

Från skalfördelar till Povel Ramel

– samverkan mellan småföretag i glesbygdsmiljö

Jörgen Lithander

Inledning

Introduktion

Hur kan ett samarbete mellan småföretag från olika branscher i glesbygd se ut? Varför uppstår det? Kan ett sådant samarbete förklaras utifrån befintliga teorier?

Syftet med detta kapitel är att utifrån ett ekonomiskt perspektiv beskriva och analysera Drivknuten, ett exempel på småföretagssamverkan i norrländsk glesbygd. Arbetet är *disponerat* enligt följande: Inledningsvis tecknas en bakgrund baserad på olika teorier med anknytning till frågeställningarna. Efter denna överblick ägnas nästkommande avsnitt åt ett besök i verkligheten, närmare bestämt en fallstudie om företagssamverkan hämtad från Strömsunds kommun i norra Jämtland. Med utgångspunkt från denna empiri sker i nästa avsnitt en analys, där jag i ekonomiska termer söker tolka och resonera mig fram till en förståelse av fallstudien. Det avslutande avsnittet innehåller en diskussion och reflektion över småföretagssamverkan samt några lärdomar som kan dras av det presenterade fallet. Som alltid framkommer även ett antal frågeställningar som fordrar, och stimulerar till, fortsatt forskning. *Tillvägagångssättet* kan vara av intresse; det empiriska inslaget bygger på intervjuer, telefonsamtal och kontakter via e-post under en fyraårsperiod, 1999-2003, med två av initiativtagarna till Drivknuten. Två omfattande intervjuomgångar (bandade) har genomförts. Frågescheman har skickats till respondenterna en vecka innan respektive träff, vilka sedan legat till grund för de semi-strukturerade intervjuer som utförts. Intervjuerna har genomförts i Drivknutens lokaler och berört deras organisation, uppstart, verksamhet och interaktion med lokalsamhället. För att summera: Antalet intervjuade personer är få, men mycket centrala i sammanhanget. Tidsperiodens längd, fyra år, och intervjuernas omfattning ger detaljerad information och möjligheter att studera förändringar över tid.

Låt oss emellertid börja med några konkreta exempel från igår och idag på ekonomiskt samarbete i vid bemärkelse.

Dricksvatten och småföretagsdelegation

Samverkan mellan människor eller organisationer i ekonomiska sammanhang är ingenting nytt. Det handlar egentligen om verksamheter där behov eller problem

enklare och mer effektivt löses tillsammans än enskilt. Historiskt kan vi se att behovet av vägar ledde fram till vägföreningar där de hugade trafikanterna delade på planering, finansiering och ansvar. Det allmänna behovet av dricksvatten, vägbelysning, tvättstugor m m har medfört ett liknande ekonomiskt samarbete (Lundström 1998). Ett färskt exempel med norrländska förtecken kan vara behovet av funktionsenliga snöskoterleder. Enskilda snöskoteråkare kan svårligen själva klara av planering, markägarkontakter, finansiering, byggande och underhåll av milslånga leder. Här krävs ett samarbete, i första skedet mellan individer inom en snöskoterklubb och i förlängningen kanske även mellan olika klubbar om ambitionen utökas till längre sammanhängande ledssystem. Jag har anledning att återkomma till denna liknelse längre fram i arbetet.

På senare tid har det börjat dyka upp litteratur inom komparativ politisk ekonomi som hävdar att samarbete mellan företag är gynnsamt för en nations konkurrensförmåga. Hall och Soskice (2001) skriver exempelvis:

...the principal problem facing policymakers [...] is one of inducing economic actors to cooperate more effectively with each other (s 45).

I Sverige är det kanske framförallt Gnosjö och ”Gnosjöandan”, som lyfts fram som förebild när det gäller företagssamverkan (Johannisson & Mönsted 1997, Gummesson 1997, Berggren m fl 1998). Även den svenska staten har uppmärksammat frågan och i rapporten *Goda idéer om småföretag och samverkan* har Småföretagsdelegationen (SOU 1998:92) på regeringens uppdrag sökt kartlägga, identifiera och analysera problemställningar som rör småföretagssamverkan och social ekonomi¹ i Sverige. Rapporten har som utgångspunkt att småföretagens behov av samverkan är av stor betydelse för deras utveckling. I rapporten definieras småföretagssamverkan som:

... en frivillig samverkan i ekonomisk verksamhet, där parterna har gemensam beslutanderätt om gemensamma angelägenheter och där verksamheten syftar till att tillgodose konkreta behov antingen hos de samverkande parterna eller i omvärlden. Dessa behov sammanhänger med småföretags komparativa nackdelar såsom resursbrist och avsaknad av skal fördelar (s 16).

Det är således tydligt att det är samarbeten som avser att kompensera för ”litenheten” som avses i denna rapport, små kan bli stora genom att samarbeta.

¹ Hur den sociala ekonomin skall definieras är omdiskuterat. I den refererade rapporten sägs det att: ”Den sociala ekonomin består av privata och kooperativa ak[t]örer som bedriver näringsverksamhet med samtida ekonomiska och samhällsnyttiga mål, som främjar delaktighet och självförverkligande och är förankrade i lokalsamhället” (s 9). Läsaren skall dock vara medveten om att andra definitioner av begreppet förekommer i andra sammanhang, se exempelvis Kulturdepartementet (1999).

Teoretisk översikt

Företagssamarbete – en ekonomisk rationalitet?

Inledningens exempel torde uppfattas som tämligen logiska och okontroversiella, men när vi flyttar blicken till småföretag i dagens marknadsekonomi kan marken kännas en smula mer gungig. Företag skall väl konkurrera och inte samverka? Traditionell neoklassisk ekonomisk teori har också mycket riktigt svårt att hantera detta. Ett grundantagande är här ett stort antal företag vilka agerar oberoende av varandra och där respektive företags framgång avgörs av effektiviteten i den egna produktionen. Företeelser som samarbete och entreprenörskap ges inte mycket utrymme. Baumol (1968) kommenterar företags-ledare och företag i neoklassisk teori på följande sätt:

[The Businessman becomes a]...profit maximizer, a calculating robot, programmed mechanical component in the automatic system that constitutes the firm (s 68).

I den mån teorierna nämner samarbete är det för att beskriva hur den effektivitetsbefrämjande konkurrensen, helt eller delvis, kan sättas ur spel genom kartellbildningar och liknande. Drivkrafterna för detta är då att kunna hålla en högre prisnivå än under en ren konkurrens och därigenom höja sin vinst (på konsumenternas bekostnad). Ett flertal exempel från verkligheten indikerar dock att kombinationen av konkurrens och samverkan mellan företag kan vara en väl så effektiv ansats som scenariot där företagen agerar som enskilda öar.² Med utgångspunkt i denna iakttagelse menar You och Wilkinson (1994) att en omvärdering av den roll som konkurrens och samarbete faktiskt kan spela för ett framgångsrikt företagande är en av de viktigaste uppgifterna för ekonomisk teoribildning.

Utanför den neoklassiska sfären finns emellertid exempel på forskning som berör ämnet. Brandenburger och Nalebuff (1996) har t o m lanserat ett särskilt uttryck, *co-opetition*, som söker fånga denna till synes motsägelsefulla kombination. Uttrycket, baserat på spelteori, skall förstås som en kombination av samarbete och konkurrens där den totala vinsten för alla spelare tillsammans överstiger summan av de enskilda spelarnas insatser. Även forskningsfälten industriella distrikt, kluster och nätverk lyfter fram kombinationen av konkurrens och samverkan som en effektiv strategi. Det går att härleda åtminstone delar av denna diskurs tillbaka till slutet av 1800-talet och Marshalls (1947) tankar om ekonomisk dynamik, det vill säga fördelar med företagskoncentrationer i avgränsade geografiska områden. Marshall hävdade att enskilda företag inom sådana områden, sk *industriella distrikt*, åtnjuter skalfördelar och tillgång till högt specialiserade stödtjänster, maskiner samt kompetent personal och snabb kunskaps-

² För att nämna några välkända exempel: Gnosjö, Silicon Valley (IT), Sassuolo (kakelplattor), Montebelluna (skidpjäxor).

spridning på ett sätt som vore omöjligt för ett enskilt företag utanför området. Piore och Sables (1988) uppmärksammade bok *The Second Industrial Divide*, kan ses som en pånyttfödelse för Marshalls tankegångar och ett startskott för intresset för de industriella distrikten i Italien. Synen på vad som utmärker industriella distrikt varierar något, men förenklat kan de sägas avse geografiskt avgränsade områden med en hög koncentration av små- och medelstora företag. I sådana områden samarbetar företagen och det omgivande samhället på ett mycket aktivt sätt, vilket kan tolkas som att ett ömsesidigt beroende har uppstått (Bellandi 1989). En annan utmärkande egenskap är diskussionen om stordriftsfördelar eller skalfördelar. Företagen är enskilt små, men kan genom att dra nytta av områdets totala resurser ändå erhålla skalekonomiska fördelar. Det går alltså att säga att dessa skalfördelar är externa för företaget, men interna för det industriella distriktet (Asheim 1994). You och Wilkinson (1994) hävdar i samma anda att samarbete mellan företag, gemensamt understödda stödfunktioner av teknisk, finansiell karaktär tillsammans med normer, regler och konventioner i lokalsamhället kan vara viktiga framgångsfaktorer för dessa områden. Den moderna teoribildningen kring de industriella distrikten kan emellertid sägas betona de kollektiva aspekterna mera än vad Marshall ursprungligen gjorde.

En närstående diskussion, med den amerikanske ekonomen Michael Porter som inspirationskälla, behandlar *kluster*.³ Med kluster avses vanligtvis ett antal företag inom samma eller närstående branscher som på varierande sätt har en formell eller informell relation till varandra. Det är ofta underförstått att företagen i fråga ligger i närheten av varandra, ett geografiskt kluster, men det är inte nödvändigt. Det bör dock påpekas att det saknas en entydig, allmänt vedertagen definition av begreppet. Porter (1990) menar att ett kluster av självständiga, informellt länkade företag och institutioner är en kraftfull organisationsform som erbjuder fördelar i effektivitet och flexibilitet. Täta relationer mellan företag förbättrar möjligheterna till lärande och snabbt informationsutbyte. Ett omtalat exempel är Saxenians (1994) jämförelse av Silicon Valley och Route 128, två högteknologiska områden i USA. Företagen i Silicon Valley sägs kombinera samverkan och konkurrens på ett sätt som gynnar flexibilitet, lärande och innovationsförmåga. Företagen inom Route 128 arbetar mer isolerat och hierarkiskt och upplever svårigheter att hänga med i den snabba utvecklingen. I jämförelsen mellan Silicon Valley och Route 128 skriver Saxenian:

The current difficulties of Route 128 are to a great extent the product of its history. The region's technology firms inherited a business model and a social and institutional setting from an earlier industrial era. When technology remained relatively stable over time, vertical integration and corporate centralization offered needed scale economies and market control. In an age of volatile technologies and markets, however, the horizontal coordination

³ Från engelskans cluster: anhopning, klunga, grupp.

provided by interfirm networks enables firms [in Silicon Valley] to retain the focus and flexibility needed for continuous innovation” (s 162).

Detta för oss in på *nätverkens* betydelse för företagsutveckling och ekonomisk prestationsförmåga. Nätverk kan förekomma internt i företag/organisationer eller externt, mellan företag och dess omgivning. Diskussionen om nätverk är synnerligen rik och kan endast summariskt återges i detta sammanhang (se exempelvis Lind 2002, Varamäki 2001). Kärnan i begreppet kan sägas vara de ”nät” eller ”nätverk” av sociala relationer som existerar runt människor. Sådana nätverk kan ha olika utseenden och variera avsevärt i såväl formaliseringsgrad som intensitet. Enligt detta synsätt spelar de sociala relationerna roll, även i ekonomiska sammanhang. Effektiviteten i ett företag bestäms här *både* av den faktiska produktionskickligheten och av förmågan att hantera relationer. Exempelvis kan en entreprenör genom att använda sitt personliga nätverk sänka företagets transaktionskostnader genom att utöka kunskapen om andra marknadsaktörer (Jarillo 1993).

Betydelsen av personliga kontakter (Strong- and Weak Ties) vid jobsökning påpekades av Granovetter (1974) redan på 1970-talet. Detta synsätt har även diskuterats när det gäller företagsuppstart (Aldrich m fl 1987). Johannisson (1986) har även lyft fram det personliga nätverket som en stor tillgång i entreprenörens verktygslåda. Genom nätverkskontakter kan entreprenören skaffa sig (kontroll över) resurser som annars vore svåruppnåeliga.

Ovanstående genomgång ger en glimt av några av de mest diskuterade aspekterna på företagssamarbete. I nästkommande avsnitt betraktas småföretagens förhållande till sitt närområde.

Företagande: lokal interaktivitet eller solitärer i vakuum?

Det finns olika åsikter inom forskarsamhället huruvida företag skall uppfattas som ”inbäddade” i sitt lokalsamhälle eller ej. Ett flertal italienska forskare, exempelvis Bellandi (1989), betonar betydelsen av det ömsesidiga beroendet mellan lokalsamhället och småföretag inom de industriella distrikten i Italien. Beccatini (1990) menar t o m att samarbetet är av en sådan art att det finns tendenser till att gränserna mellan de båda parterna suddas ut. Uppfattningen att företaget samspelar med sin omgivning återfinns även i Sverige, kulturgeografen Malmberg (2002) skriver exempelvis:

Utveckling och konkurrenskraft förstås bäst om det enskilda företaget betraktas som en del av ett system bestående av de företag, organisationer och andra aktörer med vilka det samspelar (s 7).

Den sk Bolton-rapporten (1971) menar att småföretagare är starkt rotade i sitt närområde och på olika sätt söker gynna det. Senare forskning från exempelvis Turok och Richardson (1991) samt Curran och Blackburn (1994) går dock i

motsatt riktning och lyfter istället fram småföretagare som en grupp som i sin strävan efter självständighet verkar enbart strikt företagsmässigt, mer eller mindre frikopplade från sitt lokala sammanhang. Spilling (1998) menar däremot att den nära omgivningen, bland annat stöttning från familj och vänner, har betydelse för benägenheten att starta nytt företag. Forskningsläget om kopplingen mellan småföretag å ena sidan och näringslivet, den lokala ekonomin, å den andra är således en smula osäkert. Låt oss därför avslutningsvis flytta blicken till en mer ”administrativ rapport” från EU (Commission of the European Communities 2001), vilken även den berör ämnet. EU använder sig då av begreppet *Corporate Social Responsibility*, (CSR). Uttrycket är tämligen mångtydigt men uttyds i rapporten som:

companies integrate social and environmental concerns in their daily business operations and in their interaction with their stakeholders on a voluntary basis (s 8).

Konceptet har både en företagsintern- respektive företagsextern dimension och rymmer en mångfald av aktiviteter; exempelvis stöd till sport, kultur, hälsa, välfärd, utbildning, miljö m m. I en färsk rapport (Observatory of European SMEs 2002) presenteras en undersökning om omfattningen av sådana CSR-aktiviteter bland små- och medelstora företag, sk SME.⁴ Rapporten ger inte en bild av företag som isolerade öar; vartannat av de ca 7 600 undersökta företagen (SME) i Europa säger sig vara involverade i sådan verksamhet.⁵ Den relativt höga andelen bör givetvis förstås utifrån den breda definitionen.

Trots den något divergerande debatten tycks det således finnas visst belägg för iakttagelsen att företag även är involverade i aktiviteter utanför den sk kärnverksamheten.

Fältet smalnas av

Efter ovanstående översiktliga teoretiska bakgrund, är det dags att bli mer specifik. Jag har nedan extraherat ett antal aspekter på företagssamarbete, vilka senare kommer att användas i analysen av fallstudien.

Den kanske intuitivt mest uppenbara aspekten avser *ekonomiska stordriftsfördelar* eller *skal fördelar*. De små företagen har nackdelar i sådan produktion där längre tillverkningsserier ger lägre styckkostnader. Mer eller mindre fasta kostnader för maskiner, kontorsutrustning, marknadsföring och liknande blir för

⁴ SME är en förkortning av ”micro, small and medium-sized enterprises”. Kortfattat uttryckt innebär det företag med upp till 249 anställda. Det finns även andra kriterier (ex ägande, omslutning m m) som inte berörs närmare här. Den intresserade hänvisas till EU (2003).

⁵ Studien inkluderade 19 länder; EU-medlemmar samt Island, Liechtenstein, Norge och Schweiz. Aktiviteterna ligger inom ett brett spektrum. När det gäller sport, kultur, hälsa och utbildning avses verksamhet som riktas till andra grupper än den egna personalen. Andra exempel kan vara engagemang rörande miljö, utbildning, offentliga angelägenheter m m.

det lilla företaget förhållandevis hög per producerad enhet. Genom att flera små företag går samman om inköp/drift av kontorsutrustning, marknadsföring, vissa administrativa tjänster m m kan de agera som ett större företag och därigenom sänka styckkostnaden per företag. Detta är en mycket konkret samarbetsvinst, uppenbarligen är det billigare för det enskilda företaget om kostnader för skrivare, kopiatorer m m kan delas på flera. Liknande tankegångar, men givetvis i mycket större skala, står att finna i litteraturen om de sk industriella distrikten som tidigare berörts. Asheim (1994) hävdar exempelvis att den logiska grunden för industriella distrikt vilar på skapandet av externa skal fördelar (economies of scale). Sådana skal fördelar är alltså externa ur det enskilda företags synpunkt, men interna för området, eller för gruppen av små företag. Detta innebär att små företag i ett industriellt distrikt kan närma sig eller t o m konkurrera med de interna skal fördelarna (internal economies of scale) hos stora företag.

I den så kallade TCE-ansatsen, *Transaction Cost Economics*, diskuteras bl a företagets (eller entreprenörens) val mellan att köpa en vara på marknaden respektive producera den själv. Förutom själva produktionskostnaden tas då även hänsyn till transaktionskostnader,⁶ ekonomins motsvarighet till mekanikens friktion, vilket gör att de totala kostnaderna kan bli lägre för egenproduktion jämfört med externa inköp från andra företag även om själva produktionskostnaden är lika stor, eller t o m högre, än på marknaden⁷.

Coase (1937) var den förste att uppmärksamma detta i en berömd artikel på 1930-talet. Williamson (1985) har vidareutvecklat tankegångarna hos Coase och pekar på att högre grad av imperfekt kunskap och osäkerhet ökar sannolikheten för opportunistiskt beteende vilket renderar i högre kostnader. En annan aspekt är även att ju mer specialiserad den önskade varan/tjänsten är desto mer fördelar föreligger med egen produktion för att kunna dra nytta av erfarenheter från användandet i produktionen.

Varför väljer företag att satsa tid och pengar på aktiviteter inom det sk *Corporate Social Responsibility*-fältet? Sannolikt finns inte en enda förklaring, utan snarare ett helt batteri av sådana. En första ansats är lyfta fram altruistiska motiv. En strikt bokstavs tolkning av altruism innebär i det närmaste total oegennyttia vilket synes tämligen sällsynt. Hårddraget utesluter detta alla handlingar som skänker utföraren någon form av tillfredställelse, exempelvis av att ha gjort något till nytta för lokalsamhället. Redan Schumpeter (1934/1996) vände sig mot ett

⁶ Med transaktionskostnader menas i korthet kostnaderna för själva genomförandet av en transaktion, kostnader för att träffa avtal samt kostnader för de informationsinhämtningar och beräkningar som ligger till grund för avtalet. Se ex Williamson (1975, 1981, 1985) för en genomgång.

⁷ Det bör observeras att även egenproduktion kommer att medföra ett visst mått av transaktionskostnader genom inköp av råvaror och/eller mer eller mindre förädlade delkomponenter, se Demsetz (1993).

sådant stramt synsätt. En något mer nyanserad uppfattning har däremot Sjöstrand (1995) när han definierar altruism som:

...situations in which the primary consequences of human action are utility or wealth also for (some) others (even though, rightly or wrongly, such actions often could be described as simultaneously beneficial to the actor) (s 27).

Följande denna syn kan det hävdas att en företagare kan bidra till lokal utveckling genom handlingar som till stor, eller övervägande, del gynnar andra men även i mindre omfattning ökar den egna nyttan. En stark vilja att hjälpa, utveckla, sitt närområde kan då resultera i handlingar som inte kan motiveras av strikt företagsekonomiska skäl.

Förutom rent altruistiska motiv kan även liknande förklaringar sökas i den entreprenöriella diskursen. Schumpeter (1934/1996), Spilling (1998) och Johannisson (1992) lyfter alla fram entreprenörens egen inre tillfredställelse som en viktig drivkraft. Med en stark regional identitet och företagare djupt rotade i sin hembygd kan det argumenteras för att insatser som bidrar till lokal utveckling kan resultera i en sådan inre tillfredställelse. Entreprenörskapsteorierna inkluderar även en särskild variant av entreprenörskap där utövarna kallas samhälls-entreprenörer. En samhälls-entreprenör kan förenklat sägas vara en person som ”sätter fart på” den lokala utvecklingen utan tankar på personlig vinning. Johannisson (1992) menar att en viktig drivkraft för dessa är uppskattning från det lokala samhället. Casson (1982) är inne på liknande tankar och hävdar att en av entreprenörens drivkrafter är att uppnå status i omgivningens ögon.

Det kan även föreligga *företagsinterna sociala vinster* till ett samarbete. En undersökning av Forum för småföretagsforskning (Hult m fl 2000) visar att var tredje soloföretagare tar upp ensamheten som en nackdel med företagandet. En småföretagare kan således uppleva sig som ganska ensam i sin vardag, en sådan känsla kan även förstärkas i de fall han eller hon dessutom har kontoret i hemmet. Det verkar därför rimligt att en liten företagare kan finna det positivt att kunna pröva idéer och utbyta erfarenheter med andra företagare eller helt enkelt att ha sällskap i fikarummet.

Drivknuten: ett företag för företag

Kapitlet bygger, som tidigare framförts, på personliga intervjuer, telefonsamtal och e-post med två av Drivknutens initiativtagare under perioden 1999-2003.

Drivknuten är namnet på ett ”samarbetsföretag”, en ekonomisk förening, med huvudsakligen småföretag som medlemmar och ägare. Den geografiska hemvisten är Strömsunds kommun, i norra Jämtland. I Drivknutens regi samarbetar företagen på ett sätt som är gynnsamt både för de enskilda företagen, men också i viss utsträckning för närområdet.

För att få en uppfattning om den miljö som Drivknuten verkar i inleder jag med en kort beskrivning av närområdet.

Ingen trängsel i omgivningen

Strömsunds kommun är Jämtlands nordligaste och utgör gränskommun mot Västerbottens län i norr samt Norge i väster. Kommunen har drygt 13 300 invånare med gott om plats, ungefär 900 000 m² per person. Här finns 2,63 procent av Sveriges yta, men bara 0,15 procent av landets invånare.⁸ Kommunen uppvisar en negativ befolkningsutveckling och enbart under de senaste tio åren har invånarantalet minskat med över 15 procent. Centralorten Strömsund, med sina knappt 4 000 invånare, ligger ca tio mil norr om Östersund, länets enda stad.

Drivknutens säte ligger i byn Öhn, en mil utanför Strömsund. Byn ligger, som namnet tydligt antyder, på en ö. Det är ingen tätbefolkad plats, ca 100 invånare, men den måste ses som relativt företagstät med sina sju aktiva företag.

Trettiofyra medlemmar och ett hus på Öhn

Efter denna omgivningsbild riktar vi intresset mot Drivknuten. Organisationen bildades 1996 och företagsformen är ekonomisk förening.⁹ De 34 medlemmarna betalar 1 000 kr i insats vid inträdet i föreningen samt en årlig medlemsavgift, också den på 1 000 kr.¹⁰ Medlemsföretagen är spridda över ett flertal olika branscher, exempelvis tillverkande företag, konsulter, mediaföretag, livsmedelsproducenter och turistföretag. Faktum är att även eventuella blivande företagare finns representerade genom företagsgymnasiet vid Hjalmar Strömerskolan, Strömsund. Ursprungligen kom de flesta medlemsföretagen från Öhn, där föreningen har sitt säte, men i takt med att nya medlemmar har anslutit sig har upp-tagningsområdet utökats. I dagsläget finns det medlemsföretag från Blåsjön i norr (15 mil norr om Strömsund) till Uppsala i söder (60 mil söder om Strömsund). Den absoluta majoriteten av medlemmar kommer dock fortfarande från Strömsunds närområde.

Föreningens ändamål pekats på sedvanligt sätt ut i deras stadgar, där det framgår att Drivknuten ska:

... främja sina medlemmars ekonomiska intressen genom att utveckla det lokala företagandet samt att verka för bygdens positiva framtida utveckling (www.drivknuten.se 2003).

⁸ Egna beräkningar. Invånarantal och landarealer hämtade från <http://www.scb.se> (2003).

⁹ Ekonomisk förening är en företagsform som till viss del påminner om aktiebolaget. En viktig skillnad är dock att inflytandet kopplas till medlemskapet och inte antalet insatser, således gäller en medlem – en röst. För ytterligare information se exempelvis Lundén (2002).

¹⁰ Kallas av Drivknuten för serviceavgift.

I Drivknutens egna lokaler, ett hus på Öhn, finns kontor för både medlemsföretag och egen verksamhet samt utrymmen för möten och gemensamma träffar. Förutom medlemsföretagens egen personal, ca 90 personer, har även Drivknuten i sig själv anställda. Under 2002 hade de 13 personer på lönelistan,¹¹ vilket motsvarar ca tre heltidstjänster. En person är heltidsanställd och arbetar med såväl bokföringstjänster ute hos medlemsföretagen som med övergripande administration i Drivknutens egna lokaler. Arbetsuppgifterna för övrig personal är väsentligen administrativa, förutom en person som är slaktare och huvudsakligen hyrs ut till ett medlemsföretag. Även företag utanför Drivknuten kan köpa tjänster, men då till ett högre pris.

En undermålig väg leder till samarbete

Bakgrunden till den ekonomiska föreningens start kan spåras till våren 1994 när i stort sett hela byn agerade gemensamt mot den dåliga vägen mellan Öhn och kommuncentrat Strömsund. Senare gjorde även alla lokala företagare ett samlat agerande mot Telia i syfte att erhålla ISDN-uppkoppling till byn. Dessa händelser gav företagarna en insikt i att det var lättare att påverka yttre faktorer om de var enade i sina aktioner. Fem av företagen började nu fundera på att bilda en gemensam organisation och agera för gemensamma intressen. Företagen var generellt små och flera var s.k. soloföretag.¹² Idén var att ett samarbete dels kunde stärka de enskilda företagens konkurrenskraft och dels fylla en social funktion. Till detta skall även läggas en uttalad målsättning att på något sätt kunna bidra till närsamhällets utveckling.

Efter ett antal möten och diskussioner fick de i november 1996 klartecken att hyra ett hus i utkanten av byn, vilket kan sägas vara det egentliga startskottet för Drivknuten. I det skedet fanns det ett stort behov av kontorslokaler hos medlemsföretagen. Huset renoverades med stora ideella insatser och verksamheten kom igång på allvar ungefär ett halvår senare. I lokalen arbetar i dagsläget ett av medlemsföretagen samt föreningens egna anställda. Under de första åren fanns ytterligare två medlemsföretag i lokalerna, men förändrade förutsättningar har gjort att de flyttat ut. Det kvarvarande medlemsföretaget har dock expanderat och fyller tillsammans med Drivknutens egen personal de befintliga utrymmena.

Konkurrenskraft, lokal utveckling och trivsel

Initiativtagarna uppger, som tidigare berörts, i huvudsak tre skäl för att bilda Drivknuten. Jag kommer i det följande att kortfattat presentera exempel på deras verksamhet utifrån dessa grunder.

¹¹ Det vill säga personer som, i varierande omfattning, anställts av Drivknuten för diverse projekt- och korttidsuppdrag.

¹² Enmansföretag.

När det gäller att stärka *konkurrenskraften* hos medlemsföretagen har Drivknuten agerat på flera sätt. En tydlig strävan har varit att söka skalfördelar, vilket i detta fall innebär att kunna fördela fasta kostnader på fler användare. Drivknuten har köpt in datorer, kopiator, fax och liknande kontorsutrustning som medlemsföretagen kan utnyttja till självkostnadspris. På så sätt minskar investeringsbehovet för det enskilda medlemsföretaget. Företag med behov av kontorslokaler erbjuds utrymme i det gemensamma huset där hyrorna också är satta utifrån en självkostnadsprincip. Samarbete när det gäller utbildningar, marknadsföring och mässor sker också regelmässigt. Konkret kan det vid mässor exempelvis betyda att medlemsföretag sprider information om kollegor som inte kan närvara, stimulerar varandra att delta eller fungerar som ett stöd under själva mässan. Man känner sig helt enkelt lite "kaxigare" av att vara flera företag som hjälper varandra och delar monter.

Bland flera av medlemsföretagen finns det även ett behov av administrativ hjälp som marknaden har svårt att tillgodose. De enskilda företagens efterfrågan av sådana tjänster är ur den synpunkten för liten, i vissa fall kanske enbart fyra timmar per vecka. Kompetent personal, exempelvis inom administration och bokföring, går helt enkelt inte att rekrytera på en så låg tjänstgöringsgrad. Köpa tjänster av etablerade redovisningsbyråer har inte bedömts vara något alternativ, främst på grund av företagens önskan att få tjänsterna utförda på "hemmaplan", i det egna kontoret, men även till viss del på grund av priset. Genom bildandet av Drivknuten kunde de enskilda företagens behov läggas samman till en "pott" av tillräcklig storlek för att möjliggöra anställning av kompetenta personer. Drivknutens personal hyrs i nästa skede ut till de medlemsföretag som önskar, oavsett hur små de individuella behoven är.

En annan konsekvens av samarbetet är att respektive företag "tog med sig" sitt kontaktnät in i Drivknuten. När dessa enskilda kontakter och relationer kopplades samman till ett gemensamt nätverk gav det upphov till positiva synergieffekter, bl a i form av nya kunder för vissa av företagen. Genom medlemskap i föreningen och gemensamma träffar har vid flera tillfällen kontakter tagits som senare lett fram till nya uppdrag, för ett enskilt företag eller för flera företag tillsammans. En sådan samverkan, och de nya idéer som utifrån detta kan födas, kommenteras av en av initiativtagarna på följande sätt:

Det som varit stimulerande med verksamheten är det som skapats, samverkan och möjligheter att diskutera med andra företag inom varierande branscher. Att förverkliga idéer som ständigt kommer fram är också stimulerande.

Ett exempel på verksamheter av karaktären *lokal utveckling* kan vara samarbetet med företagsgymnasiet i Strömsund. Drivknuten fungerar här som ett "fadderföretag" för ungdomar på den ekonomiska grenen inom samhällsvetenskapsprogrammet. Syftet med detta är att ge eleverna direktkontakt med näringslivet.

Eleverna lär sig teorin i skolan och möter verkligheten hos sina fadderföretag. Till varje medlemsmöte finns en stående inbjudan till en lärare att delta. Fadderföretaget ställer upp med arbetstid och erfarenheter. Drivknuten ser två fördelar med detta. Dels får de sin verksamhet belyst och kommenterad av människor med nya ögon och dels menar de att skolan har en viktig roll att spela i bygdens utveckling – en aktiv och engagerad skola bidrar till ett aktivt samhälle.¹³ Ett annat exempel är de datorintresserade ungdomar som Drivknuten hjälpt med lokaler och utrustning tills de varit redo att starta ett eget företag inom multimedia, webdesign m m. Representanter från Drivknuten sitter även med i ledningsgruppen för Stop@stromsund, ett samarbetsprojekt mellan privata och offentliga aktörer som syftar till att stimulera besöksnäringen i Strömsund.

Drivknuten har under 2002 även bildat en innovationsgrupp, Drivbanken, där medlemsföretagen utsett representanter med särskild kompetens för uppgiften. Syftet är att fånga upp idéer ute i bygden som kan leda till produktion i befintliga eller nystartade företag. Erfarna företagare med kunskap inom verkstadssektorn åker ut till småföretagare och erbjuder kostnadsfri rådgivning och stöttning, givetvis under tystnadslöfte. Denna verksamhet har även rönt ett stort intresse hos ALMI.

Under hösten 2001 arrangerade Drivknuten en inspirationsresa till Gnosjö för företagare både i och utanför föreningen, kommunpolitiker, bankpersonal, arbetsförmedlare, lärare och elever från företagsgymnasiet m fl. Drivknuten chartrade ett eget flygplan och flög direkt till Jönköping. Resan blev lyckad och uppmärksammades i media, både i Småland och hemma i Jämtland. I Gnosjö besöktes ett stort antal företagare och innovativa personer. Resan anses ha fört företagare, politiker, tjänstemän och ungdomar närmare varandra och därigenom lagt en god grund för ett framtida samarbete.

Den *sociala aspekten* på Drivknutens verksamhet skall inte underskattas. De flesta av medlemsföretagen är småföretag, en del även soloföretag, och enligt dem själva kan företagaren då och då uppleva sig som ganska ensam. Följande citat, från en av initiativtagarna, styrker detta: ”Det finns ett enormt behov av att träffas, prata och synas!”.

Drivknuten ordnar gemensamma träffar i sitt eget hus, där medlemmarna under avspända former träffas och pratar med varandra. Sådana diskussioner kan förutom att vara rent trivselbaserade även innehålla inslag av företagsutveckling. Det kan vara någon som delar med sig av sina erfarenheter, informerar om intressanta fortbildningar eller vill ha hjälp med tips på personer med viss kompetens. Det händer även att Drivknuten anordnar speciella trivselarrangemang. Ett sådant exempel kan vara den konsert med Povel Ramel som anordnades under 2001

¹³ Skolan (Hjalmar Strömerskolan) utsågs 1998 och 2003 till årets UF-skola (Ung Företagsamhet), bl a för ett föredömligt samarbete med det lokala näringslivet (Länstidningen 2003, 12/6 samt Östersundsposten 2003, 8/10).

efter önskemål från medlemmarna. Många trodde att detta var en ouppnåelig önskan; en konsert med Povel Ramel i lilla Strömsund! Med hjälp av sitt kontaktnät lyckades Drivknuten dock genomföra konserten och resultatet blev en mycket uppskattad och, givetvis, fullsatt föreställning. En av initiativtagarna till Drivknuten var konferencier under evenemanget och scenen pryddes av en banderoll med texten ”Drivknuten gör visioner till verklighet”.

Drivknutens sätt att arbeta har väckt stort intresse och har sedan starten 1996 lockat ungefär 2 700 besökare, såväl nationella som internationella. Bland de mer långväga gästerna kan nämnas mongoler, ryssar och japaner. Huruvida dessa besök medverkat till liknande företagssamarbete på andra orter, och i så fall i vilken omfattning, är inte undersökt. Som ett enstaka exempel kan emellertid Porjus Partners nämnas. Det är en liknande samarbetsförening mellan småföretag i Norrbotten som bildats med direkt inspiration av Drivknuten.

... en föränderlig förening

Drivknuten har alltså funnits sedan 1996 och självklart har det hänt en hel del på den tiden. Här finns inte utrymme för några detaljerade utvecklingar varför jag tillåter mig att bli tämligen översiktlig.

När det gäller *medlemmarna* har det skett en markant ökning av antalet, från fem till trettiofyra. Detta tyder på ett intresse från omgivningen att delta i Drivknutens verksamhet. Otvivelaktigt har Drivknuten figurerat i en hel del sammanhang som väckt (positiv) uppmärksamhet; 2 700 besökare och en respektgivande mängd mediautrymme sätter naturligtvis sina spår i lokalsamhället. Det ligger nära till hands att tänka sig att Drivknuten uppfattas som ett positivt laddat varumärke, något man gärna vill knyta sig till. Initiativtagarna tror själva att ett medlemskap i Drivknuten av många uppfattas som ett tecken på att företaget ifråga är förändringsbenäget.

Drivknutens tre *grundvalar* har tidigare utpekats som en strävan att öka medlemsföretagens konkurrenskraft, behov av social samvaro samt en känsla för närområdet. Dessa grundstenar ligger kvar, men har förändrats i styrka sedan starten. Behovet av kontorslokaler och kontorsutrustning har minskat märkbart. Detta beror delvis på att företag har flyttat och lagts ner eller att vissa av företagens familjesituation har förändrats. En annan förklaring är det generella prisfallet på dator- och kommunikationsutrustning, billigare produkter har helt enkelt minskat de vinster som ett gemensamt ägande medför. Vad som 1996 ansågs som en dyr och ovanlig utrustning finns idag nästan i var mans hem. Det bör kanske tilläggas att det fortfarande finns såväl medlemsföretag som gemensam utrustning kvar i huset.

Behovet av personal med rätt kompetens, i medlemsföretagens egna lokaler, på ett begränsat antal timmar, visar på flera förändringar. Några företag som använde sig av denna möjlighet har flyttat eller upphört med verksamheten.

Intressantare ändå är att vissa av företagen gradvis har ökat sina köp av dessa tjänster tills de nått en nivå där de fann det rationellt att istället anställa personerna ifråga. Detta har medfört en överflyttning av personal från Drivknuten till de enskilda företagen. Företagen hävdar att dessa anställningar knappast skulle ha skett utan den möjlighet till gradvis inlussning som medlemskapet medfört.

Den sociala sidan av ett medlemskap betonas fortfarande. Det är god upplutning på mötena och behovet för företagare att under otvungna former få träffas och prata verkar obrutet stort. Medlemmarna har under perioden lärt känna varandra på ett sätt som gynnar det fortsatta samarbetet.

Drivknutens inställning till lokal utveckling har förändrats, kanske delvis på grund av omgivningens reaktioner, vilket även berörs nedan. Medlemmarna har ett fortsatt starkt intresse för att skapa nya arbetstillfällen i området och på så sätt bidra till utvecklingen. Man deltar fortfarande i sk kommunala utvecklingsprojekt, men på ett mindre aktivt sätt än tidigare. Motivet till detta uppges vara bristande gensvar från såväl myndigheter som övriga företag i kommunen på en del av de konkreta förslag som presenterats. De känner nu därför att energin mera bör koncentrera sig på medlemsföretagens utveckling än på det omkringliggande samhällets. Denna inställning är emellertid något ambivalent, på samma gång som man ger uttryck för en viss uppgivenhet diskuteras nya tänkbara sätt att gå vidare med de utvecklingsidéer som fortfarande finns och kommer fram.

Omgivningens inställning är en intressant fråga. Omedelbart efter uppstarten uppvisades en viss tveksamhet och avvaktan, sannolikt grundad på en osäkerhet om vad Drivknutens småföretagssamverkan egentligen innebar. Det dröjde emellertid inte länge förrän ett anmärkningsvärt stort intresse växte fram med bokstavligen talat busslaster av besökare. Kommunen var i detta skede mycket positiv och lyfte fram Drivknuten som ett spännande exempel på positiv företagssamhet. Totalt kom närmare tretusen besökare under några få års tid vilket sågs med blandade känslor av Drivknuten. Självklart var det roligt att bli uppmärksammas, samtidigt som de egentligen inte hade något behov av att marknadsföra Drivknuten som sådan. Dessutom var det en relativt tidskrävande verksamhet. Efter några år avtog emellertid det kommunala intresset, Drivknutens verksamhet hade så småningom blivit en normal del i Strömsunds näringsliv och upphörde att lyftas fram som ett PR-objekt för kommunen. Intresset bland företag är dock fortsatt stort, vilket avspeglas i det ökande medlemsantalet.

I skrivande stund har Drivknuten inlett ett arbete där den framtida verksamheten och utvecklingen diskuteras. Det råder en hög medvetenhet i föreningen om vikten av att vara dynamisk, eller som de själva uttrycker det: ”Drivknuten skall vara en föränderlig förening”.

Analys

I detta avsnitt kommer jag att betrakta Drivknuten och dess verksamhet utifrån de teorier som tidigare presenterats. Jag inleder med ”rena” ekonomiska perspektiv och söker sen resonera ekonomiskt även om några andra aspekter.

Ekonomiska skalfördelar (stordriftsfördelar) är uppenbart en relevant aspekt på småföretagssamverkan. De små företagen har pga sin storlek nackdelar i sådan produktion där längre tillverkningsserier ger lägre styckkostnader. Mer eller mindre fasta kostnader för maskiner, kontorsutrustning, marknadsföring och liknande blir för det lilla företaget förhållandevis höga per producerad enhet. Den tidigare presenterade diskussionen om industriella distrikt visar också att detta är en av förklaringarna till deras framgång. Små företag i samverkan kan gemensamt uppnå skalfördelar som normalt är förbehållna större produktionsenheter. För Drivknuten är detta ett tillämpligt resonemang under förutsättning att skalan växlas ner rejält för att passa deras småskalighet. Ett av de uttalade skälen till Drivknutens tillkomst uppges vara sökandet efter skalfördelar; konkret uttryckt att dela på vissa kontorsmaskiner, marknadsföringsprojekt, mässdeltagande m m.

Transaction Cost Economics (TCE) är en ansats som beskriver vilka kostnader (transaktionskostnader) som uppstår när resurser skall organiseras på marknaden. En konsekvens av detta blir bland annat att uppmärksamma företagens (eller entreprenörens) val mellan marknadsinköp eller egenproduktion av en vara. En förlängning av detta resonemang kan vara att diskutera bristande tjänsteutbud. I den mån det lokala utbudet är bristfälligt kan det medföra att de önskade tjänsterna inte finns tillgängliga. Naturligtvis kan de ändå köpas, om priset höjs tillräckligt mycket. Om företaget kommunicerar en vilja att acceptera allt högre priser kommer slutligen leverantörer från andra orter finna det lönsamt att leverera den efterfrågade tjänsten även på den lokala marknaden. Detta innebär dock att vi befinner oss exakt i den situation som nämndes ovan. Priset för externa inköp, summan av produktions- och transaktionskostnader, kommer då att vara högt, sannolikt så högt att en egenproduktion kan vara ett attraktivt alternativ.

I Drivknutens fall har de befintliga tjänsteföretagen i området inte det utbud av servicetjänster som efterfrågas av medlemsföretagen. Det handlar om hjälp med ekonomi, administration, telefonpassning m m som är aktuellt för Drivknutens solo- och småföretagare. Produkten (tjänsten) definieras då som en kombination av egenskaper såsom kompetens, pris, omfattning (enstaka timmar), produktionsplats¹⁴ m m. Om inte tjänsten går att köpa återstår att producera den själv, dvs att

¹⁴ Eftersom en tjänst produceras och konsumeras samtidigt och inte kan lagras blir produktionsplatsen mycket viktig. Anta t ex att den specifika efterfrågan från konsumenten är att disponera en person i sin egen lokal en timme per dag för att utföra administrativa uppgifter på plats. Det befintliga utbudet (bokföringsbyråer m.fl) inskränker sig till de administrativa uppgifterna, men inte att lösa dem på plats. I ett sådant fall kan det sägas att den efterfrågade tjänsten (med hela dess innehåll) inte kan erbjudas på marknaden.

anställa personal som utför uppgifterna. Var och en av företagen efterfrågar emellertid endast bråkdelar av en heltidstjänst vilket i praktiken även utesluter den möjligheten. Utbudet av kompetenta individer med en önskan att arbeta enstaka timmar i veckan i en by, utanför centralorten, i en glesbygdskommun, får anses som tämligen begränsad. Den lokala arbetsmarknadens utbud harmoniserar således inte med medlemsföretagens specifika efterfrågan. Vad som i praktiken återstod att göra var således att medlems-företagen själva skapade företaget Drivknuten som kunde erbjuda det utbud som medlemsföretagen efterfrågade.

En viktig beståndsdel av TCE-ansatsen är informationskostnader. Ett vanligt neoklassiskt antagande är att företag har kostnadsfri, fullständig information om såväl efterfrågan som relevanta produktionsrelaterade kostnader. Verkligheten avviker emellertid från detta, inte minst för ett litet företag i glesbygden. Genom att koppla samman de enskilda företagens informationskanaler och nätverk får alla medlemsföretag i Drivknuten tillgång till mer och sannolikt en bättre information. Detta kan i praktiken betyda nya kunder, leverantörer, marknadsföringskanaler m m.

Uppenbarligen finns det ett engagemang för lokalsamhället bland Drivknutens medlemsföretag. Detta yttrar sig exempelvis i mentorskap för elever på företagsgymnasiet, hjälp till nya företagare, huvudmannaskap för kulturarrangemang m m som mycket väl faller in i begreppet *Corporate Social Responsibility*. När företagarna i Drivknuten engagerar sig i lokalsamhällets utveckling hamnar man nära det "specialfall" av entreprenörskapet som benämns samhällsentreprenör. I samtal med företrädare för Drivknuten framkommer en stolthet över närområdet, en mer allmän vilja att det skall ske utveckling i hembygden. Dessa känslor verkar även som en drivkraft för vissa av deras aktiviteter. När Drivknuten ordnar trivselarrangemang eller engagerar sig i olika utvecklingsprojekt ligger det inte långt borta att tänka sig en uppskattande omgivning. Ett sådant handlande kan hävdas vara altruistiskt om vi följer Sjöstrands terminologi. Nu är det knappast meningsfullt att dra upp en skarp skiljelinje mellan lokalsamhället och Drivknutens medlemsföretag. I de små samhällen vi här talar om är det mycket tydligt att en bättre utveckling av Strömsund (höjd attraktionskraft, ökat invånarantal och förbättrad kommersiell service m.m.) dels gör det till en trevligare plats att bo i även för Drivknutens medlemmar, men även på sikt underlättar företagens personalsituation. Sannolikheten för medlemsföretagen att behålla befintlig personal samt att anställa nya personer, rekryterade utanför kommunen, måste anses högre om området har god samhällsservice, rikligt utbud av fritidsaktiviteter, fungerande skolor m m. Således finns det "nyttor" för såväl Drivknuten som det övriga samhället av deras agerande.

Redan från början har Drivknutens tillkomst även motiverats utifrån vad man kan kalla *företagsinterna sociala vinster*. En av initiativtagarna säger:

Jag tror att många medlemmar söker sig till oss för den sociala biten, vi har en bra gemenskap samtidigt som vi gör något konstruktivt.

Under intervjuerna framkommer antydningar om att den sociala samvaron egentligen innehåller två delkomponenter; förutom den rena trivselaspekten även ett visst mått av ekonomiskt småprat som direkt eller indirekt kan stimulera och hjälpa företagaren i dennes verksamhet.

Lärdomar och reflexioner

Vad kan vi lära oss av detta exempel? Självklart finns det alltid en begränsning i hur mycket generaliserbar kunskap man kan utvinna ur ett fall. Jag är medveten om detta. Den detaljerade informationen och den nära kontakten skapar emellertid, tillsammans med studiens longitudinella ansats, samtidigt förutsättningar för en fördjupad förståelse som en storskalig kvantitativ studie svårligen kan uppnå. Den generella överblicken, baserad på en stor datamängd, erhålls där på bekostnad av den mer detaljerade insikten. Givet dessa begränsningar och förtjänster kommer jag i detta avsnitt att diskutera och reflektera över företeelsen småföretagssamverkan.

Motiven till samarbete mellan företag är som synes flera. De små företagen har pga sin storlek nackdelar i sådan produktion där längre tillverkningsserier ger lägre styckkostnader. Det är därför inte förvånande att det finns en hel del exempel på småföretag som i varierande formaliseringsgrad samverkar för att motverka sådana storleksnackdelar. Gemensam marknadsföringsorganisation, samarbete vid mässdeltagande, samutnyttjande av utrustning, gemensamt anordnade utbildningar m m är sådana exempel. En ytterligare dimension är när företag även har ett produktionssamarbete. Det kan då röra sig om en orderförfrågan till ett företag som själv inte har tillräckligt med (ledig) kapacitet. Istället för att tacka nej till ordern samarbetar man med andra företag och kan på så vis mobilisera tillräckligt med produktionskapacitet. Ett annat exempel kan vara etablerade företag som lånar ut maskiner till nystartade kollegor, måhända med tankar om ett framtida ömsesidigt samarbete. Ovanstående är mer eller mindre tekniska aspekter av samarbete, men det får dock inte glömmas bort att det även föreligger en social dimension, en önskan att träffas och diskutera med företagskollegor.

Samverkan mellan företag kan ta sig olika former, alltifrån strikt affärsmässighet till att innehålla betydande inslag av icke-kommersiell verksamhet. Till det senare kan exempelvis räknas samarbete i syfte att trygga eller vidareutveckla olika lokala servicefunktioner eller för att stödja föreningslivet. Även företags-samarbete som avser att stärka det lokala näringslivet genom att hjälpa nya företag att komma igång eller få befintliga att växa kan sägas ha en sådan allmännyttig funktion.

Det finns, som tidigare visats, olika åsikter inom forskarsamhället huruvida företag skall uppfattas som ”inbäddade” i sitt lokalsamhälle eller ej. Den starka känsla som företagen i *exemplet Drivknuten* visar för sitt närområde konkretiserad i många av deras handlingar bryter starkt med synen på företag som isolerade öar, utan nämnvärd kontakt med sitt närområde. Det ger upphov till vissa funderingar över homogeniteten i detta avseende. Kan det vara så att det föreligger regionala skillnader? Är sannolikheten för interaktion med lokalsamhället större för ett företag i en liten by gentemot en kollega i storstaden? Vilken betydelse spelar en gemensam historieuppfattning, normer och personliga relationer i ett sådant fall? Detta är intressanta frågeställningar vars svar kräver vidare forskning.

En samverkan mellan företagen i Drivknuten kan inte omedelbart förstås utifrån strikt ekonomisk rationalitet. Det är snarare kombinationen av ekonomiska och sociala drivkrafter hos småföretagare med en stark känsla för sin hembygd som utgör bakgrunden och tolkningsramen för Drivknuten. Vid ett närmare studium finner jag dock att det till stora delar går att använda ekonomiska teorier även i till synes ekonomiskt irrationella beteenden. Agerandet kan vara rationellt när man väl känner de *lokala förutsättningarna*. Detta kan vara de mål företagen satt upp, den lokala miljö de verkar i, de sociala hänsyn som de anser sig måsta ta. Det blir alltså mycket viktigt att ha kunskap om det individuella företaget och den miljö det verkar i, innan man uttalar sig om effektivitet och rationalitet.

Drivknutens agerande påverkar inte bara deras egna medlemmar, det finns även anledning att reflektera över påverkan på samarbetsklimatet i Strömsund med omnejd. Relationerna mellan företag, mellan företag och gymnasieungdomar samt mellan företag och kommunledning kan ha förändrats, och kanske förbättrats, tack vare Drivknutens verksamhet. En viktig reflexion i det sammanhanget blir emellertid även att generellt diskutera myndigheternas roll. I Drivknutens fall verkar företagen ha dämpats i sitt samhällsengagemang på grund av det de uppfattar som otillräcklig respons från andra aktörer. Frågeställningar som omedelbart dyker upp blir då: Vad händer när företag engagerar sig i samhällsutveckling och börjar ta plats på den arena som tidigare varit myndigheternas? Går detta att hantera så att samtliga parter känner att de tillför något eller hamnar man i diskussioner om gränser och roller? Kanske uppfattas de nya aktörerna som hot? Kan samhällsengagemang från företag vara uthålligt utan att påverka företagets konkurrenskraft? Har företagen en realistisk syn på vilka frågor som går, respektive inte går, att påverka inom den lokala och regionala nivån?

Dessa frågor bekräftar betydelsen av longitudinella studier, där det ges möjligheter att följa fallen över tid och reflektera över förändringar och inte bara över det momentana tillståndet. Verkligheten är dynamisk. Drivknuten är ingen statisk organisation, den förändrar sig och fyller olika behov vid olika tidpunkter. Drivknuten har högst sannolikt stimulerat sina medlemsföretag att växa och utvecklas genom ett sätt att agera som var gynnsamt för *de* företagen, vid *den* tidpunkten

under de yttre förhållanden som *då* rådde. Hur Drivknuten i framtiden kommer att fungera och vad de kommer att åstadkomma kan vara något helt annat. Genom att fortsätta att följa dem hoppas jag kunna observera även något av detta och på så sätt öka kunskapen om småföretag i samverkan.

Avslutningsvis en kommentar om den eventuella likheten som jag redan inledningsvis antydde mellan snöskoterklubbar och småföretag. För det första ser båda sannolikt såväl *ekonomiska* som *sociala vinster* med ett samarbete. För det andra är båda utsatta för *omgivningens attityder*, i företagens fall kanske särskilt förekomsten, respektive frånvaron, av jantelagen eller dess motsats – entreprenörsandan. Skoterklubbarna känner givetvis även av detta, men även den specifika debatten om terrängkörning med motorfordon. För det tredje, betydelsen av att ha *goda relationer till lokala och regionala myndigheter*, exempelvis vid frågor som rör planering, tillstånd, finansiering, arbetskraft m m.

En artikel i en av de lokala tidningarna (Länstidningen 2003, 11/4) understryker ovanstående reflexion. Rubriken är ”Östjämtdlands skoterfolk förenar sig” och rapporterar om ett samarbete mellan organisationer som syftar till såväl gemenskap som ekonomisk nytta. Jag vill inte undanhålla läsarna dessa rader, som åtminstone inte motsäger mitt tidigare resonemang...

...bildandet av en Ragunda kommuns skoterallians som har för avsikt att verka för en utveckling av skoterledsystemet i kommunen. Alliansen består av skoterklubbarna [...]. Skoterleden Kust till fjäll skall värnas om liksom framtagandet av en gemensam ledkarta. Av alliansens programförklaring framgår att man genom samarbetet vill öka gemenskapen mellan kommunens byar något som i sin tur skall leda till ökad turism och ökad fiskekortsförsäljning i fiskevårdsområdena (s 23).

Referenser

- Aldrich H, Rosen B & Woodward W (1987) ”The Impact of Social Networks on Business Foundings and Profit: A Longitudinal Study” s 154-168 i Churchill NC, Hornaday JA, Kirchoff BA, Krasner OJ & Vesper KH (red) *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Wellesley, MA: Babson College.
- Asheim BT (1994) ”Industrial districts, inter-firm co-operation and endogenous technological development: the experience of developed countries” s 91-142 i *Technological Dynamism in Industrial Districts: An Alternative Approach to Industrialization in Developing Countries?* New York: United Nations.
- Baumol WJ (1968) ”Entrepreneurship in economic theory” *The American Economic Review*, Vol 58, No 2, s 64-71.
- Beccatini G (1990) ”The Marshallian industrial district as a socio-economic notion” s 37-51 i Pyke F, Beccatini G & Sengenberger W (red) *Industrial Districts and Inter-Firm Co-operation in Italy*. Geneve: International Institute for Labour Studies.

- Bellandi M (1989) "The industrial district in Marshall" s 136-152 i Goodman E & Bamford J (red) *Small Firms and Industrial Districts in Italy*. London: Routledge.
- Berggren C, Brulin G & Gustafsson L-L (1998) *Från Italien till Gnosjö*. Stockholm: Rådet för arbetslivsforskning.
- Bolton JE (1971) *Report of the Committee of Inquiry on Small Firms*. Cmnd-4811, London: HMSO.
- Brandenburger AM & Nalebuff BJ (1996) *Co-opetition*. New York: Doubleday.
- Casson M (1982) *The Entrepreneur*. Oxford: Martin Robertson.
- Coase RH (1937) "The nature of the firm" *Economica*, New Series, Vol 4, No 16, s 386-405.
- Commission of the European Communities (2001) *Green paper for Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility*. COM (2001) 366 final, Brussels. (http://europa.eu.int/comm/employment_social/soc-dial/csr/greenpaper.htm).
- Curran J & Blackburn R (1994) *Small firms and local economic networks: the death of the local economy?* London: Paul Chapman.
- Demsetz H (1993) "The Theory of the Firm revisited" i Williamsson OE & Winter SG (red) *The Nature of the Firm: Origins, Evolution, and Development*. New York: Oxford University Press.
- EU (2003) *Official Journal of the European Union*. L124/39, 20 maj 2003. (<http://europa.eu.int/eur-lex/en/oj/>).
- Granovetter MS (1974) *Getting a job: a study of contacts and careers*. Cambridge, Mass: Harvard University Press.
- Gummesson O (1997) *Därför lyckas Gnosjö. Bygden som har blivit ett begrepp*. Stockholm: Ekerlids förlag.
- Hall PA & Soskice D (red) (2001) *Varieties of Capitalism: The Institutional Foundations of Comparative Advantage*. New York: Oxford University Press.
- Hult E-B m fl (2000) *Soloföretag*. FSF 2000:1. Örebro: Forum för småföretagsforskning.
- Jarillo CJ (1993) *Strategic Networks: Creating the Borderless Organization*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Johannisson B & Mönsted M (1997) "Contextualizing Entrepreneurial Networking – The Case of Scandinavia" *International Studies of Management and Organization*. Vol 27, No 3, s 109-136.
- Johannisson B (1986) "Network Strategies: Management Technology for Entrepreneurship and Change" *International Small Business Journal*, Vol 5, No 1, s 19-30.
- Johannisson B (1992) *Skola för samhälls-entreprenörer- rapport från en utbildning av lokala projektledare*. Rapport från Högskolan i Växjö. Växjö: Centrum för småföretagsutveckling.
- Kulturdepartementet (1999) *Social Ekonomi-en tredje sektor för välfärd, demokrati och tillväxt?* Stockholm: Fakta Info Direkt.
- Lind M (2002) *Det svårgripbara nätverket*. Örebro: Örebro Universitet.
- Lundén B (2002) *Ekonomiska föreningar: ekonomi, skatt och deklarationer*. Näsviken: Björn Lundén information.

- Lundström C (1998) "Det ekonomiska samarbetets historia" i Mattsson E & Grut K (red) *Social ekonomi*. Stockholm: Utbildningsförlaget Brevskolan.
- Länstidningen* 2003-04-11 "Östjämmtlands skoterfolk förenar sig", s 23.
- Länstidningen* 2003-06-12 "Skola prisas för ung företagsamhet", s 7.
- Malmberg A (2002) *Klusterdynamik och regional näringslivsutveckling – begrepps-diskussion och forskningsöversikt*. ITPS A2002:008. Östersund: Institutet för tillväxtpolitiska studier. (www.itps.se).
- Marshall A (1947) *Principles of economics*. London: Macmillan.
- Observatory of European SMEs (2002) *European SMEs and social and environmental responsibility*. Report No. 4, European Communities. (http://europa.eu.int/comm/enterprise/enterprise_policy/analysis/doc/smes_observatory_2002_report4_en.pdf).
- Piore MJ & Sabel CF (1988) *The Second Industrial Divide: Possibilities for Prosperity*. New York: Basic Books.
- Porter M E (1990) *The Competitive Advantage of Nations*. London: Macmillan.
- Saxenian A (1994) *Regional Advantage, Culture and Competition in Silicon Valley and Route 128*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Schumpeter JA (1934/1996) *The Theory of Economic Development*. New Brunswick (USA): Transaction Publishers.
- Sjöstrand S-E (1995) "Towards a Theory of Institutional Change" i Groenewegen J, Pitelis C & Sjöstrand S-E (red) *On Economic Institutions*. Aldershot: Edward Elgar.
- SOU 1998:92, *Goda idéer om småföretag och samverkan*. Småföretagsdelegationens rapport 5. Stockholm: Fritzes offentliga publikationer.
- Spilling OR (red) (1998), *Entreprenörskap på norsk*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Turok I & Richardson R (1991) "New Firms and Local Economic Development: Evidence from West Lothian" *Regional Studies*, Vol 25, No 1, s 71-83.
- Varamäki E (2001) *Essays on Multilateral Cooperation between SMEs*. Wasa: University of Wasa.
- Williamson OE (1975) *Markets and hierarchies: Analysis and antitrust implications*. New York: Free Press.
- Williamson OE (1981) "The Economics of Organization: The Transaction Cost Approach" *American Journal of Sociology*, Vol 87, No 3, s 548-577.
- Williamson OE (1985) *The Economic Institutions of Capitalism*. New York: Free Press.
- You J-I & Wilkinson F (1994) "Competition and co-operation: toward understanding industrial districts" *Review of Political Economy*, Vol 6, No 3, s 259-278.
- Östersundsposten* 2003-10-08 "Populärt gymnasium utbildar morgondagens företagare" sid 11.

Internet

<http://www.scb.se>, (2003-04-09).

<http://www.drivknuten.se/sidor/stadgar.html> (2003-09-29).

Intervjuer

Maria Rubensson, *Drivknuten*, Öhn, 1999-06-16.

Maria Rubensson, *Drivknuten*, Öhn, 2003-09-08.

Rolf Rubensson, *Drivknuten*, Öhn, 2002-03-14.

(Till detta kommer även ett antal telefonsamtal och e-post med ovanstående personer under perioden 1999-2003).