



LUNDS UNIVERSITET
Ekonomihögskolan

Företagsekonomiska institutionen

FEKH19

Examensarbete i Strategic Management på kandidatnivå

HT2016

Det fysiska mötets betydelse för utvecklingen av socialt kapital inom kluster

- En fallstudie av Mobile Heights

Författare:

Sofia Gripwall

Hanna Lordh

Elisabet Melin

Filippa Wingårdh

Handledare:

Niklas Hallberg

Förord

Vi vill tacka de nio personer som vi i arbetet med denna uppsats fick möjlighet att träffa och intervjua. Ni bidrog med givande information om hur arbetet på Mobile Heights går till samt hur olika kommunikationsformer används och har förändrats. Det materialet har sedan lett till en givande diskussion oss fyra emellan.

Vi vill även tacka vår handledare Niklas Hallberg för dina idéer och kommentarer angående hur uppsatsen har kunnat förbättras.

Dessutom vill vi tacka varandra för ett gott samarbete. Med många tänkvärda och underhållande samtal i bagaget slutför vi nu vår Ekonomie Kandidatexamen på bästa sätt.

Tack!

Ekonomihögskolan, Lunds universitet

Lund, 2017



Sofia Gripwall

Hanna Lordh

Elisabet Melin

Filippa Wingårdh

Sammanfattning

Titel: Det fysiska mötets betydelse för utvecklingen av socialt kapital inom kluster – En fallstudie av Mobile Heights

Seminariedatum: 2017-01-12

Kurs: Företagsekonomi FEKH19: Examensarbete i Strategic Management på kandidatnivå

Författare: Sofia Gripwall, Hanna Lordh, Elisabet Melin, Filippa Wingårdh

Handledare: Niklas Hallberg

Fem nyckelord: Kluster, Socialt kapital, Tillit, Fysiska möten, Geografisk närhet

Forskningsfråga: Hur påverkas socialt kapital inom kluster av återkommande fysiska möten?

Metod: Med en abduktiv ansats utfördes en kvalitativ enfallsstudie inkluderande åtta respondentintervjuer. Även en informantintervju hölls för att ytterligare förstå olika kommunikationsformer. Därefter analyserades det empiriska materialet enligt den metod som förespråkas av Gioia.

Teoretiska perspektiv: Klusterdefinitionen som presenterades av Porter (1998) bygger på konkurrens och samarbete inom en region och ligger till grund för studiens teoretiska ramverk. Till studien har sedan socialt kapital, som lägger tyngdpunkt på hur kollektiv nytta skapas genom sociala relationer, adderats.

Empiri: Den här enfallsstudien baseras på klustret Mobile Heights. Klustret erbjuder kontaktskapande aktiviteter i form av fysiska mötesplatser för företag och organisationer som arbetar med uppkopplad teknik.

Resultat: När återkommande fysiska möten sker skapas en identifikation mellan individerna i ett kluster. Det leder till en ökad tillit vilket sedan leder till ett stärkt nätverk. Den här studien har definierat vad som menas med möten och explicit fått fram att det är fysiska möten som leder till ett starkt socialt kapital. Vidare är det spontana fysiska möten som har visat sig vara av störst betydelse för socialt kapital.

Summary

Title: The importance of physical contact in the development of social capital within clusters
– A case study of Mobile Heights

Seminar date: 2017-01-12

Course: Business Administration FEKH19: Bachelor Degree Project in Strategic Management

Authors: Sofia Gripwall, Hanna Lordh, Elisabet Melin, Filippa Wingårdh

Advisor: Niklas Hallberg

Five key words: Clusters, Social capital, Trust, Physical proximity, Geographical proximity

Research question: How is social capital within clusters affected by repeated physical contact?

Methodology: A qualitative single case study including eight respondent interviews was conducted using an abductive approach. One informant interview was added to gain further knowledge in different forms of communication. The empirical material was then analysed based on a method advocated by Gioia.

Theoretical perspectives: The cluster definition that was presented by Porter (1998) is based on competition and cooperation within a specific geographic concentration. It is the underlying theory of the theoretical framework of this thesis. Social capital, which focuses on how social relations create mutual benefits, was also added.

Empirical foundation: This single case study is based on the cluster Mobile Heights. The cluster is an organisation for businesses and organisations working with connected technologies. The cluster provides physical networking activities.

Results: Identification between two individuals within a cluster is enhanced through repeated physical contact. This leads to an increased trust that strengthens the network. This study has defined meetings in the sense of social capital within cluster as physical contact. Further, it is spontaneous physical contact that affects social capital the most.

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1. INLEDNING	1
2. TEORETISKT RAMVERK	4
2.1 KLUSTER	4
2.2 SOCIALT KAPITAL	6
2.3 FYSISKA MÖTEN	10
2.4 SAMMANFATTNING AV TEORETISKT RAMVERK	11
3. METOD	12
3.1 FORSKNINGSDSIGN	12
3.2 VAL AV INTERVJUOBJEKT	15
3.3 INSAMLING AV DATA	17
3.4 DATAANALYS	20
3.5 STUDIENS RELIABILITET OCH VALIDITET	21
3.5.1 Reliabilitet	22
3.5.2 Validitet	23
4. MOBILE HEIGHTS	25
4.1 BAKGRUND	25
4.2 PLACERING	26
4.3 MÖTESPLATSER	27
4.4 TILLIT	29
4.5 SAMARBETEN	32
5. INFORMATIV INTERVJU – ROBIN TEIGLAND	34
5.1 PLACERING	34
5.2 MÖTESPLATSER	34
5.3 TILLIT	35
5.4 SAMARBETEN	35
6. ANALYS	36
6.1 BAKGRUND	36
6.2 PLACERING	37
6.3 MÖTESPLATSER	39
6.4 TILLIT	41
6.5 SAMARBETEN	44
7. SLUTSATS OCH DISKUSSION	47
7.1 SLUTSATS	47
7.2 DISKUSSION	47
7.3 FÖRSLAG TILL VIDARE FORSKNING	48
REFERENSLISTA	50
BILAGA A – INTERVJUGUIDE MOBILE HEIGHTS	55
BILAGA B – INTERVJUGUIDE MEDLEMMAR MOBILE HEIGHTS	57
BILAGA C – INTERVJUGUIDE ROBIN TEIGLAND	59

1. INLEDNING

Region Skåne har som målsättning att år 2020 vara en av Europas mest framstående platser för innovation och de arbetar aktivt med att stimulera och stödja klusterinitiativ i länet (Region Skåne, 2015). Kluster definieras som ett avgränsat geografiskt område inom vilket företag från relaterade verksamheter är belägna och verksamma samt där ekonomiska fördelar uppstår på grund av denna samlokalisering. En av fördelarna med kluster är att det skapas en plattform för dialog mellan medlemmar vilket ökar förutsättningarna för att samarbeten uppstår. Dialogen skapar i sin tur relationer och nätverk som bidrar till en social struktur vilken i sin tur är betydelsefull inom kluster (Porter, 1998). Vidare beskriver Lindqvist, Malmberg och Sölvell (2002) att kluster bidrar med att skapa såväl spontana som planerade möten vilka möjliggör förtroendefulla relationer.

Den gemensamma nyttan som kan uppstå genom interaktion mellan medlemmar inom ett kluster kan vara svår att förstå enbart med hjälp av ekonomiska teorier (Berggren, Brulin & Læstadius, 1999). Det är någonting som även Granovetter (1985) diskuterar och han menar att sociala faktorer är grundläggande för ett företags framgång. Denna diskussion för oss till termen socialt kapital vilken används inom flera olika forskningsområden, däribland ekonomiska. Enligt Putnam (1995) beskrivs socialt kapital som den sammansättning av social tillit, nätverk och normer inom en organisation vilka tillsammans förenklar samarbetsprocesser och hjälper till att skapa gemensam nytta. Vidare beskriver Nahapiet och Ghoshal (1998) socialt kapital utifrån tre olika kategorier; den strukturella, kognitiva samt relationella dimensionen. I den här studien läggs störst vikt på den relationella dimensionen med utgångspunkt i hur fysiska möten kan påverka klustermedlemmars relationer och samarbeten med varandra.

Relationer grundar sig i att individer möts och idag finns det flera olika former av möten. Det kan uppstå möten i fysisk form, digital form samt analog form. Ett fysiskt möte kan uppstå såväl planerat som spontant och individerna befinner sig då alltid på samma geografiska plats vid samma tidpunkt. Ett planerat fysiskt möte sker genom att tid avsätts i förväg för att två eller flera individer ska mötas öga mot öga. I spontana fysiska möten uppstår istället interaktion mellan två eller flera individer av en slump. Det digitala mötet är i motsats till det fysiska mötet inte begränsat till var individerna befinner sig. Ett planerat digitalt möte kan exempelvis vara en videokonferens. Även ett spontant digitalt möte kan uppkomma i virtuella forum, exempelvis i ett kommentarsfält på det digitala nätverket LinkedIn. Analoga möten sker i form av bland annat telefonsamtal och telefonkonferenser. I den här studien är fysiska möten utgångspunkt och digitala möten används som en alternativ mötesmetod. Analoga möten berörs därmed inte ytterligare.

Den kvantitativa undersökningen *"Regional clusters of innovative activity in Europe: Are social capital and geographical proximity key determinants?"* av de Dominicis, Flora och de Groot (2013) har visat att det finns ett samband mellan geografisk närhet och innovation. Studien belyser att en region med ett högt socialt kapital tenderar att prestera bättre när det gäller skapande och spridning av kunskap. Studien påvisar även vikten av att främja entreprenörsanda i regioner, skapa sammankopplade aktiviteter i näringslivet samt att kopplingar mellan olika företag samt mellan företag och forskare inom olika områden uppstår. En liknande studie har genomförts av Waite och Williams (2009) vilka undersöker hur socialt kapital påverkar utvecklingen av kluster. Studien visar bland annat att företag med en högre nivå av socialt kapital i större utsträckning kan utveckla tillit och samarbete med andra klustermedlemmar. Företag med ett lägre socialt kapital är mindre benägna att lita på andra klustermedlemmar. Fussell, Harrison-Rexrode, Kennan och Hazleton (2006) har i sin studie gällande huruvida det finns en koppling mellan socialt kapital, transaktionskostnader

och organisationers resultat erhållit ett samband mellan de tre komponenterna. Mänskliga relationer är avgörande för hur en organisation presterar och i relationerna är tillit en nödvändig förutsättning.

Det finns emellertid studier, exempelvis den av Schneider, Plümper och Baumann (2000), som påvisar ett negativt samband mellan tillit och ekonomisk tillväxt. De menar att resultatet påvisar vikten av ekonomiska faktorer snarare än kulturella faktorer i utvecklingen av ekonomisk tillväxt inom en region.

Tidigare forskning stödjer alltså ett samband mellan geografisk närhet mellan företag och dess framgång samt belyser vikten av socialt kapital. Det finns samtidigt studier som säger att tillit, som inkluderas i socialt kapital, inte är betydelsefullt för ekonomisk tillväxt. Mot bakgrund av detta anser vi att socialt kapital är intressant att studera i relation till fysiska möten. Det påvisade sambandet mellan socialt kapital och olika nivåer av prestation gör det även till ett särskilt intressant ämne inom Strategic Management. Vi ämnar genomföra en kvalitativ studie i syfte att skapa en djupare förståelse kring hur återkommande fysiska möten påverkar socialt kapital inom ett kluster.

Den här studien baseras på klustret Mobile Heights som är ett medlemsfinansierat kluster beläget i södra Skåne med syfte att främja utvecklingen inom mobil uppkoppling och kommunikation. Medlemmarna inom Mobile Heights tillhör olika branscher men arbetar alla med någon form av digital kommunikation (Mobile Heights, u.å.). Studien har genomförts med utgångspunkt i Porters klusterdefinition med stöd av socialt kapital. I tidigare forskning inom ämnet benämns ofta termen geografisk närhet vilket får antas vara en förutsättning för att fysiska möten ska kunna uppstå. Därför ansågs det vara relevant för studien att inkludera geografisk närhet och utgå från termen i den utförda teoriinsamlingen. Utifrån ovanstående resonemang har följande forskningsfråga formulerats:

Hur påverkas socialt kapital inom kluster av återkommande fysiska möten?

2. TEORETISKT RAMVERK

Nedan redovisas studiens nyckelbegrepp, kluster, socialt kapital och fysiska möten, med hjälp av tidigare studier som har gjorts inom området. Kluster beskrivs med utgångspunkt i Porters definition medan socialt kapital utgår från ett flertal olika forskare.

2.1 Kluster

Den dominerande och mest inflytelserika forskningen kring kluster har genomförts av Michael Porter. Kluster kan härledas tillbaka till Porters diamant som introducerades i början av 1990-talet. Kluster definieras enligt Porter (1998) som ”de geografiskt koncentrerade sammankopplade företag, specialiserade leverantörer, tjänsteleverantör, företag i besläktade industrier och associerade institutioner i särskilda områden som konkurrerar men också samarbetar” (Porter, 1998:197-198). En förklaring till varför företag dras till dessa koncentrationer är bland annat tillgången till och spridningen av högspecialiserade kunskaper, värdefulla resurser, information, teknologi, relationer och andra faktorer som stärker produktiviteten och innovationsförmågan hos företag vilka är svåra att nå på avstånd (Porter, 1998:237). Även Bell (2005) har påvisat att kluster har en positiv inverkan på innovation för dess medlemmar. Harrison (1992) beskriver hur fördelar, genom att placera företag på samma geografiska plats, uppnår en gemensam nytta. Denna nytta kan bestå av exempelvis kunskapsintensivt humankapital eller tillgången till resurser som finns utanför företagets gränser. Vidare beskrivs hur rörliga företagsgränser och ömsesidighet mellan företag samt tillit är av stor betydelse gällande samarbeten inom det geografiskt avgränsade området (Harrison, 1992).

Värdefulla utbyten mellan företag stöds och förenklas av att det inom ett kluster är enklare att göra platsbesök hos varandra samt att det sker mer fysisk kontakt (Porter, 1998:221). Den här typen av kontakt är också viktig för att bygga förtroende mellan företagen

(Harrison, 1992). Trots att många parter inom ett kluster inte är direkta konkurrenter har de flera gemensamma behov samt kan stöta på liknande hinder och problem för vilka det finns utrymme för potentiella samarbeten. I dessa sammanhang blir klustret en värdefull plattform för samtal mellan berörda parter (Porter, 1998:205). Företag inom kluster har även nytta från en förbättrad social interaktion (Harrison, 1992).

Kritik mot Porters beskrivning av kluster har framförts av forskare som bland annat menar att den är för allmän och för obestämd för att erkänna det breda spektrum av gruppering och specialisering som finns inom kluster (Martin & Sunley, 2003). Simmie (2006) menar att definitionen saknar analytisk grund för att fastställa det geografiska läget för kluster samt en förklaring till varför en del kluster är framgångsrika och varför en del inte är det. Porters definition av kluster har dock accepterats generellt som ett sätt att dela upp ekonomiska frågor i tydliga geografiska avgränsningar för att kunna förstå och skapa konkurrenskraft och innovation (Martin & Sunley, 2003).

Malmberg och Power (2006) menar istället att kluster kan definieras utifrån fyra kriterier. Till att börja med ska ett kluster bestå av en samling fysiskt närliggande ekonomiska verksamheter som är relaterade till varandra och vars aktiviteter är sammanlänkade av interaktion mellan lokalt samarbete och konkurrens. Vidare behöver det finnas en tydlig medvetenhet bland medlemmarna om att de är en del av ett kluster och en uttryckt vilja att samarbeta. Som ett sista kriterium ställs att ett kluster ska vara framgångsrikt inom ett visst område, exempelvis inom innovation (Malmberg & Power, 2006:57).

Fördelarna med kluster avseende innovation och produktivitetstillväxt är viktiga samtidigt som de kan vara riskfyllda. Fördelar skapas genom exempelvis enklare tillgång till, samt billigare, kunskap om nya kundbehov och trender på marknaden. Dock måste företag inom ett kluster vara uppmärksamma på att inte fastna i ett grupptänkande som kan vara dämpande för företagets prestation (Porter, 1998:221-222).

2.2 Socialt kapital

Socialt kapital är ett brett begrepp och det finns idag ingen exakt vedertagen definition. Gemensamt kännetecknas dock definitionerna av att tyngdpunkten läggs på sociala relationer mellan individer vilka skapar förutsättningar för positiva utfall. Antagna definitioner för denna studie har därför valts ut på grund av att de passar den kontext och kunskapsområde som studien behandlar.

Putnam (1995) beskriver socialt kapital som ”de egenskaper i en social organisation såsom nätverk, normer och social tillit vilka underlättar koordination och samarbete för gemensam nytta” (Putnam, 1995:66). Knack och Keefer (1997) anger att flera forskare hänvisar till socialt kapital som en samling av ”tillit, samarbetsnormer och föreningar inom grupper” (Knack & Keefer, 1997:1-2). Det är en snarlik definition och får därför anses verifiera Putnams definition av socialt kapital.

Socialt kapital förklaras av Nahapiet och Ghoshal (1998) som summan av de resurser som finns och uppkommer i nätverk. Det sociala kapitalet är således både nätverket i sig och de tillgångar som nätverket kan skapa. Putnam (1995) framför i sin artikel att det är nödvändigt att dela upp socialt kapital i olika dimensioner vilket Nahapiet och Ghoshal (1998) senare genomför. Uppdelningen sker som tidigare nämnts i en kognitiv, strukturell och relationell dimension.

Den kognitiva dimensionen av socialt kapital utgörs av gemensamma koder och språk vilket leder till att kommunikationen mellan individer förbättras när dessa två aspekter överensstämmer. Även delade historier såsom myter och metaforer ingår i den kognitiva dimensionen och bidrar till att överföra framförallt tyst kunskap¹ (Nahapiet & Ghoshal, 1998).

¹ Tyst kunskap är en sammansättning av de uppfattningar och värderingar som ett mänskligt handlade bidrar med (Nationalencyklopedin, 2017).

Den strukturella dimensionen består av nätverkslänkar, nätverksgestaltning och ”appropriable organization”. Nätverkslänkar underlättar möjligheten till att informationsutbyte mellan parter sker. Alla relationer som skapas i ett nätverk kan minska tids- och resursåtgång avseende informationsinhämtning. Med nätverksgestaltning menas att de nätverkslänkar som redan finns tydliggörs. Den tredje delen benämns ”appropriable organization” vilket inkluderar att socialt kapital som har bildats i ett sammanhang även kan passa in i ett annat sammanhang (Nahapiet & Ghoshal, 1998). Även Moran (2005) belyser vikten av att dela upp socialt kapital i flera dimensioner. Han beskriver att den strukturella dimensionen kan användas för att förklara hur praktiskt baserade uppgifter utförs.

Den relationella dimensionen utgörs enligt Nahapiet och Ghoshal (1998) av de relationer som påverkar en individs beteende samt de resurser som genereras av personliga relationer. För att skapa ett starkt socialt kapital är kvaliteten på de relationer som finns mellan parterna minst lika viktiga som själva utformningen av nätverket. De relationella aspekterna av socialt kapital är även användbara för att förklara innovation inom företag (Moran, 2005). Vidare framför Nahapiet och Ghoshal (1998) att den relationella dimensionen är kostsam att investera i på olika sätt. För att investera behöver individer se vilka fördelar en investering kan medföra och ju större ett nätverk blir, desto större behöver investeringarna bli. Teknologi minskar den här problematiken till viss del men det finns också en gräns för vad som är möjligt. Som nämnts i det inledande kapitlet berör den här studien endast den relationella dimensionen. Dimensionen är uppdelad i fyra delar vilka är tillit, normer, skyldigheter och förväntningar samt identifikation;

Tillit: Nahapiet och Ghoshal (1998) utgår från Misztals definition som hävdar att tillit är ”att lita på att resultatet av någons avsedda handling är lämplig utifrån vår egen synvinkel” (Misztal, 1996:9-10). Dessutom påpekar Nahapiet och Ghoshal (1998) att samarbete och tillit påverkar varandra, det är således en ”två-vägsinteraktion”.

Normer: Nahapiet och Ghoshal (1998) refererar till Coleman (1988) som beskriver att socialt kapital antingen kan bli kraftfullt eller skört på grund av de effektiva normer som finns. Vidare beskrivs normer som när andra individer styr vilka aktiviteter som är socialt kontrollerade av andra än den individ som själv utför aktiviteten (Coleman, 1990:243).

Skyldigheter och förväntningar: Skyldigheter är åtaganden som en individ har tagit på sig att utföra i framtiden. Förväntningar om framtida skyldigheter uppstår när två parter har någon form av utbyte med varandra (Nahapiet & Ghoshal, 1998).

Identifikation: Detta inkluderar den process där antingen en individ eller en grupp individer ska sammanlänkas med en annan individ. Identifikation behövs för att olika parter både ska vilja och faktiskt utbyta kunskaper med varandra (Nahapiet & Ghoshal, 1998; Moran, 2005). Vidare menar Moran (2005) att denna punkt är grundläggande inom den relationella dimensionen.

Konkurrenskraft inom kluster baseras på personliga relationer och kommunikation där individer möts öga mot öga. Det ska med andra ord ske en interaktion mellan medlemmarna i ett nätverk (Porter, 1998:213-214). Det handlar inte enbart om vem eller hur många individen i fråga känner, utan kvaliteten på relationen är lika viktig (Huber, 2009; Moran, 2005). Genom att skapa ett kluster är det enklare att utveckla en sådan relation (Porter, 1998:214). Klustermedlemmar som regelbundet möts och delar information med varandra har utvecklat relationer och skapat tillit till varandra som sedan har lett till samarbete. När relationen är utvecklad krävs det underhåll (Porter, 1998:214). Granovetter (1985) lyfter att andra forskare inte alltid anser att ekonomiskt beteende och sociala relationer hör ihop. Sociala relationer anses traditionellt vara en konsekvens av marknaden snarare än att marknaden grundar sig i sociala relationer. Granovetter (1985) anser dock att dessa två områden hör ihop och påverkar varandra. Vidare hävdar han att sociala strukturer är grundläggande för att förstå varför företag och organisationer har lyckats nå dit de är idag. Berggren et al. (1999) beskriver att

tidigare genomförda svenska studier har påvisat att socialt kapital inom olika industriella distrikt bidrar med att den misstro som normalt kan uppstå i konkurrenssammanhang försvinner.

Dei Ottati (1994) beskriver betydelsen av att behålla en gemensam tillit inom ett nätverk. Socialt kapital är grundläggande för att ett samarbete ska uppstå, det vill säga de normer av samverkan som uppnås genom att ha nära och återkommande kontakter med individer som finns inom samma geografiska område. Tillit är avgörande i de relationer där opportunistik kan äventyra en transaktion och är därmed en mycket viktig aspekt inom en region (Dei Ottati, 1994). Vikten av upprepade utbyten stöds även av Nahapiet och Ghoshal (1998) som menar att socialt kapital skapas genom utbyte och att det utbytet sedan underlättar för skapandet av socialt kapital.

Huber (2009) ifrågasätter den generella definitionen av socialt kapital som finns då de många olika begreppen gör det teoretiska ramverket svårt att överskåda. Olika forskare fokuserar på olika begrepp men hänvisar alltid till socialt kapital. Istället belyser Huber (2009) att det finns en skillnad på internt socialt kapital respektive externt socialt kapital inom ett kluster.

Internt socialt kapital härstammar från hur de redan befintliga relationerna mellan medlemmarna ser ut gällande struktur och kvalitet. Även de resurser som finns invälda i de relationerna påverkar det interna sociala kapitalet (Huber, 2009).

Externt socialt kapital innebär däremot de relationer och resurser som kan uppkomma när individer inom klustret har relationer med individer utanför klustret. Enligt Huber (2009) kan så kallade "grindvakter", individer som kan distribuera externa kontakter och resurser till klustrets medlemmar, vara mycket avgörande för hur det externa sociala kapitalet fungerar.

2.3 Fysiska möten

Som nämnts tidigare förutsätts det att fysiska möten inte kan uppstå utan att individer befinner sig geografiskt nära varandra. Fysisk närhet är en grundförutsättning för att social interaktion ska vara givande. Även spridningen av information påverkas av hur fysiskt nära olika individer befinner sig i relation till varandra (Hauser, Tappeiner & Walde, 2007)

Avsaknad av tillit mellan företag vilka befinner sig inom samma industri eller bransch medför att företag inte samarbetar med varandra, trots den geografiska närheten (Berggren et al., 1999). Vidare beskriver Porter (1998) att ekonomisk geografi kan anses vara paradoxalt när det gäller globalisering. Paradoxen ligger i att geografiskt läge fortfarande är viktigt i konkurrensammanhang trots att tillgången till bättre och smidigare transport- och kommunikationsmöjligheter har utvecklats. Samtidigt är det enklare att få tag på produktionsfaktorer på den globala marknaden och till följd av det behöver företag inte längre vara belägna på en viss geografisk plats. Tillgänglig teknik, i form av exempelvis mejl, underlättar för möjligheten att underhålla relationer och få tillgång till information. Däremot kan det vara svårt att uppnå bland annat bättre information och relationer på distans (Porter, 1998:236-237).

Standardiserade resurser och information är möjligt att nå på distans samtidigt som mer avancerade resurser ofta är geografiskt avgränsade. Konkurrensfördelarna som krävs för att konkurrera på den globala marknaden återfinns ofta i lokala områden (Porter, 1998). Även Lindqvist et al. (2002) nämner att trots en ökad globalisering ökar även den lokala specialiseringen, framförallt där socialt kapital spelar en stor roll. Till följd av globaliseringen och utifrån en mer dynamisk ekonomi har nya fördelar med klusterbildning skapats. Många konkurrensfördelar kan återfinnas utanför ett företags gränser eller till och med utanför branschen för företaget i fråga. Ett företag kan alltså gynnas av närvaron av lokal konkurrens och kan få tillgång till information på ett nytt sätt (Porter, 1998:198; Lindqvist et al., 2002).

Geografiskt läge och närhet mellan företag påverkar sammanföring av aktörer, förbättrar informationsflödet och sänker transaktionskostnaderna (Porter, 1998:222). När företag finns belägna i anslutning till varandra uppstår fördelar i form av att aktörerna möts regelbundet vilket kan ske både planerat och oplanerat. De oplanerade mötena kan enligt Lindqvist et al. (2002) vara av största vikt. Företag kan till följd av geografisk närhet och lokal kontakt på ett smidigare sätt skapa förtroendefulla relationer där de kan bearbeta nya idéer. Genom nära kontakter med andra aktörer kan processen kring lösningar på problem underlättas och möjligheten till flexibilitet och snabba omställningar förbättras. Detta är enligt Lindqvist et al. (2002) företagsformer som alla bygger på lokal kontakt. Anslutningen mellan företag, kunder, leverantörer och andra institutioner som finns i regionen förstärker möjligheten till innovation och uppgradering (Porter, 2000).

2.4 Sammanfattning av teoretiskt ramverk

Inom kluster är mötesplatsen grundläggande då det enligt Porter (1998) är möten som underlättar för värdefulla utbyten. Vidare uttrycker Hauser et al. (2007) att givande sociala interaktioner förutsätter fysisk närhet. Socialt kapital grundar sig enligt Putnam (1995) på tillit, normer och nätverk - komponenter som också är viktiga inom kluster. För att tillit, normer och nätverk ska kunna bidra till skapandet och utvecklingen av socialt kapital måste någon typ av mötesplats finnas tillgänglig. Vidare förstärker också den relationella dimensionen av socialt kapital vikten av att relationer påverkar styrkan på ett klusters sociala kapital. Utifrån det teoretiska ramverket kan det konstateras att det inom klusterteori är viktigt med relationer, och i förlängning till dem även socialt kapital. En av grundstenarna i klusterteori är mötet mellan medlemmarna. Geografisk närhet är alltså grundläggande inom ett fungerande kluster för att skapa hållbara relationer. Samtidigt är socialt kapital baserat på tillit och relationer men teorin berör inte i vilken form som relationerna uppkommer.

3. METOD

I kapitlet motiveras och redogörs för den valda forskningsdesignen och de valda intervjuobjekten samt hur insamling av data gick till. Kapitlet redogör även för hur materialet analyserades samt behandlar studiens reliabilitet och validitet.

3.1 Forskningsdesign

En fallstudie är användbar vid empiriska studier som har för avsikt att förklara och beskriva en samtida händelse i dess verkliga miljö istället för i ett laboratorium. Det är en passande metod för att besvara forskningsfrågor vilka är formulerade som en "hur-fråga" vilket denna studiens forskningsfråga är (Yin, 2009:8-9). En fallstudie framstod även som mer lämplig då den här studiens fokus är att göra en djupdykning och analys av det specifika fallet Mobile Heights (Bryman & Bell, 2013:84,87). En fallstudie kan antingen genomföras som en enfallsstudie eller flerfallstudie (Yin, 2009:46-47). Denna studie utformades som en enfallsstudie och den främsta anledningen till det var att en flerfallstudie skulle bli alltför tids- och resurskrävande i relation till den tidsram som fanns. Vid en fallstudie är det viktigt att ha i åtanke vilken analysnivå som undersökningen riktar sig till och i det här fallet är klustret Mobile Heights det som i första hand studerades (Bryman & Bell, 2013:94; Yin, 2009:29).

Det finns invändningar mot fallstudier som pekar på dess brister i struktur för att uppnå ett ordentligt resultat. Avsaknaden av etablerade metodiska texter som behandlar tillvägagångssättet vid fallstudier har lett till att forskare inte har följt systematiska arbetsprocesser och lättare låtit deras subjektivitet påverka arbetet (Yin, 2009:14). För att undvika att dessa brister skulle uppstå i denna studie användes etablerade metoder, i synnerhet de som är utvecklade av Bryman och Bell (2013) samt Yin (2009). Vi är övertygade om att studien genomfördes med objektivitet från vår sida då vi genomgående under studiens gång arbetade med detta. Det finns dock en medvetenhet angående att det är svårt att undvika subjektivitet i

en kvalitativ studie. Genomgående i arbetet var objektivitet viktigt, därför diskuterades materialet kontinuerligt oss emellan samtidigt som vi reflekterade och ifrågasatte huruvida vi kunde påverka respondenterna i sina svar under de genomförda intervjuerna.

Fallstudier har även kritiserats för att ha en låg nivå av generaliserbarhet på den stora populationen. Denna kritik kan dock besvaras med att fallstudier inte tar hänsyn till olika typer av generaliserbarhet. Kritiken utgår främst från tankar om statistisk generaliserbarhet vilket heller inte var målet med vår studie (Yin, 2009:15). Målet med en fallstudie är snarare analytisk generaliserbarhet, vilket Yin (2009) beskriver som att generalisera och bygga ut teorier. Då denna studie inkluderar att utveckla teoretiska påståenden begränsar därför kritiken inte vår studie.

Yin (2009) belyser även att det kan vara väldigt tidskrävande att genomföra en fallstudie och att den ibland resulterar i alltför omfattande och svårlästa dokument. Denna kritik tenderar dock att vara mer lämplig vid datainsamling genom deltagande observationer eller etnografiska studier vilka inte användes i den här studien. Istället skedde datainsamlingen i form av kvalitativa intervjuer vilket behandlas närmare senare i metodkapitlet. Kritiken som lyfts om fallstudier togs ändå i beaktning vid de genomförda intervjuerna genom att i ett tidigt skede transkribera och analysera insamlad data (Yin, 2009:15).

Genom denna fallstudie samlades det in kvalitativ data för att sedan kunna analysera och besvara vår forskningsfråga. Detta stöds av Eisenhardt och Graebner (2007) som beskriver att en fallstudie är relevant när en kvalitativ studie ska genomföras. Den kvalitativa forskningsstrategin har ofta ett induktivt synsätt på relationen mellan teori och forskning med ett fokus på teoriutvecklande (Bryman & Bell, 2013:49). Ett induktivt synsätt innehåller dock ofta deduktiva inslag (Bryman & Bell, 2013:34). En deduktiv ansats innebär att de undersökta teorierna används som utgångspunkt när forskningsfrågan ska uppnås och besvaras. En

induktiv ansats innebär det motsatta då studien, med hjälp av resultat och observationer i form av empiri, kan komma fram till en teoretisk reflektion (Bryman & Bell, 2013:31-34). Alvesson och Sköldberg (2008) beskriver abduktiv ansats som en kombination av induktion och deduktion då både empiri och teori ligger till grund för forskningens analys och slutsatser (Alvesson & Sköldberg, 2008:55-56). Eftersom denna studie grundas i en befintlig teori, samtidigt som avsikten är att teorin ska utvecklas utifrån empirisk insamlad data, användes en abduktiv ansats.

Vid val av fallorganisation hade vi som första kriterium att hitta ett erkänt kluster som drevs på ett aktivt sätt. Det var viktigt att klustret skulle erbjuda kontaktskapande aktiviteter för sina medlemmar för att vi skulle kunna samla in data kring hur möten sker mellan klustrets medlemmar. Som ett andra kriterium ställdes att klustret skulle vara verksamt inom ett avgränsat geografiskt område. Vi fick först upp ögonen för Ideon Science Park som vi då trodde var en enda klusterorganisation. Efter att ha läst på mer om deras arbete förstod vi att Ideon Science Park är en forskningsby bestående av ett flertal olika klusterorganisationer. Vi fastnade då för Mobile Heights som är en av klusterorganisationerna och som visade sig passa bra in på vår studie då största delen av medlemmarna befinner sig inom ett relativt litet geografisk område och därmed har goda förutsättningar för att fysiskt mötas. Klustret ansågs även vara representativt för en större population då det består av medlemmar med olika egenskaper inom olika branscher. Vidare fann vi även det extra intressant att studera möten mellan individer i ett teknikkluster med stort fokus på uppkopplad teknik.

3.2 Val av intervjuobjekt

Nedan redovisas de respondenter som deltog i studien.

Namn	Företag	Information	Anledning till intervju	Datum
Ola Svedin	Mobile Heights	Svedin har sedan år 2015 varit VD för Mobile Heights efter en karriär på bland annat Ericsson (Mobile Heights, 2015).	Svedin valdes som intervjuobjekt då vi ville få en djupare förståelse och inblick i vad Mobile Heights gör samt bidrar med inom teknologibranschen.	2016-12-01
Aline Studemund	Mobile Heights	Studemund är Project Manager inom Mobile Heights. Hennes uppgift är bland annat att hitta nya medlemmar till klustret (Studemund, 2016).	Genom att intervjua ytterligare en person inom Mobile Heights organisation erhöles en annan synvinkel av Mobile Heights arbete.	2016-12-01
Mats Dunmar	Ideon Open (medlem)	Dunmar är verksamhetsansvarig på Ideon Open som är en del av Ideon Science Park. Ideon Open arbetar med öppen innovation (Ideon Open, u.å.).	Ideon Open är en konsultverksamhet för nya företag vilket gjorde det intressant att inkludera Ideon Open i denna studie. Bland annat för att förstå deras nytta av Mobile Heights.	2016-12-01
Johan Mårtensson	Packbridge (medlem)	Mårtensson är VD för Packbridge. Packbridge grundades år 2010 och är ett internationellt företagskluster som verkar inom förpackningsindustrin (Packbridge, u.å.).	Packbridge är en av Mobile Heights medlemmar och Mobile Heights är även medlem i Packbridges kluster. Packbridge inkluderades i studien för att förstå vad kluster kan få ut av ett medlemskap i ett annat kluster. (Snöbollsintervall)	2016-12-05
Firas Majid	Berge (medlem)	Majid är IT-chef på sin avdelning inom Berge. Berge arbetar med konsultverksamhet. (Majid, 2016).	Berge valdes för att få mer information om hur en konsultverksamhet kan ha nytta av Mobile Heights.	2016-12-12
Jörgen Lindberg	Ericsson (medlem)	Lindberg är Strategic Program Manager och projektledare inom Ericsson. Han ansvarar bland annat för Ericsson Garage i Lund (Lindberg, 2016).	Ericsson valdes utifrån att det är ett större och äldre företag jämfört med resterande respondenter. De är dessutom ett av företagen som var med och grundade Mobile Heights (Mobile Heights, u.å.). (Snöbollsintervall)	2016-12-12
Cathrin Frisemo	Brainl.it (medlem)	Frisemo är marknad- och kommunikationsansvarig på Brainl.it. Brainl.it erbjuder ett lussystem som anpassar inomhusbelysningen till naturligt utomhusljus (Brainl.it, u.å.).	Brainl.it var intressant att intervjua då det är ett relativt litet och ungt företag i relation till resterande respondenter.	2016-12-12
Linda Malmgren	Sigma Connectivity (medlem)	Malmgren är PR- och kommunikationsansvarig på Sigma Connectivity. Företaget är en konsultbyrå som framförallt arbetar med produktutveckling av uppkopplade produkter. De är världsledande inom hårdvaruutveckling (Malmgren, 2016).	Sigma Connectivity var intressant för oss att intervjua då det liksom Berge är en konsultverksamhet, men inom en annan bransch.	2016-12-16

Tabell 1: Beskrivning av respondenter.

Respondenter: I processen att välja ut passande respondenter till studien utgick vi till att börja med från ett målstyrt urval. Bryman och Bell (2013) beskriver målstyrt urval som att intervjuobjekt strategiskt väljs ut utifrån vad som passar studien och fallet i fråga. Varje person ska således vara relevant för studien (Bryman & Bell, 2013:452-453). En djupare förklaring av de respondenter som intervjuades återfinns i tabell 1.

Även ett snöbollsurval användes som ett komplement till det målstyrda urvalet. Snöbollsurval innebär att ett fåtal respondenter som anses lämpliga för studien kontaktas. Utifrån dessa respondenter, och med hjälp av dem, kontaktas sedan nya respondenter (Bryman & Bell, 2013:206-207). Denna urvalsprocess gjordes utöver det målstyrda urvalet då vi fick en initial kontakt med Ola Svedin på Mobile Heights. Han hjälpte oss sedan att kontakta Jörgen Lindberg på Ericsson. Via Mats Dunmar på Ideon Open fick vi kontakt med Johan Mårtensson på Packbridge. Snöbollsurval kritiseras för att inte generera ett representativt urval (Bryman & Bell, 2013:207). Vi ansåg dock inte att detta påverkade studien negativt, utan snarare gav oss tillgång till viktiga kontakter som vi annars inte hade fått. Vi ställde krav på vilka typer av medlemmar vi önskade intervjua och fick förslag därefter. Kraven ställdes med studiens generaliserbarhet i åtanke.

Vårt val av respondenter grundades hela tiden i att i så stor uträckning som möjligt täcka de olika branscher som Mobile Heights medlemmar representerar. Detta på grund av att få en tydligare inblick i vad Mobile Heights och dess fysiska mötesplatser bidrar med för olika typer av medlemmar. Samtidigt är vi medvetna om att den här studien inte är heltäckande för Mobile Heights då vi endast intervjuade ett fåtal medlemsföretag och en representant från varje medlemsföretag. De respondenter som deltog vid insamling av data för vår studie delgav sina personliga erfarenheter och behandlades därför som enskilda individer och inte endast som en anställd som representerar ett helt företag eller organisation.

Informant: Dessutom inkluderades även att genomföra en informantintervju i studien som ett komplement till de ovan beskrivna respondentintervjuerna. Enligt Yin (2009) är en informant en person som har kunskap om det område som studeras men som inte själv är delaktig i den utförda studien. En informant kan i många fall vara en viktig kontakt för en fallstudie genom att erbjuda värdefulla insikter och som kan lämna information om användbara källor (Yin, 2009:107). Studiens informant Robin Teigland är professor vid centret för Strategy and Competitiveness på Handelshögskolan i Stockholm (Teigland, u.å.). Hennes tidigare forskning har bland annat kretsat kring att skapa och sprida kunskap inom nätverk samt internetbaserade mediers påverkan på kunskap och prestation i multinationella organisationer (Robin Teigland, 2011). Hennes expertis bidrog till en djupare förståelse kring varför möten i större utsträckning digitaliseras. För att på ett tydligt sätt visa att informantens åsikter och bidrag faller utanför fallstudien redovisas Teiglands svar i ett separat kapitel vilket kommer efter studiens empirikapitel.

3.3 Insamling av data

Sedan studiens startskede var vi överens om att studien skulle baseras på fysiska möten i relation till digitala möten och parallellt med att studera teorier utforskades potentiella fall att undersöka. Detta kom sedan att leda till att undersöka vilken roll fysiska möten har i utvecklandet av socialt kapital inom kluster. Efter diskussioner om vilka fall som hade kunnat tänkas vara relevanta gentemot de valda teorierna bestämdes till slut att genomföra en fallstudie på klustret Mobile Heights. Som utgångspunkt valdes klusterteori och socialt kapital. Socialt kapital ansågs vara ett bra komplement till den valda klusterteorin då vi önskade inkludera en teori som berör sociala konstruktioner och dess påstådda samband med ekonomisk tillväxt.

Kontakter skapades sedan med Mobile Heights organisation samtidigt som direkt kontakt togs med en del av Mobile Heights medlemmar. Detta för att hitta åtta lämpliga intervjupersoner som kunde återspegla såväl klusterorganisationen som medlemmarna inom den. Anledningen till detta var att de intervjuerna skulle kunna bidra med ett trovärdigt och brett underlag för undersökningen genom att representera flera olika typer av medlemmar. Samtidigt hade vi en begränsad tidsram, det hade således varit svårt att hinna med fler än åtta intervjuer. Som nämnts tidigare togs även kontakt med Robin Teigland för att få en djupare kunskap inom digital kommunikation och digitala möten.

Respondentintervjuerna som genomfördes blev underlag för den kvalitativa data som samlades in för studien. I utformningen av intervjuerna användes en semistrukturerad form vilket även Bryman och Bell (2013) nämner är lämpligt i en kvalitativ studie. Studien antog därmed en mer flexibel form då vi lät samtliga intervjuer utvecklas efter det spår som intervjupersonen svarade (Bryman & Bell, 2013:474). Enligt Yin (2009) finns det två typer av intervjuformer. Den som användes i denna studie är av formen fokuserade intervjuer. Intervjuerna som gjordes var ungefär en timme långa vilket är lämpligt enligt den fokuserade intervjuformen. Vidare hade intervjuerna utgångspunkt i en intervjuguide, vilket är grundläggande enligt både semistrukturerad intervjuform och fokuserade intervjuer. (Bryman & Bell, 2013:474; Yin, 2009:107).

En del frågor som finns i en intervjuguide kan enligt Bryman och Bell (2013) uteslutas alternativt inte ställas i samma ordningsföljd som de redovisas. Frågorna är endast vägvisande för det samtal som ska föras. Semistrukturerade intervjuer innebär därmed att moderatorn ställer frågor från intervjuguiden till intervjupersonen vilken sedan får diskutera fritt angående frågorna. Moderatoren kan ha förberett följdfrågor i intervjuguiden vilket även gjordes till denna fallstudie (Bryman & Bell, 2013:473-477). I denna studie utformades tre intervjuguides vilka finns återgivna i bilaga A, B samt C. Bilaga A redovisar frågorna till de två

respondenter som representerar Mobile Heights organisationsledning och bilaga B återger frågorna som ställdes till Mobile Heights medlemmar. I bilaga C redovisas de frågor som ställdes under den informativa intervjun med Teigland. Anledningen till att ha två olika intervjuguider för dels Mobile Heights organisation, dels för dess medlemmar var på grund av att intervjuerna hölls med två olika typer av respondenter inom samma kluster. Detta gjordes då vi önskade samla in mer generell information om hur möten uppstår inom kluster av Svedin och Studemund från Mobile Heights. Frågorna som ställdes till Mobile Heights medlemmar utformades i förhoppning om att erhålla mer konkret information om de samarbeten och möten som har uppnåtts med hjälp av Mobile Heights. Under intervjuernas gång märkte vi att det ibland bildades en uppfattning om vad intervjuerna skulle generera innan de faktiskt hölls. Då detta kan påverka studiens reliabilitet var vi noga med att påpeka för varandra att ställa mer objektiva frågor.

Vid varje intervju deltog mer än en person från forskningsgruppen. Detta innebär att minst en person ställde frågor till respondenten samtidigt som övriga intervjuare tog mer noggranna anteckningar samt lyssnade på respondentens svar. De som inte ställde frågor hade under intervjuernas gång möjlighet att inflika med frågor, detta för att få en bättre bild av vissa frågor eller skifta fokus i intervjun och för att undvika för subjektiva frågor (Bryman & Bell, 2013:482).

Intervjuerna som genomfördes spelades in via ljudfil och transkriberades därefter. Detta skedde som en regelbunden och kontinuerlig process då en transkribering är tidskrävande att genomföra. Det påbörjades även en analys av materialet direkt för att vi skulle ha möjligheten att analysera insamlad data mer djupgående. Genom att regelbundet arbeta med insamlat material fick vi snabbt en uppfattning om vad respondenterna ansåg var viktigt och hur vår forskningsfråga skulle komma att besvaras (Bryman & Bell, 2013:489).

3.4 Dataanalys

För att kunna genomföra en noggrann dataanalys av det material som samlades in under de enskilda intervjuerna transkriberades nästintill allt material. Enligt Bryman och Bell (2013) kan vissa delar av en intervju utelämnas från transkribering om de saknar relevans för studiens ändamål. Detta skedde i undantagsfall då intervjuerna ibland berörde ett ämne som inte var relevant för studien och dess utfall (Bryman & Bell, 2013:493).

Med hjälp av inspelningarna lyssnades intervjuerna igenom ytterligare en gång samtidigt som respondenternas svar ordagrant skrevs ned för att få en tydligare bild av vad som sades och hur det sades (Bryman & Bell, 2013:489). Enligt Bryman och Bell (2013) är det mer givande att transkribera och koda insamlad data som en kontinuerlig process, vilket också gjordes i den här uppsatsen. Genom att använda denna metod erhålls en bättre känsla och medvetenhet kring respondenternas svar (Bryman & Bell, 2013:490-491). Vidare var vi under intervjuernas gång flexibla och beredda på oförutsägbara händelser vad gäller inspelning. Exempelvis avbröts en inspelning en gång. För att i dessa situationer försäkra oss om att inte gå miste om något material var alltid minst två inspelningar igång under varje intervju (Bryman & Bell, 2013:493).

Då intervjun med Linda Malmgren, Sigma Connectivity, försenades på grund av sjukdom lades det intervjumaterialet till i ett senare skede. Kodning skedde således inte på samma sätt som med övriga intervjuer. Efter att övriga åtta transkriberingar var gjorda lästes allt insamlat material igenom enskilt för att få en förståelse för ämnet och respondenternas samt informantens svar. Samtidigt antecknade vi enskilt vad som ansågs vara viktigt och hur det skulle kunna kategoriseras. Därefter arbetade vi tillsammans för att sammanställa data och bröt på så vis ned materialet gemensamt till fem olika områden som också blev utgångspunkt i såväl empirikapitel som analyskapitel. Enligt Gioia, Corley och Hamilton (2012) görs detta första steg för att kunna se samband och om det finns några djupare mönster som kan

analyseras vidare. Det hade möjligtvis varit mer tidseffektivt att tillsammans gå igenom materialet och kategorisera även från början. För att undvika för mycket subjektivitet från vår sida ansågs emellertid enskilt arbete vara nödvändigt. Alla gruppmedlemmar fick på så vis först skapa sig en egen uppfattning av materialet och påverkades således inte av övriga gruppmedlemmar.

Som Bryman och Bell (2013) samt Eisenhardt (1989) diskuterar kan en kvalitativ studie medföra problem i dataanalysen då det är stora mängder material som analyseras från samtliga intervjuer. Gioia et al. (2012) beskriver en kvalitativ dataanalys med utgångspunkt i induktion och hur den kan få en vetenskaplig styrka. De analyserar materialet genom att koda det empiriska materialet i två steg, vilket också skedde i den här studien. I kodningens andra steg valde vi, som Gioia et al. (2012) förespråkar, att gå igenom materialet och undersöka vilka teoretiska ramverk som skulle kunna kopplas till respektive insamlad data. Detta genomfördes tillsammans dels eftersom att vi önskade få en diskussion sinsemellan, dels på grund av tidsbrist.

3.5 Studiens reliabilitet och validitet

Det har länge debatterats huruvida reliabilitet och validitet är tillämpbara eller relevanta begrepp som kvalitetsmått inom kvalitativ forskning utan att något riktigt entydigt svar har getts. Flertalet forskare är dock överens om att begreppens innebörd kan behöva ändra betydelse för att bli mer anpassade till en kvalitativ forskning, genom att bland annat lägga mindre tyngd rörande mätning (Bryman & Bell, 2013:400-401). I den här studien användes därför de anpassade innebörderna av begreppen reliabilitet och validitet som ges i samband med kvalitativa studier i valda metodböcker (Bryman & Bell, 2013; Yin, 2009).

3.5.1 Reliabilitet

Reliabilitet behandlar frågan om hur tillförlitligt ett forskningsresultat är i en studie. En hög reliabilitet har uppnåtts om resultatet blir densamma om en senare forskare väljer att upprepa studien under identiska omständigheter och inte påverkas av slumpmässiga händelser (Bryman & Bell, 2013:62; Yin, 2009:45). Enligt Yin (2009:45) kan detta underlättas genom att på ett grundligt sätt dokumentera tillvägagångssättet, vilket vi i denna studie försökte att göra i största möjliga utsträckning för att stärka tillförlitligheten i arbetet. Samtidigt är vi medvetna om att en kvalitativ studie bygger på intervjuer som är svåra att återskapa vid ett senare skede.

För att stärka reliabiliteten ytterligare i den här studien har följande åtgärder tagits i beaktning. Intervjuguiderna som låg till grund för studien var välplanerade utefter vilket material som studien behövde samla in för att ha möjlighet att besvara forskningsfrågan. Som en effekt av detta finns det därför stora möjligheter för en extern person att efterlikna den här studien. Under samtliga intervjuer deltog flera gruppmedlemmar vilket gjorde att studien i större utsträckning kunnat undvika en partisk synvinkel. Vi har även varit lika delaktiga i bearbetningen av materialet till analysen vilket också har minskat risken för subjektivitet och därmed ökat tillförlitligheten. Utifrån detta anser vi att studiens reliabilitet är god då liknande resultat troligtvis hade kunnat uppnås vid ett senare tillfälle. Det som kan sänka studiens reliabilitet är att respondenternas svar i viss utsträckning baseras på personliga åsikter. Detta får dock anses vara vanligt inom kvalitativa studier då intervjuobjekt alltid är människor med egna åsikter och tankar.

3.5.2 Validitet

Validitet kan delas in i intern och extern validitet. Den interna validiteten bedöms utifrån hur de utförda observationerna kan kopplas ihop med de teoretiska begrepp och idéer som studien kommer fram till (Bryman & Bell, 2013:401). Emellertid menar Yin (2009) att den interna validiteten kan bli svag i en kvalitativ studie då det är svårare att täcka alla de aspekter som generellt kan beröras i en studie. Det kan finnas alternativa slutsatser som forskarna inte har i åtanke (Yin, 2009:43). Vi har dock beskrivit vilka problem som kan uppkomma i en kvalitativ studie i de olika metodavsnitten och anser därmed att en del av problematiken med intern validitet har förminskats. Vi har haft i åtanke att det kan uppstå olika utfall av studien. Därför har vi granskat materialet med objektiva ögon för att inte få ett vinklat resultat. En av respondenterna har inte deltagit på så många event anordnade av Mobile Heights vilket kan påverka fallets interna validitet. Samtidigt är respondenten med i klustret och kan ta del av spontana fysiska möten som kan uppstå. Den interna validiteten kan därmed anses vara relativt god då observationerna och teorin som har samlats in till stor del kan kopplas ihop. Ibland har respondenterna haft olika uppfattningar avseende fysiska möten inom Mobile Heights vilket kan påverka den interna validiteten. Vi har dock lyft samtliga svar mot varandra och därför anses den interna validiteten fortfarande vara god.

Extern validitet innebär att man ser till vilken grad resultatet kan generaliseras till andra situationer och miljöer än specifikt till det granskade fallet (Bryman & Bell, 2013:401; Yin, 2009:43). Den externa validiteten inom enfallsstudier har kritiserats för att vara otillräcklig då urvalet inte anses vara representativt och för litet för att skapa statistisk generaliserbarhet (Bryman & Bell, 2013:87; Yin, 2009:43). Som Yin (2009) beskriver görs dock främst en fallstudie för att generalisera resultat till en teoretisk ram. Vi är medvetna om att den här studien inte kan leda till en statistisk slutsats men det har heller inte varit vår målsättning. Vi har tagit hänsyn till detta begrepp och vårt resultat har kunnat styrkas till följd av att flera

respondenter har liknande erfarenheter. Detta kan ses som ett tillförlitligt resultat trots att inga statistiska medel har använts (Yin, 2009:43). Då hänsyn har tagits till ovanstående faktorer kan den externa validiteten anses vara god. Genom de reflektioner och slutsatser som tas fram i den här studien skapas förhoppningsvis analytiska generaliserbara slutsatser som kan leda till vidareutveckling av de teorier som vi har valt att studera. Dessutom tror vi att de slutsatser som vi har kommit fram till kommer kunna generaliseras och generera liknande resultat inom andra kluster. Vi är emellertid medvetna om att det finns svårigheter med att generalisera den här studiens material då det baseras på ett enskilt kluster. Trots detta anser vi att de svar som har samlats in är relativt överensstämmande med hur andra kluster kan resonera.

4. MOBILE HEIGHTS

Studiens empiriska kapitel inleds med att presentera studiens fall Mobile Heights. Vidare följer det insamlade materialet från de åtta respondenter som ingår i Mobile Heights. De fem områden som berörs är följande: bakgrund, placering, mötesplatser, tillit samt samarbeten. Begreppen valdes utifrån det valda teoretiska ramverket samt vad respondenterna svarade under intervjuerna. I vissa fall hänvisas till Mobile Heights hemsida då det empiriska materialet behövde kompletteras.

4.1 Bakgrund

Mobile Heights är en klusterorganisation som startade som ett projekt år 2007 i Skåneregionen utifrån att bland annat teknik och kompetens fanns tillgängligt där. År 2009 skapades istället en ideell förening av projektet och fokus för Mobile Heights blev telekom. Det blev således en exklusiv telekomklubb inkluderande organisationerna Ericsson, Telia, Sony Mobile, Region Skåne, Lunds universitet, Malmö högskola och Blekinge högskola (Svedin, 2016; Mobile Heights, u.å.).

Klustret bidrar med kontaktskapande aktiviteter, tillgång till innovation, expertis och information samt ett starkt nätverk för medlemmarna (Svedin 2016; Studemund, 2016; Mobile Heights, u.å.). De event som Mobile Heights erbjuder består av bland annat seminarier, konferenser, Power Hour², hackathons, workshops och årliga event (Mobile Heights, u.å.). Mobile Heights medlemmar är verksamma över flera olika branscher men med ett gemensamt fokus på uppkopplad teknik, molnteknik och digitalisering (Svedin, 2016). Förutom kravet på att en medlem ska ha ett teknikfokus ställs krav på att företaget eller organisationen ska finnas beläget i Skåne alternativt ha influenser i Skåne. Det ska således bidra med något positivt för regionen (Studemund, 2016).

² Power Hour är ett event som sker i samarbete med Innovation Skåne. Tre till fyra företag bjuds in som ett tillfälle att pitcha sina idéer inför ett antal inbjudna individer (Studemund, 2016).

Genom Mobile Heights önskar regionen vidmakthålla sin position och utvecklas som internationellt framstående gällande uppkopplade lösningar. Det ska ske genom forskning, öppen innovation och entreprenörskap inom klustret (Mobile Heights, u.å.). Medlemmarna inom Mobile Heights är startups, små och medelstora organisationer samt stora företag (Studemund, 2016). Flera respondenter lyfter också att det finns mycket kunskap och kompetens i området.

4.2 Placering

Majid upplever att den geografiska närheten mellan medlemmarna inom Mobile Heights bidrar med att medlemmarna enkelt kan mötas och spontana fysiska möten kan uppstå. Det blir även lättare att snabbt visa sina produkter för varandra. Dunmar nämner också att det finns en stor lokal styrka i form av studenter och forskare i Lund. Det säger även Majid som också nämner att landsting och stat är viktiga faktorer för att effektivisera utveckling. Lindberg beskriver hur möten gör att en kontaktyta kring ekosystemet i Lund skapas vilket hade varit svårare att uppnå utan Mobile Heights.

Samtliga respondenter understryker att en viktig grund för Mobile Heights geografiska läge är det faktum att kunskap och kompetens inom teknik länge funnits i regionen, framförallt i Lund. Ericsson och Sony har bidragit med värdefull kompetens då individer som tidigare har varit anställda på respektive företag idag fortfarande är verksamma inom regionen men på andra företag. Lindberg menar att det finns incitament att behålla verksamheten i Skåne för att inte gå miste om kompetent personal och undvika att en stor mängd av den kompetensen sprids till andra företag.

Studemund nämner även att innovation i regionen samt närheten till Danmark är starka faktorer till Mobile Heights geografiska placering. Vidare belyser Dunmar och Malmgren att det underlättar att sitta i samma miljö som ett företag med en annan kompetens och kunskap

än den som redan finns inom det egna företaget. Flera respondenter framhäver att den geografiska placeringen möjliggör att de lätt kan uppsöka andra företag och snabbt få svar på frågor. Malmgren förklarar också att resurser bestående av den utrustning som Sigma Connectivity använder redan fanns belägen i Lund när företaget övertog verksamheten från Sony Mobile och var svåra att flytta.

Frisemo lyfter vikten av det personliga nätverket i regionen. Inom BrainLit har flera av de anställda tidigare varit verksamma inom näringslivet i Skåne respektive teknikbranschen. Därför har deras anknytningar till regionen samt deras personliga kontakter spelat roll för företagets medlemskap i Mobile Heights. Vidare menar Frisemo att Lund- och Malmöregionen har en stark ställning även internationellt och globalt vad gäller teknikutveckling och innovationstänk. Hon anser att det är viktigt för företagets utveckling att vistas i en teknikintensiv miljö om det är teknik som företaget arbetar med.

Mårtensson framhäver att företag inom ett kluster inte nödvändigtvis behöver sitta på samma plats, det som istället är viktigt är att dess medlemmar är aktiva och deltar på event. Studemund berättar att ett medlemskap i ett kluster bygger på ett ömsesidigt samspel. Vidare menar hon att Mobile Heights inte enbart vill erbjuda event i Lund, det är lika viktigt att hålla event i Malmö för att en större del av klustrets medlemmar ska ha möjlighet att enklare delta på de event som erbjuds. Dessutom konstaterar Majid att företag som är med i Mobile Heights och belägna i exempelvis Malmö fortfarande har möjlighet att vara aktiva, men att det underlättar att sitta där det "händer någonting".

4.3 Mötesplatser

Idag erbjuder Mobile Heights endast fysiska träffar, däremot sköts en del av kommunikationen digitalt i form av nyhetsbrev och sociala medier (Studemund, 2016). Svedin menar att Mobile Heights investeringar i fysiska möten genererar ett högre värde för

medlemmarna i jämförelse med digitala möten och därför är deras fokus fysiska träffar. Malmgren framför en önskan om att event som Mobile Heights anordnar ska finnas tillgängliga även digitalt om ett fysiskt deltagande inte är möjligt. På så sätt kan alla medlemmar få tillgång till information som berörs på eventet även om individen i fråga inte har möjlighet att närvara.

Största delen av respondenterna i studien upplever att den fysiska kontakten i ett kluster är grundläggande för en varaktig och givande interaktion. En del av respondenterna uttrycker att det kan bli problematiskt att flytta den fysiska kontakten som uppstår under Mobile Heights event och mötesplatser till en digital kontakt. Malmgren menar att två eller flera individer som har mötts på ett event har lättare att i ett senare skede ta ytterligare kontakt och fördjupa relationen. Enligt Svedin är ett fysiskt möte på exempelvis ett av Mobile Heights seminarium eller en föreläsning det som ligger till grund för att ta nästa steg och följa upp en ny kontakt. Det är när individer väl har mötts öga mot öga som barriärerna för fortsatt kontakt sänks. Även Studemund anser att det fysiska mötet är viktigt, hon menar att de första sekunderna av ett möte visar hur en individ är och den bilden är svårare att uppnå under en digital konversation.

Flera respondenter beskriver värdet av att medverka på exempelvis seminarier men de upplever att det inte är seminariet i sig som är givande för vidare kontakt. Det är istället mötesplatserna i anslutning till de planerade seminarierna som är mest värdefulla för kontaktskapande. Enligt Malmgren är den största nyttan som ett deltagande bidrar med nätverksskapande och kontakter samt möjligheten att på ett effektivt sätt erhålla information om vad andra företag arbetar med. Dunmar och Mårtensson beskriver specifikt dialogen som uppstår mellan de som deltar, inte monologen från den som står på scen, som mest betydelsefull. Vidare förklarar Lindberg hur eventen bidrar till att oväntade samarbeten så småningom kan uppkomma. Under Mobile Heights event kan nya infallsvinklar och

inspiration till bättre lösningar uppstå. Han menar att det då finns möjlighet att få tillgång till sina kunders kunders perspektiv.

Dunmar menar att det inte går att uppnå samma sak över telefon eller Skype som det gör öga mot öga. Enligt Dunmar fungerar digitala möten bra med de personer som vederbörande redan känner men att den första kontakten kräver ett fysiskt möte. Alla respondenter anser att det är svårt att överge fysiska möten och flera fokuserar på vad för samtal och kontaktskapande som uppstår i fikarummet. Lindberg menar att de "snabba, korta synkarna som hamnar vid kaffeautomaten" är viktiga. Frisemo belyser vikten av spontana fysiska möten men menar samtidigt att de inte behöver försvinna om Mobile Heights upprättar en digital plattform. För företag som är placerade på olika geografiska platser kan spontana konversationer uppstå i exempelvis en chatt.

Majid lyfter fram att interaktion som sker öga mot öga medför att det sker färre missförstånd. En mejlkonversation och ett fysiskt möte kan generera olika bilder av samma individ. Ett fysiskt möte genererar en tydligare bild av hur personen är och beter sig. Han menar att det fysiska mötet aldrig kan försvinna då ett företagssamarbete grundar sig på tillit mellan individer. Även Studemund menar att det kan vara problematiskt med ett Skypemöte då det kan uppstå tekniska problem eller liknande som inte hade skett vid det fysiska mötet. Enligt Studemunds tidigare erfarenheter är fysiska möten mer effektiva. Malmgren anser att digitala möten bidrar till sämre aktivitet då det finns en risk för att parterna inte är lika dedikerade som de hade varit under ett fysiskt möte.

4.4 Tillit

Studemund anser att det genom Mobile Heights skapas en tillit mellan medlemmarna. Detta då det mindre antalet medlemmar bidrar till en starkare personlig känsla. Majid menar att ju oftare en medlem rör sig inom kretsen Mobile Heights och träffar samma aktörer, desto

lättare skapas en relation. Han berättar som exempel att kontakt med en deltagande talare togs via LinkedIn och telefon efter att ha träffats på ett av Mobile Heights event. Malmgren anser att ett medlemskap i Mobile Heights medför att medlemmen utåt sett anses vara mer tillförlitlig och på så sätt lättare kan få kontakt med andra företag antingen inom Mobile Heights eller inom andra kluster. Hon menar att Mobile Heights har en stark trovärdighet som medlemmarna kan dra nytta av.

För Mårtensson är den mänskliga kontakten viktig för att få en känsla för den andra individen. Om den fysiska kontakten flyttas till ett digitalt forum går individen miste om tilliten. Den vanligaste tekniken som idag finns tillgänglig och som används av företag anser Mårtensson vara otillräcklig för att skapa samma sorts tillit som fysiska möten gör, en individ kan exempelvis utge sig för att vara vem som helst online.

Flera respondenter framhåller att företagssamarbeten grundar sig på tillit mellan individer och inte mellan företag. Malmgren menar att om tillit till individen finns, finns även tillit till företaget. Majid menar att digitala forum i detta fall kan vara behjälplig då tilliten kan öka om en part har samlat in information om den andra parten i förhand. Även Frisemo lyfter möjligheten att finna rätt kontakt och kontrollera kontakten med hjälp av exempelvis Google och LinkedIn.

Lindberg upplever att det är svårt att bygga förtroende med hjälp av endast digitala möten då bristande bild- och ljudkvalitet ofta kan ha en negativ påverkan för att skapa en uppfattning av en individ. Ericsson har utvecklat ett internt konferenssystem då de upplever att dagens gängse verktyg för digitala möten är otillräckliga. Systemet är dock inget som används i möten med andra företag. Lindberg menar att när två företag ska samarbeta eller göra en affär finns det inget som säger att de från början ska lita på varandra, om ett förtroende inte byggs upp sänks hindren för att kunna lämna den relationen. Vidare har Lindberg erfarenhet av relationer som baseras på endast digitala möten men säger att det inte

är att föredra. Även Frisemo har genomfört relationer baserade på endast digitala möten och menar att tillit kan uppstå genom dessa former. Frisemo anser att det många gånger handlar om en attityd- och generationsfråga huruvida individer anser att tillit skapas. Även Majid och Svedin stödjer att inställning ibland handlar om en generationsfråga.

Dunmar upplever att det är svårt att lita på att den information som sprids på ett digitalt forum inte förs vidare till obehöriga parter. Dunmar säger att en affärsidé som han kommer på vill han endast delge dem som han kan lita på. Samtidigt menar han att idéer behöver bearbetas för att de ska kunna utvecklas och det kan göras genom att dela med sig av dem. Lindberg uttrycker att det ofta inte är några konkreta idéer som diskuteras på Mobile Heights event och då fungerar det att dela med sig av sina tankar utan att vara orolig för att gå miste om dem. Vidare beskriver Mårtensson att nätverksträffar för honom inte innebär att delge sina idéer helt, utan att istället formulera frågor för att få synpunkter på de idéerna. Mårtensson menar att genomtänkta frågor, vilka inte avslöjar grundidén, kan ställas. Det är först när det finns ett avtal om ett samarbete som Mårtensson upplever att tillit uppkommer och idéer kan diskuteras mer djupgående. Detta styrks även av Lindberg som hävdar att det inte är förrän ett avtal signeras som de riktiga idéerna kan diskuteras. Detta är någonting som Studemund berättar att Mobile Heights i viss mån erbjuder. Under klustrets event Power Hour måste alla deltagare skriva på ett sekretessavtal som förhindrar att de idéer och frågor som diskuteras inte lämnar rummet.

Som tidigare nämnts anser Malmgren att ett digitalt forum för Mobile Heights medlemmar skulle kunna underlätta för kommunikationen mellan medlemmarna då tillit mellan dem redan finns. Idag går istället många kontakter mellan medlemmarna via Mobile Heights personal för att få tillgång till rätt kontakt. Om det hade funnits en digital plattform för medlemmarna hade snabba kontakter kunnat skapas utan att gå via Mobile Heights. Hon

uttrycker samtidigt att företag visar respekt för varandra och förenklar samarbeten genom att ta sig tiden att fysiskt mötas.

4.5 Samarbeten

Som sagts tidigare har Berge enligt Majid fått tillgång till nya kontakter via Mobile Heights. Genom dessa nya kontakter kunde Berge inleda en relation och ett potentiellt samarbete. Majid menar att ett sådant samarbete inte hade kunnat uppstå utan hjälp av Mobile Heights då de aldrig hade hört talas om företaget i fråga tidigare. Svedin och Studemund beskriver att Mobile Heights underlättar för att skapa samarbeten mellan olika företag och kluster. Då företag får hjälp via klustret att nå rätt kontakt direkt blir det enklare att hitta en aktör för ett eventuellt framtida samarbete. Detta görs genom Mobile Heights innovationsplattform vilken Svedin beskriver som en plattform där företag kan mötas och samarbeten mellan bland annat konkurrenter kan uppstå.

Mårtensson upplever att det har skett ett skifte i synen på konkurrens och samarbete. Tidigare ville företag gärna stänga dörren om sig för att inte någon konkurrent skulle få tag på deras idéer. Numera är företag mer benägna att dela med sig av sina styrkor och svagheter trots att de är konkurrenter. Både Svedin och Lindberg framhäver att samarbeten mellan konkurrenter dock kan ske till en viss grad. Lindberg beskriver speciellt standardiseringsarbeten som ett område där konkurrenter inom Mobile Heights kan arbeta tillsammans. Han förklarar hur det ibland finns tydliga gränsdragningar angående vad som diskuteras på möten samt hålls inom respektive företag.

Mårtensson menar att ett samarbete mellan olika kluster kan nå ut starkt till olika aktörer och samla dessa i ett gemensamt forum. Så kallade gränsöverskridande klustersamarbeten kan ske mer frekvent i framtiden mellan Packbridge och Mobile Heights då båda är starka varumärken som kan nå ut till en mer specifik målgrupp. Malmgren upplever

att Sigma Connectivity erhåller fördelar av att ingå i Mobile Heights då klustrets gränsöverskridande klustersamarbeten bidrar till nya samarbetspartners. Hon tror inte att de hade kommit i kontakt med de företagen annars. Malmgren beskriver även hur nödvändiga samarbetspartners återfinns inom Mobile Heights. Exempelvis kan Sigma Connectivity ibland behöva hjälp med immaterialrättsliga frågor såsom patentfrågor och den kompetensen finns inom Mobile Heights kluster.

Dunmar berättar att Ideon Open är en del av Mobile Heights för att utbyta kunskap och bidra med sin expertis gällande öppen innovation vilket de också har gjort under event. Även Malmgren beskriver att det för Sigma Connectivity är viktigt att bidra med kompetens och resurser till Mobile Heights. Genom att stödja Mobile Heights förbättras regionens anseende samt Mobile Heights varumärke. Det leder i sin tur till att det enskilda företaget inom Mobile Heights också förbättrar sitt eget varumärke.

Samtliga respondenter beskriver att en del samarbeten eller delar av samarbeten idag sker med hjälp av digitala verktyg. Respondenterna lyfter fram att det är viktigt med både digital respektive fysisk kontakt, det ena utesluter således inte det andra. Däremot anser flera att ett fysiskt möte är nödvändigt för att ha möjlighet att förstå sin samarbetspartner och vidareutveckla det pågående projektet. Frisemo anser att digitala möten är mer tidseffektivt och kan ses som ett bra komplement till de fysiska mötena. Vidare beskriver Malmgren att vissa individer inte vågar konversera fullt ut på antingen ett fysiskt eller digitalt sätt och därför behövs båda kommunikationssätten i ett samarbete. En del diskussionsfrågor är nödvändiga att föra via fysiska möten, exempelvis avtalsförhållanden och dess slutförande. I vissa fall är kroppsspråket nödvändigt och mer effektivt.

5. INFORMATIV INTERVJU – ROBIN TEIGLAND

I detta kapitel redovisas det material som samlades in under studiens informativa intervju. Materialet framförs i samma följd (placering, mötesplatser, tillit och samarbeten) som i empirikapitlet för att tydligare kunna jämföra med empirisk insamlad data.

5.1 Placering

Teigland lyfter att en av fördelarna med klusterbildning är uppkomsten av tyst kunskap som skapas i en miljö där företag inom ett kluster fysiskt möts. En annan fördel som Teigland uttrycker är möjligheten till att springa in i någon på lunchen vilket kan bidra till "knowledge accidents"³. Detta sker oftare när individerna är geografiskt nära varandra. Hon anser dock att "knowledge accidents" även kan uppstå online. Som exempel lyfter hon hur ett inlägg hon skrev på ett digitalt forum spreds till en individ som då inledde en kontakt.

Någonting som kan hindra att fysiska möten inträffar är att individen i fråga måste ta sig från en punkt till en annan. Det kan vara kostsamt och tidskrävande samtidigt som det sliter på miljön. Vidare menar Teigland att människor i allmänhet uppskattar fysiska möten då de bidrar till inspiration och tillhörighet. Därför är Teigland tveksam till att överge fysiska möten helt men hon tror samtidigt att de digitala mötesformerna kommer att spela en allt större roll i framtiden. Digitala möten är ett bra komplement till fysiska möten.

5.2 Mötesplatser

Teigland förklarar att det är en fråga om personliga preferenser när det kommer till fysiska och digitala möten. I kluster finns tillgång till fysiska möten och då utvecklar företagen inom klustret en preferens att mötas fysiskt. Ett företag som sitter avskärmat från

³ "Knowledge accidents" uppstår när två eller flera personer möts av en slump och de inser att de kan hjälpa varandra.

andra företag kan istället utveckla en preferens att möta andra via digitala plattformar då fysiska möten inte är lika lättillgängliga. Hon menar att verktygen för digital kommunikation finns, det är attityden kring den kommunikationsformen som är bristfällig. Vidare nämner Teigland att det är viktigt att skapa rum för potentiella samtal mellan företag vilket kan vara svårare men inte omöjligt att göra digitalt. Hon menar att spontana fysiska möten som kan ske i lunchkön eller andra fysiska platser i ett företagskluster även skulle kunna ske i digital form på sociala medier.

5.3 Tillit

Enligt Teigland är inte tillit en självklarhet i alla relationer oavsett mötesform. Även om en grupp individer samlas i ett fysiskt rum innebär det inte att de automatiskt kommer att lita på varandra, individer blir lurade trots att de möts fysiskt. Det finns förutsättningar för att bygga tillit digitalt, bland annat med hjälp av sociala medier och andra verktyg online, det kan dock ta längre tid. Teigland har under sina studier gjort observationer som säger att individer kan uppnå en tillit till varandra med hjälp av endast digitala verktyg. Vidare menar hon att det finns en virtuell identitet som blir mer och mer utvecklad och betydelsefull.

5.4 Samarbeten

Teigland beskriver att ett generationsskifte kan vara det som leder till en övergång från fysiskt till digitalt samarbete. Hon lyfter även att den horisontella kommunikationen förbättras med digitala verktyg. Detta då kommunikationen blir mer nätverksbaserad istället för hierarkiskt baserad. Vidare nämner hon även att en nackdel med digitala samarbeten är att det kan leda till missförstånd till följd av att alla inte är insatta i hur digitala verktyg ska användas. Detta kan leda till konflikt då individer kan gå miste om exempelvis kroppsspråk och ironi i rösten.

6. ANALYS

I analyskapitlet studeras det material som beskrivs i kapitel 4 och 5 i relation till studiens teoretiska ramverk. Även detta kapitel är uppdelat i bakgrund, placering, mötesplatser, tillit och samarbeten. I kapitlet undersöks hur klustret Mobile Heights stämmer överens med de två teorier som används med utgångspunkt i forskningsfrågan:

Hur påverkas socialt kapital inom kluster av återkommande fysiska möten?

6.1 Bakgrund

Som beskrivs i teorikapitlet definieras kluster som en koncentration av bland annat likartade företag som kan konkurrera och samarbeta (Porter, 1998). Mobile Heights är en koncentration av företag och organisationer med ett gemensamt fokus på uppkopplad teknik. Dessutom finns en stor tradition och kompetens inom mobilteknik i Skåne-regionen och framförallt i Lund. Dessa aspekter får anses uppfylla de definitioner som Porter (1998) använder för att beskriva kluster.

I teorikapitlet lyfts kritik mot Porters (1998) definition av kluster. Definitionen anses av bland annat Martin och Sunley (2003) vara för vag och obestämd. Under intervjuerna pratar dock samtliga respondenter om Mobile Heights som ett kluster. Som Martin och Sunley (2003) menar finns det idag en allmän uppfattning om vad kluster är och att kluster definieras utifrån geografiska avgränsningar för att förstå och bilda innovation och konkurrenskraft. Då de respondenter som har intervjuats inte ifrågasätter Mobile Heights som ett kluster får Martin och Sunleys (2003) resonemang angående allmän uppfattning om kluster anses stämma. Därför menar vi att så länge medlemmarna inom ett kluster är överens om att det är ett kluster finns det ingen anledning att ifrågasätta dess existens samt rätta eller alternativa bedömning.

Vidare anser Malmberg och Power (2006) att det ska vara framgångsrikt inom innovation samt konkurrenskraftigt för att definieras som ett kluster, något som Porter inte

berör. Det framgångsrika arbetet med teknikutveckling som finns inom Mobile Heights får anses vara en konkurrenskraft gentemot andra kluster. Som många respondenter nämner härstammar Mobile Heights konkurrenskraft från bland annat dess historia av teknikutveckling och kompetens.

6.2 Placering

Berggren et al. (1999) menar att företag som verkar inom samma industri vanligtvis inte litar på varandra vilket leder till att de, trots goda förutsättningar till följd av den geografiska närheten, väljer att inte samarbeta. Det kan argumenteras för att samtidigt som den geografiska närheten inte behöver leda till ett samarbete, skapas det bättre förutsättningar för givande samtal och utbyte av idéer mellan olika aktörer inom samma plats. Många av Mobile Heights medlemmar sitter i direkt anslutning till varandra och därför har aktörerna smidig tillgång till varandras åsikter. Flera respondenter lyfter vikten av att kunna röra sig mellan medlemsföretagen och be om hjälp. På det sättet uppstår ett samtal och individer får tillgång till andra individers åsikter utan att ett samarbete inleds. Porter (1998) och Lindqvist et al. (2002) menar att ett företag kan gynnas av lokal konkurrens då företagen kan få tillgång till information som annars är svår att nå. Det kan jämföras med Mobile Heights kluster då den lokala konkurrensen kan bidra till att medlemmarna kan utnyttja ny information via den lokala konkurrensnärvaron.

Flera respondenter lyfter att viktig kompetens återfinns i området. Det går i linje med Porter (1998) som menar att konkurrensfördelar återfinns i lokala områden. Det kan tänkas att denna kompetens är rörlig och därför går att flytta till annan geografisk plats. Däremot är regionens historia starkt kopplad till innovation och teknik, någonting som är svårt att bortse från. Lindberg nämner även att det finns incitament att behålla verksamheten i regionen då risken finns att om de söker sig till en annan geografisk plats försvinner viktig kompetens från

företag till andra företag. Malmgren menar att även andra resurser som är interna i företag men inte går att flytta påverkar den geografiska placeringen. Det innebär alltså att företag är begränsade till en viss geografisk plats till följd av att viktiga resurser inte går att flytta. Ytterligare en bidragande faktor till den geografiska platsen är de resurser som regionens universitet och högskolor kan bidra med.

Då det är mellan individer och inte företag som affärsrelationer uppstår belyser Frisemo vikten av ett personligt nätverk. Flera av BrainLits anställda har en tidigare anknytning till regionen vilket har varit en fördel för företaget. Detta stämmer överens med Huber (2009) och Moran (2005) som åsyftar att det är kvaliteten på relationen som spelar roll.

Mårtensson och Studemund menar att medlemmar inom kluster inte behöver sitta på samma plats, utan det viktiga är att de är aktiva och besöker event. Detta kan härledas till skyldigheter och förväntningar som Nahapiet och Ghoshal (1998) inkluderar i den relationella dimensionen av socialt kapital. För att ett socialt kapital ska vara starkt inom ett kluster behöver medlemmar visa intresse gentemot varandra samt bidra med någonting till regionen, annars försvinner förmodligen incitamenten att både stödja och besöka de event som anordnas av Mobile Heights.

Enligt respondenterna är en viktig aspekt med närheten till andra aktörer inom klustret möjligheten till fysiska möten. Vikten av geografisk närhet som klusterteorin berör kan ifrågasättas när allt fler digitala verktyg finns tillgängliga för att kommunicera online. Med hjälp av digitala forum kan det tänkas att den geografiska närheten har mindre betydelse. Porter (1998) menar att geografisk närhet kan bidra till sänkta transaktionskostnader. En motsättning till detta kan dock tänkas vara att digitala möten är mindre tidskrävande vilket i förlängningen genererar lägre kostnader.

Sammanfattningsvis kan det konstateras att den geografiska placeringen beror främst på kompetens och personliga relationer, delar som återfinns inom både kluster och socialt kapital.

6.3 Mötesplatser

Respondenterna bekräftar det antagande som Hauser et al. (2007) gör angående det fysiska mötets grundläggande roll för en stabil och givande interaktion. Exempelvis lyfter flera respondenter att det är enklare att skapa vidare kontakt efter ett fysiskt möte. Detta går i linje med vad Porter (1998) uttrycker angående att samma kvalitet på relationen är svår att uppnå på distans. Samtidigt menar han att det går att underhålla redan befintliga relationer med hjälp av digitala verktyg. Respondenterna menar att en relation inledningsvis byggs upp med hjälp av fysiska möten samtidigt som digitala möten enligt flera respondenter är värdefullt för att underhålla en relation. Enligt Svedin erbjuder fysiska möten ett högre värde för medlemmarna än vad digitala möten hade gjort. Med andra ord anses ett digitalt möte inte vara ett substitut till ett fysiskt möte. Malmgren nämner att fysiska möten inte behöver utesluta digitala möten. Det kan dock argumenteras för att det totala värdet för summan av alla möten skulle höjas om de fysiska mötesplatserna kunde delas online. Det vill säga att om en medlem inte skulle ha möjlighet att delta fysiskt fortfarande skulle ha möjlighet att delta digitalt i form av videolänk och chattfunktion.

Digitala möten kan vara användbara för att stämma av någonting eller för att ta en vidare kontakt efter ett fysiskt möte. För att ett kluster ska ha konkurrenskraft ska det enligt Porters (1998) definition av kluster baseras på personliga relationer där individerna möts öga mot öga. Något som även Svedin menar är viktigt då det sänker barriärerna för vidare kontakt. Studemund nämner att de första sekunderna i ett fysiskt möte gör att en uppfattning bildas om en individ. Vidare hävdar Lindberg att det utifrån dagens teknik som företagen har tillgång till

finns brister med att kommunicera digitalt. Som motsats till detta kan Teiglands kommentar angående att det inte är tekniken som är bristfällig utan istället inställningen till digital kommunikation beaktas. Med hjälp av dagens digitala verktyg kan individer få en tydlig uppfattning om en annan individ under ett möte, då individen kunnat söka upp information i förväg. Det finns idag, som också Majid pratar om, en generell uppfattning om att fysiska möten bidrar till mindre missförstånd när möten sker öga mot öga än med digitala verktyg. Detta går i linje med vad Malmgren och Studemund menar då de anser att fysiska möten är mer effektiva och att individer tenderar att vara mer aktiva i de samtalen jämfört med digitala möten. En annan aspekt på effektivitet kopplat till digitala möten är dock att de sänker kostnaderna för att underhålla relationer. Det är även något som också Nahapiet och Ghoshal (1998) uttrycker speciellt när nätverket växer och fler relationer behöver underhållas.

Respondenterna påpekar fördelen med planerade fysiska möten då det i anslutning till dem uppstår värdefulla spontana fysiska möten som kanske annars inte hade skett. Många ser ett värde i att delta i ett seminarium men menar att det inte är innehållet i seminariet i sig som är av störst intresse. Det är istället de personliga kontakter som skapas och förbättras under seminariet som är av störst vikt. Detta går i linje med det Lindqvist et al. (2002) menar med att oplanerade möten är betydelsefulla i relationen mellan individer. De spontana fysiska möten som uppstår mellan individer mellan föreläsningar och aktiviteter på Mobile Heights är alltså det som skapar störst värde för medlemmarna.

När medlemmarna besöker Mobile Heights event där spontana fysiska möten kan uppstå i anslutning till planerade fysiska möten, skapas förutsättningar för att ett internt socialt kapital enligt Huber (2009) ska växa fram. Malmgrens åsikt angående att Mobile Heights skulle kunna anordna en digital plattform kan således medföra att det interna sociala kapitalet förändras. Samtidigt kan det diskuteras om även ett externt socialt kapital existerar inom Mobile Heights då kontakter inom klustret, enligt Malmgren, ibland först går via Mobile

Heights personal. En digital plattform skulle kunna ta bort det externa sociala kapitalet där det inte behöver finnas, det vill säga inom Mobile Heights gränser. I dagsläget kan det alltså anses finnas ett externt socialt kapital inom det interna sociala kapitalet inom Mobile Heights. Detta då det krävs en "grindvakt", i form av ett initialt första möte, för att en relation ska inledas. Med hjälp av verktyg för att skapa digitala möten mellan Mobile Heights medlemmar hade detta kunnat undvikas och det interna sociala kapitalet inom klustret skulle öka.

Det kan ifrågasättas huruvida de spontana mötena hade försvunnit om de fysiska nätverksträffarna hade flyttats till ett digitalt forum. Med hjälp av digitala verktyg kan ett möte uppstå i kommentarsfältet på Twitter eller, som Frisemo nämner, i en chatt. Med hjälp av digitala verktyg kan det även tänkas att individer når andra individer som de aldrig hade nått annars.

Sammanfattningsvis finns det idag inga tydliga incitament för att minska antalet fysiska möten inom Mobile Heights, det som istället kan diskuteras är utökandet av antalet digitala möten. Det sociala kapitalet inom Mobile Heights kan anses vara nära kopplat till de fysiska möten som sker inom klustret.

6.4 Tillit

Putnam (1995) anger att socialt kapital grundar sig i nätverk, normer och social tillit som underlättar för samarbete och skapar gemensam nytta. Respondenter lyfter framförallt tillit och nätverk inom Mobile Heights som grundläggande faktorer för att samarbeten ska uppstå.

Vidare anger Nahapiet och Ghoshal (1998) samt Moran (2005) att det finns en relationell dimension som är viktig för att förstå hur socialt kapital fungerar. Mobile Heights och dess upplägg skapar förutsättningar för att den relationella dimensionen ska finnas mellan medlemmarna. Som Majid och Malmgren uttrycker grundas företagssamarbeten på relationer

mellan individer och deras tillit till varandra. Moran (2005) och Huber (2009) belyser att kvaliteten på en relation är viktig. Detta leder oss till Studemund som återger att den mindre mängd medlemmar som idag finns inom klustret bidrar med en igenkänning och tillit. Detta kan tänkas skapa en starkare relation mellan medlemmarna då de känner en samhörighet med resterande medlemmar. Om klustret blir allt för stort behövs eventuellt nya arbetssätt för att behålla och förstärka tilliten. När aktörerna uppnår kraven för ett medlemskap i Mobile Heights medför det, som Malmgren säger, att tillförlitligheten till det enskilda företaget ökar. Där kan det argumenteras för att ett medlemskap i Mobile Heights stärker det enskilda företags trovärdighet och kvalitet. Som nämnts tidigare beskriver Malmgren att en digital plattform hade kunnat fungera då tilliten redan finns. Mobile Heights i sig symboliserar en seriös organisation som andra organisationer och kluster kan samarbeta inom och tillsammans med. Å ena sidan kan alltså organisationer inom Mobile Heights anses som trovärdiga. Å andra sidan uttrycker respondenterna att det är individen som bör vara trovärdig för att socialt kapital ska uppstå.

Till skillnad från studiens informant upplever samtliga respondenter att det är svårt att få till samma nivå på förtroende och tillit med hjälp av enbart digitala möten jämfört med enbart fysiska möten. Mårtensson tycker till exempel att tilliten försvinner om kontakten förflyttas till ett onlineforum utifrån dagens teknik. Teigland beskriver, vilket också flera respondenter nämner, att det egentligen handlar om en attitydfråga som delvis kan kopplas till olika generationer och personliga preferenser.

Vidare menar flera respondenter att digitala verktyg kan öka trovärdigheten hos en individ och därmed stärka tilliten i en relation. Det nämns att alla individer idag har en virtuell identitet som är svår att dölja eller förvränga. Det kan tänkas att olika generationer har varierande inställning till olika typer av möten. Det visade sig emellertid att det inte fanns någon tydlig skillnad mellan åldersspannen i inställning till olika typer av möten. Detta kan

härledas tillbaka till Putnams (1995) definition av normer som en del av socialt kapital samt Nahapiet och Ghoshals (1998) relationella dimension av socialt kapital där också normer ingår. Vi antar därmed att när äldre anställda, som har haft samma arbetssätt under en längre tid, introducerar det arbetssättet till nyanställda sker inga automatiska förändringar självmant. De yngre behöver således anpassa sig till den gällande norm som redan finns vilket kan bromsa upp en eventuell attitydförändring. Detta kan även tänkas sprida sig till nya företag som behöver anpassa sig till den rådande kommunikationsformen på marknaden.

Anledningen till att en del individer är mer benägna att lita på andra individer kan bero dels på antalet möten och dels på vad en relation baseras på. Dunmar menar att det kan vara svårt att kontrollera att information som sprids online inte hamnar i fel händer och att han gärna inte delar med sig av en grundläggande idé för ett affärskoncept till någon han inte har en tillit till. Dunmar, Lindberg och Mårtensson belyser alla vikten av att dela med sig av sina idéer och menar att det är nödvändigt att göra detta under kontrollerade former vilket kan ske med hjälp av Mobile Heights event. Porter (1998) menar att ett välutvecklat kluster kan möjliggöra innovationsskapande hos medlemmarna vilket Mobile Heights får anses ha gjort. Som en motpol till det här refererar vi till Teigland. Hon klargör att bara för att olika parter möts fysiskt behöver inte den tilliten till varandra vara starkare än om samma parter hade mötts digitalt. Samma tillit går att bygga digitalt men det kan ta längre tid.

Sammanfattningsvis kan det konstateras att flera individer vill ha någon form av fysisk närhet för att skapa tillit. Däremot kan det inte uteslutas att tillit kan byggas upp med hjälp av digitala möten. Då tillit är en stor del av det sociala kapitalet finns goda förutsättningar för att socialt kapital ska kunna existera inom Mobile Heights.

6.5 Samarbeten

Vikten av att ha givande och tillitsfulla relationer inom kluster kan kopplas ihop med det Granovetter (1985) uttrycker i sin artikel om sociala relationer. Ingen av respondenterna framför att relationer kommer av en marknad utan istället krävs det relationer mellan individer för att företag och organisationer ska kunna ha möjlighet att samarbeta på marknaden. Samtidigt kan det föras en diskussion huruvida sociala relationer hade uppstått utan att det fanns ett gemensamt intresse, i detta fall sitt egna företags framgång alternativt Mobile Heights framgång. Som Malmgren uttrycker stärks det enskilda företags varumärke i takt med att Mobile Heights varumärke stärks. Det här stämmer överens med ett av de fyra kriterier som Malmberg och Power (2006) anser ska tillhöra definitionen av kluster, nämligen att sammansättningen ska vara framgångsrik för att kunna räknas som ett kluster. Vidare kan Granovetters (1985) teori stämma bättre in när det gäller befintliga privata relationer som visar sig vara användbara i ett arbetsrelaterat samarbete. Det stöds även av Frisemo som nämner att hon och hennes kollegor har tagit med sig kontakter från tidigare nätverk in i det nya företaget.

Dei Ottati (1994) framhäver att socialt kapital är viktigt för samarbeten då horisontella kontakter bidrar till interaktion mellan olika parter. Teigland lyfter även tankarna att den horisontella kommunikationen förbättras med digitala verktyg, "knowledge accidents" kan således utökas med en förbättrad horisontell kommunikation mellan individer. Att mötas i ett digitalt forum är mer tidseffektivt vilket kan tänkas innebära att den typen av möten förekommer mer frekvent. Som Malmgren berättar lämpar sig dock inte alla typer av mötesformer för alla typer av samarbeten. Alla människor är ibland i behov av att uttrycka sig relativt rakt på sak och effekten av den uttrycksformen kan tänka förstärkas vid ett fysiskt möte och försvagas vid ett digitalt möte. Vidare kan mottagaren gå miste om textens betydelse eller kroppsspråk när mötet förflyttas till ett digitalt forum. Som Teigland säger kan

digitala verktyg leda till missförstånd och det bidrar till onödiga konflikter inom ett samarbete.

Inom Mobile Heights skapas förutsättningar för samarbeten mellan såväl företag som kluster. Företag som anses vara konkurrenter kan enligt Lindberg samarbeta gällande exempelvis standardiseringsprocesser. Samarbete mellan konkurrenter överensstämmer alltså med Porters (1998) definition av kluster. Som Porter (1998) och Lindqvist et al. (2002) menar kan företag gynnas av den lokala konkurrensen som finns då viktiga resurser kan återfinnas utanför ett företags gränser. Vidare kan detta kopplas ihop med Berggren et al. (1999) som redovisar att socialt kapital kan minska den potentiella misstro som kan finnas i konkurrenssammanhang. Genom att utbyta kompetenser och lita på att ett sådant samarbete kan fungera kan Mobile Heights förbättra sitt interna sociala kapital då resurserna inom de befintliga relationerna ökar. Malmgren menar att olika företag inom Mobile Heights besitter olika kompetenser som medlemmarna kan ha nytta av. Detta kan också härledas till Porter (1998) och Harrison (1992) som menar att det inom kluster finns medlemmar som bidrar med olika kompetenser.

Huber (2009) redogör för internt respektive externt socialt kapital inom ett kluster. Det interna sociala kapitalet representerar det som skapas i relationerna inom Mobile Heights och medlemmarna emellan. Det externa sociala kapitalet representerar de relationer Mobile Heights medlemmar skapar med parter som inte är med i Mobile Heights. Det Huber (2009) refererar till som "grindvakt" kan i den här studien innebära Studemund och Svedin. Genom deras kontakter med andra aktörer utanför klustret kan Mobile Heights medlemmar utöka och förbättra sina egna resurser och relationer utanför klustrets gränser. Packbridge och Ideon Open är ett kluster respektive en organisation vilka är medlemmar i Mobile Heights. Genom att inkludera de två organisationerna från andra industrier och branscher kan skillnaden mellan det interna sociala kapitalet och det externa sociala kapitalet minskas. Då ett externt

socialt kapital påverkas av hur utomstående kontakter och resurser förmedlas och fördelas av en "grindvakt", medför troligtvis Packbridge och Ideon Opens medlemskap i Mobile Heights att det externa sociala kapitalet minskar. En "grindvakt" likt Mobile Heights samt Studemund och Svedin blir därmed inte lika nödvändig. Ett samarbete mellan Packbridge och Mobile Heights leder till att parterna tillsammans når en ny, snävare målgrupp. När däremot ett samarbete mellan respektive klusters medlemmar skapas, krävs det "grindvakter" som kan distribuera rätt kontakter. Malmgren lyfter att Sigma Connectivity har en fördel i att ingå i Mobile Heights då de troligtvis inte hade kommit i kontakt med vissa av deras samarbetspartners utan Mobile Heights hjälp.

För att medlemmarna inom Mobile Heights ska utbyta information med varandra behöver det enligt Moran (2005) samt Nahapiet och Ghoshal (1998) finnas en ömsesidig identifikation. Det gemensamma teknikfokus som ställs som krav för att vara medlem i Mobile Heights kan tänkas bidra till att medlemmarna i större utsträckning kan identifiera sig med varandra och på så sätt förstärka den relationella dimensionen av socialt kapital.

Sammanfattningsvis kan socialt kapital anses vara grundläggande för samarbete. Det sociala kapitalet ökar även till följd av den samhörighet som finns mellan medlemmar inom klustret. Inom Mobile Heights underlättar idag "grindvakterna" för samarbete inom och utanför klustret.

7. SLUTSATS OCH DISKUSSION

Nedan redovisas studiens slutsatser och diskussion utifrån forskningsfrågan:

Hur påverkas socialt kapital inom kluster av återkommande fysiska möten?

7.1 Slutsats

Det kan konstateras att fysiska möten har en positiv påverkan på socialt kapital inom kluster. Tidigare forskning understryker inte vilken typ av mötesform som påverkar socialt kapital men det kan nu göras i och med denna studie. Genom återkommande fysiska möten skapas en identifikation som bidrar till ökad tillit vilket i sin tur stärker nätverket. Den tilliten anses idag inte bli lika stark om inte fysiska möten sker. Det har även visat sig att spontana fysiska möten är ett viktigt komplement till planerade fysiska möten för att socialt kapital ska finnas inom ett kluster. Klusterteorin förutsätter att medlemmarna befinner sig geografiskt nära varandra. Socialt kapital förutsätter endast att relationer skapas genom ett antal olika faktorer. För att kunna kombinera dessa två teorier och svara på forskningsfrågan behöver därmed begreppet fysiska möten adderas till teorin om socialt kapital.

7.2 Diskussion

Utifrån tidigare forskning är möten viktiga för socialt kapital. Mycket av den forskningen är dock av äldre karaktär vilket inte tar hänsyn till att det idag finns fler typer av mötesformer vilka har uppstått till följd av en utbredd digitalisering. Den geografiska närheten har visat sig vara viktig för företagen och organisationerna inom Mobile Heights då de har möjlighet att mötas fysiskt vilket de värdesätter högt. Studien har även visat att det sociala kapitalet som finns inom Mobile Heights till stor del bygger på de spontana fysiska möten som uppstår. Den gemensamma nyttan inom kluster görs tillgänglig till medlemmar via bland

annat spontana fysiska möten, dessa möten vilar till stor del på den geografiska närheten. Socialt kapital inom kluster skapar större möjligheter till att utnyttja kollektiv kunskap som finns inom kluster.

Då studien baserats på klustret Mobile Heights vars medlemsföretag i stor utsträckning arbetar med uppkopplad kommunikation hade det kunnat tänkas att de är mer positivt inställda till att ersätta den fysiska kontakten med digitala verktyg. Det kan också tänkas att Mobile Heights inställning till att utveckla socialt kapital med hjälp av fysiska möten skiljer sig från ett kluster som inte arbetar dagligen med att utveckla digital teknik. Detta är dock inget som denna studie styrkt då Mobile Heights medlemmar anser att fysiska möten är viktigast i möten mellan individer och företag.

Berggren et al. (1999) uttrycker att det är svårt att förklara hur medlemmar inom kluster uppnår gemensam nytta med hjälp av endast ekonomiska teorier och genom att kombinera socialt kapital med kluster läggs en extra dimension till. För att kunna inkludera socialt kapital i kluster och vice versa behöver dock fysiska möten adderas till socialt kapital. Annars är de två teorierna utifrån vår ståndpunkt enbart två separata teorier som kan användas för att svara på samma fråga och inte två teorier som kan kombineras och svara på samma fråga.

7.3 Förslag till vidare forskning

Denna studie har bidragit till en ökad förståelse för hur det sociala kapitalet påverkas av geografisk närhet och relationer. Det finns dock utrymme för vidare forskning för att ta reda på mer om hur sociala relationer och interaktion i kluster kan fungera som socialt kapital. Som redogjorts av tidigare forskare samt beskrivs i denna studie är socialt kapital ett brett och flerdimensionellt begrepp. Det är fortfarande inte helt klarlagt hur det sociala kapitalet fungerar och vad det är som påverkar dess uppkomst, vilket försvårar dess användbarhet. Mer forskning behövs därför för att hitta en gemensam definition och redogörelse för hur

begreppet ska användas och vad fysiska möten har för betydelse. I och med att de tekniska möjligheterna att förflytta kommunikation konstant förbättras är det nödvändigt att definiera vad för möten som refereras till inom den här typen av forskning. Vidare har det genom vår studie även visat sig att socialt kapital kopplat till digitaliseringen av interaktion även är ett intressant och aktuellt område undersöka för vidare forskning.

Då större sociala nätverk och samarbetsplattformar blir allt mer vanligt förekommande online hade det även varit intressant att se om och hur en övergång från fysiska kluster till digitala kluster hade varit möjlig. Enligt vår studie är de fysiska mötena grundläggande för utvecklingen av socialt kapital, en intressant ståndpunkt hade därför varit om går det att uppnå samma kvalitet på relationer med hjälp av endast digitala verktyg.

REFERENSLISTA

Journalartiklar

- Bell, G. G. 2005. Cluster, networks, and firm innovativeness. *Strategic Management Journal*, 26: 287-295.
- Berggren, C., Brulin, G. och Læstadius, S. 1999. Den globaliserade ekonomins regionala paradox. *Ekonomisk Debatt*, 27(6): 335-347.
- Coleman, J. S. 1988. Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Society*, 94: 95-120.
- de Dominicis, L., Florax, R. J. G. M., och de Groot, H. L. F. 2013. Regional clusters of innovative activity in Europe: are social capital and geographical proximity key determinants? *Applied Economics*, 45: 2325–2335.
- Dei Ottati, G. 1994. Trust, interlinking transactions and credit in the industrial district. *Cambridge Journal of Economics*, 18: 529-546.
- Eisenhardt, K. M. 1989. Building theories from case study research. *Academy of Management Review*, 14(4): 532-550.
- Eisenhardt, K. M. och Graebner, M. E. 2007. Theory building from cases: Opportunities and challenges. *Academy of Management Journal*, 50(1): 25-32.
- Fussel, H., Harrison-Rexrode, J., Kennan, W. R. och Hazleton, V. 2006. The relationship between social capital, transaction costs, and organizational outcomes: A case study. *An International Journal*, 11(2): 148-161.
- Gioia, D. A., Corley, K. G. och Hamilton, A. L. 2012. Seeking qualitative rigor in inductive research: Notes on the Gioia methodology. *Organizational Research Methods*, 16(1): 15-31.

- Granovetter, M. 1985. Economic action and social structure: The problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91(3): 481-510.
- Harrison, B. 1992. Industrial districts: old wine in new bottles? *Regional Studies*, 26(5): 469-483.
- Hauser, C., Tappeiner, G. och Walde, J. 2007. The learning region: The impact of social capital and weak ties on innovation. *Regional Studies*, 44(1): 75-88.
- Huber, F. 2009. Social capital of economic clusters: Towards a network-based conception of social resources. *Journal of Economic & Social Geography*, 100(2): 160-170.
- Knack, S. och Keefer, P. 1997. Does social capital have an economic payoff? A cross-country investigation. *The Quarterly Journal of Economics*, 112(4): 1251-1288.
- Martin, R. och Sunley, P. 2003. Deconstructing clusters: chaotic concept or policy panacea?. *Journal of Economic Geography*, 3: 5-35.
- Moran, P. 2005. Structural vs. Relational embeddedness: Social capital and managerial performance. *Strategic Management Journal*, 26: 1129-1151.
- Nahapiet, J. och Ghoshal. 1998. Social capital, intellectual capital and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23(2): 242-266.
- Porter, M. E. 2000. Location, competition, and economic development: Local clusters in a global economy. *Economic Development Quarterly*, 14(1): 15-34.
- Putnam, R. D. 1995. Bowling alone: America's declining social capital. *Journal of Democracy*, 6(1): 65-78.
- Schneider, G., Plümper, T. och Baumann, S. 2000. Bringing Putnam to the european regions on the relevance of social capital for economic growth. *European Urban and Regional Studies*, 7(4): 307-317.

Waite, P. och Williams, P. 2009. Collaboration or opportunism? The role of social capital in developing successful export clusters. *Journal of Strategic Marketing* Vol. 17(6):499–512.

Böcker

Alvesson, M. och Skoldberg, K. 2008. *Tolkning och reflektion - vetenskapsfilosofi och kvalitativ metod* (2:a uppl.). Lund: Studentlitteratur.

Bryman, A. och Bell, E. Översättning: Björn Nilsson. 2013. *Företagsekonomiska forskningsmetoder* (2:a uppl.). Stockholm: Liber.

Coleman, J. S. 1990. *Foundations of theory*. Cambridge, Mass: Harvard University Press.

Malmberg, A. och Power, D. 2006. *Chapter 3: True cluster*. In Asheim, B., Cooke, P. och Martin (Eds.) *Clusters and regional development: Critical reflections and explorations*. London: Routledge.

Misztal B. A. 1996. *Trust in modern societies: The search for the bases of social order*. Oxford: Polity Press.

Porter, M. E. 1990. Part 1: Foundations: *Chapter 3: Determinants of national competitive advantage*. *The competitive advantage of nations*. London and Basingstoke: The Macmillan Press LTD.

Porter, M. E. 1998. *On Competition*. Boston: Harvard Business School Press.

Simmie, J. 2006. *Chapter 8: Do clusters or innovation systems drive competitiveness*. In Asheim, B., Cooke, P. och Martin (Eds.) *Clusters and regional development: Critical reflections and explorations*. London: Routledge.

Yin, R. K. 2009. *Case study research: Design and methods*. (4:e uppl.) London: SAGE.

Rapporter

Lindqvist, G., Malmberg, A. och Sölvell, Ö. 2002. Svenska klusterkartor - En statistisk inventering av kluster i Sverige. *Centre for Research on Innovation and Industrial Dynamics Uppsala Universitet*.

Elektroniska källor

BrainLit. u.å. Våra affärsområden. <http://brainlit.se/affarsomraden.html>. Hämtad 2016-12-19.

Eriksson, T. 2011. Paradoxer i en globaliserad värld. *Framsidan*.
<http://www.framsidan.net/2011/08/paradoxer-i-en-globaliserad-varld/>. Hämtad 2016-12-06.

Ideon Open. u.å. Powered by Ideon Scinence park. <http://www.ideonopen.com/ideon-science-park/> Hämtad 2016-12-19.

Mobile Heights. u.å. About. <http://mobileheights.org/about/>. Hämtad 2016-12-09.

Mobile Heights. 2015-05-29. Introducing the new CEO of Mobile Heights.
<http://mobileheights.org/introducing-the-new-ceo-of-mobile-heights/> . Hämtad 2016-12-09.

Nationalencyklopedin. 2017. Tyst kunskap.
<http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/tyst-kunskap>. Hämtad 2017-01-08.

Packbridge. u.å. Packbridge. <http://packbridge.se/om-packbridge/>. Hämtad 2016-12-09.

Region Skåne. 2015. Innovationsarbete. <http://www.skane.se/framtid-och-utveckling/Naringsliv-och-arbetsmarknad/innovationsarbete>. Hämtad 2016-12-12.

Robin Teigland. u.å. Robin Teigland. http://www.robinteigland.com/About_Me.html.
Hämtad: 2016-12-20.

Robin Teigland. 2011. Research interests. <http://www.robinteigland.com/Research.html>.

Hämtad 2016-12-19.

Muntliga källor

Dunmar, M. Intervju inför studie (Personlig intervju) Ideon Open, 2016-12-01.

Frisemo, C. Intervju inför studie (Personlig intervju) BrainLit, 2016-12-12.

Lindberg, J. Intervju inför studie (Personlig intervju) Ericsson, 2016-12-12.

Majid, F. Intervju inför studie (Personlig intervju) Berge, 2016-12-12.

Malmgren, L. Intervju inför studie (Personlig intervju) Sigma Connectivity, 2016-12-16.

Mårtensson, J. Intervju inför studie (Personlig intervju) Packbridge, 2016-12-05.

Studemund, A. Intervju inför studie (Personlig intervju) Mobile Heights, 2016-12-01.

Svedin, O. Intervju inför studie (Personlig intervju) Mobile Heights, 2016-12-01.

Teigland, R. Intervju inför studie (Personlig intervju) Handelshögskolan Stockholm, 2016-12-13.

BILAGA A – INTERVJUGUIDE MOBILE HEIGHTS

- 1) Får vi spela in ditt samtal och skriva ditt namn och företag i uppsatsen?
- 2) Hur länge har du jobbat inom organisationen och vad är din nuvarande roll?
- 3) Vad är arbetar ni med och hur ser ert arbete ut?
- 4) Vad erbjuder Mobile Heights sina medlemmar?
- 5) Vad karaktäriserar företagen inom Mobile Heights?
- 6) Hur ser mötesplatserna på Mobile Heights ut?
 - a) Är dem fysiska eller digitala?
- 7) Kan du ge ett konkret exempel på vad som händer under Mobile Heights fysiska träffar?
- 8) Hur ser era företagskontakter/relationer ut med andra organisationer och företag idag?
- 9) Hör företag av sig direkt till er för att be om hjälp?
- 10) På vilket sätt har Mobile Heights underlättat branschöverskridande samarbeten för er?
- 11) Mellan vilka företag uppkommer oftast samarbete? Mellan konkurrenter eller mellan helt olika företag?
 - a) För alla svar: Varför tror du att det är så?
- 12) Vilka typer av företag (stora/medelstora/små) har nytta av ett medlemskap i Mobile Heights?
- 13) Hur och var uppkommer idéer och samarbeten mellan företag?
- 14) Kan ni ge ett exempel på ett samarbete mellan företag inom Mobile Heights som ni har underlättat för?
- 15) Hur bygger man tillit mellan företag?
- 16) Vilken roll har det fysiska mötet för uppkomsten av idéer?
- 17) Vilken roll har den fysiska kontakten för samarbeten mellan era partners?
- 18) Vad spelar den geografiska närheten mellan företag för roll?

- 19) Hur ser arbetet ut med företag som inte ligger i regionen men är medlemmar i Mobile Heights?
- a) Hur upplevs det samarbetet i relation till samarbeten med företag på samma geografiska plats?
- 20) Vilka fördelar och nackdelar ser ni med att företag ligger på samma geografiska område?
- 21) Hur ser ni på interaktion mellan företag i digitala forum?
- 22) Kan samarbeten uppstå mellan två aktörer som endast ingår i ett virtuellt nätverk och inte möts fysiskt?

BILAGA B – INTERVJUGUIDE MEDLEMMAR MOBILE

HEIGHTS

- 1) Får vi spela in ditt samtal och skriva ditt namn och företag i uppsatsen?
- 2) Hur länge har du jobbat inom företaget och vad är din nuvarande roll?
- 3) Vad är arbetar ni med och hur ser ert arbete ut?
- 4) Vad är er roll i Mobile Heights?
- 5) Varför är ni medlemmar i Mobile Heights?
- 6) Har ni deltagit på Mobile Heights event?
 - a) Seminarier
 - b) Föreläsningar
 - c) Workshops
- 7) Vad upplever ni att ni får ut av att gå på Mobile Heights event?
- 8) Hur ser era företagskontakter/relationer ut med andra företag idag?
- 9) På vilket sätt har det påverkat ert företag att ingå i företagsklustret Mobile Heights?
- 10) Hur har det påverkat ert samarbete, utbyte och innovation med andra företag?
- 11) På vilket sätt har Mobile Heights underlättat branschöverskridande samarbeten för er?
- 12) Mellan vilka företag uppkommer oftast de mest framstående idéerna? Mellan konkurrenter eller mellan helt olika företag?
 - a) För alla svar: Varför tror du att det är så?
 - b) Hade ni fått kontakt med de företagen utan att vara medlemmar i Mobile Heights tror du?
- 13) Hur möter ni andra aktörer inom Mobile Heights (dvs. i vilka forum)?
 - a) Mellan vilka aktörer sker samarbeten?
 - b) Är de aktörerna konkurrenter eller komplementörer?
- 14) Hur och var uppkommer idéer och samarbeten mellan företag?

- 15) Kan ni ge ett exempel på ett samarbete mellan er och en annan medlem inom Mobile Heights?
- a) Om JA: Hur har denna samarbets/innovationsprocess sett ut?
 - b) Om JA: varför tror du det lyckades?
 - c) Om NEJ: Varför har inte det lyckats tror du?
 - i) Vad hade ni kunnat göra annorlunda för att det mötet skulle lyckas?
- 16) Hur bygger man tillit mellan företag?
- 17) Vilken roll har det fysiska mötet för uppkomsten av idéer?
- 18) Vilken roll har den fysiska kontakten för samarbeten mellan era partners?
- 19) Vad spelar den geografiska närheten mellan företag för roll?
- 20) Vilka fördelar och nackdelar ser ni med att företag ligger på samma geografiska område?
- 21) Hur ser ni på innovation, utveckling och tillit när det kommer till fysiska möten?
- 22) Vad tror ni är det viktigaste för att ni ska kunna samarbeta med andra medlemmar inom Mobile Heights?
- a) Vad är det viktigaste för att ett partnerskap ska bli till?
 - b) Vad spelar det fysiska mötet för roll i dessa situationer?
- 23) Vilken nytta har aktörerna av hemmamarknaden?
- 24) Hur ser ni på interaktion mellan företag i digitala forum?
- a) Kan samarbeten uppstå mellan två aktörer som endast ingår i ett virtuellt nätverk och inte möts fysiskt?

BILAGA C – INTERVJUGUIDE ROBIN TEIGLAND

- 1) Varför tror du att företag vill vara en del av ett företagskluster (företag inom en geografisk avgränsad miljö)?
- 2) Vilken roll tror du att fysiska möten har inom företagskluster?
 - a) Tror du att den rollen har förändrats i takt med digitaliseringens utbredning?
- 3) Vilka möjligheter respektive utmaningar ser du med att flytta fysiska företagskluster till virtuella företagskluster?
 - a) Finns det viss interaktion inom och mellan företag som bör behållas fysiskt och vilka kan flyttas till digitala plattformar?
- 4) Vilka möjligheter respektive utmaningar ser du med fysiska mötesplatser för företagsnätverk?
- 5) Vilka möjligheter respektive utmaningar ser du med digitala mötesplatser för företagsnätverk?
- 6) Vilka är det tydligaste effekterna digitaliseringen har fått för samarbeten/interaktion mellan företag?
- 7) Hur påverkas individen när olika parter inte möts fysiskt utan istället möts på ett digitalt forum?
- 8) Har du några övriga synpunkter på digitaliseringens påverkan på samspel inom och mellan företag?