. Aalborg universitet.
https://www.projekter.aau.dk/projekter/files/306181233/European_Tourism_SMEs_in_a_Digital_Context.pdf
- Randall, L., Vestergård, L. O. & Meijer, M. W. (2020). Rural perspectives on digital innovation: Experiences from small enterprises in the Nordic countries and Latvia (Nordregio-rapport 4-2020). Nordisk ministerråd. <http://doi.org/10.6027/R2020:4.1403-2503>
- Roberts, E., Anderson, B. A., Skerratt, S. & Farrington, J. (2017). A review of the rural-digital policy agenda from a community resilience perspective. *Journal of Rural Studies*, 54, 372–385.
<https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2016.03.001>
- Sagheim, K. B. & Nilsen, T. (2021). Blessing or curse for regions and firms? Narratives of the sharing economy as an innovative practice in a rural region in Norway. *Norsk Geografisk Tidsskrift – Norwegian Journal of Geography*, 75(3), 127–141.
<https://doi.org/10.1080/00291951.2021.1918759>
- Salemink, K., Strijker, D. & Bosworth, G. (2017). Rural development in the digital age: A systematic literature review on unequal ICT availability, adoption, and use in rural areas. *Journal of Rural Studies*, 54, 360–371. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2015.09.001>
- Srinuan, C. & Bohlin, E. (2011). Understanding the digital divide: A literature survey and ways forward. Innlegg presentert ved 22nd European Regional Conference of the International Telecommunications Society (ITS): Innovative ICT Applications – Emerging Regulatory, Economic and Policy Issues, Budapest, Ungarn. Sammendrag hentet fra <https://www.econstor.eu/handle/10419/52191>
- Steinmo, M. & Rasmussen, E. (2018). The interplay of cognitive and relational social capital dimensions in university-industry collaboration: Overcoming the experience barrier. *Research Policy*, 47(10), 1964–1974. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2018.07.004>
- Tjora, A. (2017). *Kvalitative forskningsmetoder i praksis* (3. utg.). Gyldendal Norsk Forlag.
- Unruh, G. & Kiron, D. (2017). Digital transformation On purpose. Hentet 02. september 2020 fra <https://www.sloanreview.mit.edu/article/digital-transformation-on-purpose/>
- Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Qi Dong, J., Fabian, N. & Haenlein, M. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of*

Business Research, 122, 889–901. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.022>

Zahoor, N. & Al-Tabbaa, O. (2020). Inter-organizational collaboration and SMEs' innovation: A systematic review and future research directions. *Scandinavian Journal of Management*, 36(2). <https://doi.org/10.1016/j.scaman.2020.101109>

Ølnes, S. & Simonsen, M. (2013). Bookingtenester i reiselivet: Ei undersøking av bookingvanar og bruk av globale bookingtenester (Rapport 5/2013). Vestlandsforskning. https://www.vestforsk.no/sites/default/files/migrate_files/vf-rapport-5-2013-bookingtenester-i-reiselivet.pdf

[1] Bedrifter med 1 til 99 ansatte (Næringslivets Hovedorganisasjon, u.å.).

Les hele Magma 6/21

Om medlemskap i Econa

Medlemsfordeler

Karriere

Kurs og arrangementer

Student

Ledige stillinger

Medlemsbetingelser

Personvern

Informasjonskapsler

Econa

Rosenkrantz' gate 22

Postboks 1869 Vika
N-0124 Oslo

Tlf. 22 82 80 00
post@econa.no

Org nr. 967 371 696



[Vis stort kart](#)