

# Innovasjons betydning i Vang kommune



Gunhild Rogstad Storsæter  
Studentnummer 101946

15.05.2014

Master i innovasjon og næringsutvikling (MAINN)  
Avdeling for økonomi og organisasjonsvitenskap  
Høgskolen i Lillehammer



**Høgskolen  
i Lillehammer**  
Lillehammer University College

## Forord

Denne masteroppgaven danner avslutningen av studiet master i innovasjon og næringsutvikling på Høgskolen i Lillehammer.

Det å gjennomføre denne studien har vært en krevende og spennende reise. Det har vært nytt for meg å skrive en oppgave av et slikt omfang, og jeg føler jeg har lært veldig mye underveis. Det har tatt nokså lang tid fra skrivingen startet til den ble avsluttet. Grunnen til dette er at jeg fikk en liten datter midt i skriveprosessen. Det har til tider skortet på søvn og energi til oppgaven, men jeg har forsøkt å gjøre mitt beste.

Først og fremst vil jeg takke to dyktige veiledere på Høgskolen i Lillehammer for god hjelp. Håvard Teigen fikk meg i gang med oppgaven, og ga meg kloke råd på veien. Gudbrand Lien tok over stafettpinnen og hjalp meg i innspurten, en uvurderlig hjelp som jeg lærte mye av.

Jeg vil også takke Innovasjonsjon for et godt samarbeid. De var positive til at jeg ønsket å skrive masteroppgave om dem, og de har bidratt med fakta og inspirasjon underveis. En særlig takk her til Innovasjonsjonsminister Caroline Fleten, og til Næringsminister Eirik Høyme Rogn.

Tusen takk også til de på hjemmebane; Asmund, Selma, og snille besteforeldre som har stilt opp som barnevakter for at oppgaven skulle bli ferdig. Dere har vært tålmodige! En takk til slutt til de som bidro med støtte og råd mot slutten.

Da gjenstår det bare å ønske god lesning.

Leira i Valdres, mai 2014.

Gunhild Rogstad Storsæter

## Sammendrag

Denne studiens formål har vært å finne ut av om Vang kommune blir et mer attraktivt sted for potensielle tilflyttere og fastboende med tilflyttingsprosjektet Innovangsjon tilstede. Det har blitt gjennomført en del tilflyttingsprosjekter i Norges land, men få har konkrete resultater å vise til. Kan Innovangsjon gjøre denne trenden til skamme?

For å finne svar på dette har jeg gjennomført en digital spørreundersøkelse i Questback for innbyggere i Vang, og alle andre med kjennskap til kommunen. Den ble distribuert via Innovangsjon sine e-post kontakter, lagt ut på [www.vangivaldres.no](http://www.vangivaldres.no) og på Facebooksiden «Vang». Resultatene fra undersøkelsen har blitt analysert kvantitativt. Jeg har delt inn analysen i to kategorier, etter om respondentene *kan tenke seg å flytte til Vang* eller *bor der allerede*, og sammenlignet disse gruppene mot hverandre og mot *de som ikke kan tenke seg å flytte til Vang*.

Analysen viser at Innovangsjon påvirker gruppen som kan tenke seg å flytte til Vang i positiv grad, sammenlignet med de som ikke kan tenke seg å flytte. De tror det blir enklere å flytte til Vang med Innovangsjon på banen, de har et godt inntrykk av Innovangsjon, de synes at Vang har et innovativt bedriftsmiljø, de mener det tilrettelegges godt for økt tilflytting i Vang, og de har fått mer lyst til å flytte til Vang etter at Innovangsjon startet opp. Denne gruppen tror også at Innovangsjon kan være en modell for andre distriktsområders bygdeutvikling. I sammenligningen mellom gruppen som kan tenke seg å flytte til Vang mot de som bor der allerede, har lysten til å flytte til Vang blitt sterkere etter at Innovangsjon startet opp blant de som kan tenke seg å flytte dit. I denne gruppen er det mange unge uten barn, de savner arbeid i Vang, de har liten erfaring med etablering av egen bedrift, og mange er studenter. I spørreundersøkelsen var det også noen åpne spørsmål. Der er det både ros og ris til Innovangsjon, som de kan ta med seg i sitt videre arbeid.

Jeg har benyttet meg av krysstabeller og sett nærmere på svarene til *de som kan tenke seg å flytte til Vang*, og *de som bor der allerede*. 24 personer kan tenke seg å flytte til Vang kommune, noe som er et godt resultat for en utkantkommune som Vang. Hele 16 av de 24 potensielle tilflytterne er i aldersgruppen 20-29 år, noe som indikerer en yngre flyttestrøm enn hva som er vanlig, da mange vanligvis flytter når barna er i skolealder. De 24 respondentene ligger høyt over lands- og fylkesgjennomsnittet utdanningsmessig, og hele 83 % har utdanning utover videregående skole. 8 av de 24 ønsker å skape en egen

arbeidsplass, noe som er et ekstra pluss for kommunen og distriktet, da relevant arbeid kan være vanskelig å finne. Jobb er vanligvis det viktigste flyttemotivet i undersøkelser. Blant de 24 som kan tenke seg å flytte til Vang, var nærhet til natur, familie og oppvekstmiljø/miljø viktigste grunn for flytting. I tillegg viste det seg at 80 % av de som kan tenke seg å flytte til Vang synes arbeids- og bedriftsmiljøet i kommunen er svært eller nokså nyskapende. Dette vitner om at Vang er i vinden, og at folk legger merke til at det skjer mye positivt i kommunen. Jeg tok også en nærmere titt på de som allerede bor i Vang. Det viste seg at ca. halvparten av de 62 respondentene som bor i Vang har startet eller har lyst til å starte egen bedrift. Halvparten har også mulighet for hjemmekontor i nåværende jobb. 66 % synes arbeids- og bedriftsmiljøet i Vang er svært eller nokså innovativt og nyskapende.

På spørsmålene som gikk konkret på Innovangsjon sitt arbeid, hadde fastboende også et godt inntrykk av Innovangsjon. De mente at det ville bli enklere å flytte til Vang med Innovangsjon på banen. Over halvparten av de fastboende, og tre fjerdedeler av de som kan tenke seg å flytte til Vang, har troen på at Innovangsjon når målene sine som er satt med 10 nye arbeidsplasser per år fra 2012-2020, 1724 innbyggere innen 2020 og skape møteplasser for bedrifter og innbyggere i kommunen. De fastboende var også enige om at Innovangsjon kan være en modell for andre distriktsområders bygdeutvikling, og både fastboende og potensielle tilflyttere mener at Innovangsjon er med og setter Vang på kartet.

Dette viser at ressursene Vang kommune og Innovangsjon har brukt på tilflyttingsprosjektet ikke er fånyttet. Resultatene viser som overnevnt signifikante sammenhenger mellom flere faktorer og grupper som er undersøkt. Innovangsjon gjør et betydningsfullt og viktig arbeid, og gjør kommunen mer attraktiv. Det foreligger et stort potensiale med de 24 respondentene som ønsker seg til Vang, hvor de fleste er unge, høyt utdannede og hvor flere ønsker å starte egne bedrifter.

Det teoretiske rammeverket rundt denne masteroppgaven er litteratur som kan relateres til emnet, og erfaringer ved tidligere gjennomførte tilflyttingsprosjekt ulike steder i distriktene. Litteraturen jeg har sett på omfatter blant annet teori rundt temaer som flytting/flyttemotiv, den kreative klasse, attraktivitet, integrering, entreprenørskap og innovasjon.

## Abstract

This study's purpose has been to find out whether the municipality of Vang becomes more attractive for potential new residents and residents because of the migration project Innovangsjon. There has been some research done on migration projects in Norway before, and the outcome of these projects does not show any concrete results. Can Innovangsjon change this trend and get better results?

To find the answer on these questions, I have conducted a digital survey in Questback aimed at inhabitants in Vang, and everyone else who has knowledge to the municipality. The survey was distributed via the e-mail contacts Innovangsjon, it was published at [www.vangivaldres.no](http://www.vangivaldres.no) and on the Facebook-site of "Vang". The results of the survey have been analyzed in a quantitative way. I have divided the analyze in two categories, depending on whether the respondents *would consider moving to Vang* or *already lives in Vang*, and compared these groups with each other, and also with respondents *who would not consider moving to Vang*.

The results of the analyze shows that Innovangsjon affects the respondents that would consider moving to Vang in a positive way, compared to the respondents that would not consider moving to Vang. The respondents that considers moving to Vang, thinks that it becomes easier moving to Vang because of Innovangsjon. They do also have a good impression of Innovangsjon, they think that Vang has an innovative business environment; they think that it is adapted well for influx in Vang, and they also got more desire moving to Vang because of Innovangsjon. This group of respondents also believes that Innovangsjon can be a model for development of other district areas. In the comparison between the groups that would consider moving to Vang and those who already lives there, the lust when it comes to moving to Vang, has increased in the group that considers moving to Vang after Innovangsjon started. Among the respondents that considers moving to Vang, there are few with kids, they misses work in Vang, they have little experience with creation of self-employment, and a lot of them are students. In the survey there were also some open questions where I have discussed the answers who came up. There I found both praise and criticism aimed at Innovangsjon. Some of the respondents were really satisfied with the work Innovangsjon have done, and other respondents believe that there is a room for improvement.

I have also been using crosstabs, and then looked closer at the answers on the two groups that *would consider moving to Vang*, and those *who already live in Vang*. There are 24 respondents that would consider moving to Vang, which is a good result for such a small and rural municipality as Vang. Among the 24 respondents that would consider moving to Vang, as many as 16 respondents are in the age group between 20-29 years old. This indicates a younger moving trend than what is usual, normally a lot of people move when their children are in school age. The 24 respondents are way more educated than the average for the county and the nation, 83 % have been taking education beyond high school. 8 of the 24 respondents want to create their own work, which is an extra plus for the municipality and the district, when relevant work can be tricky to find. A job is normally the most important move design in researches. Among the 24 that would consider moving to Vang, being close to nature, family and childhood environment/ environment came up as the most important factors for moving. The results also showed that 80 % of those who would consider moving to Vang thinks the labor- and business environment is very or fairly innovative and cutting edge. This shows that Vang is in the wind, and that people notice that a lot of positive things are happening in the municipality. I also took a closer look on the 62 respondents that already lives in Vang. About half of these respondents have started or wants to start their own business. Half of the respondents have also a possibility to have home offices in their current job. 66 % of the respondents already living in Vang, thinks the labor- and business environment is very or fairly innovative and cutting edge.

On the questions that were directly related to Innovangsjon's work, the residents of Vang answered that they also have a good impression of Innovangsjon. They meant that it would be easier moving to Vang because of Innovangsjon. Over half of the residents, and three-quarters of those who would like to move to Vang, believes that Innovangsjon reach their targets set; ten new jobs per year from 2012-2020, 1724 inhabitants within 2020, and to create meeting places for businesses and the residents in the municipality of Vang. The residents also agreed on the fact that Innovangsjon can be a model for development of other district areas, and both residents and potentially new residents means that the work Innovangsjon does, puts them on the map.

This shows us that the resources the municipality of Vang and Innovangsjon, have spent on this migration project isn't futile. The results shows as earlier mentioned significant relationships between many of the factors and groups that have been examined.

Innovangsjon do make a meaning full and important work, which makes the municipality more attractive. There is a great potential with the 24 respondents that would consider moving to Vang, where most of them are young, highly educated and where many of them wants to start their own businesses.

The theoretical framework of the study has been literature related to the subject, and experiences when it comes to earlier migration projects in different districts of Norway. Among the literature I have studied, there are topics such as migration/ move design, the creative class, attractiveness, integration, entrepreneurship and innovation.

## Innholdsfortegnelse

Forord.....	1
Sammendrag .....	2
Abstract .....	4
1. 0 Innledning.....	10
1.1 Bakgrunn for studien.....	10
1.2 Problemstilling .....	10
1.3 Avgrensning.....	11
1.4 Oppbygging av oppgaven.....	12
2.0 Distriktsutfordringer, Vang Kommune og Innovangsjon .....	13
2.1 Dagens Norge .....	13
2.1.1 Urbanisering og sentralisering .....	13
2.1.2 Moturbanisering.....	14
2.1.3 Fødselsunderskudd i distriktene .....	15
2.2 Vang kommune .....	16
2.2.1 Hyttekommunen Vang .....	18
2.3 Innovangsjon .....	18
2.3.1 Velkomstvenn.....	19
2.3.2 Kontorfellesskapet 1724 .....	20
2.3.3 Integrerende arbeidsliv .....	20
2.3.4 Fellesforum for entreprenører.....	21
2.4 Vang + Innovangsjon .....	21
3.0 Teori .....	23
3.1 Den kreative klasse.....	23
3.1.1 Richard Floridas teorier om attraksjon og bolyst.....	23
3.1.2 Floridas flyttemotiv .....	26
3.1.3 Kritikk fra flere hold mot Floridas teorier .....	30
3.1.4 Vang og Florida.....	33
3.1.5 Testing av PTD «Florida-teorier» i Nordiske forhold.....	34
3.2 Entreprenøren som jobbskaper .....	34
3.2.1 Entreprenørskap.....	34
3.2.2 Mest entreprenørskap i sentrale strøk .....	38
3.2.3 Innvandrere som ressurs.....	40
3.3 Samfunnsentreprenøren.....	42



3.3.1 Samfunnsentreprenørskap.....	42
3.3.2 Kommunens rolle som næringsutvikler .....	43
3.3.3 Nyskaping og endring.....	45
3.3.4 Bygdedyret .....	46
4.0 Tidligere forskning.....	48
4.1.1 Flyttemotiv .....	48
4.1.2 Deltidsinnbyggerne - hyttefolket .....	52
4.1.3 Særpreg og fokus på det lokale.....	53
4.2 Folk vil flytte til distriktene.....	55
4.3 Boliger må ut på markedet – drømmen om et småbruk .....	55
4.4 «Lokal utvikling handler om menneske» – Fyrtårnet Finnøy.....	57
4.5 Lucky Næroset – «Humor, fantasi, galskap og mot» .....	58
4.6 Flytteundersøkelse for Valdres og Hallingdal.....	58
4.7 Behøver vi tilflyttingsprosjekt? .....	59
5.0 Metode.....	61
5.1 Valg av metode.....	61
5.2.1 Datainnsamling.....	61
5.2.2 Utarbeiding av spørreskjema .....	62
5.3 Populasjon og utvalg .....	64
5.4 Validitet og reliabilitet.....	64
5.5 Valg av analyseteknikk og statistiske metoder .....	65
5.6 Beskrivende statistikk av data .....	66
6.0 Empiriske resultater .....	68
6.1 Hva kjennetegner de som vil flytte til Vang? .....	68
6.2 Hva kjennetegner de som bor der allerede?.....	71
6.3 Blir Vang mer attraktivt for potensielle tilflyttere og fastboende med Innovangsjon på banen?.....	73
6.4 Innovangsjon som samfunnsentreprenør.....	74
6.5 Hva gjør Innovangsjon for å skape en attraktiv kommune? .....	75
7.0 Oppsummering/ drøfting .....	78
7.1 Drøfting av kjennetegn ved de som kan tenke seg å flytte til Vang.....	78
7.2 Drøfting av kjennetegn ved de som bor der allerede .....	81
7.3 Drøfting av Innovangsjonsvariabler .....	83
7.4 Innovangsjon som samfunnsentreprenør og veien fremover .....	84

8.0 Avslutning.....	87
8.1 Konklusjon .....	87
8.2 Egne erfaringer, begrensninger og videre forskning.....	89
Litteratur .....	90
Vedlegg.....	93
Vedlegg 1:.....	93
Presentasjon av spørreundersøkelse/ masteroppgave på <a href="http://www.vangivaldres.no">www.vangivaldres.no</a> og Facebookgruppa «Vang».....	93
<b>Hva mener DU om Innovangsjon?</b> .....	93
Vedlegg 2: Spørreundersøkelse .....	94
Vedlegg 3: Analyse av ulikheter mellom gruppene; kan tenke seg å flytte til Vang, kan ikke tenke seg å flytte til Vang, bor der allerede og vet ikke.....	111
Vedlegg 4: Respondentenes svar på åpne spørsmål.....	113

## 1. 0 Innledning

### 1.1 Bakgrunn for studien

Grunnen til at jeg har valgt å skrive masteroppgave om Innovangsjon, er først og fremst at jeg ønsket å skrive om et lokalt tema innenfor det geografiske området Valdres. Studiet i Innovasjon og Næringsutvikling passet midt i blinken for et prosjekt som Innovangsjon.

Jeg flyttet tilbake til Valdres sommeren 2011 etter å ha bodd 8 år i ulike deler av Norge, og et semester i utlandet. Når man kommer *hjem* blir man med en gang enda mer opptatt av hva som skjer i dalen, og hvordan Valdres utvikler seg. Mye har skjedd de siste årene. I følge Valdres Næringshage, har så mange som 400 arbeidsplasser forsvunnet de seneste årene da flere hjørnesteinsbedrifter som Opplysningen 1881, Norsk Lotteridrift, Helle Slakteri, Tine Meieriet Fosheim med flere har lagt ned virksomheten (Valdres-Næringshage), samtidig som noen bedrifter har startet opp. Med nedleggning av store bedrifter kan det være vanskelig å holde folketallet stabilt, og dette er en utfordring flere distriktskommuner møter. Med å skrive masteroppgave om Innovangsjon, håper jeg å kunne finne ut om deres arbeid kan være til hjelp og inspirasjon for andre distrikter med tilsvarende utfordringer i forhold til folketall, arbeidsplasser og bosted.

Innovangsjon startet opp i det spede omtrent da jeg begynte å tenke på hva jeg skulle skrive masteroppgave om. Personene bak Innovangsjon hadde jeg kjennskap til fra festivalen Vinjerock, og jeg så på denne gjengen som svært engasjerte, kreative og ikke redde for utfordringer. Slike egenskaper er viktige når man jobber med tilflyttingsprosjekt. Jeg fikk lyst til å følge denne spennende prosessen og skrive masteroppgave om den. Samtidig synes jeg det var ekstra artig at det var ungdommer/ unge voksne som hadde startet det hele. Det eneste aberet jeg hadde var om det ville bli nok å skrive om, siden prosjektet var helt i startgropen. Dette viste det seg at jeg ikke trengte å bekymre meg nevneverdig over.

### 1.2 Problemstilling

Distrikts-Norge opplever stadige utfordringer med i hovedtrekk synkende folketall, forgubbing og sentralisering av tjenestetilbud. Med bakgrunn i dette ønsker jeg å se på hva en liten Valdreskommune som Vang kan gjøre med en slik utfordring. Utgangspunktet for tilflyttingsprosjekt er at det faktisk er mulig å påvirke folks flyttestatferd, selv om dette er et komplekst fenomen. Det er imidlertid stor forskjell på steder som er i medbør eller motbør på hvor lett det er å få tilflyttere (Grimsrud & Aure, 2013). Det finnes ikke forskning som

viser at tilflyttingsprosjekt har noen effekt og at de faktisk endrer tilflyttingstrender, har det blitt hevdet. Noen steder har tilflyttingseffekt hatt positiv effekt på næringsetablering, uten at flere tilflyttere har kommet. Indikasjoner viser at enkeltpersoner har flyttet som følge av tilflyttingsprosjekt, men ingen flyttestrøm har oppstått (Skålholt & Batt-Rawden, 2008). Hele 80 %, det vil si 241 av 306, av distriktskommunene i Norge jobber eller har jobbet med tilflyttingsarbeid de siste ti årene. Dette har hatt små virkninger, best har det gått (sett i forhold til antall nye innbyggere) med de som har rekruttert livsstilsflyttere som vil nyte det gode liv på landet. De har kommet fra utlandet gjennom rekrutteringsfirmaer som Placement. Distriktskommunene lokker med det gode liv på landet, med nærhet til natur og gode oppvekstmiljø, og er gjerne på jakt etter den samme målgruppen, nemlig småbarnsfamilier. Virkeligheten rosemales iblant for mye, og tilflyttere opplever ikke den samme idyllen som de var forespeilet. Det sier seg selv at man må tenke bredere enn som så for å få flere tilflyttere. Dessuten flytter så mange som 70 % av alle som kommer flyttende til distriktskommuner ut igjen senere (Grimsrud & Aure, 2013). Kan Innovangsjon gjøre denne forskningen «til skamme», hindre videreflytting og skape en flyttestrøm over tid?

Problemstillingen til oppgaven lyder som følger;

*Kan Innovangsjon føre til at utkantkommunen Vang blir et mer attraktivt sted for potensielle tilflyttere og fastboende?*

Delproblemstillinger relatert til hovedproblemstillingen:

- 1) Hva kjennetegner de som kan tenke seg å flytte til Vang?
- 2) Hva kjennetegner de som bor der allerede?
- 3) Er Innovangsjon sitt arbeid en form for samfunnsentreprenørskap?
- 4) Hva kan gjøres for å skape en attraktiv kommune?

### **1.3 Avgrensning**

Når man begynner å jobbe med et spennende tema som Innovangsjon vil man gjerne finne ut alt om og rundt temaet, intervjuer flest mulig og forsøke å se arbeidet deres i en større sammenheng. I førsteutkastet til problemstillingen min hadde jeg med spørsmålet «*Kan Innovangsjon sitt arbeid være en modell for andre distriktskommuner i utvikling?*» som en delproblemstilling. Dette ble jeg rådet til å gå vekk ifra av veileder. Jeg synes imidlertid spørsmålet er så interessant, at jeg valgte å ta det med som et åpent spørsmål nest sist i spørreundersøkelsen jeg sendte ut. Det hadde imidlertid blitt for omfattende og tidkrevende

og gå dypere inn på spørsmålet, i tillegg til problemstillingen jeg allerede hadde. Dette kan likevel være noe å følge opp ved en senere anledning.

#### **1.4 Oppbygging av oppgaven**

Videre i oppgaven vil jeg i kapittel 2 se på kjennetegn ved Vang kommune, slik at du som leser skal bli bedre kjent med kommunen og forstå hva Innovangsjon, som danner konteksten for denne oppgaven, går ut på. I kapittel 3 går jeg inn på teorien som jeg har valgt å dele i tre hovedpunkter; den kreative klasse, entreprenøren som jobbskaper og samfunnsentreprenørskap. Så følger kapittel 4 hvor jeg går inn på tidligere forskning i beslektede tilflyttingsprosjekt, og ulike tema som Innovangsjon berører. Kapittel 5 tar for seg metode, datainnsamling og analyseteknikken jeg har brukt i denne oppgaven. I kapittel 6 rapporterer jeg de empiriske resultatene. Kapittel 7 består av drøfting av funnene jeg har gjort. Til slutt følger konklusjon og avslutning i kapittel 8.

## 2.0 Distriktsutfordringer, Vang kommune og Innovangsjon

I dette kapitlet vil jeg først gå inn på utfordringer for distriktene i forhold til sentralisering av befolkningen og fødselsunderskudd. Videre kommer jeg inn på hva Innovangsjon går ut på, og hva Vang kommune sin rolle i forhold til Innovangsjon er.

### 2.1 Dagens Norge

#### 2.1.1 Urbanisering og sentralisering

Fra etterkrigstida til i dag har det norske samfunnet opplevd sentralisering av bosettingen. 4 av 5 nordmenn bor i byer eller tettsteder, og bygdene opplever generelt mer fraflytting enn tilflytting. Denne utviklingen har skjedd til tross for en aktiv distriktpolitikk og politiske målsettinger om å bevare et spredt bosettingsmønster, den kulturelle arven, samt en aktiv samfunns- og næringsutvikling i hele landet (Rye & Farstad, 2011). Sammenlignet med andre land har Norge gode levekår i hele landet, og forholdsvis små forskjeller mellom regionene (Regionaldepartementet, 2013). Bygde-Norge sees likevel av mange på som et sted «der ingen skulle tru at nokon kunne bu» (Lønning, 2010). Grunnen til dette er blant annet at tradisjonelle næringer som landbruksnæringa opplever strukturendring og nedgang. Flyttestrømmen inn mot det «moderne og vellykkede» – det vil si byer og sentrale strøk hører man ofte om, særlig blant den yngre garde. «Kaffe latte-effekten» er med og frister ungdommen til byene. Der finnes et mylder av utdanningsmuligheter, et stort arbeidsmarked og muligheten for å dyrke et mer urbant liv. Trenden med sentralisering ser ut til å holde frem i årene som kommer, noe flyttestrømmene i figur 1 illustrerer. I 2011 hadde 117 norske kommuner nedgang i folketallet, og 115 av disse lå innenfor det distriktpolitiske virkeområdet. Likevel stiger det totale folketallet, og det blir et press etter boliger i storbyene. Det må jobbes for å heve distriktenes posisjon med boligbygging og styrking av arbeidsmarkedene. Virkemidler som differensiert arbeidsgiveravgift blir brukt for å styrke distriktene (Regionaldepartementet, 2013). I 2012 bodde 47,5 % av Norges befolkning i de fem storbyregionene, og dette tallet forventes å stige til 50,4 % innen 2040 (Ruud, Barlindhaug, & Nørve, 2013). En annen utfordring for distriktene, er den store eldrebølgen Norge står ovenfor. Dette kan føre til at distriktene mister noe av sitt offentlige tjenestetilbud, noe som går ut over innbyggerne (Rambøll & Telemarksforskning, 2009). Er oppgaven med å snu strømmen, endre den naturlige retningen elva renner og dermed hindre fraflytting mulig?

Figur 1: Nettoflytting mellom landsdeler viser en sentralisering av befolkningen til det sentrale Østlandet og i noen grad Sørlandet og Trøndelag. Ingen flyttestrømmer går som vi ser til Oppland Fylke (Høydahl & Rustad, 2009).



Kilde: Befolkningsstatistikk, SSB.  
Kartgrunnlag: Statens kartverk

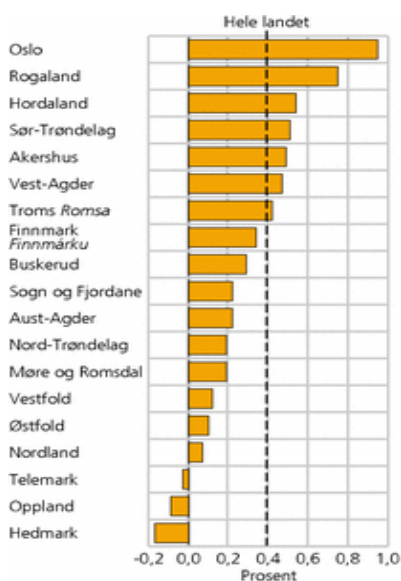
### 2.1.2 Moturbanisering

Virkeligheten er heldigvis ikke så svart/hvit og dyster som det kan se ut til. Det flytter folk til bygdene også, det er imidlertid langt mindre forskning på dette området. Forskningen går stort sett da på tilbakeflyttere, ikke tilflyttere. Faktum er at både internasjonale tilflyttere og tilflyttere fra byområder finner veien til bygdene, det trenger ikke nødvendigvis handle om mennesker som vender tilbake. Skal man kun ha fokus på tilbakeflyttere, demmer man ikke opp for befolkningsnedgangen. Det må tilflyttere til for å opprettholde nivået (Lønning & Teigen, 2009). Etter at urbaniseringsprosessen har pågått i lang tid, nevnes moturbanisering eller kontraurbanisering som et mulig scenario for framtida. Denne prosessen går da i motsatt retning, hvor antall innbyggere vil øke relativt på landet i forhold til i byene. Moturbaniseringstrenden pågår blant annet i Storbritannia og deler av Vest-Europa (Skålholt & Batt-Rawden, 2008). Den har imidlertid ikke kun vært positiv for alle områder. Noen landsbygder har blitt så populære at de som en gang bodde der blir skviset ut av boligmarkedet, på grunn av dobbelt så høye priser der som i byene. Dette ser vi eksempel på også i det norske høgfjellet og i skjærgården. I Norge har likevel ikke moturbaniseringen til nå vært gjeldende i særlig stor grad (Skålholt & Guldvik, 2009). Går det an å fremskaffe eller fremskynde moturbaniseringstrenden her i Norge gjennom tilflyttingsprosesser som Innovangsjon?

### 2.1.3 Fødselsunderskudd i distriktene

Mennesker har blitt en mer og mer etterspurt «vare» som særlig distriktene med negativ befolkningsutvikling vil ha. For å opprettholde folketallet må man både fokusere på økt nærings-satsing og tilflytting, samt hindre fraflytting og ta vare på de som allerede bor i lokalsamfunnet. Den negative befolkningsutviklingen kommer som en følge av både urbanisering og lav fruktbarhet i Norge. Tall viser imidlertid at Norge kommer godt ut i forhold til de fleste andre europeiske land, men det er et ønske om økt fruktbarhetstall i landet likevel (SSB, 2013a). Innlandet lå dårligst an når det kom til fødselsoverskudd i 2009, jamfør figur 2. I disse fylkene er det fødselsunderskudd som kommer av lave fruktbarhetstall. Det vil si at det er flere som dør enn det er barn som blir født. Byene og kyststrøkene kommer bedre ut (Skålholt & Guldvik, 2009).

Figur 2: Tabellen viser fødselsoverskudd i prosent i landets fylker (Høydahl & Rustad, 2009).



<sup>1</sup> Gjennomsnittet av folkemengden ved inngangen og utgangen av året.  
Kilde: Befolkningsstatistikk, Statistisk sentralbyrå.

Ser vi tilbake i tid, har det i Norge tradisjonelt vært fødselsoverskudd i distrikts-Norge som byene har nytt godt av, og som ga grunnlaget for urbaniseringa i sin tid. Nå er situasjonen snudd, og fruktbarheten er som nevnt lavest i distrikts-Norge. Fødselsunderskuddet er for øvrig et problem som gjelder i de fleste områder i Vesten, med unntak av noen få land som USA, Israel, New Zealand og Færøyene. Men hvorfor er vi så opptatt av å få nye tilflyttere? Vil ikke dette ordnes «naturlig» av seg selv bare vi lar utviklinga gå sin vante gang? En grunn til å jobbe mot denne «naturlige utviklingen», er at det er viktig med et samsvar mellom arbeidende mennesker og de som mottar ulike former for støtte, som



pensjonister, uføretrygdede og hjemmeværende mødre. Forholdet mellom disse gruppene kalles den totale avhengighetsraten (TAR). Dette kan bli et problem både nasjonalt og lokalt. Med økt befolkningsvekst øker også konkurransefortrinnet, næringsutviklingen og attraktiviteten til et distrikt eller en kommune. Det oppleves også som mer positivt og suksessfullt for innbyggerne i en kommune at folketallet øker, i stedet for tilbakegang eller stagnasjon (Skålholt & Batt-Rawden, 2008). Småsamfunn i negativ utvikling kan også kalles uttynningssamfunn, hvor den negative utviklinga fører til dårligere offentlige service- og tjenestetilbud, lav tilgang på arbeidskraft, mindre etterspørsel etter lokale varer og tjenester, mindre aktiviteter, og en stadig aldrende befolkning som kan føre til mistriksel og dårligere livskvalitet. For å motvirke dette behøves nye innbyggere. Nye innbyggere medbringer også kompetanse, ideer og initiativ som samfunnet de kommer til får nytte godt av (Lønning & Teigen, 2009). De ser ofte bygdesamfunnet med et annet blikk enn de som har bodd et sted hele livet, og er dermed svært viktige for mangfold, nyskaping og innovasjon. Innovasjon defineres ofte som nye kombinasjoner av gamle eller kjente element, jamfør Joseph Schumpeter (Teigen & Lien, 2013, s. 245). Innovasjon kan også sees på som evnen til å tenke nytt, og kan deles inn i produkt- eller prosessinnovasjoner. Produktinnovasjon kan være en ny type mobiltelefon, mens prosessinnovasjon kan være bedring av produksjonsprosesser innen for eksempel oljeindustrien. Innovasjon og består både av nyskaping og kommersialisering. Nyskaping vil si nye teknologier, produkt, tjenester, design eller måter å arbeide på. Kommersialisering vil si at man finner måter å tjene penger på nyskapingen (Reve & Jakobsen, 2001).

En av sju nordmenn flyttet innenlands i 2012 viser tall fra Statistisk Sentralbyrå. Dette tilsvarer 777 900, og er det høyeste antallet siden 1975. Tall på netto innenlandsflytting fra 2012, viser at Hedmark og Oppland hadde et resultat på -948 det året. I perioden 2003-2012 var tallene for samme fylker -4101. De sentrale Østlandsområder, Sør-Norge og Trøndelag var de områdene som opplevde vekst (SSB, 2013b).

## **2.2 Vang kommune**

Vang kommune ligger vest i dalføret Valdres, og grenser mot Luster, Årdal og Lærdal i Sogn og Fjordane, Hemsedal i Buskerud, Lom, Vågå og Valdreskommunene Øystre Slidre og Vestre Slidre i Oppland. Vang hadde ved inngangen til 3. kvartal 2013 1618 innbyggere (SSB, 2013c). Kommunen har et kommunesenter, Grindaheim, men mangler et regionsenter som ofte får fokuset i distriktdebatter. Det er om lag 45 minutters kjøring fra Vang sentrum til regionsenteret i Valdres, Fagernes. Der foregår noen aktiviteter og tilbud

man ikke finner i Vang. Kommunen har stort areal og relativt få innbyggere, og er en utkantkommune i Valdres. I august 2013 kunne Vang skilte med at de var den kommunen i Norge med størst prosentvis vekst i folketallet i foregående kvartal. Totalt økte folketallet med 25 personer, det vil si 1.57 prosent (Avisa-Valdres, 2013). Fortsetter trenden slik kan Innovangsjon nå målet sitt med at kommunen skal ha 1724 innbyggere innen 2020. Tallet 1724 er ikke tilfeldig valgt, det er høyden på fjellet Grindane, som ruver over sentrum av Vang.

Næringsstrukturen kan bety mye for en regions utvikling. En sårbar næringsstruktur henger ofte sammen med negativ befolkningsutvikling. Dette gjelder særlig i små samfunn med store industrielle hjørnesteinsbedrifter. Forsvinner bedriften er det heller ikke levegrunnlag for størsteparten av befolkningen. I Vang er det ingen store hjørnesteinsbedrifter, men hver bedrift som legges ned eller starter opp betyr mye for kommunen. Det var ingen konkurser i kommunen i 2013 i følge Statistisk Sentralbyrå, alle de 373 bedriftene bestod. De tre største vekstnæringene i Norge mellom 2002-2007 var oljevirksomhet, private tjenester og forretningsmessige tjenester. Dette er næringer som ikke er representert i særlig grad i Vang eller Valdres generelt. Regionene Valdres og nabodalføret Hallingdal har hatt en negativ konkurranseevne i samme periode sammenlignet med andre regioner. Skålholt og Batt-Rawden (2008) konkluderer med at det er næringslivets struktur med tradisjonelle næringer som jordbruk og skogbruk, samt konkurranseevnen som har hindret og lagt begrensninger for regionene. Derfor har ikke Valdres og Hallingdal opplevd den samme veksten som ellers i landet når det kommer til antall sysselsatte.

Tilflyttingsprosjekt som lykkes med blant annet å tiltrekke folk fra nye næringer, vil bedre konkurranseevnen til disse regionene. Her kan man gå aktivt inn for å forsøke å rekruttere folk fra nye eller ønskede næringer. De kystnære strøk drar fra Innlandsområdet når det kommer til næringsutvikling. Vang kommune kommer dårlig ut i NHOs nærings-NM, som ser på hvor næringslivet gjør det best (NHO, 2014). Rangeringen er basert på bedriftenes vekst og lønnsomhet, nyetableringer og næringslivets størrelse. Kommunen er på 367. plass av landets 428 kommuner, og nesten på bunn i Oppland Fylke. Vang kommer bedre ut når det gjelder nyetableringer, da på en 9. plass av de 26 kommunene i Oppland. Når det gjelder vekst havner Vang helt på bunnen i Oppland. I NHOs Kommune-NM kommer derimot Vang bra ut når det gjelder antall arbeidsplasser, og er av de kommunene med færrest arbeidsledige i fylket. Valdres som region hadde sitt dårligste år i Nærings-

NM i 2013, med en 66. plass blant landets 84 regioner, mot en 36. plass i snitt de siste ti år. Valdres rangeres da blant landets nest dårligste regioner.

Pendlingsmatrisen av Valdres og Hallingdal fra 2007, viste at Vang hadde 881 sysselsatte som bodde i kommunen. 785 hadde arbeidsadresse i kommunen. Det vil si at nesten 100 personer pendlet fra Vang til andre kommuner for å jobbe (Skålholt & Batt-Rawden, 2008).

### 2.2.1 Hyttekommunen Vang

Dalføret Valdres ligger gunstig til som hyttestedstinasjon, og Vang er en relativt stor hyttekommune med en gunstig beliggenhet mellom øst og vest. Det er drøye 3 timer kjøring fra Bergen til Filefjell og 3,5 time fra Oslo til Filefjell. De når dermed markedene i de to største byene i landet. Når det gjelder antall hytter i Vang, viser tall fra 2011 at kommunen har 2015 hytter, og av disse er 1417 med eiere fra andre kommuner enn Vang. Det er 1,26 hytter pr innbygger i kommunen. 20 % av hytteeierne er under 45 år, resten fra 45 år og oppover. 66 % av hytteeierne er menn. De fleste hytteeierne kommer foruten Vang, fra kommunene Oslo, Bergen, Bærum og Årdal (Agderforskning, 2011).

### 2.3 Innovangsjon

Jeg vil gi deg som leser en bakgrunnsforståelse i hva Innovangsjon er, og hvilket arbeid de gjør, for at du skal forstå problemstillingen og være rustet til å være med på ferden gjennom denne masteroppgaven.

«Innovangsjon SA» er et samvirkeforetak som eies av Vang Sparebank og Vinjerock. Innovangsjon ble stiftet da studenter og ungdom fra Vang kommune var hjemme på påskeferie i 2011, med bakgrunn i et ønske om en attraktiv kommune de kunne flytte tilbake til. De tre hovedarbeidsområdene Innovangsjon jobber med er *Arbeid i Vang*, *Bu i Vang* og *Blest om Vang*. Innovangsjon satser mot lokalbefolkningen i Vang, hytteeiere, utflyttede Vangsgjeldinger og andre potensielle Vangsgjeldinger. Innovangsjon har konkrete mål de jobber for; 10 nye arbeidsplasser per år fra 2012-2020, 1724 innbyggere innen 2020, og klarer å skape møteplasser for bedrifter og innbyggere i kommunen.

*Arbeid i Vang* går ut på at Innovangsjon skal legge til rette for økning i allerede eksisterende bedrifter, samt å jobbe for/ tilrettelegge for nye bedrifter som ønsker å etablere seg i kommunen. Hovedoppgavene er blant annet å etablere bedriftsnettverk, kartlegge næringsareal og være gratis konsulenthjelp i forhold til finansiering, søknader til det offentlige og utviklingsarbeid av lokale bedrifter.

*Bu i Vang* handler om at kommunen skal kunne tilby tomter, hus eller leiligheter til salg eller leie for de som ønsker å slå seg ned i Vang. Denne satsingen går særlig mot unge familier som ønsker å bosette seg i kommunen. Bosted er per dags dato et problem i kommunen, og en egen bostedkartlegger tiltrådte i 2013 for å bidra til å løse og kartlegge problemet. Blant annet skal ledige tomter publiseres på nettsiden [www.vangivaldres.no](http://www.vangivaldres.no), og det skal jobbes for å få tomme hus og tomter ut på markedet – enten for salg eller utleie. Kartlegginga viste at det stod mange tomme hus rundt i kommunen, men de fleste trengte renovering og oppgradering før de kan leies ut. Innovangsjon skal også jobbe for økt boligbygging i samarbeid med entreprenørene i kommunen. Dette skal gjøres med bakgrunn i de behov som dukket opp etter bostedkartleggingen som ble gjennomført høsten 2013. Der fikk respondentene anledning til å si hvor i kommunen de ønsker å bo, og om de ønsker tomt, enebolig, leilighet eller småbruk. *Bu i Vang* handler også om at de nye innbyggerne som kommer til Vang skal integreres og tas godt imot av både Innovangsjon, bedrifter og ildsjeler. Trivselstiltak og gode møteplasser skal skapes for folk i hele kommunen.

*Blest om Vang* handler rett og slett om å skape blest om Vang og profilere kommunen på en god måte. Dette foregår på internett via hjemmesiden [www.vangivaldres.no](http://www.vangivaldres.no), Facebook-sida «Vang» og i andre fora. Arbeidet foregår også via gode ambassadører som lokalbefolkning, hytteeiere og andre patrioter. Innovangsjon er i kontakt med. Arrangement Innovangsjon står for, som «Innovangsjonsdagen» og «Fredagskos», eller større arrangement i kommunen som rockefestivalen Vinjerock er også med og skaper blest om Vang. For at folk skal få øynene opp for Vang, tilsatte Innovangsjon en egen *Blestminister* fra 2014, som skal jobbe spesifikt med å skape blest om Vang via sosiale media og arrangement. En foto- og videojournalist er også tilsatt for å produsere reportasjer fra opplevelser og dagligliv i Vang. På denne måten skal flest mulig se hva Vang har å tilby.

### **2.3.1 Velkomstvenn**

Innovangsjon og Frivillighetssentralen i Vang innførte i 2013 «Velkomstvenner». Disse «velkomstvennene» er frivillige innbyggere i Vang som viser nye (og gamle) Vangsjeldinger hva som finnes i kommunen, og kan svare på alt av spørsmål. På denne måten er det lettere å bli integrert i samfunnet og få utvidet horisonten (Innovangsjon & Frivillighetssentralen, 2013). Et lignende tiltak med tilflytterverter ble brukt i Flytthit-prosjektet i Fjellregionen (Hedmark og Sør-Trøndelag), og de hadde god erfaring med dette. Tilbudet var et lavterskeltilbud hvor det skulle være lett å få hjelp til det man lurte

på, og var det mest suksessrike virkemiddelet innen inkludering i Fjellregionen (Rambøll & Telemarksforskning, 2009).

### **2.3.2 Kontorfellesskapet 1724**

I april 2013 åpnet en næringshage for småforetak i Vang sentrum, kalt Kontorfellesskapet 1724. Kontorfellesskapet 1724 beskriver seg som «kontorfellesskapet og det kreative arnestedet for kultur-, design og teknologibaserte entreprenører i gründerbygda Vang», og huser 24 arbeidsplasser. Dette er et svært viktig tiltak for å skape et attraktivt arbeidsmiljø og tiltrekke seg gründere, og det er viktig å tenke på at lokalene ikke må være for dyre i starten slik at potensielle leietakere ikke blir utestengt grunnet dette. Innovangsjon har vært pådriver til å få etablert dette kontorfellesskapet, og er også lokalisert der. De kan med dette fellesskapet etterhvert skape en liten «klynge», hvor bedriftene handler med og lærer av hverandre (Teigen, 2013).

Kontorfellesskapet 1724 har ambulerende arbeidsplasser som man kan leie, for eksempel en dag i uka eller to dager i måneden. Dette er en fin mulighet til å få hyttebefolkningen til å være mer i Vang og inkludere dem i lokalsamfunnet. Nye kontakter dannes, og uventede samarbeid kan oppstå. I tillegg sitter hytteeierne på mye kompetanse som kan komme Vang til gode ved denne nettverksbyggingen. Våre levemåter og arbeidsplasser blir stadig mer «mobile», og dette kan hyttedestinasjoner som Vang vinne på om de klarer å friste hytteeierne til også å ta med deler av jobben til kommunen. Det kan også være en fordel med godt mobilnett og fiberdekning i kommunen for de som helst vil sitte på hytta og jobbe, noe Innovangsjon jobber med å utbedre.

### **2.3.3 Integrerende arbeidsliv**

I Vang startet det i 2013 opp et bolystprosjekt som heter «Integrerende arbeidsliv». I dette prosjektet er det Innovangsjon som samarbeider med Frivilligsentralen, Flyktingtenesta, kommunen og NAV, med støtte fra Kommunal- og regionaldepartementet. Målet til prosjektet er å snu statistikken med at mange av flyktingene som kommer til asylmottaket i Vang flytter ut av kommunen når de er ferdige med introduksjonsprogrammet. Asylmottaket i Vang har totalt 140 plasser, det er dermed ganske mange innbyggere det er snakk om for en liten kommune som Vang. I et intervju i avisa «Valdres» 30.10.13 forteller flyktingkonsulent Torill Trøen at det er mangelen på arbeid som gjør at de flytter til byene, selv om de trives godt i kommunen. Prosjektet har nå 5 deltakere som har blitt tildelt hver sin «Bolystven». Disse skal hjelpe deltakerne med å utforme CV og søknader, motivere dem, støtte dem og introdusere de for arenaer hvor de kan få utvidet nettverket

sitt. Bolystvenene blir kurset og får oppfølging gjennom prosessen. Informasjonsmøte for bedrifter som kunne tenke seg å rekruttere en eller flere av de fem arbeidstakerne med flerkulturell bakgrunn som har deltatt i prosjektet har blitt arrangert. I forhold til dette prosjektet bidrar Innovangsjon med oppfølging, fadderordning i bedriften og mediedekning. Dette er en spennende og framtidsrettet måte å integrere innvandrere på. Det arrangeres også flerkulturell kafé en gang i måneden i Vang.

#### **2.3.4 Fellesforum for entreprenører**

Innovangsjon har tatt initiativet til å danne et fellesforum for entreprenører i Vang. Med dette ønsker de å koble ressurser i lokalsamfunnet og skape samarbeid, idéutvikling og nettverk. Entreprenørnettverket «Reisverk» ble etablert i kjølvannet av et stormøte for entreprenørbedrifter i Vang i januar 2013, hvor hele 22 representanter fra entreprenørbedrifter i Vang deltok. Tema var samarbeid, markedsføring, visningshytte og pakkeløsninger mot mulige kunder. Etter dette har «Reisverk» blant annet fått støtte av Innovasjon Norge, og skal sammen med Innovangsjon finne ut hvilke type boliger som trengs på markedet i Vang. Et resultat av arbeidet som gjøres, kan bli et felles utbyggingsselskap i Vang.

#### **2.4 Vang + Innovangsjon**

Det er Vang kommune som er den økonomiske hovedbidragsyteren til Innovangsjon. Kommunen har lovet midler til to stillinger fra høsten 2012 og ut 2014. Det er en intensjon om fornyelse tre år videre, ut 2017, men dette foreligger det ingen garanti for ennå. I tillegg har Vang Sparebank støttet Innovangsjon økonomisk. De ansatte i Innovangsjon har tatt på seg konsulentoppdrag, slik at de har kunnet utvidet staben fra 2 årsverk til 3,2 årsverk (fram til juni 2014).

Vang kommune har i de siste årene satset på ungdommelige initiativ som rockefestivalen Vinjerock og Innovangsjon, uten å være sikret suksess og klingende mynt i kassa. Kulturarrangement som Vinjerock og utendørs filmfestival på Filefjell, Snøfilm, skaper muligheter til å bygge opp lokale krefter og samhold, og på denne måten skape en kollektiv gevinst for bygda. Høsten 2013 ble det også innspilt en ny TV-serie i Vang, nemlig «Den siste viking» som har gått på TV Norge vinteren 2014. Innspillingen foregikk på naturskjønne Tyin. Vang kommune får med slike arrangement en unik markedsføringsverdi, og et image som en sporty og spennende fjellkommune med mange tilbud for friluftsglade ungdom. Det er vakker natur i Vang, men det kan så mange andre steder også tilby. Kampen om potensielle tilflyttere kan sammenlignes med butikkenes

kamp om kunder, og her er konkurrentene andre regioner (Skålholt & Batt-Rawden, 2008). De må dermed vinne innbyggere via synliggjøring av alt det positive som foregår i kommunen, og dette pågår for fullt ved hjelp av Innovangsjon. Kommunen viser med sin støtte til kreative idéer at de gir handlingsrom for nyskaping og innovasjon, samt er en utviklingsarena. Denne støtten og holdningen fra kommunens side er viktig for at nyskaping og kreativitet skal blomstre både blant enkeltpersoner og i innovasjonssystem i Vang, samt i kampen om arbeidskraft og arbeidsplasser. En kommune som er offensiv og går litt utenom de tradisjonelle baner kan simulere til bolyst.

## 3.0 Teori

Teorikapitlet er tredelt, hvor jeg først vil gå inn på den kreative klasse, videre følger entreprenøren som jobbskaper og til sist kommer en del om samfunnsentreprenørskap. Som en overbygning for teorikapitlet har jeg valgt Richard Florida sin push – pull teori. Det er en av de klassiske flyttemotivteoriene. Den går ut på at fordelene ved å bo et sted som du dras mot (pull), må være større enn ulempene, som «dytter» folk fra stedet (push). Som et eksempel kan vi se at en av grunnene til den store emigrasjonen fra Norge til USA på slutten av 1800-tallet og starten av 1900-tallet, var at fattigdommen her til lands var så stor og mulighetene for et bedre liv i USA virket forlokkende. Ulempene og misnøyen i Norge var dermed større enn fordelene som kunne være familie, venner, frisk luft og fin natur (Skålholt & Batt-Rawden, 2008).

### 3.1 Den kreative klasse

#### 3.1.1 Richard Floridas teorier om attraksjon og bolyst

Stadig flere bor i byene, og distriktene står ofte igjen som taperen. Den amerikanske professoren og byplanleggeren Richard Florida, mener grunnen til dette er at de vinnende byene/ stedene har en overrepresentasjon av kreative, åpne og talentfulle mennesker, som han bruker fellesbetegnelsen *den kreative klasse* om. Den kreative klassen har gjerne høy utdanning, er tolerante, åpne for nye ideer og trives med mangfold av både mennesker og tilbud rundt seg. Åpenheten og nysgjerrigheten kombinert med høyere utdanning og individualisme, gjør at den kreative klasse har evne til å skape nye produkter og tjenester i høykostland som Norge, som er både innovative, av god kvalitet og konkurransedyktige, selv i forhold til lavkostland. Den kreative klassen er fremtiden.

Florida mener at ikke alle behøver og «passe inn» i et homogent samfunn lengre, og at mangfold sees på som noe positivt. Det er humankapitalen som finnes hos den kreative klassen som er den viktigste drivkraften i økonomien, ikke tradisjonell næringsutvikling med gode miljøer for bedriftene (business climate). Det som trekker den kreative klassen til nye steder er altså at stedene er spennende å arbeide og bo på (people's climate), og dette er en viktigere faktor enn interessant arbeid. Florida mener altså at den kreative



klasse har skapt vekst. De byene, regioner eller land med stor andel av den kreative klasse vil stå sterkt i kampen om arbeidsplasser i kunnskapsintensive næringer<sup>1</sup> (Florida, 2012).

Florida mener at valget av bosted er den viktigste beslutningen mennesker tar. Jobber følger dermed folk, og ikke motsatt. Den kreative klassen er nøkkelen til økonomisk vekst ved at de står bak flest innovasjoner. På steder hvor den kreative klassen er overrepresentert finner vi vinnerne i den globale økonomien, mener han. Forskjellen mellom steder blir større, da verdensøkonomien har stadig høyere topper og dypere daler. Dette gjelder særlig i USA. Inntektsforskjellene øker, og forskjellene i bosetting av de ulike klassene øker også. Kapitalen trekkes mot steder med høyest fortjeneste og størst muligheter. Bakgrunnen for teoriene hans, er at vi i vestlige land ikke kan konkurrere på lønninger, og at vi derfor må konkurrere på innovasjon og kunnskap. Han mener at det økonomiske skiftet vi nå står ovenfor er blant de mest omfattende noensinne, også sammenlignet med den industrielle revolusjon.

Hauge og Skålholt pekte (i 2009) på at det var første gangen i historien at den økonomiske veksten handlet om humankapital, fremveksten av den kreative klasse og kreativitet som økonomisk drivkraft. Så mange som en tredjedel av alle ansatte i USA jobber innen den kreative klassen, og på enkelte steder er prosentandelen enda høyere. På en tid da arbeidsledigheten lå på 10 % i USA, var den bare 5 % innen den kreative klassen.

Det er ikke bare i USA den kreative klassen blomstrer. Så mange som en tredjedel til halvparten av alle arbeidstakere jobber innen den kreative klassen i deler av Europa, Asia og andre steder i verden. Florida mener for øvrig at alle mennesker er kreative, men at potensialet som ligger der må utvikles og frigjøres slik at den kreative energien, talentet og evnen i oss alle får blomstre. Dette er svært viktig for den kreative økonomien. Samfunnet må bygges slik at det anerkjenner og gir næring til hver enkelt menneskes kreativitet, slik at denne kapasiteten kan utnyttes bedre. Kreativiteten har dessuten ingen begrensninger. Vi må huske på at innovasjon og kreativ tenkning skjer når som helst og hvor som helst, ikke bare i forskningslaboratorium. Entreprenørskap må løftes frem på agendaen, og få større fokus blant annet i skolen, for at flere skal kunne starte opp egne bedrifter og skape

---

1

Produksjon av farmasøytiske råvarer og preparater, kontor og datamaskiner, radio-, TV- og annet kommunikasjonsutstyr, medisinske instrumenter, presisjonsinstrumenter, optiske instrumenter, klokker og ur, produksjon og reparasjon av fly og romskip, telekommunikasjoner, databehandlingsvirksomhet, forsknings- og utviklingsarbeid, arkitektvirksomhet og teknisk konsulentvirksomhet, teknisk testing og analyse, film og video, jmfør Isaksen (2005).

arbeidsplasser til seg selv og andre. Aktiv læring som spiller på barnas interesser, samt det å ta vare på barnas kreativitet, er essensielt. Inkubatorer som kan hjelpe alle typer næringer er også viktig i denne prosessen (Florida, 2012). Det er viktig at skolen fremmer og er med og utvikler entreprenøriell selvtillit blant elevene, blant annet gjennom å ha lærere og personale som er gode forbilder, og gjennom å oppdage entreprenørielle handlinger. Entreprenørskap bør være en del av den ordinære undervisningen allerede fra grunnskolen av, og naturlig videreføres til videregående skole og høgskole/ universitet (Landström, 2005). Det lærer elevene hvordan man starter en bedrift. På videregående skole får elevene gå gjennom hele prosessen med å starte egen bedrift, til og med å få bedriften registrert i Brønnøysundregisteret. På denne måten blir terskelen lavere for å starte egen bedrift etter endt utdanning.

Den tradisjonelle næringsutviklingen har dreid seg om å skape attraktivitet og gode miljø (business climate) for eksisterende og nye foretak. Framveksten av det postindustrielle samfunnet kjennetegnes av et konstant fornyingskrav. Samfunnet vårt har de siste tiår vært, og er fortsatt under stadig endring i regionaløkonomiske sammenhenger. Primærnæringer og industri var tidligere våre viktigste næringer. I dag er det tjenestesektoren i Norge som er viktigst med om lag 84 % av totalt ansatt sysselsatte. De fleste som jobber i tjenestesektoren jobber lokalt med personretta tjenester. I tillegg til denne endringen viser Florida til at humankapitalen i mange voksende næringer har overtatt som viktigste innsatsfaktor. Det kan bli mangel på arbeidskraft i årene fremover grunnet eldrebølgen, og dette vil føre til at bedriftene flytter dit arbeidskraften befinner seg. Dette indikerer at bosetting er like viktig for å få til næringsutvikling i en region, som næringsutvikling er for å få til bosetting. Fokuset rettes i økende grad mot å gjøre regionene mer attraktive som bosted. Dette vises blant annet ved at NHO har flyttet fokuset sitt fra næringsdrift til tilflytting i sitt attraksjonsbarometer (Hauge & Skålholt, 2009).

Hvem er så denne kreative klassen vi har snakket om? Det er ikke bare folk i kulturnæringene, som kunstnere, artister og skuespillere. Begrepet omfatter også teknologi og innovasjon, kunst og kultur, profesjonelle og ledere, utdanning og instruksjon. Alle som får betalt for å tenke er en del av den kreative klassen, og de defineres ut fra hva de gjør, hvordan de gjør det og hvem de gjør det med (Hauge & Skålholt, 2009). Den kreative klassen får betalt for å bruke tankene sine, mens serviceklassen og arbeiderklassen gjør rutinebasert arbeid. Det er dermed ikke sagt at det er kun den kreative klassen som er kreative. Mer og mer kreativitet kreves i de andre klassene også, for eksempel forbedringer

som skal gjøres for å effektivisere arbeidet på en fabrikk. Noen kreative styres av penger, men de virkelig kreative styres av motivasjon, hardt arbeid, indre belønning, tilfredsstillelse og respekt fra andre i den kreative klassen. På bakgrunn av dette, mener Florida at den kreative klassen vil fortsette å vokse i fremtiden, og dermed også den «kreative» økonomien. Den kreative klassen står for mye av økonomien i USA, fordi gjennomsnittslønningen er nesten den dobbelte av lønningene til de to andre klassene, selv om serviceklassen er størst og i vekst (Florida, 2012, s. 42). Den kreative klassen har bortimot halvparten av all inntekt i USA. Bakdelen med denne økonomiske utviklingen, er at den kreative klassen tar en større personlig risiko økonomisk. Det må bygges et sosialt sikkerhetsnett som ivaretar den kreative klasse. I dag må den kreative klasse ta hånd om helseforsikring, arbeidsuføreforsikring og pensjonen selv, noe det burde bli en endring på i følge Florida. Disse godene burde følge arbeidstakeren uansett hvor han/ hun jobber eller flytter, og ville vært bra for samfunnet i sin helhet. Stressnivået til den kreative klassen er høyt, og de tar med seg jobben overalt via den teknologiske utviklingen.

Florida peker på at kreativitet ikke er et individuelt fenomen, men noe som gjerne blomstrer best i en sosial prosess eller i et sosialt miljø. De trenger også miljø som lar de få lov til å være kreative, verdsetter dem og utfordrer dem, og som kan mobilisere ressurser rundt ideene deres. Disse miljøene vil oppleve en strøm av innovasjoner, konkurransefortrinn og fordeler. Florida mener også det er en fordel, både økonomisk og kreativt sett, for bedrifter å ligge i klynger og ha tette nettverk rundt seg (Florida, 2012). Et eksempel på et kreativt fellesskap er «Fabrikken» på Lillehammer, som har mange enkeltmannsforetak bestående av blant annet kunstnere under samme tak som kan dra nytte av hverandre.

Nå er ikke forholdene til den kreative klasse lik i Norge som det Florida beskriver i USA, men det er utfordringer for blant andre selvstendig næringsdrivende når det kommer til for eksempel foreldrepermisjon om man driver et enkeltmannsforetak, eller i en liten bedrift hvor det er vanskelig å erstatte noen som er i permisjon.

### **3.1.2 Floridas flyttemotiv**

Florida har en teori om at identiteten din kan spille en rolle for valg av hvor du bosetter deg. Det er også viktig å føle seg velkommen og raskt akseptert et sted for å ønske å flytte dit, eller å bli værende der. Sosial kapital, det vil si samfunnets normer, regler, nettverk og sosiale relasjoner, kan virke både positivt og negativt inn på denne inkluderingen. Virker den negativt inn på inkluderingen og de mellommenneskelige relasjonene, kan dette

sammenlignes med fenomenet «bygdedyret». Den høye sosiale kapitalen på bygda blir en grunn til og ikke bo der. Samtidig synes en del innbyggere det er positivt å være synlig i samfunnet, noe man oftere er på bygda. Det er en hårfin balanse mellom å *bry seg om*, og å *bry seg med* (Førde, 2010). Et sted kan utgjøre både barrierer og muligheter når det kommer til nyskapning. I forhold til «bygdedyret» kan det være lettere for nyinnflyttede med blanke ark, enn for folk som vender tilbake til hjemstedet hvor alle vet «alt» om deg fra før. Bostedet må samsvare med ditt eget selvbilde og identitet. Identitetsfaktoren kan dermed bli en push- eller pull-faktor. Det å kunne identifisere seg med stedet du bor på eller vurderer å flytte til er også en viktig trivselsfaktor (Hauge & Skålholt, 2009).

Flytting er noe som avhenger av alder og livsfase. Folk i forskjellige aldre flytter av ulike årsaker, vi flytter oftere, og er mer mobile enn før. Det er ofte mer enn en årsak som teller inn ved flytting. I 1960 bodde nordmenn i snitt 14 år i hvert bosted, i 2008 var dette tallet 6 år (Skålholt & Guldvik, 2009, s. 44). Steder som fremstår for attraktive for en 20-åring er ofte ikke det for en 35-åring, og motsatt. Dette må kommunene og regionene ta i betraktning når de ønsker tilflyttere. Unge mennesker er mest mobile, særlig i forbindelse med høyere utdanning og tidlig jobbphase. De med høyere utdanning flytter mest. Det er ikke så lett å få tilbake ungdommen til hjemstedet som man tidligere har trodd. Har de tatt høyere utdanning og blir værende i for eksempel byen, er sjansen større for at de blir der. De kommunene som jobber aktivt med å tiltrekke seg folk i midten av 20-åra kan stå igjen som vinnere, og har skaffet seg konkurransefordel i forhold til andre. I følge Hauge og Skålholt (2009) venter stadig flere med å stifte familie. Single er mye mer mobile og flyttbare. I en undersøkelse foretatt av Forbes Magazine for beste by å bo i for single, kom faktoren «hvor mange andre single» som en viktig faktor frem, hakk i hjel med karrieremuligheter. Dette viser hvor viktig det kan være å finne en potensiell livspartner når det kommer til flytting til nye steder. Når man har stiftet familie og barna begynner å vokse opp kommer den neste store flyttebølgen. Dette kan ofte være i sammenheng med at barna skal begynne på skolen, og at foreldrene søker gode skoler og oppvekstmiljø. Mange flytter også når barna har flyttet hjemmefra, eller når de blir pensjonister og ønsker et mer lettvint boalternativ.

I følge Florida, vil de stedene som representerer «De 3 T'ene for økonomisk utvikling» - Teknologi, Talent og Toleranse, bli de nye vinnerne som særlig den kreative klassen ønsker å slå seg ned på. Det holder ikke for et sted bare å representere en av T'ene for å skape økonomisk vekst og innovasjon. De 3 T'ene kan altså forklare hvorfor noen steder

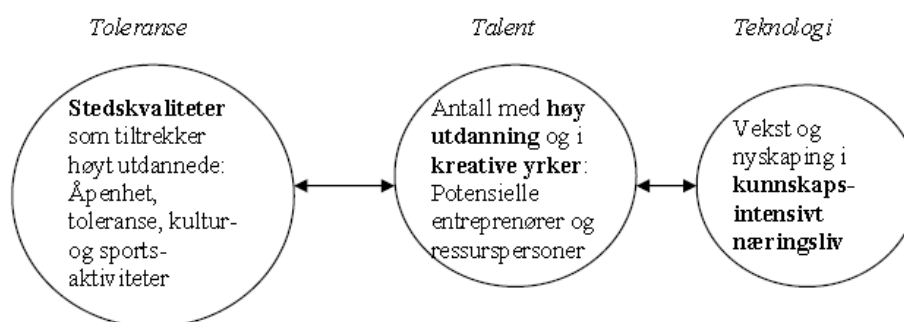
lykkes, mens andre ikke gjør det. Har et sted eller en bedrift kommet svært langt innen for eksempel teknologisk utvikling, men ikke er tolerante og åpne nok, kan stedet gå glipp av mange kreative talent som potensielt kunne søkt jobb hos dem. Teknologitvutvikling er den minst kontroversielle av T'ene. Det er bred enighet om at teknologi/ høyteknologiske arbeidsplasser er nøkkelen til konstant økonomisk vekst, og Karl Marx og Joseph Schumpeter er blant de som har fremmet dette synet. Økonomien og samfunnet blir mer effektiv og produktiv ved hjelp av teknologien. Talent kjennetegner medlemmer av den kreative klasse, og disse er individer med høy grad av humankapital. Florida definerte dette som andelen av befolkningen med høyere utdanning, andel sysselsatt innen vitenskap eller ingeniører, og andel fagutdannede og teknikere. Talentene er viktig for økonomisk framgang. Florida har funnet en sammenkobling mellom talent og den kreative klassen (Florida, 2012).

Den siste T'en - Toleranse, er mer omdiskutert. Mangfold er viktig for økonomisk vekst, men noen ser på dette som mangfold av firmaer og industrier, og ikke mangfold blant mennesker. Andre mener en kombinasjon er viktig for å skape innovasjon og vekst. Toleranse og åpenhet kan være avgjørende for om et talent ønsker å flytte til eller blir værende i en bedrift/ på et sted eller ei. De stedene som klarer å ta imot og inkludere ulike typer mennesker, som innvandrere, minoriteter, bohemer, kunstnere og homofile, har en fordel når det gjelder å attrahere seg kreative mennesker og talenter, og med dette skapes regional vekst. Det viser seg at for eksempel tilstedeværelse av kunstnere signaliserer et innovativt miljø som tiltrekker andre kunstnere, og personer med høyere utdanning. Mangfold og toleranse er viktigere for å tiltrekke seg talent, enn klima, rekreasjon og kulturell steds kvalitet, viser undersøkelser Florida har gjort. Han mener at den kreative klasse skal favoriseres i forhold til andre grupper, men at det er viktig å få frem kreativiteten som hvert enkelt menneske sitter inne med.

Vekst blant tolerante og åpne steder har også vist seg gjeldende i Canada og Australia. Innvandrere har stått for mange av de største innovasjonene i USA, blant annet Intel, Google, Hotmail, Yahoo og eBay for å nevne noen. 12 % av USAs befolkning er innvandrere, og disse stod for mer enn 25 % av globale patenter viser en rapport fra 2011, noe som sier litt om potensialet. Noen amerikanere føler innvandrere tar jobbene deres, men antall innvandrerne i USA som er høyere utdannet er større enn antallet med lavere utdanning. Florida har også sett på hvordan man er som menneske. De som er flinke til å uttrykke seg selv, nysgjerrige og åpne for nye inntrykk, er ofte kreative. De med disse

mennesketrekkene er mer mobile, og har en økt sannsynlighet for å samles i klynger på spesielle steder, viser undersøkelser som er gjort av psykologene Jason Rentfrow, University of Cambridge og Sam Gosling, University of Texas. Disse stedene er gjerne metropoler hvor de får dyrket sosial kontakt, føler seg velkomne, hvor de kan oppleve spennende ting og hvor ulike kulturer finnes. Det er en klar sammenheng mellom åpne mennesker og åpne/ tolerante steder (Florida, 2012).

Figur 3: Illustrasjonen viser årsaksrekken gjennom de 3 T'ene bak regioners konkurransestykke innenfor kunnskapsbasert næringsutvikling (Isaksen, 2005, s. 4).



Florida har etter hvert lagt til en fjerde T «territory assets», som jeg i denne oppgaven velger å oversette til stedskvaliteter. Han fant ut at denne T'en avgjør hvor mennesker fra den kreative klasse bosetter seg. Stedet må ha unike kvaliteter og være attraktivt. *Hva som er på stedet*, som natur, miljø, tjenestetilbud og kommunikasjon betyr mye, det samme med *hvem som er på stedet*, som mangfold av mennesker og interaksjonen mellom dem, og *hva som skjer på stedet*, det vil si møteplasser, kulturliv, service, uteliv, tilbud, musikk, aktiviteter, kaféer osv. Medlemmer av den kreative klasse finnes i alle aldre og er også ulike som mennesker. Stedene må da ha noe å tilby til alle for å tiltrekke dem. Stedet må passe med livsstilen, være unike og autentiske, og dette er for mange mye viktigere enn god lønn. En interessant jobb er ikke nok, stedet må være interessant i seg selv. Det pekes også på som viktig at andre spennende jobber må være innen rekkevidde på stedet, da mange ikke blir i samme firma like lenge som før, og vil fortsette å klatre videre i karrierestigen (Florida, 2012).

Landström mener på sin side at suksessfulle entreprenørielle steder preges av frihet, hvor man blir oppmuntret til å ta risiko, og hvor det også er akseptert å mislykkes med noe. I tillegg mener han at samarbeid og nettverk (både privat og på bedrifts nivå) og likeverd blant alle mennesker som bor på stedet, uansett minoritet, er svært viktig. Dette er noe av

suksessformelen til Silicon Valley i USA, som gjerne sees på som selve symbolet for kreativitet og entreprenørskap (Landström, 2005).

### 3.1.3 Kritikk fra flere hold mot Floridas teorier

Når det gjelder Floridas teorier må man ta i betraktning at de er utviklet i USA, og at Norge og de nordiske landene har en annen struktur med færre store byer/ byområder, en mindre mobil befolkning, færre innbyggere og en annen næringsstruktur enn i Nord-Amerika. Teoriene kan dermed ikke overføres direkte til norske forhold, man må huske på de store forskjellene mellom strukturene. I undersøkelser hvor Florida har utarbeidet teorien rundt de 3 T'er og den kreative klasse, har han undersøkt 50 storbyområder med flere enn 700.000 innbyggere. En lignende undersøkelse i samme skala er ikke mulig her til lands eller i Norden.

Man kan stille spørsmål ved om det er den kreative klasse som har skapt vekst, eller om det er næringene i vekst som har etterspurt mest arbeidstakere fra den kreative klasse, og på den måten skapt veksten som Florida tildeler den kreative klasse æren for.

Arne Isaksen ved Universitetet i Agder, forsøkte i 2005 å tilnærme Floridas begreper til norsk regional utvikling. Floridas tilnærming med operasjonaliseringer av begreper fant Isaksen lite anvendelig for norske forhold. I tall hentet inn fra Isaksen når det gjelder representasjon av den kreative klasse i byer rundt om i verden, er Oslo representert med 37 %. Grunnen til dette er blant annet at det er lettere å finne arbeid i hovedstaden, særlig hvis man er et par som søker jobb. Den kreative klasse har et landsgjennomsnitt i Norge på 12 % (i dette tallet mangler kommunal forvaltning og ansatte i helseforetakene). Ellers i Norge har byene Trondheim, Bergen, og i noen grad Stavanger, Kristiansand og Tromsø en høy andel av kreative yrker med høy utdanning. Det samme mønsteret med størst representasjon i storbyene gikk igjen i hele Norden. Det kunnskapsintensive næringslivet lokaliserte seg også stort sett sentralt, mens Florida mener at disse bedriftene vil følge menneskene, noe Isaksen ikke fant tegn på i Norge. Isaksen peker på at stedskvaliteter ikke er så viktig her i Norge, som det Florida finner i USA. Det er færre byer her til lands med gode næringsmiljøer for kunnskapsbedrifter, og satsning på bostedskvaliteter som strategi for vekst i kunnskapsintensive næringer vil i hovedsak være relevant i Osloregionen, andre storbyer og noen byer med høyteknologisk industri (de som har et business climate). De fleste regionene i Norge må utvikle næringsmiljøet sitt dersom de ønsker å satse på vekst innenfor kunnskapsintensive næringer, det er ikke nok med en god entreprenør uten et

miljø rundt. Entreprenøren behøver noen å samarbeide med de gode idéene om (Isaksen, 2005). Slike miljø finnes blant annet i næringshager, og i kontorfellesskap som 1724.

Ved Nordens største universitet, Lunds Universitet i Sverige, ble det foretatt kvantitative og kvalitative studier av hvordan teorien om den kreative klassen kunne passe inn i en nordisk sammenheng. Den kvantitative delen av studien viste en positiv korrelasjon mellom enkelte stedskvaliteter og høy andel av den kreative klassen i nordiske byregioner. De fant også en positiv sammenheng mellom høy andel av den kreative klassen, og hvor innovativt og kunnskapsintensivt det lokale næringslivet er. Denne sammenhengen fantes imidlertid kun i byregionene. Den kvalitative delen av studien viste at man bør unngå kun å fokusere på «people's climate» som konkurransefortrinn. «People's climate» er viktig for den kreative klassen, men den er underordna et attraktivt jobbmarked, noe også andre nordiske undersøkelser har kommet frem til. Samtidig kan man spørre seg hva et bra «people's climate er». Svaret er ikke entydig. Ulike mennesker setter ulike kvaliteter høyere enn andre. Dessuten passer uttrykket «people's climate» kanskje best for unge, kreative mennesker som ikke har etablert seg med barn ennå og hvor urbanitet, levende gatebilde, kulturelle tilbud, mangfold og toleranse er viktige kvaliteter. Disse stedene er ofte i byene, og der kan disse kvalitetene bli overskygget av forurensing, kø, store skoleklasser, utrygghet og dyre boligpriser for blant annet småbarnsfamilier. I favør av distriktene trekkes sosiale relasjoner og lokal identitet fram som viktige kvalitetsfaktorer som kan tiltrekke den kreative klassen, og særlig regionsentra kan score på å ha litt av både byens og bygdas kvaliteter. Østlandsforskning har funnet at kommunesentra og tette rurale strøk har større stedstilfredshet, enn i spredtbebygde strøk (Hauge & Skålholt, 2009).

Florida har funnet ut at den kreative klasse er sterkt representert i Skandinaviske land, med 44 % av de sysselsatte i Sverige, 44 % av de sysselsatte i Danmark, 44 % av de sysselsatte i Finland og 42 % av de sysselsatte i Norge. USA ligger på om lag 35 %, mens Singapore rager høyest på statistikken med 47 % av sine sysselsatte innen den kreative klasse. Florida mener at de som driver den kreative økonomien frem er byer og metropoler, og at disse må satse på både «business climate» og «people's climate» for å vokse og være attraktive (Florida, 2012).

Hauge og Skålholt peker på at Florida har blitt kritisert fra flere hold, både politisk og akademisk, men mener også at Florida har et grundig og omfattende datamateriale som ligger til grunn for hans konklusjoner. Florida har tatt kritikken innover seg, og skrevet nye



bøker om temaet hvor han forsøker å imøtegå kritikken. Kritikken har kommet både fra venstre- og høyresiden i politikken. Venstresiden mener at markedet er det beste instrumentet for å fremme vekst og innovasjon, og at de som ikke klarer å skaffe seg spennende jobber har seg selv å takke. Florida mener at det er lurt å unngå for store klasseskiller blant folk, og at byene kan bli undergravd som motor til økonomisk vekst og drivkraft hvis det blir så dyrt å leve der at leverandører av tjenester ikke har råd til å bo der. Den stadig økende forskjellen mellom folk vil også føre til svekket motivasjon for å gjøre en god jobb. Den nordiske velferdsmodellen hvor forskjellene er små og muligheten til påvirkning er stor, fremheves som et ideal for vekst og kreativitet.

Høyresiden har kritisert Florida for å ville ha mer aktive regionale og nasjonale myndigheter. Han har også fått kritikk for å undergrave de tradisjonelle (amerikanske) familieverdier med sitt syn på alternative livsstiler og mangfold. Florida hevder da at virkeligheten som han har analysert og beskriver, ikke nødvendigvis er slik den bør være. Akademikere har også kritisert Florida, og han har også fått kritikk for å være en moteteoretiker. Begrepet *den kreative klasse* kritiseres for å være for altomfattende (Hauge & Skålholt, 2009).

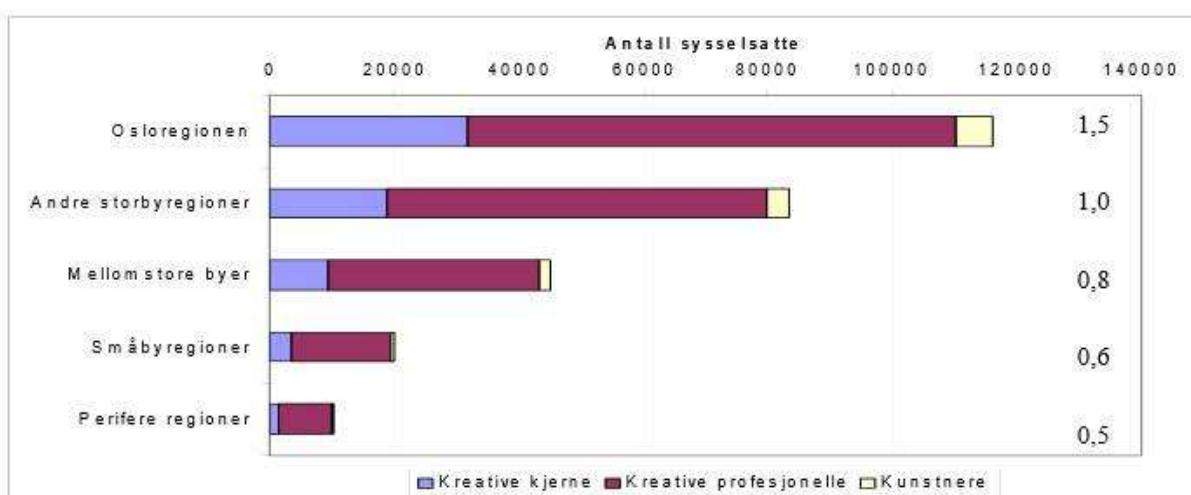
Professor ved Harvard Universitet, Edward Glaeser og redaktør i «City Journal», Steven Malanga, mener at slutningene og metodene som Florida trekker fra sine empiriske funn er problematiske. Malanga er kritisk til stedene Florida fremhever som suksessrike, og mener andre byer og steder burde vært trukket frem. Han mener byene Florida ser på som suksessrike gjør lite for å tiltrekke seg og beholde innbyggerne de har, og at de byer som baserer sine strategier på Floridas ideer driver med ønsketenkning i stedet for å ha klartenkte analyser. Dessuten har Floridas favorittbyer for den kreative klasse underprestert i forhold til økonomisk utvikling sammenlignet med andre byer. Favorittbyene skaper heller ikke flere jobber enn gjennomsnittet i USA, og flere hadde negativ befolkningsutvikling. Dessuten går pengebruken på å skape kreative steder ut over menneskene som bor der, med økt skattelegging (Malanga, 2004). Glaeser mener på sin side, at den kreative klassen kan tolkes som det samme som humankapitalen, og at det er en sammenheng mellom humankapital og økonomisk vekst og suksess i regionene. Han ser på utdanning som grunnlag for humankapital, mens Florida ser på hva mennesker faktisk gjør i arbeidslivet. I sin artikkel går han krast ut, og starter med å si at Floridas bok om den kreative klasse ikke er god forskning, og hvis Florida er heldig vil kanskje hans kone lese

boken (under tvang), samt seks av hans nærmeste kollegaer (hvis han er heldig) (Glaeser, 2005).

### 3.1.4 Vang og Florida

Når det kommer til geografisk fordeling av den kreative klasse og høyt utdannede, kommer Vang dårlig ut. Vang hører til i kategorien *perifere regioner* med under 5.000 innbyggere, som kommer dårligst ut blant de 5 regionkategoriene *Osloregionen, andre storbyregioner, mellomstore byer, småbyregioner og perifere regioner*. Antall personer som arbeider innen den kreative klasse eller har høyere utdanning, minker dess mindre sentral regiontypen er. Småbyregionene og de perifere regioner har relativt flere med høyere utdanning enn medlemmer i den kreative klasse. Hadde antallet kreative yrker vært jevnt fordelt, ville hele landet hatt en lokaliseringkvotient på 1,0. Tall fra SSB viser imidlertid at Oslo har størst representasjon av den kreative klasse på 1,5, mens perifere regioner har 0,5. Det vil si at Oslo har 50 % flere representanter fra den kreative klasse enn forventet ut fra klassens betydning på landsbasis, mens perifere regioner har 50 % færre enn forventet. Tall fra 2002-2003 viser at Valdres hadde en andel på 6,24 % innen den kreative klasse, mens landsgjennomsnittet var på 12,54 %, altså litt over det dobbelte. Andel med høyere utdanning var på 10,67 % i Valdres, og landsgjennomsnittet var på 18,03 % (Isaksen, 2005, s. 12-17).

Figur 4: Her vises forskjellen mellom antall sysselsatte i kreative næringer i ulike regiontyper i Norge (Isaksen, 2005).



### 3.1.5 Testing av PTD «Florida-teorier» i Nordiske forhold

Det er mange som mener Floridas teorier ikke passer inn i Norden, da vi har færre storbyer og mindre forhold generelt. Før Florida kom med sine hovedverk, ble PTD-programmet satt ut i livet av Kommunaldepartementet rundt 1990. PTD står for privat tjenesteyting i distriktene, og lignet mye på Floridas tanker rundt de 3'Tene (figur 3). Målet med PTD var å tiltrekke kompetansebasert tjenesteyting og ressurspersoner til distriktene ved hjelp av stedsutvikling. Attraktive samfunn som folk ville flytte til skulle skapes, blant annet gjennom kultursatsning. PTD var inspirert av byen Hoelsbro i Danmark, som hadde forsøkt lignende kultursatsning på 1980-tallet for å tiltrekke seg høyt utdannet arbeidskraft. PTD skulle gjøre at folk ønsket så sterkt å bo på et sted, at de fikk fantasi og vilje til å skape nye arbeidsplasser for å kunne bo der. Kundekontakten skulle foregå via IKT. I forhold til Floridas teorier i amerikanske byer rundt årtusenskiftet, ble PTD gjennomført på små steder (for små?) som manglet blant annet toleranse og mangfold, kulturtilbud og livlige gater, slik som den kreative klassen tiltrekkes av. Erfaringer viser at bolyst ikke er nok for å skape vekst i kunnskapsnæringer, selv om det kan bidra til enkeltetableringer. Mange savner et nettverk og et næringsmiljø på små steder, selv om det er lettere å ha kontakt med andre bedrifter via internett nå enn tidligere. Nyere innovasjonsforskning viser at bedrifter bruker ressurser særlig i nære omgivelser når de skal innovere, og at næringsklynger er verdifullt (Isaksen, 2005, s. 7-8).

## 3.2 Entreprenøren som jobbskaper

I Distriktskommuner som Vang florerer det som regel ikke av ledige stillinger, og man er avhengig av entreprenører som kan skape sin egen arbeidsplass.

### 3.2.1 Entreprenørskap

Det finnes mange og komplekse definisjoner av entreprenørskapsbegrepet. Olav R. Spilling definerer begrepet som «utvikling av ny forretningsvirksomhet, det vil si virksomhet som representerer noe nytt i forhold til det bestående næringslivet. Det dreier seg altså om nyskaping og den faktoren som ligger bak all utvikling – menneskets evne til å organisere virksomhet som gir et økonomisk utkomme» (Spilling, 1998a). En av de første definisjonene på entreprenørskapsbegrepet er fra ordboken *Dictionnaire de la langue francaise* utgitt i 1437, hvor en entreprenør refereres til en person som er aktiv og får noe gjort. Entreprenørskap er et begrep som har endret seg over tid, fra et økonomisk vitenskapelig ståsted, til å se mer atferdsvitenskapelig på begrepet. Den typiske entreprenøren er de mennesker som identifiserer og utforsker nye bedriftsmuligheter. Dette

kan være en som starter opp en bedrift basert på et nytt produkt eller ny tjeneste, eller noen som satser på en forbedring av et eksisterende produkt, som kalles en inkrementell innovasjon. Mye av entreprenørskapet skjer i allerede eksisterende bedrifter, og dette kalles intraprenørskap. Entreprenørskap er ikke noe nytt fenomen, men noe som har vært med på å bygge opp økonomien og næringslivet i de fleste land siden 1700-tallet og frem til i dag. En høy andel entreprenørskap henger ofte sammen med økonomisk tilvekst. Det er et faktum at alt endres raskere enn før, informasjonstilgangen øker og livssyklusen til produkt forkortes. Den internasjonale konkurransen blir også stadig tøffere. Entreprenørskap har hatt, og har fortsatt en meget viktig rolle for samfunnsutviklingen rundt om i landene, og har også blitt et populært forskningsområde og eget studiefelt. Entreprenørskap nevnes ofte av politikere som en løsning på minkende sysselsetting og økonomisk stagnasjon (Landström, 2005).

En entreprenør har flere ulike funksjoner. Han er blant annet en risikotaker, kapitalist, innovatør, en som ser hvordan ressurser skal koordineres mer effektivt, samt en koordinator av begrensede ressurser. Entreprenørens rolle på markedet domineres av to syn. Entreprenøren kan sees på i lys av nevnte Schumpeter sin teori, der han betraktes som sentral aktør i den økonomiske utviklingen; en innovatør, og en som endrer og skaper ubalanse i markedet (senere teorier fokuserer ikke på entreprenøren kun som individ, men også grupper/ organisasjoner). Den andre måten å se på entreprenøren på, er å se på han som et individ som etablerer nye bedrifter. Dette gjelder enten de har innovativ karakter eller ei. Denne typen entreprenør skaper balanse i markedet, og begge entreprenørtypene er viktige for samfunnets utvikling.

Entreprenøren har en del kjennetegn, blant annet har noen visse medfødde egenskaper, hevdes det av Landström. Ofte er, eller har foreldrene til entreprenøren vært entreprenører selv. Oftest er entreprenører menn, etnisk bakgrunn spiller en rolle, det samme med utdanning, yrkesbakgrunn og om han/ hun har startet foretak for seg selv tidligere. Det er ikke uvanlig at en entreprenør starter opp og eier flere foretak samtidig. Entreprenøren drives også av sine unike egenskaper, og er; handlingsorientert, har stort prestasjonsbehov, initiativrik, har motiv, pågangsmot, optimist, selvstendig, problemløser, har selvtillit, kreativitet og lederegenskaper. Entreprenører har også en evne til å se muligheter der andre kun ser risiko, og de er gode nettverksbyggere. Nettverkene bør ikke ha for sterke bånd, da dette kan utelukke ny utvikling og nye innbyggere. Løse nettverk åpner for mer kreativitet. De ovennevnte kjennetegnene på entreprenører er imidlertid ikke

med garantert å gjelde alle entreprenører (Landström, 2005). Entreprenørene opptrer ikke i et vakuum, men i samspill med omgivelsene. Entreprenørskap har nær sammenheng med miljøene og omgivelsene entreprenøren omgir seg med, og dette gjør entreprenørskap mangfoldig (Spilling, 1998a). Entreprenørskap er ofte et svar på krise, både i privat og offentlig sektor (Teigen & Lien, 2013). Det vil si at det går så dårlig at noe må gjøres for å opprettholde en bedrift, og det er ofte da entreprenørene klekker ut gode ideer, og innovasjoner oppstår.

Som nevnt er entreprenører oftest menn, og grunnen til dette kan være at menn blir ofte fremstilt som rasjonelle, handlingsrettede og konkurranseorienterte, mens kvinner blir fremstilt som emosjonelle, omsorgsfulle og samarbeidsorienterte. Menns egenskaper sees med dette på som best egnet som noe som passer til «den gode entreprenør», noe som kan virke inn på og snevre inn handlingsrommet kvinner opplever at de har, samt at det kan være vanskelig og tre inn i mannsdominerte miljø. Det kan for eksempel være vanskeligere for en kvinne å få finansiell støtte til en idé enn for en mann, grunnet blant annet fordommer. Slike funn gjelder ikke kun innen entreprenørskap, men skaper også skjevheter i blant annet lederposisjoner. Det synes dessuten å være slik at tradisjonelle kjønnsmonster er mer dominerende på bygda enn i byen. Det er i dag et politisk ønske om å øke den entreprenørielle aktiviteten blant kvinner, og for å få til dette må det jobbes med utdanningsvalg blant kvinner, samt å få bukt med fordommer (Skålholt & Guldvik, 2009). Nettverk og rådgivning er også viktig for å utvikle eller videreutvikle både kvinnelige og mannlige entreprenører (Landström, 2005). Cirka 25 % av entreprenørene i Norge er kvinner, men her er det store forskjeller fra region til region. Denne andelen er lavest i den indre delen av Østlandet. Regjeringen har som mål å få kvinneandelen opp til 40 % (Regionaldepartementet, 2013). Kanskje et særlig fokus på kvinnelige gründere kunne gitt resultater i Vang?

Entreprenørskap har vokst fram som et eget forskningsområde siden 1970-tallet, blant annet som følge av oljekrisene i 1973 og 1979, hvor det var de store foretakene som slet mest med arbeidsledighet og lavkonjunktur i mange land. Fokuset kom da på de innovative små foretakene, og entreprenørskap og entreprenørskapsutdanning. Dette så både politikere, forskere og andre på som en mulig redning ut av krisen. Fra den tid har en del forskere begynt å se på entreprenørskap som en prosess, altså hvordan nye organisasjoner og entreprenørskap skapes og utvikles, i stedet for å være individorientert som tidligere. Blant de prosessfokuserede definisjonene er det også to syn; etablering av nye

organisasjoner versus utviklingen av nye bedriftsmuligheter. I etablering av nye organisasjoner deltar entreprenøren i fasen fra initiering til og med etablering av bedriften. Da organiserer entreprenøren eksterne ressurser og skaper en nisje i markedet. Organisasjonene kan skapes innen mange ulike kontekster, hvor ikke alle kontekster er like forutsigbare for entreprenøren. Når det gjelder det andre synet, utvikling av nye bedriftsmuligheter, defineres entreprenørskap som en prosess hvor entreprenøren oppdager bedriftsmuligheter – uavhengig om entreprenøren besitter ressurser eller ei. Tilvekst og utvikling i en bedrift kan sees på som kontinuerlig entreprenørskap eller intraprenørskap. Entreprenørielle team blir stadig mer vanlig. Det vil si at flere personer står bak et foretak og kan komplettere hverandre. Risikoen deles på flere og man blir mindre sårbar, man kan hente støtte hos hverandre og dele gleder og bekymringer. Setter man sammen et heterogent team med ulik bakgrunn kan man dra fordelene av dette gjennom dynamikken som oppstår i teamet. Teamene er viktig for foretakenes utvikling, men dette er et område det foreløpig er forsket lite på (Landström, 2005).

En av måtene å se på etableringsprosessen, er å se på forskjellen mellom innovative og reproduserende etableringsprosesser. Råd til entreprenører i den innovative etableringsprosessen er formell utdanning og etableringserfaring. Dette er viktig for å skape fremgang. Videre anbefaler Landström å utvikle en prototype eller et konsept som kan prøves ut i markedet, og som kan forklare entreprenørens tenkte konsept for det kommende eller eksisterende nettverket. Etter utprøvingen må entreprenøren utvikle et sosialt nettverk etter prototypen/ konseptet som er utviklet. En fokusert strategi må også lages. I de reproduserende etableringsprosesser er det viktigste å skaffe seg god kunnskap om konkurrentene, og bruke sitt sosiale nettverk (Landström, 2005).

Som tidligere nevnt, ble det rettet stor fokus mot småforetak etter kriseårene på 1970-tallet. Dette fokuset er også viktig særlig blant Europeiske forskere i dag, da spesielt fokuseres det på tilvekstforetak. Tilvekstforetak vil si at man ser på tilveksten i små foretak, og dette kan sees på som kontinuerlig entreprenørskap. Det er en liten andel små foretak som står for denne tilveksten, og de små foretakene forblir som oftest små. Forskere spør seg derfor hvorfor noen foretak forblir små, mens andre vokser. Spiller entreprenøren noen rolle her? Tilveksten i foretakene varierer, den kan være nokså liten til enorm over lengre tid. Entreprenørens motivasjon for å skape vekst har positiv betydning for bedriftens tilvekst, det samme med utdanning, arbeidserfaring og om entreprenøren tidligere har vært etablerer. Det er også positivt for at foretaket overlever om flere danner det sammen. Unge

og små foretak vokser gjerne raskere enn større foretak, det samme gjelder de foretakene med eksterne eiere som deler både kapital og kompetanse. For at foretak skal lykkes bør de henvende seg mot det nasjonale markedet fremfor det lokale (Landström, 2005).

Når entreprenørene velger lokalisering, gjør de det av og til ut fra følelser. De er knyttet til stedet og identifiserer seg med det. Båndene til stedet, gjør at entreprenøren handler slik at det gagnar stedet han/ hun er knyttet til. Valget om lokalisering handler ofte om andre ting enn økonomi. Mange klorer seg fast til et sted, fordi der vil de bo. Menneskene og stedet påvirker hverandre gjensidig (Sve, 2010). Entreprenøriell aktivitet øker ofte ressurser som ligger latent, og fører gjerne med seg mer entreprenøriell aktivitet og økt kompetanse i et område (Rønning, 2010). Mange har entreprenørskap og etablererånd «i blodet», når de først har startet som etablerere fortsetter de med nye prosjekt, selger seg ut av gamle, eller driver flere foretak samtidig (Spilling, 1998b).

Landström peker på at den sosiale og kulturelle konteksten er avgjørende for graden av entreprenørskap i ulike land. Miljøet og konteksten må stimulere til entreprenørskap. Maktsskille mellom mennesker, individualisme, unngåelse av usikkerhet og rollefordeling mellom kjønnene er kulturelle faktorer og mønster som er med på å skille graden av entreprenøriell aktivitet mellom ulike land. I land som USA er entreprenørskap en akseptert og integrert del av kulturen og menneskers liv, mens det er omvendt og mer uvanlig i andre land. Knappt halvparten av de som forsøker å starte egne foretak lykkes innen 1-2 år, men ikke alle disse klarer å drive et lønnsomt foretak i et langsiktig perspektiv (Landström, 2005). Forskningsprosjektet *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)* ble startet i 1997 for å undersøke betydningen av entreprenørskap for nasjonal økonomisk vekst. I tallene deres fra 2012 viste det seg at ved tidligfase entreprenørskap (etableringsforsøk og/ eller nye bedrifter) lå Norge på en 9. plass blant de 24 innovasjonsdrevne landene i undersøkelsen. Norge scoret best blant de nordiske landene, men kvinneandelen er svært lav i Norge. Blant de innovasjonsdrevne landene har norske bedrifter lave vekstambisjoner i nyetableringer, og små eksportambisjoner (Alsos, Bullvåg, Clausen, Kolvereid, & Åmo, 2012).

### **3.2.2 Mest entreprenørskap i sentrale strøk**

Tall fra 2007-2011, viser at mange nyetableringer skjer i Osloregionen med nesten dobbelt så mange etableringer (13,5) per 1000 innbygger som i småsenterregioner (7,0) og spredtbygde områder (7,2) (Regionaldepartementet, 2013). I perioden 2002-2003 hadde Valdres 9,4 nyetableringer per 1000 innbyggere samme periode, og kun 0,5 nyetableringer

innen kunnskapsintensive næringer. Valdres kom bra ut i forhold til andre perifere regioner, med unntak av Hallingdal og Setesdal (Isaksen, 2005, s. 39-41,53).

Regjeringen har satt av midler til å støtte regionene som trenger det mest. Det er tiltakssonen for Nord-Troms og Finnmark, samt fjellområdene i Sør-Norge. I fjellområdene i Sør-Norge, som omfatter Valdres, er det satt av 10 millioner fra 2013 og fem år fremover, for å bygge opp kompetanse og nettverk, entreprenørskap og innovasjon i næringslivet. I disse områdene ser vi også en tendens til en aldrende befolkning, samtidig som en del havner utenfor arbeidsmarkedet (Regionaldepartementet, 2013). Det er svært positivt at regjeringen ser utfordringene distriktene står ovenfor, og det blir spennende å se hvilken effekt denne satsningen får.

Entreprenørskap foregår ikke bare i sentrale strøk, men over hele landet. Hva man begynner med, kommer ofte an på regionen man ønsker å starte opp en bedrift i. Historiene, tradisjonene til stedet, samt hva folk er opptatt av legger føringer for hvilke type bedrifter som etableres i en region. Dette kan forklare hvorfor entreprenørskapsånden blomstrer enkelte steder, men det er stillstand andre steder. Noen steder er mer naturgitte for entreprenørskap, blant annet hvor man kan produsere kraft, drive med lakseoppdrett eller gruveindustri. Kulturen på et sted har svært mye å si for entreprenørskap, blant annet kulturen for interaksjonen mellom menneskene på stedet. Infrastruktur og økonomi er også viktige faktorer. Ensidige industristeder med få og store bedrifter, er ofte ikke så positive til entreprenørskap, som steder med tradisjon for entreprenørskap. Det kan være lettere for innflyttere enn for innfødte til å starte en bedrift som bryter med tradisjonene på et sted, de er kanskje ikke så redde for janteloven. Entreprenørskapskulturen i en region er dynamisk, og utvikles av de som bor der. Entreprenørskap kan komme som følge av «pull»-motiver som selvrealisering eller «push»-motiver som arbeidssøkermotiv (skaffe seg arbeid). Fordelen med å etablere bedrift på perifere steder, kan være tettere oppfølging fra det offentlige. Man drukner ikke i mylderet av etablerere. I Nord-Gudbrandsdalen, en nokså perifer region som kan sammenlignes med Valdres, ble entreprenører intervjuet om grunnen til at de startet opp som entreprenører. Selvrealisering var en sterk årsak, og omgivelsesmessige motiv – at de ville bo i Gudbrandsdalen var viktig. De som startet opp bedrifter merket mer til janteloven i dette mer perifere området, enn hva entreprenører gjorde i Sunnhordaland og Oslo. I små samfunn blir alt mer synlig – på godt og vondt. Det var ofte i startfasen til en bedrift man merket janteloven, hvis bedriften lyktes ble man



anerkjent. Et inspirerende fagmiljø var det en del som savnet i regionen (Bolkesjø & Brun, 1998).

### 3.2.3 Innvandrere som ressurs

Innvandrere har i de siste år ført til økt tilflytting i norske kommuner som ligger mindre sentralt til, blant annet i Vang. I 2008 vokste innbyggertallet i halvparten av kommunene innenfor det distriktpolitiske virkeområde, i motsetning til kun en fjerdedel av kommunene to år tidligere. Bygde-Norge er likevel fortsatt taperen, da de sentrale strøkene vokser mest (Rambøll & Telemarksforskning, 2009). Innvandrere har stått for to tredjedeler av befolkningsveksten i Norge, mens den siste tredelen skyldes fødselsoverskudd. I gjennomsnitt har 12 prosent av befolkningen her til lands innvandrerbakgrunn. Andelen er større i enkelte bydeler i Oslo, samt i noen distriktskommuner (Sørli, Aure, & Langset, 2012, s. 55).

Innvandring eller tilflytting kan løse det stadig økende fødselsunderskuddet her til lands. I en del kommuner har det blitt gjort flere tiltak. Det har blant annet vært satset på tilflyttingsprosjekter for å rekruttere særlig nederlendere og tyskere som ønsker å finne roen i distrikts-Norge. Hva med innvandrere som asylsøkere og flyktninger fra Øst-Europa, Asia, Afrika og Latin-Amerika? De har også et potensiale som ofte overses. Svært få kommuner satser på disse gruppene, og jobber ofte i liten grad med integrering av disse tilflytterne. Kommunene må huske på at disse innvandrerne også sitter på mye kunnskap og pågangsmot. En nigerianer kan være like innovativ og nyskapende som en tysker, bare samfunnet tar godt imot og integrerer (Lønning & Teigen, 2009).

Innvandring er en forutsetning for vekst og utvikling i Norge. Kommunene Haram på Sunnmøre og Frøya er blant de få som tilrettelegger med blant annet tiltak som språk- og integreringstilbud, engelsk nettside, velkomstbrev på engelsk, velkomstfest for alle nye innbyggere, bygging av familieeiligheter og språkkurs for arbeidsinnvandrere samt familiene deres. Dette bør andre kommuner la seg inspirere av! Disse kommunene har også stor suksess når det gjelder utvikling i det lokale næringslivet og folketallsvekst. Kommune- og Fylkesplaner mangler helhetlige strategier for hvordan tilflyttere, og særlig innvandrere, skal inkluderes. I studien «Derfor blir vi her – Innvandrere i Distrikts-Norge» pekes det på at vakker natur, trygghet, gode oppvekstmiljø og lite stress er faktorer som gjør at innvandrere fortsetter å bli boende i distriktene. Men studien viser også at arbeidet som gjøres rundt det å få innvandrere til å bli i distrikts-Norge kan bli mye bedre enn det er i dag. Særlig arbeidsinnvandrere og deres familie er en gruppe som føler seg glemt i

inkluderingsarbeidet, fokuset går i hovedsak mot flyktninger i dag. Selv om en arbeidsinnvandrers har fått jobb, kan han eller hun ha ektefelle og barn med seg som også kan tenke seg å jobbe, men som ingen ser eller kartlegger utdanningen og interessene til. Studien viser at arbeidsinnvandrere gjerne vil eie egen bolig, og blir dette bedre tilrettelagt kan arbeidsinnvandrere bosette seg i kommunen over lengre tid og bli integrert. Men for å gå til dette skrittet må de føle tilhørighet til stedet de har kommet til, og bli aktive innbyggere som blir sett og inkludert i både formelle og uformelle møteplasser. En utfordring for innvandrere kan være å forstå banksystemet og dets regler i forhold til huslån, og innvandrere mangler ofte egenkapital for å komme seg inn på boligmarkedet. Innenfor inkluderingspolitikken har distriktskommunene virkelig noe å jobbe med (Eide & Solbakken, 2012). Arbeidsledigheten ligger på 10 % blant innvandrere og 4 % blant resten av befolkningen i Norge. Afrikanske innvandrere kommer prosentvis dårligst ut, og da særlig kvinner. De ender også opp med yrker som krever lite eller ingen utdanning, i motsetning til i USA hvor innvandrere oftere er innovative gründere eller jobber i kunnskapsintensive næringer (Isaksen, 2005, s. 24). Det må jobbes for å få ned arbeidsledighetsprosenten, særlig for innvandrere, hvor mange ville fått en mer meningsfull hverdag med et arbeid å gå til. Mange innvandrere får dessuten jobber som ikke svarer med utdanningen de har tatt.

Noen ganger handler saken om å være aktiv og ville bli integrert som innvandrere også. Lønning forteller om Fyresdal kommune i Telemark som hadde et integreringsprosjekt som fikk 40 nederlandske familier til kommunen. En stund etter at de flyttet til kommunen kom det avisoppslag i Vest-Telemark Blad den 27.7.06 med to av familiene, hvor begge ønsket å flytte fra kommunen fordi de ikke var fornøyde med hjelpen fra kommunen og det offentlige, blant annet til å få seg arbeid. Etter reportasjen skrev en nederlandsk innflytter et leserinnlegg hvor artikkelen ble kritisert, da han mente det kunne oppfattes at dette var gjeldende for alle de nederlandske innflytterne. Han selv var svært fornøyd med mottakelsen familien hans fikk i kommunen. I tillegg påpekte han at ansvaret for å bygge et nytt liv, med arbeid og integrasjon i samfunnet i Fyresdal, lå på innflytteren – ikke kommunen (Lønning, 2010). Arbeidsinnvandring bidrar til økt sentralisering, da de største og mest attraktive jobbmarkeder er i byene. Flyktninger blir derimot plassert rundt om i landet, og bidrar ikke i samme grad til økt sentralisering i første omgang. Etter at det obligatoriske introduksjonsprogrammet er fullført, er de imidlertid svært mobile og flytter

gjærne til andre kommuner hvor slekt og venner bor, eller til byene (Rambøll & Telemarksforskning, 2009).

Det finnes mange virkemidler som kan brukes i inkluderingsprosjekter rettet mot tilflyttere, herunder innenlands tilflyttere, arbeidsinnvandrere og innvandrere. Blant annet informasjonskalendere, språkkurs for de som mangler kursrett, møteplasser, arrangementer, samarbeid med skole, næringsliv og frivillige organisasjoner, fadderordning, holdningsarbeid i kommunen, tilflyttingsverter, velkomstbrev, barnehagegaranti, rimelige boliger og utdannings- og etableringsstøtte. Resultatet fra rapporten *Identifisering av prosjekter med formål om å få tilflyttere til å trives og bli værende på et sted*, viser at den største utfordringen for de fire ulike prosjektene som jobbet med tilflytting i ulike steder av Norge, var mangel på boliger og arbeidsplasser (Rambøll & Telemarksforskning, 2009). Dette er utfordringer vi finner mange steder i distrikts-Norge, blant annet i Vang.

### **3.3 Samfunnsentreprenøren**

#### **3.3.1 Samfunnsentreprenørskap**

Samfunnsentreprenører kan defineres som personer som utfører entreprenøriell aktivitet for å dekke samfunnsmessige behov eller oppnå samfunnsmessige mål (Alsos, 2010, s. 28). Samfunnsentreprenøren skiller seg fra entreprenøren, ved at han/ hun er mer opptatt av å skape noe for omgivelsene sine enn det entreprenøren er. For samfunnsentreprenøren er ikke økonomiske verdier hovedmålet, de forsøker å skape samfunnsmessige verdier. Nye aktiviteter eller tjenester med mål om å skape felles kollektivt gode i nærmiljøet er målet for samfunnsentreprenøren. De kan bidra til å endre samfunnet. De evner å skape entusiasme og engasjement, bruker mye egeninnsats og har lederegenskaper som brukes for å koble ressurser. Samfunnsentreprenørene kan også betegnes som ildsjeler. Ildsjeler er viktige i arbeidet med å bygge opp et godt kreativt lokalsamfunn og fellesgoder. De har gjerne både lokale og eksterne nettverk, som kan være med å skaffe kapital, kunnskap og personer til lokalsamfunnet. De er ressursmobilisatorer og kobler personer og kunnskap sammen. Ildsjeler og gründere kan ha stor innvirkning på utviklingen i mindre arbeidsmarkeder (Regionaldepartementet, 2013, s. 80).

Samfunnsentreprenørskap er aktiviteter eller prosesser som gjennomføres av en gruppe individer, som arbeider sammen for å skape og utvikle ideer og muligheter med sosialt og økonomisk bidrag til et lokalsamfunn. Lokalbefolkningen tar kontroll over utviklingen

selv, og de ser muligheter som gjerne er knyttet til lokale ressurser. De ønsker å gjøre samfunnet best mulig for innbyggerne på stedet. Utgangspunktet for samfunnsentreprenørskap kan være at man begynner å løse problemer selv, fremfor å vente på at andre skal løse problemene sine. Funn indikerer også at samfunnsentreprenørskap er noe mer utbredt i distriktene enn i storbyene (Alsos, 2010). Dette kan være fordi det er lettere å mobilisere lokalsamfunnene og selge idéen i distriktet, og fordi samfunnsentreprenøren kjenner lokalsamfunnet svært godt og er sterkt sosialt forankret i bygda. For og klare å mobilisere kreftene i lokalsamfunnet er det grunnleggende at man har kunnskap om lokalsamfunnets status med utfordringer og muligheter per dags dato, felles virkelighetsforståelse, felles visjon, felles strategier, koordinerte handlinger, samt evaluering og samling av erfaring. Gjennom mobiliseringsprosesser engasjeres mange til å delta i prosessen, og gjennom denne sirkulære læringsprosessen sprer den entreprenørielle kompetansen seg til flere. Det betyr at andre senere kan ta initiativet til videre utvikling og entreprenøriell aktivitet innen ulike områder, slik at ikke noen få ildsjeler må ta alt ansvaret alene. Dette betinger åpne og inkluderende nettverk. Omfanget av samfunnsentreprenørenes mobilisering av lokale ressurser får ofte ringvirkninger utenfor det området som hadde det primære fokuset, og disse ressursene er ofte viktigere enn tilførte eksterne ressurser. Resurser kan mobiliseres både fra det private, offentlige og frivillige. Dette vil si at det fort kan bli mange interessenter som vil ha et ord med i laget, og hvor man må jobbe seg frem til enighet. Samtidig kan man lettere få legitimitet for prosjektene sine om man har kontakter på alle nivåer (Rønning, 2010).

Et samspill mellom ildsjeler, frivillig sektor, næringsliv og kommune er viktig i det lokale samfunnsutviklingsarbeidet for å skape attraktive lokalsamfunn (Regionaldepartementet, 2013, s. 12).

### **3.3.2 Kommunens rolle som næringsutvikler**

Kommunene har engasjert seg i nyskappingsarbeid helt siden de ble opprettet med innføringa av formannskapslovene i 1837. Flere organiseringsmåter, velferdstilbud og grep i lokalutviklinga har skjedd etter initiativ fra kommunale aktører. Kommunen fungerer som en oppfinner, og andre kommuner så vel som staten inspireres også, og tar i bruk den samme innovasjonen. Anbudsprosesser i omsorgstjenesten er eksempel på en re-invensjon, inspirert av «fattigstelskommunene» med auksjon av fattige til gårdsbruk på 1800-tallet (Teigen, Ringholm, & Aarsæther, 2013).

Kommunene har en viktig rolle når det kommer til tilrettelegging for entreprenørskap, næringsutvikling, og som skaper av nye arbeidsplasser, samtidig som de skal ivareta lokalsamfunnet, ha gode tjenestetilbud og et levende demokrati. Fokuset på å skape et attraktivt lokalsamfunn for å tiltrekke seg nye innbyggere og turister har også vokst i de senere år. Utviklingsstrategien «tiltrekke seg nye innbyggere ved å gjøre det attraktivt å bo i kommunen» scoret høyere ved en undersøkelse gjort i 2010 ved Teigen m.fl. enn samme undersøkelse i 1995, hvor 72 norske rådmenn svarte på vegne av kommunene. Tiltrekking av bedrifter utenfra og utbygging av kulturtilbud ble også sett på som viktigere i 2010 enn i 1995. Kommunene bidrar med fellesgoder, som infrastruktur og bredbånd. Innovasjonsgranskingen viste at fra 2005-2010 satset flest kommuner på bredbånd, tilrettelegging for friluftsliv og utbygging av idrettsanlegg, mot tidligere størst fokus på tilrettelegging av næringsområder og bygging av næringsbygg (Teigen & Lien, 2013).

Tidligere satt ofte kommunene og offentlige organer passive og mottok søknader fra privatpersoner. De skulle ikke involvere og engasjere seg for mye i næringsutviklinga, mente departementet på 70-tallet. Dette ble bestemt etter at særlig utkantkommuner hadde vært svært aktive innen næringsutvikling, for å hindre stor utflytting til de største byene. På 80-tallet kom fokuset på nyetableringer, småbedrifter og entreprenørskap. Person- og husholdningsstrategier ble med det en mulig del av en kommunal tiltaksstrategi. Slike personrettede strategier ble populære internasjonalt, gjennom Floridas teorier om den kreative klasse, hvor han som nevnt hevder at bedriftene i fremtiden vil følge etter menneskene – ikke omvendt. Flere kan ta med seg jobben dit de ønsker å være gjennom informasjonsteknologi, og dette utvider mulighetsområdet for kommunal næringspolitikk (Teigen & Lien, 2013, s. 242-244).

I dag går kommunene og de offentlige organene i dialog med søker, både for å koble de sammen med virkemiddel, eller for å fremme og realisere nye næringsinitiativ som mange steder er sårt tiltrengt. Den statlige næringspolitikken er ikke alltid fleksibel nok, og passer ikke like godt inn i alle tilfelle. Kommunene og regionene har større kunnskap om, og forstår bedre de lokale behovene og utfordringene bedrifter kan stå ovenfor enn staten. De kan dermed fylle en reguleringsrolle der staten ikke strekker til. Det lokale næringsengasjementet øker i mange land. I Norge ser vi at konkurransevne og omstilling prioriteres foran utjevning og lokalsamfunnsutvikling. Regionene må jobbe mer for å lykkes selv (Bukve, 1995). Kommunene har hatt organisasjons- og prosessinnovasjon som sin styrke, og har evne og legitimitet til å være en innovativ kraft i hele

kommunesamfunnet. Spredning av innovasjoner er unik i Norge, hvor de stort sett har gått fra utkant til sentrum, motsatt fra andre land som England og Wales. Dette skjedde nettopp på grunn av at entreprenørskap og innovasjon oppstår ved krise (fraflytting) i norske utkantkommuner (Teigen & Lien, 2013, s. 254).

Kommunene i Norge er allsidige institusjoner som har flere primære oppgaver de skal sørge for. De ønsker i tillegg å skape lokal samfunnsutvikling med trivsel, sysselsetting og arbeidsplasser i kommunen. Dette arbeidet skjer ofte i samarbeid med lokale organisasjoner, ildsjeler, nabokommuner, etater hos fylkesmannen og fylkeskommunen, statlige etater, forskningsinstitutt m.fl. Slike nettverkssamarbeid mellom ulike nivå er spesielt viktig for mindre distriktskommuner, da det gjør utviklingsarbeidet mindre sårbart. Kommunene blir dessuten stadig mer aktive i å drive innovasjons- og utviklingsarbeid på tjenestesiden (Aarsæther, 2010). Regjeringa satser på at kommunene i større del skal ha ansvar for å ta imot etablerere i startfasen. Det er kommunene selv som kjenner de lokale forholdene, og som da skal kunne gi best mulige råd til etablererne eller kunne sette dem i kontakt med de riktige personene (Skålholt & Guldvik, 2009). Selv om kommunene blir tildelt mer ansvar, samsvarer ikke dette med ressursene kommunen bruker på tiltaksarbeid, innovasjon og næringsutvikling. Fra 1995 til 2010 hadde tallet på årsverk i kommuner blitt halvert, fra 2.4 til 1.2 ansatte. Mange kommuner har ikke en egen næringsmedarbeider lengre (Teigen & Lien, 2013). Ressursene avgjør ofte arbeidet som gjøres i kommunene.

### **3.3.3 Nyskaping og endring**

Nyskaping skjer ved både forskningsbasert kunnskap og erfaringsbasert kompetanse, og ofte i dialog med krevende kunder eller leverandører (Regionaldepartementet, 2013). For fremtiden i bygde-Norge er det viktig at man tør å tenke nytt og at man ikke skjerner seg mot nyskaping og endring. Ofte er det sterke tradisjoner rundt for eksempel gårdsdrift, som sier at ting skal eller bør gjøres på en bestemt måte og som ikke har tro på noe annet. Dette kan være en barriere mot nyskaping og endring for den nye gårdsdriver eller nye innbyggere på stedet. Lønning (2010) utvider det tradisjonelle nyskappingsbegrepet som råder. Nyskaping for han, handler om å tenke, se og til å gjøre opprør mot omgivelsene, sprengte og endre grenser, utnytte eget potensiale, stake ut sin egen vei og rokke ved etablerte sannheter – å gjøre noe nytt. De etablerte sannhetene vil ofte forsøke å hindre gjennombruddet av det nye, forsvare seg og komme med motreaksjoner. Det som ser vanskelig ut, for ikke å si umulig, kan være mulig om man har nok tro på det man satser på og er engasjert nok. Mennesket kan velge selv om det vil være aktivt eller passivt, og det

aktive mennesket fokuserer på nåtid og fremtid – noe som kan bli bedre, fremfor fortid. Det er viktig for distrikter og bygder å arbeide for at nyskaperens tanker kan komme fellesskapet til gode i størst mulig grad. For å få til dette kreves en positiv kultur rettet mot nyskaping og kreativitet. Alle mennesker har potensiale til å bli nyskaperne, det handler mye om vilje og gleden til å skape. Gleden av å skape gjenspeiler ofte kvaliteten på produktet av det som skapes. Kreative mennesker er idérike, fleksible, sterkt motiverte, flinke til å tenke i bilder, lekne, har analytiske evner, god selvtillit, modige, blir lite påvirket av eksisterende meninger og tåler ensomhet. Det er uvisst om dette er medfødte eller tilegnede egenskaper som kommer fra kreative handlinger. Som regel er det ikke økonomien eller manglende arbeid som driver den kreative nyskaperen, men den indre gløden. Nyskaperne er ikke i konstant opposisjon til fellesskapet som noen kanskje vil tro, det bare når friheten og selvstendigheten blir undergravd at nyskaperen reagerer. Innovasjon Norge er blant de som ivrer for at nyskaperne må tenke mer bedriftsøkonomisk og ta en høyere pris for produktene sine, men dette ligger ofte ikke til nyskaperens natur. Det er ikke bare nyskaperens økonomi man bør tenke på, nyskaperens arbeid har ofte mye å si for den regionale identiteten og kan skape ringvirkninger til andre bedrifter i området. Denne lokale identiteten henger sammen i en bygdekontekst, og dess sterkere denne identiteten er, dess større blir troen på egne verdier og ressurser – og dess større blir motivasjonen for å utnytte ressursene på nye og kreative måter. Det er viktig at både næringsliv, privatpersoner og offentlige aktører kommer sammen og setter fokus på lokale ressurser og verdier (Lønning, 2010, s. 260). Man må gå sammen og se på de ressursene man har, og hva de kan brukes til. Dette kan være menneskelige ressurser fra både lokalbefolkning og turister, bygninger, natur eller uutnyttede arealer og tomme hus.

### **3.3.4 Bygdedyret**

«Bygdedyret» kan gjøre det vanskeligere for kreative sjeler å satse på det de har troen på, om de stadig blir møtt med ignorering, skeptisisme eller latter. «Bygdedyret» og andre småkonger sitter gjerne og venter på at du skal feile, særlig hvis de mener prosesser går for fort. Mange kommuner tør kanskje ikke utfordre slike syn og eventuell forskjellsbehandling mellom småkonger og de andre innbyggerne i lokalsamfunnet. I verste fall kan man (føle at man) bli(r) utestengt av bygdesamfunnet. Men for noen blir «bygdedyret» noe som trigger og utfordrer, de vil motbevise, vise at det faktisk går an å skape noe nytt selv i en «utbygd». Holdningene man har til endring, og hvordan de lokale strukturene er åpne for endring og utvikling er viktig. Hvor åpne man er for bruk av

ressursgrunnlaget spiller også inn. I bygdesamfunn i vekst sees endring på som noe positivt og noe man ønsker, fremfor å se på det som noe negativt og farlig. I slike samfunn er det lettere å være leken, kreativ og innovere (Lønning, Barstad, & Evans, 2012). Noen vil imidlertid ha en mer anonym tilværelse enn den man ofte finner på bygda, og for disse er dette mer forlokkende enn hva bygda kan tilby av samhold, trygghet og tilhørighet – *hvor man bli sett*. Det er også et tankekors vi stadig blir mer sosialt isolerte, at flere er sosiale over internett i stedet for å møtes, og at båndene mellom naboer blir svakere mange steder. Flere og flere bor også alene, og i USA har denne andelen vokst fra i underkant av 10 % i 1950 til 28 % i dag (Florida, 2012).



## 4.0 Tidligere forskning

I dette kapitlet vil jeg se på tidligere forskning rundt temaet flytting, blant annet flyttemotiv, flyttemønster, bostedkartlegging og tilflyttingsprosjekt gjort andre steder i Norge.

### 4.1.1 Flyttemotiv

Det mest sentrale motivet for flytting har tradisjonelt sett vært arbeid. Utover 1980- og 1990-tallet har betydningen av arbeid som forklaringsfaktor avtatt noe. Andre forklaringsvariabler som utdanning og ønske om å bo mer sentralt, har stadig oftere blitt nevnt som en grunn for flytting, selv om arbeid selvfølgelig er et av de viktigste motivene fremdeles (Grimsrud, 2006).

Det er gjort noen undersøkelser når det gjelder forskjeller mellom flyttemotiv blant menn og kvinner. Når det gjelder flyttemotiv til distriktene, var arbeid en viktigere årsak for menn enn for kvinner, i en undersøkelse gjort av forskeren Eli Janette Fosso når det gjaldt tilbakeflytting til Årdal. For kvinner var nærhet til familie og venner en like viktig årsak for tilbakeflytting som arbeid. Flyttemotivet «partners arbeid» er en mye viktigere grunn for å flytte tilbake for kvinner enn menn. Fosso peker også på viktigheten av at det er igjen noen sosiale koblinger igjen på stedet, som venner og familie for at mange skal ville flytte hjem (Fosso, 1997). Østlandsforskning gjorde derimot en undersøkelse i Nord-Gudbrandsdalen i 2008, som viser at tilbakeflyttede kvinner oppgir arbeid som en viktigere årsak for fremtidig flytting enn menn. Det viste seg imidlertid at gode oppvekstmiljø for barna var like viktig som arbeid. Natur og fritidstilbud var også viktige flyttemotiv. Undersøkelsen viste at kvinner legger vekt på flere faktorer enn menn når de vurderer flytting, det er altså en mer sammensatt årsak (Skålholt, 2008).

De strukturelle faktorene som jobb, bosted og barnehage må være på plass for tilflytting, viser en undersøkelse gjort i Risør (Vasstrøm og Karlsen 2011). Attraktiviteten til stedet er ikke så sterk at den kan overskygge eventuelle strukturelle mangler. Stedets attraktivitet får derfor først verdi når alt det strukturelle er på plass. Arbeidet med å fremme stedet/kommunen kan gjerne skje regionalt med en større bredde, i stedet for at nabokommuner skal motarbeide hverandre.

I en annen undersøkelse som ble utført på utflyttere fra Oslo, var ønske om å flytte nærmere familie og sitt sosiale nettverk noe som ble vektlagt aller høyest. Arbeid kom som

nest viktigste faktor, deretter fulgte boligforhold. Nærmiljøforhold var også viktig for mange (Pedersen, 2000). Trygghet og nærhet til natur nevnes også som viktige faktorer i mange studier som er gjort, noe distriktene kan spille på i sin kamp om tilflyttere fra mer urbane strøk (Skålholt & Batt-Rawden, 2008). Flyttemotiv andre veien, altså ut av distriktene, kan ofte være et livsstilsvalg for ungdom. Ungdommene som flytter ut og tar utdanning, får høyere inntekt og utdanning enn de jevnaldrende som blir igjen på bygda, viser en studie av rurale ungdommer gjennomført av professor Johan Fredrik Rye ved NTNU. Flyttingen kan være en metode for og oppnå høyere sosioøkonomisk status. Rye fant også i sine studier gjennomført blant elever på videregående skole, at barn av bønder var mer bofaste, og i større grad foretrakk en fremtid på bygda. De som ikke flytter kan bli sett på som passive, umoderne og uten framtidsutsikter. De som flytter kan ha en holdning til bygda som «the rural dull», motsatt av motstrømtrenden «the rural idyll». Bygdeungdom konstruerer forskjellige virkeligheter om bygda og byen. Foreldrenes utdanning og kapitalressurser kan også ha noe å si for om ungdommene flytter eller ei (Rye, 2006). I en spørreundersøkelse i forbindelse med prosjektet «til gard og grend», ble 10. klassinger fra by og bygd spurt om hvor de innerst inne kunne tenke seg å bo i fremtiden. Resultatet viste at 20 % av bygdeungdommen ville valgt byen, mens 27 % av byungdommen ville valgt bygda (Lønning, 2010). Dette resultatet går i positiv favør for bygda sin del.

Analysen gjort av Transportøkonomisk Institutt viser at det er en empirisk sammenheng mellom tilgangen/ størrelsen på arbeidsmarkedet og utviklingen i folketallet. Det er viktig med større, mer varierte og velfungerende arbeidsmarkeder for samfunnsutvikling og balansert vekst. Dersom kompetansearbeidsplassene fordeles jevnere, kan man få en samfunnsøkonomisk gevinst, gjennom utnyttning av ressurser og høyere verdiskaping. Dette er et nødvendig tiltak for å skape en balansert regional utvikling (Regionaldepartementet, 2013, s. 59,62). Unge, høyt utdannede mennesker står ofte høyest på ønskelistene til distriktskommuner som ønsker tilflyttere, men utdannede mennesker trenger ikke utelukkende være positivt for distriktene. De som utdanner seg blir ofte rekruttert til arbeidsplasser i det offentlige, og særlig i distriktene er det ikke særlig trolig at høyere utdanning fører til flere etableringer. Høyere utdanning *kan* føre til lavere etableringsgrad. Det er dermed viktig for distriktskommuner å kunne tilby kompetansearbeidsplasser til de med høyere utdanning, slik at de ikke utdanner seg vekk fra hjemkommunen. Det er et faktum for mange med høyere utdanning som egentlig kunne tenkt seg «hjem».

Ungdommer kan i større grad få tilpasset sine utdanningsvalg slik at de kan komme tilbake til kommunen. Hva trenger for eksempel Vang kommune? Helsefagarbeidere, ingeniører, snekkere, webdesignere, lærere, advokater eller musikere? Dette kan kommunen gå ut til ungdomsskoleelevene og gi beskjed om. Erfaring viser at utdanningen og det faglige kompetansenivået unge innehar, ikke stemmer overens med arbeidsmarkedet på stedet de ønsker å bo på. Det kan skape en flyttdrivende effekt (Fosso & Alvheim, 2001). En dialog mellom kommune og ungdom *før* de flytter hjemmefra og tar høyere utdanning, kan bevisstgjøre ungdommene hva slags yrker som trengs i sin hjemkommune slik at de har dette i bakhodet når de tar sitt utdanningsvalg, fremfor å tenke på dette etter endt utdanning slik mange gjør. På denne måten danner de også en form for kontakt med kommunen, og kan føle seg mer ønsket tilbake. Høyere utdanning behøver ikke nødvendigvis foregå i de store byene, men kan studere hjemmefra via desentraliserte tilbud. Jeg tror imidlertid det er sunt å få nye impulser andre steder, før man kommer tilbake til hjemstedet, selv om tall viser at hele 60 % av de som flytter ut for å studere, finner sin første jobb på studiestedet og blir boende der (Regionaldepartementet, 2013).

De sosiale konstruksjonene, det vil si hvilket syn og følelser man har for (hjem)bygda påvirker også flyttinga til folk. Endring av disse konstruksjonene kan dermed endre flyttemønstrene. Her kan stedene jobbe med omdømmebygging for å gjøre seg mer attraktive, og endre de sosiale konstruksjonene. Det er mange som har skrevet om bolyst tidligere, men få har funnet noen sammenheng mellom bolyst og flytting. I tillegg til omdømmebygging er det andre ting som kan gjøres for å tiltrekke seg tilflyttere. Nesseby kommune i Finnmark har hatt forsøksordning med gratis barnehage, Sirdal kommune har vurdert det samme. Gratis eller svært rimelige boligtomter har flere kommuner hatt tilbud om (Skålholt & Batt-Rawden, 2008). I Vang er det gratis tomter i flere deler av kommunen. Kun gebyr og avgifter, samt tilkoblingsavgifter for vann og kloakk må betales. I nabokommunen Vestre Slidre er det tilbud om rimelige boligtomter til 150.000 kroner, med 25.000 kroner i rabatt på prisen til de fire første unge nyetablerere under 35 år som kjøper tomt. Dette kan være et effektivt middel for å tiltrekke seg innbyggere, men for Vang sin del ligger de gratis tomtene på mindre attraktive steder. Det jobbes nå med utbygging av boligfelt i mer attraktive områder i kommunen, men disse tomtene blir trolig ikke gratis. Billige/ gratis tomter er et viktig tiltak i grisgrendte strøk av Norge, da det mange steder er vanskelig å få igjen det man har brukt ved bygging av nytt hus. Mange ser seg om på brukmarkedet på grunn av dette.

I rapporten «Hvorfor flytte? Hvorfor bli boende?» som tar utgangspunkt Bo- og flyttemotivundersøkelsen fra 2008, kan vi lese at halvparten av befolkningen bor i kommunen de vokste opp i når de er 40 år. Dette gjelder menn i litt større grad enn kvinner. To av tre av disse har vært bofaste i kommunen hele tiden. Den siste tredelen er tilbakeflyttere. Dette viser at hvor man bor som barn, betyr mye for hvor man bosetter seg senere. I den andre halvdel som ikke bor i oppvekstkommunen, har kun en av ti flyttet mot hovedstrømmen, det vil si ut av storbyen til periferien. De fleste har valgt å bosette seg i kommuner omtrent på samme størrelse som der de kommer fra. Likevel fører dette til et sentraliserende mønster i det lange løp. Barn vokser i større grad opp i sentrale strøk, og dette forsterker mønsteret ytterligere (Sørli et al., 2012, s. 10). I 1970 vokste halvparten av barna her til lands opp i en av de seks største storbyregionene. I dag har denne andelen steget til 62 % grunnet at flere bor i byene og at befolkningen i periferien har en mer uheldig alderssammensetning med «forgubbing» nå enn for førti år siden. Fødselsoverskuddet blir større i byene, da det bor flere yngre mennesker i fruktbar alder der. Det vil kreves nye og sterke desentraliserende flytteprosesser for å opprettholde det bosettingsmønsteret vi har i dag. Utenfor storbyområdene bor stadig flere rundt regionsentra og tettbygde strøk (Sørli et al., 2012, s. 50-51).

De fire hovedmotivene rapporten «Hvorfor flytte? Hvorfor bli boende?» nevner for flytting er arbeid, bolig, sted og miljø, samt familie. Disse omfatter 93 prosent av flyttemotivene, og 86 prosent av bomotivene. Utdanning og helse viste seg mindre viktig. Sted og miljø er en viktigere grunn til å bli enn for å flytte. Arbeid betyr like mye for å bli boende som for å flytte. Bolig og familie viste seg å være en viktigere grunn for å flytte, enn for å bli boende. Bolig, sted og familie har økt viktigheten for flytting i forhold til arbeid, hvis man ser tilbake på forrige tilsvarende landsdekkende undersøkelse som ble gjort i 1972. Undersøkelsen viste både i 1972 og 2008 omtrent samme sentraliseringsstyrke, men begrunnelsen for flytting var annerledes. Menn begrunner flytting oftere med arbeid enn kvinner, hvor familie oftest er begrunnelsen. Dette viser seg spesielt blant tilbakeflyttere i periferiregioner. Det viser seg litt forskjeller her, undersøkelsen Fosso gjorde i Årdal samstemmer med Bo- og flyttemotivundersøkelsen, mens Østlandsforskning sin undersøkelse i Nord-Gudbrandsdal viste omvendt resultat. Det kan derfor være forskjeller fra distrikt til distrikt, men på landsbasis er hovedtrekkene som ovennevnt. Bo- og flyttemotivundersøkelsen viste også at motiv knyttet til identitet og tilhørighet blir sterkere dess lengre ut fra storbyen man kommer. Dette vil jeg komme tilbake til. Flytting og valg

av bosted er som oftest en sammensatt vurdering hvor flere faktorer spiller inn. I periferien er de tradisjonelle motivene viktigst, det vil si arbeid og familie. I små og mellomstore byregioner er kombinasjonen sted og familie viktigst, mens i storbyene er bolig og sted de viktigste faktorene (Sørliet et al., 2012, s. 11-16). Studier viser at de som er oppvokst på gårdsbruk har en spesiell tilknytning til det rurale livet (Rye, 2006).

Bolyst er et relativt nytt begrep i vårt vokabular. Det går nettopp på at man bosetter seg der hvor man har lyst til å bo, fordi arbeid ikke lenger begrunnes i like stor grad som flyttemotiv, og andre preferanser blir viktigere. Bolyst viser seg som viktig motiv i storbyomlandene, hvor flest barn vokser opp og det er mest familiebosetting. Der er også pendlingsmulighetene og arbeidsmarkedene størst. Tilgangen på arbeid og bolig er også større der (Sørliet et al., 2012, s. 27,49).

I følge Telemarksforskning er de viktigste faktorene for nettoflytting arbeidsplassvekst, pendlingsmuligheter, arbeidsplassvekst i naboområder, befolkningsstørrelse, boligbygging, innvandring og sosiale møteplasser (Storm, 2010).

#### **4.1.2 Deltidsinnbyggerne - hyttefolket**

Forskjellene mellom by og bygd er på mange måter ikke er så store lenger. Stadig flere kan bo ruralt og jobbe urbant ved hjelp av for eksempel internett. Forskjellene minskes også ved at mange fra urbane strøk har hytter som de bruker mye tid på i rurale strøk (Skålholt & Guldvik, 2009). Da oppstår gjerne tilbud som ikke hadde eksistert ellers, som skiheiser, kaffebarer, restauranter, lokalprodusert mat og flere butikker. I følge Rye og Farstad (2009) er det registrert over 420 000 fritidsboliger i Norge, og de fleste av fritidsboligene ligger i distriktskommuner. Om lag halvparten av befolkningen har tilgang til en eller flere fritidsboliger, og fritidsboligbrukerne er i gjennomsnitt på hytta si mer enn fem uker per år. Dette kan sees på som en deltidsmigrasjon fra by til bygd. Et nytt begrep er flerstedstilørighet. Det vil si at man kan føle seg knyttet til flere steder enn bostedet, for eksempel der man har hytte. Enkelte har kanskje en liten leilighet i byen, og store komfortable hytter i distriktet, noe som gjør at de føler seg mest hjemme på hytta. Det er kanskje på hytta de har tid og plass til å møte resten av familien. Nyere forskning innen flytteprosesser har vist at de som har økonomiske eller materielle forbindelser gjennom bedrift eller eiendom, bidrar til økt tilknytning, tilflytting og bofasthet (Sørliet et al., 2012, s. 70-71). Identitetsbygging blant hytteeiere er et område med potensiale for hyttekommuner som Vang. Hyttebyggingen ser heller ikke ut til å avta nevneverdig

framover, og hyttebefolkningen preger hyttekommunene økonomisk, kulturelt og sosialt. I mange utkantkommuner er utvikling av fritidsboliger en viktig strategi i bygde- og næringsutviklingsarbeidet. Rye og Farstad peker imidlertid på en negativ konsekvens ved hytteboomen; prisnivået på boliger for innbyggerne på stedet kan skyte i været fordi hyttefolk med bedre økonomi kommer inn på det lokale boligmarkedet, og presser de fastboende/ innflyttere ut. Det er viktig med en dialog mellom kommune og innbyggere når det kommer til hyttebygging, for å hindre konflikter og i verste fall fraflytting. En positiv lokalbefolkning gjør også at hyttefolket trives, og det er viktig at man opplever en gjensidig avhengighet av hverandre. Forskning viser imidlertid at relasjonene mellom hyttefolk og lokalbefolkning er mer harmonisk her til lands, enn hva internasjonale studie viser i andre land. Siden flere distriktskommuner opplever nedgang innen tradisjonelle næringer, kan hyttebygging og hyttefolket føre med seg nye arbeidsplasser og store muligheter. Produksjon i bygda byttes ut med konsumering av bygda, og opplevelsesøkonomiens inntog (Rye & Farstad, 2011).

En undersøkelse gjennomført av Bygdeforskning (2008-2009) viste at 25 % av hytteeierne kunne tenke seg å flytte til kommunen de har fritidsbolig permanent. Ytterligere 25 % ønsket å tilbringe større deler av året på hytta. Undersøkelsen viste også at de som hadde mulighet til å arbeide fra hytta/ fritidsboligen brukte den mest (Villa, 2011). Her er det muligheter som hyttekommuner som Vang kan gripe fatt i. En tettere kommunikasjon mellom kommune, Innovangsjon og hytteinnbyggere kan få positive effekter for flytting. Har kommunen tilstrekkelig kunnskap om hytteinnbyggerne, det kan være seg yrker/kvalifikasjoner som kommunen mangler, og vice versa? Kommunikasjon, samlingspunkt og nedbryting av eventuelle grenser mellom hyttefolk og lokalbefolkningen kan være nøkkelen her. I Nord-Aurdal kommune i Valdres står et distriktsmedisinsk senter (VLMS) snart ferdig, som alle Valdreskommunene samarbeider om. Der har man gått ut og spurt etter spesialister innen ulike medisinske område blant hytteeiere i Valdres, som kan tenke seg å jobbe en liten stillingsandel (1-2 dager/ måned) på VLMS i tilknytning til for eksempel helger. Dette kan være en måte å gjøre det på for andre bedrifter også.

#### **4.1.3 Særpreget og fokus på det lokale**

Lønning og Teigen (2009) anbefaler at aktivitetene og tiltakene som blir satt i gang for å få økt tilflytting, tar utgangspunkt i ressursene og særpreget til stedet og særlig i menneskene som bor der. Stedene må spille på sine fortrinn, være åpne for nye ideer og satsinger, samt legge best mulig til rette for tilflytterne. *Glokalisering* er et nytt begrep som refererer til

den fornyede interesse for det særegne og lokale i en tid preget av standardisering og globalisering. Selv om vi blir mer og mer påvirket av det samme, søker vi gjerne etter det ulike (Lønning, 2010). Dette kan være det særegne som bygda kan vinne på og tilby. Samtidig viser faktiske flyttestrømmer at små steder i distriktene ikke er så attraktive som de fremstår, som når man spør folk om hvor de vil bo og ser på levekårsindikatorer. Flere flytter altså til byen, selv om de oppgir at de ikke ønsker å flytte dit. Mange ønsker å flytte dit de tilbrakte barndommen, men er redd de vil stagnere om de flytter hjem eller ikke få seg relevant og utfordrende arbeid. Siden færre nå vokser opp i distriktene, fører dette til færre som vil tilbake – og dermed skapes utfordringer i forhold til å opprettholde folketallet i distriktene (Skålholt og Guldvik 2009). En lykkelig barndom skaper tilbakeflyttere, det er dermed viktig for kommunene å satse på at barn og ungdom skal ha det best mulig i deres kommune slik at de ønsker å komme tilbake. Flytting kan også ha smitteeffekt. Flytter en tilbake, kommer gjerne flere.

De som flytter til distriktene vil ofte ikke bo så spredtbygd som før viser en undersøkelse av Ottar Hellevik ved UiO. Samme undersøkelse viste at man kan bli like lykkelig i byen som på landet. Lykke har ingen sammenheng med stedet du bor, og varierer lite mellom landsdeler. Samtidig viste det seg at bare 6 % av de spurte i undersøkelsen kunne tenke seg å bo sentralt i en storby hvis de selv fikk velge fritt, noe som omtrent tilsvarer andelen som har dette som oppvekststed. Blant de yngste respondentene (15-24 år) var heller ikke andelen høyere enn 15 %. Tar man med ytre bydeler og forsteder er imidlertid andelen oppe i 57 %. Det er en klar sammenheng mellom oppvekststed og hvor en helst vil bo. Det er flere som vil bo mer sentralt enn de gjorde i oppveksten, enn de som vil bo mindre sentralt (Hellevik, 2008, s. 60-61). Bygda har dermed en stor utfordring med og «vinne» innbyggere blant de som tidligere ikke har hatt noen tilknytning til bygda.

En undersøkelse gjort av Grimsrud (2006), viser at Valdres rekrutterer flesteparten av sine kvinnelige nye innbyggere fra Osloområdet, Akershus, Buskerud og resten av Oppland. Over halvparten av tilflytterne har likevel vokst opp i spredtbebygde strøk. Undersøkelsen viste at Vang er den kommunen i Valdres som har flest nykommere, det vil si innflyttere som ikke har bodd i Valdres før. Mange av disse var fra utlandet. Vang hadde en liten andel tilbakeflyttere, sammenlignet med de andre Valdreskommunene. Undersøkelsen viste også at 4 % av tilflytterne som ble intervjuet kom ved en tilfeldighet, ved og blant

annet å ha lest om Valdres på internett. Dette er en promoteringsmåte som kan treffe enda flere i dag, enn i 2005 da undersøkelsen av Grimsrud ble gjort.

#### **4.2 Folk vil flytte til distriktene**

Flere undersøkelser gjennomført de siste år viser at svært mange nordmenn kunne tenke seg å flytte til distriktet. Man må imidlertid huske på forskjellen mellom å *kunne tenke seg å flytte* og den *faktiske flyttingen* som skjer. Det er en stor forskjell på å oppgi i en undersøkelse at man kan tenke seg å flytte til et sted, til og faktisk gjennomføre dette. Likevel viser slike undersøkelser potensialet som ligger der for distriktene, som man kan jobbe videre med. Det er viktig å finne de som setter pris på verdiene som finnes på vårt sted, for blant dem finnes de potensielle tilflytterne (Lønning & Teigen, 2009).

Hva kan gjøres for at veien til distriktene skal bli lettere? Arbeid er som nevnt en viktig faktor som skal til for flytting. Her er det viktig at ledige stillinger faktisk blir utlyst i media og på relevante nettsider, og at rekrutteringen ikke foregår kun via håndplukking innad i kommunen eller bedriften. Undersøkelser gjort av Østlandsforskning viser at dette har vært et problem både i Valdres, Hallingdal og Nord-Gudbrandsdalen. Dette fenomenet skaper ingen tilflyttere. Alle kan, eller vil ikke, bli gründere eller ha hjemmekontor på bygda, noen ledige arbeidsplasser kreves for vekst. Derfor er det viktig å styrke arbeidsplassene som allerede finnes på stedet. Arbeidsplassen er særlig på mindre steder en viktig sosial arena, og det er viktig at arbeidstakerne trives og blir ivaretatt for å ville bli værende. Å få fast jobb er også viktig, da kortere vikariat skaper uforutsigbarhet og mindre sjanse for å slå seg ned for godt (Skålholt & Guldvik, 2009).

#### **4.3 Boliger må ut på markedet – drømmen om et småbruk**

En annen ting som distriktene kan jobbe med, og hvor potensiale til å jobbe bedre med er stort, er å kartlegge tomme gårdsbruk, småbruk, hus og tomter. Særlig de to førstnevnte står ofte tomme uten at de blir brukt på årevis. Det kan være mange grunner til at de blir stående tomme, for eksempel familiekonflikter, uinteresserte eiere eller lite brukte feriehus. I overkant av 8 % av befolkningen bor på en landbrukseiendom i dag, mens hver femte landbrukseiendom (i overkant av 30.000) med boligbygg står ubebodd eller kun blir brukt som feriested. I Oppland Fylke er det 15 % ubebodde landbrukseiendommer. Det er 151.000 landbrukseiendommer med boligbygg i Norge i dag (SSB, 2013d). En meningsmåling fra 2009 viser at så mange som 400.000 nordmenn kunne tenke seg et småbruk. Her har distriktene noe konkret å jobbe med som også har et stort potensiale. Grunnen til populariteten når det gjelder småbruk er blant annet drømmen om en landlig



idyll, frihet, god plass, mindre stress og kø, lokale råvarer, nærhet til natur og dyr, romslig hage med mulighet for dyrking, blomster og rekreasjon, samt gode oppvekstforhold, fritidstilbud og tjenestetilbud. Denne idéen en del mennesker har om den landlige idyll, er med på å bestemme bostedsvalg både her til lands og i utlandet.

I Vest-Telemark ble det i perioden 2001-2004 gjennomført et arbeid med å få ubrukte småbruk ut på markedet. Til 65 småbruk kom det nye beboere, noe som utgjorde 300 nye innbyggere, i en region hvor kommunene ellers har synkende folketall. Arbeidet var med andre ord svært vellykket! Det er svært viktig for distriktene å ha ledige hus å tilby tilflytterne, da det er mer risikabelt og et tøffere valg å måtte bygge nytt hus selv og risikere verdifall ved videresalg (Lønning & Teigen, 2009). I Hallingdal har de jobbet med prosjektet «Lys i alle glas» over flere år. Prosjektet skal bidra til at fraflytta bruk får fast bosetting, og at de som flytter dit får jobb eller kan ta med seg jobben. De med ledige bruk har blitt kontaktet, og man har skapt en dialog i forhold til eierskap og eventuelt salg. «Lys i alle glas» har en egen hjemmeside hvor man kan gå inn og se på ledige småbruk/gårdsbruk i de 12 kommunene i Buskerud som samarbeider om prosjektet (Hallingdal, 2008). Resultatet etter fire års arbeid med prosjektet (2007-2011), viste i januar 2012 en endring av eierforhold eller utleie ved 183 av de 780 brukene som stod uten fast bosetting da prosjektet ble igangsatt ("Sluttrapport Lys i alle glas," 2012).

I Valdres (med unntak av Øystre Slidre kommune) var det i 2006 400 tomme gårdsbruk, i følge prosjektet «Ledige gårdsbruk i Valdres» (Valdres). Tall fra SSB i 2014 viser at antallet tomme gårdsbruk/ småbruk er på 488. Siden Øystre Slidre kommune ikke var medregnet i tallet fra 2006, har tallet sannsynligvis vært ganske stabilt de siste årene. Vang kommune har færrest tomme gårder, med 12 % tomme gårder (33 stk), noe Innovangsjon kan ha bidratt til gjennom sin bostedkartlegger (Kasin, 2014). Samtidig opplever alle kommunene i Valdres etterspørsel etter småbruk. De fleste som ønsker seg småbruk vil drive gården på hobbybasis, mens andre vil etablere næringsvirksomhet i tilknytning til gården. Å få de tomme gårdsbrukene ut på markedet kan være gull verdt for Valdres. Man ser samtidig at det finnes nye muligheter innenfor landbruket, og særlig kortreist mat opplever økende popularitet. Folk vil vite hvor maten kommer ifra, og lokalmaten kan bli en sterk merkevare og en god inntjeningskilde om den bygges opp og forankres riktig. Eksempel på slike sterke merkevarer kan være Lofotlam, Selbu Blå eller Rakfisk fra Valdres. Besøksgårder- og aktivitetsgårder som *Inn på tunet* med velferdstjenester knyttet

til gårdsbruket er det også stigende interesse for. Her har Innovasjon Norge en rekke støtteordninger å tilby, dette også for å holde oppe bosettingen i distriktene (Sve, 2010).

Selv om mange drømmer om småbruk, vil andre bo tettere i distriktene. I en undersøkelse fra Nord-Gudbrandsdal (Skålholt, 2008), viste det seg at de som bodde spredt hadde en dårligere stedstilfredshet enn de som bodde tettere i dalen. Dette kan være noe for kommunene å ta med seg i framtidig planlegging. Folk er forskjellige, det samme med ønskene og behovene deres.

#### **4.4 «Lokal utvikling handler om menneske» – Fyrtårnet Finnøy**

De menneskelige initiativ og ressurser, samt en kollektiv innsats er avgjørende for ei eventuell positiv befolkningsutvikling i utkantkommuner og «utbygder». Disse stedene må være en verdiskaper selv, i stedet for å bli verdiskapt av trender og krefter (Lønning et al., 2012).

Et eksempel på ei slik vellykka «utbygder» er Finnøy i Hamarøy kommune i Nordland. Finnøy med sine 64 innbyggere, ligger så langt som 70 kilometer fra kommunesenteret og 17 kilometer fra nærmeste butikk, skole og bensinstasjon, men har likevel prosentvis den mest positive folketallsutviklinga i kommunen. Man må imidlertid ta det lave innbyggertallet i betraktning når man ser på befolkningsøkningen. Den har likevel oppstått til tross for avstand til kommunesenteret, og til storsatsinga Hamsunsenteret. Hamarøy kommune opplever totalt sett nedgang i innbyggere, og denne utviklingen har pågått siden 1950-tallet. Uttyning og forgubbing preger Hamarøy, i likhet med mange av distriktskommunene i Norge. I Finnøy, hvor utviklingen er en annen, er de arbeidsplassene som finnes skapt av de fastboende selv. Her har blant annet folk fra Mellom-Europa slått seg ned, takket være mottakelsen de fikk da de besøkte stedet som turister, samt flere livsstiltilflyttere fra både inn- og utland. Det handlet mye om å bli *sett* som menneske, og både føle seg inkludert og at man har tilhørighet, samtidig som man har sin egen frihet og rett til å være forskjellige og få være den man er. Innbyggerne i Finnøy blir trukket fram som spesielt åpne og tolerante av tilflytterne, noe som Florida trekker fram som en viktig kvalitet. Finnøy har et eget mantra som sier at man skal ta imot alle som kommer på en måte at de ønsker å bli boende på stedet. Menneskelige kvaliteter kan skape optimisme og utvikling, og bygdene kan selv velge om de vil være aktive eller passive. Bygdene som lykkes er aktive, jobber ofte nedenfra-og-opp, engasjerer innbyggerne, tar selv styringen mot et felles mål, og blir en verdiskaper. De ser også på mangfold som et potensiale, og

mener man ikke trenger å passe inn etter noen bestemt mal. De har dessuten ildsjeler som gjør mer enn hva som forventes, som motiveres og gledes av kjærlighet til arbeidet sitt og sitt personlige engasjement og pågangsmot. I følge Lønning har Finnøy en overrepresentasjon av ildsjeler. Dess flere ildsjeler som ønsker å gjøre en innsats– dess større blir den kollektive innsatsen, og sjansen for å lykkes. «Utbygda» Finnøy har ikke ropt om hjelp fra stat og kommune, de har tatt skjeen i egen hånd og skapt lokal utvikling nedenfra med basis i innbyggerne i Finnøy. Det offentlige virkemiddelapparatet vil i større grad medvirke til lokal utvikling når innbyggene selv tar initiativ og gjør en innsats, fremfor at de sitter på gjerdet og venter på bedre tider. Historia til Finnøy viser at fortetting i kommune-/ regionsentra ikke nødvendigvis er løsningen for utvikling i distriktene. I tillegg ser vi at infrastruktur ikke trenger å bety noe for ei positiv utvikling, selv om det slettes ikke er uviktig. Samspill og samarbeid for å trekke i samme retning, blir desto viktigere for steder med lite utbygd infrastruktur. Legitimitet i egne rekker har svært mye å si i satsinger som dette (Lønning et al., 2012).

#### **4.5 Lucky Næroset – «Humor, fantasi, galskap og mot»**

Et annet sted hvor nytenkning, innovasjon og kreativitet har stått i fokus er den lille bygda Næroset i Ringsaker kommune i Hedmark. Fristaten Lucky Næroset ble opprettet i 1998 for å hindre nedleggelse av den lokale skolen, og det er fortsatt det overordnede målet. Prosjektet vokste, Lucky Næroset baserte sine verdier på humor, fantasi, galskap og mot, og jobbet hardt for å skape blest og engasjement. Et eget ting med ulike ministre som velges på det årlige tinget består av blant annet statsminister, helseminister (for å hilse på nye innbyggere), tomtegubbe/ utviklingsminister, oppvekstminister, utenriksminister, finansminister, naturminister, kan-kan minister (finne ut hva folk kan), innviklingsminister, fantasiminister, ITTE-minister (IT/web), ungdomsminister og verdensminister. Hvert departement har egne statsråder, og det er omkring 25 aktive i kjernen til Lucky Næroset (LN). LN har også som mål å øke innbyggertallet i bygda, samt å få økt elevantallet på skolen til målet på 100 elever, og å gi innbyggerne i skolekretsen et bedre og rikere liv. Skolen ble reddet i 2008, og da gikk regjeringen i LN også av. Næroset ble landskjent og fikk mye medieoppmerksomhet i både lokale- og riksdekkende media (Lucky-Næroset).

#### **4.6 Flytteundersøkelse for Valdres og Hallingdal**

I 2005 utførte Østlandsforskning en spørreundersøkelse rettet mot unge voksne med relasjoner til Valdres og Hallingdal. Undersøkelsen gjaldt flytting til og fra Valdres og Hallingdal, samt eventuell etablering av egen bedrift i dalførene. 75 % av de spurte i

undersøkelsen sa at de hadde flyttet ut fra dalførene med studier som hovedårsak. Det er ingen høgskole i noen av dalførene, Valdres og Hallingdal ligger i utdanningsskyggen. Utdanning kan også være et middel for å komme seg vekk fra dalførene. 52 % av de spurte sa de kom til å flytte til Valdres eller Hallingdal, og kun 4 % svarte at det ikke ville være aktuelt. Undersøkelsen viste at interessant jobb og bolig måtte være på plass for at de ville flytte, og at naturen, «den rurale idyll», tilhørigheten og oppvekstmiljøet for barn var de store trekkplastrene. En interessant jobb for partneren scoret også høyt for å realisere flytting, samt barnehageplass. Respondentene så på det som vanskelig å finne en interessant jobb i dalførene. Dårlig kommunikasjon trakk også ned. Noen ønsket ikke å flytte til dalførene fordi de hadde det bra der de bodde nå. For de som ønsket å etablere egen bedrift, ble det sett på som positivt at det var billige lokaler å få leid, samt at det var enklere å opparbeide seg tillit i et lite marked. Det respondentene mente var det mest negative med å etablere bedrift i dalførene, var et lite lokalmarked, at man var langt fra de potensielle kundene og dårlig utbygd bredbånd. Undersøkelsen hadde imidlertid kun 147 respondenter, men svarene gir likevel en pekepinn på utfordringer for flytting og bedriftsetablering (Grimsrud, 2005).

I intervju med nyinnflyttede til Valdres og Hallingdal utført av Skålholt og Batt-Rawden (2008), hadde mange av de spurte opplevd en mangelfull velkomst fra kommunens side, noe de var skuffet over. De nyinnflyttede savnet noen urbane kvaliteter de hadde vært vant til, men det ble overskygget av andre kvaliteter ved bostedet. Det å finne det riktige huset man ville slå seg ned var også en viktig grunn til at de slo seg ned i Valdres/Hallingdal. Næringshagenes rolle var viktig for at flere av de spurte kunne flytte, og de mente det var et større potensiale for å få flere tilflyttere til dalførene.

#### **4.7 Behøver vi tilflyttingsprosjekt?**

Det er en kjensgjerning at de fleste som flytter til distriktene, gjør det upåvirket av arbeidet med tilflyttingsprosjekt. Men noen enkeltindivider nåes, så arbeidet er som regel ikke helt fånyttet. I undersøkelser gjort av Grimsrud og Aure (2013) når det gjelder flytting til Hardanger, Vest-Telemark, Dyrøy og Sogndal vises det at effekten av tilflyttingsprosjekter kan ha vært helt avgjørende for hvor enkelte har endt opp, mens for andre kan det ha vært det siste puffet de trengte for å flytte. Tilflyttingsarbeid kan også framskynde flyttingen, eller ikke ha vært avgjørende i det hele tatt, men en hjelpende hånd i forhold til for eksempel barnehage, bolig eller arbeid. Tilflyttingsarbeid handler ofte om å stimulere en allerede tilstedeværende flyttelyst, og tilflyttingsprosjekt sørger for at folk får informasjon

og kunnskap om et sted – folk velger stort sett å flytte til et sted de vet noe om på forhånd. Tilflyttingsarbeid kan også kalles motstrømsarbeid. De fleste ønsker å bruke minst mulig ressurser på best mulig resultat, og det å snu en sentraliseringstrend vil som regel si å jobbe i motstrøm. Det å måle effekten av tilflyttingsprosjekt er imidlertid komplisert, i forhold til personvern, navnelister, hvem som har hatt kontakt med prosjektmedarbeidere eller flyttet uavhengig av et tilflyttingsprosjekt.

## 5.0 Metode

For å finne empiriske svar på masteroppgaven trengs en metode. Metode er måten en går frem på for å kunne løse et problem (Mehmetoglu, 2004, s. 9). Metoden er veien man går for å komme til mål.

### 5.1 Valg av metode

Det finnes ikke én metode som passer like godt til alle forskningsspørsmål. Valget står mellom kvantitativ metode og ulike former for kvalitativ metode. Etter å ha vurdert flere alternativ valgte jeg kvantitativ metode i oppgaven min. Bakgrunnen for dette valget var at jeg ønsket å få frem meninger fra så mange som mulig rundt Innovangsjon. Skulle jeg brukt kvalitativ metode med dybdeintervju og intervjuet for eksempel 10 informanter, ville jeg vært redd for og ikke treffe alle meningene som finnes rundt Innovangsjon. En annen mulighet var gruppeintervju, men her er jeg redd for at kanskje ikke alle hadde sagt alt de mente, og fulgt hovedstrømmen av meninger i gruppa. Dermed endte jeg opp med kvantitativ metode.

#### 5.2.1 Datainnsamling

I utgangspunktet hadde jeg tenkt å ha to identiske spørreundersøkelser som skulle sendes ut med minimum et halvt års mellomrom, helst mer. Tanken bak dette var å spore endringer på holdningene til Innovangsjon sin målgruppe. Hadde de blitt mer eller mindre positive til arbeidet Innovangsjon gjorde? Tiden tillot ikke dette. Da sommeren 2013 nærmet seg vurderte jeg i samarbeid med Innovangsjon/ veileder en utsendelse, men vi fant ut at to utsendelser av en identisk undersøkelse såpass tett (juni og november/desember 2013) kunne føre til at mottakerne ble lei og lurte på hvorfor de måtte svare på dette på ny. Jeg var redd den andre utsendelsen kunne få en lav svarprosent, og derfor bli vanskelig å bruke til sammenligning. Det har også vært en del undersøkelser ute i kommunen tidligere, både fra Innovangsjon og Vinjerock. Med dette i bakhodet valgte jeg å satse alt på en undersøkelse.

Spørreundersøkelsen var laget i Questback, og var åpen fra 3. oktober til 19. oktober 2013. I Questback er alle svar anonyme. Spørreundersøkelsen ble sendt ut til alle e-postkontaktene som Innovangsjon har opparbeidet seg. Dette var ca 400 stk. Blant disse var om lag halvparten kommunalt tilsatte, resten personer fra ungdomsråd, kontaktpersoner i idretts- og kulturliv og andre som har meldt sin interesse for Vang. At Innovangsjon selv

sendte ut spørreundersøkelsen mener jeg øker troverdigheten, fremfor at et for mange ukjent navn hadde stått som avsender. Undersøkelsen ble også postet på Facebooksiden «Vang», som pr. 18/10-13 hadde 1181 følgere. Den ble også lagt ut på nettsiden [www.vangivaldres.no](http://www.vangivaldres.no), som er en av de viktigste informasjonsplattformene for innbyggere i Vang. Sammen med undersøkelsen lå et lite informasjonsbrev med bakgrunn for undersøkelsen (vedlegg 1) og spørreundersøkelsen (vedlegg 2). Jeg hadde håpet på i overkant av 200 respondenter på spørreundersøkelsen. Dette var den første undersøkelsen jeg har sendt ut, så jeg var nok litt i overkant optimist. Flere jeg snakket med sa at det kunne være vanskelig å få folk til å svare på slike undersøkelser, særlig når man ikke hadde med noen «gulrot» som en premie man kunne vinne. I og med at undersøkelsen omhandlet et så lokalt tema trodde jeg dette ville engasjere, og at det ikke ville bli noe problem med respondenter.

De første to dagene undersøkelsen var publisert kom det en god del svar, så ble det stille. Da det var 3 dager igjen av svarfristen sendte Innovangsjon ut en puring til e-post kontaktene og la ut en påminnelse på Facebooksiden «Vang». Da doblet svarantallet seg, og det endelige tallet på respondenter ble 120. Sett i forhold til folketallet i Vang, som er på om lag 1600 er utvalget bra. I og med at undersøkelsen kun ble sendt ut digitalt, kan det også ha ført til at noen ikke oppdaget og fikk anledning til å svare på undersøkelsen. Dette vil jeg ta med meg videre til en eventuell senere anledning.

### **5.2.2 Utarbeiding av spørreskjema**

Da jeg begynte å arbeide med design og innhold i spørreskjemaet prøvde jeg å ha i bakhodet hvordan jeg selv ville likt og fått en spørreundersøkelse. Stadig vekk dukker undersøkelser opp på e-post og på internett, hva er det som gjør at man velger å svare på noen, og ikke andre? Jeg følte jeg hadde et tema som ville engasjere, og som mange av mottakerne og de potensielle mottakerne visste noe om. Samtidig var jeg opptatt av ikke å ha en undersøkelse som hadde for mange og kompliserte spørsmål; de måtte være enkle å forstå for alle uten for mange fremmedord, og ikke ubehagelige å svare på. Undersøkelsen begynte med enkle bakgrunnsvariabler som alder, kjønn og bosted, før det kom litt mer krevende spørsmål etter hvert. Tidsbruk er også en viktig faktor når det kommer til spørreundersøkelser. I en hektisk hverdag kan 10 minutt være lang tid. Jeg estimerte tidsbruken på å svare på spørreundersøkelsen til 5-7 minutt. Dette avhenger av hva man krysset for, da noen kunne oppleve å få færre eller flere spørsmål enn andre avhengig av om man for eksempel hadde bodd i Vang tidligere.

Jeg fikk også noen råd fra kontaktpersonen min i Innovangsjon når det kom til lengde av spørreundersøkelse, når i uka det var størst mulighet for svar, og når på året det var best å sende ut undersøkelser. I tillegg var selvfølgelig innholdet i spørreundersøkelsen tema, både med Innovangsjon og veileder. Det var fint med input underveis fra begge parter for å få forbedret spørsmål, og for å luke ut spørsmål som ikke passet godt nok inn. Det var mer utfordrende enn jeg hadde trodd å lage en spørreundersøkelse som ikke skulle være for lang. Spørsmålene i undersøkelsen skulle også lede meg frem til svar på problemstillingen «*Kan Innovangsjon føre til at Vang blir et mer attraktivt sted for potensielle tilflyttere og fastboende?*» samt gi meg data jeg kunne tolke og analysere. Spørreundersøkelsen ble semistrukturert, det vil si en kombinasjon mellom oppgitte svaralternativer og åpne spørsmål (Johannesen, Kristoffersen, & Tufte, 2010). Jeg endte opp med totalt 49 spørsmål, hvor noen som nevnt kun var for de som for eksempel hadde bodd i Vang tidligere, slik at de som ikke hadde kjennskap til dette skulle slippe å gå gjennom mange spørsmål de ikke visste noe om. 4 av spørsmålene i undersøkelsen var åpne spørsmål, 9 var flervalgsspørsmål. Åpne spørsmål kan gi deg verdifulle opplysninger man kanskje ikke ville fått frem ellers, men respondenter kan synes det er vanskelig eller for tidkrevende å utforme et eget svar, slik at de hopper over disse. Med lukkede spørsmål kan forskeren selv sette opp svaralternativ. I tillegg til de 49 spørsmålene var det mulig å gi en kommentar helt til slutt i undersøkelsen. Spørreskjema er vedlagt som vedlegg 2, mens åpne spørsmål og sluttkommentar fra respondentene ligger som vedlegg 4.

Det var nettsiden Questback som var plattformen til undersøkelsen. Jeg hadde ikke brukt programmet som redskap for å lage spørreundersøkelser før, men synes det var relativt enkelt og oversiktlig å bruke. Høgskolen i Lillehammer hadde studentlisens til Questback som jeg benyttet meg av. Fordelen med Questback er at spørreundersøkelsen blir oversiktlig, og lett å manøvrere seg gjennom for respondenten. Den har i tillegg et fint design og ser profesjonell ut. Ulempen med Questback som plattform er at man mister kontakt med respondentene, og at de enkelt kan avbryte hele spørreundersøkelsen om de går lei eller føler det de svarer på er uinteressant. Man har heller ikke mulighet for å endre på spørsmålene underveis og stille oppfølgingsspørsmål, slik man kan i kvalitative sammenhenger.

Da tidsrommet for muligheten for å besvare undersøkelsen var over, startet jobben med å bearbeide data fra respondentene. Først kodet jeg alle svarene jeg hadde fått, eksempel



gutt=1, jente=2 i en datamatrikse. En datamatrikse er en kodebok med oversikt hva samtlige respondenter har svart. Datamatriksen inneholdt 120 enheter og 50 variabler.

### 5.3 Populasjon og utvalg

Populasjon vil si målgruppen man ønsker å nå (Johannesen et al., 2010). I undersøkelsen jeg foretok nådde jeg ikke ut til hele populasjonen, kun et utvalg. Samtidig kan man si at det er vanskelig å identifisere populasjonen til denne undersøkelsen. Hvor mange som har feriert i Vang, er tilknyttet en hytte på en eller annen måte, har familieforhold i Vang etc. er så og si umulig å finne svar på. I og med at jeg ikke vet populasjonen, er det umulig å finne ut tall i forhold til bortfall og hvor stort nettoutvalg jeg satt igjen med til slutt. Dermed blir det vanskelig å gjennomføre en bortfallsanalyse, jeg vet heller ikke hvor representativt utvalget er, og dermed blir det større usikkerhet knyttet til å generalisere svarene jeg har funnet til befolkningen, hytteeierne og andre interessenter i Vang. Jeg vet imidlertid at undersøkelsen ble sendt ut til om lag 400 e-post kontakter, og at kun 34 har oppgitt i spørreundersøkelsen (spørsmål 1), at de fikk tilsendt spørreundersøkelsen på e-post. Det tilsier 9 %, noe som ikke er så bra svarprosent, med tanke på at spørreundersøkelsen omhandlet noe lokalt for de fleste av mottakerne. De åpne spørsmålene er også vanskelig å generalisere, men de gir utfyllende informasjon. Størrelsen på utvalget har betydning for påliteligheten av slutninger som trekkes. Store utvalg gir økt sannsynlighet for at enhetene fordeler seg tilnærmet som i populasjonen på sentrale variabler (Johannesen et al., 2010, s. 233-239). Samtidig ville ikke alle svart på undersøkelsen selv om de hadde hatt anledning til det. Jeg regner med at en del ikke fikk svart, fordi de ikke visste om undersøkelsen eller manglet nettilgang. Det hadde imidlertid blitt for omfattende og kostbart å sende ut undersøkelsen i papirform til alle kommunens innbyggere, hytteeiere og andre interessenter.

### 5.4 Validitet og reliabilitet

Når man gjennomfører en forskningsundersøkelse er det viktig at resultatet er mest mulig *valid*, det vil si at den er mest mulig gyldig. Dataene man finner gjennom forskningsundersøkelsen er en representasjon av virkeligheten, og dataene må representere fenomenet best mulig og være så relevant som mulig. I spørreundersøkelser kan man gjennomføre systematiske validitetstester for å undersøke om man måler det man ønsker å undersøke (Johannesen et al., 2010). I en spørreundersøkelse som denne, vil imidlertid alltid dagsform, hvordan man ønsker å fremstå, og bakgrunnsforståelse påvirke svarene. Årsaken vi oppgir til for eksempel flytting kan være en av flere mulige, og mange oppgir

gjerner allment aksepterte årsaker som bedre oppvekstmiljø, mindre skoleklasser og mindre stress, enn de virkelige årsakene som kan være familie/ nabokonflikter, dårlig økonomi og personlige problemer (Grimsrud & Aure, 2013). Det er vanskelig å se om respondenter forsøker å fremstå annerledes enn slik de faktisk er, og spesielt i en digital spørreundersøkelse.

Reliabilitet vil si pålitelighet, og her ser man på hvilke data som brukes, måten dataene blir samlet inn på og hvordan de bearbeides. Man må se på om målingene er presise og mest mulig feilfrie. «Måler vi det vi tror vi måler?» er et spørsmål man kan stille seg i kvantitative studier. Det finnes flere måter å teste reliabiliteten på, blant annet test-retest-reliabilitet og inter-rater-reliabilitet. Test-retest-reliabilitet vil si at man gjentar den samme undersøkelsen på samme utvalg på forskjellige tidspunkt, for eksempel med 1 måneds mellomrom. Får man de samme resultat ved begge anledninger gir dette høy reliabilitet. Inter-rater-reliabilitet går ut på at flere forskere undersøker det samme fenomenet, for å se om de kommer frem til samme resultat. Gjør de det, er det også et tegn på høy reliabilitet. Metodetriangulering kan også øke sannsynligheten for troverdige resultat, det vil si at man benytter flere metoder samtidig, for eksempel kvantitativ spørreundersøkelse og kvalitativt dybdeintervju med noen av respondentene (Johannesen et al., 2010, s. 46, 71, 227). Det kan være et problem med reliabiliteten i spørreundersøkelser, da man kanskje ikke forstår hvem avsender er, hvorfor man skal svare på spørsmålene, at man misforstår spørsmål, eller at man svarer på en måte som er fordelaktig for seg selv eller arbeidsplassen. Jeg hadde planlagt en test-retest-reliabilitet, en gjentakelse av spørreundersøkelsen med minimum et halvt års mellom for å oppnå høyere reliabilitet, samt måle holdningsendringer, noe som ikke lot seg gjennomføre.

## 5.5 Valg av analyseteknikk og statistiske metoder

I utgangspunktet hadde jeg tenkt å bruke regresjonsanalyser for å komme frem til resultater, men dette viste seg lite hensiktsmessig med et såpass lite utvalg og med ikke opplagte årsaks-virknings forhold. Det ble dermed brukt korrelasjonsanalyser for å finne ut om sammenhengene var signifikante eller ei. I tillegg ble krystabeller benyttet for å belyse sammenhenger mellom variablene.

Korrelasjon betyr samsvar (styrke) eller samvariasjon mellom ulike variabler. Pearsons produktmoment-korrelasjon (Pearsons  $r$ ) er et mye brukt korrelasjonsmål, som sier noe om type samsvar og hvor sterk denne samvariasjonen er. Type vil si at samsvaret kan være positivt, negativt eller fraværende. Pearsons  $r$  er en standardisert koeffisient som varierer

mellom +1 og -1. Får man et resultat på +1, vil det si at det er fullstendig positivt samsvar mellom verdiene på variablene, det vil si at om den ene verdien scorer høyt, gjør også den andre det eller begge scorer lavt. Et resultat på -1 vil si et fullstendig negativt samsvar, hvor den ene variabelen scorer lavt og den andre høyt, eller omvendt. Hva som er en høy korrelasjon finnes det ingen fasit på, men i samfunnsvitenskapelig forskning regnes Pearsons r opp til 0,20 som et svakt samsvar, 0,30-0,40 som relativt sterkt samsvar og over 0,50 som meget sterkt samsvar (Johannesen et al., 2010, s. 285-286). Pearsons r er det mest vanlige korrelasjonsmålet, men i mitt materiell har jeg kun 0/1 variabler, ikke kontinuerlige variabler slik som Pearsons r måler. I mitt tilfelle brukte jeg tetrakorisk korrelasjon for å ta hensyn til dette. Tetrakoriske korrelasjoner er for binære eller diktonome data, hvilket vil si 0/1 variabler (enten/eller). Tetrakoriske korrelasjoner beskriver sammenhengen mellom variabler (Uebersax, 2006).

Når man signifikanstester, undersøker man om forskjeller mellom utvalg kan generaliseres til å gjelde populasjonen (Johannesen et al., 2010). Det finnes ulike signifikansnivå i analyse av data. Dette er 1 % nivå, 5 % nivå og 10 % nivå. 1 % nivå, vil si at man med 99 % sikkerhet kan si at det er en sammenheng mellom funnene. Ved 5 % nivå, kan man med 95 % sikkerhet si at det er en sammenheng, og ved 10 % nivå kan man med 90 % sikkerhet si at det er en sammenheng. Jeg har valgt å bruke 10 % signifikansnivå i korrelasjonsanalysen av dataene, og vil i neste kapittel gå nærmere inn på de aller sterkeste og viktigste signifikante sammenhengene jeg har funnet. I samfunnsvitenskapelig forskning er det vanlig å bruke 10 % signifikansnivå, mens i naturvitenskapelig forskning opererer man helst på 5 % eller 1 % signifikansnivå.

Frekvenstabeller ble benyttet for flere variabler, for å belyse delproblemstilling 1 og 2 spesielt. Siden det var få observasjoner for å belyse delproblemstillingene, og siden jeg hovedsakelig var interessert i å belyse forhold i Vang og effekter av Innovangsjon sitt arbeid uten at det var viktig å generalisere resultatene utover Vang og Innovangsjon, ble analysene begrenset til frekvenstabeller. Alle analysene i denne oppgaven ble utført i programmet StataSE 12.

## 5.6 Beskrivende statistikk av data

Beskrivende statistikk av data omfatter en systematisk beskrivelse av størrelse og sammensetning av en populasjon. Det var 43 % gutter og 57 % jenter av de 120 totale svarene. Nesten halvparten av respondentene var mellom 25-39 år. Om lag 10 % av

respondentene var yngre, resten fra 40 år til 60 år eller eldre. 63 % av respondentene var gift eller hadde samboer, 15 % hadde kjæreste, mens de resterende 21 % var single. 55 % av respondentene hadde barn. 23 % hadde videregående skole som høyest fullførte utdanning, mens resten av utvalget hadde fra 1 til 6 eller flere år på universitet eller høyskole.

En deskriptiv statistikk med statistiske analyser av ulike variabler mot gruppene; kan tenke seg å flytte til Vang, kan ikke tenke seg å flytte til Vang, bor der allerede og vet ikke, ligger vedlagt som vedlegg 3.

## 6.0 Empiriske resultater

I dette kapitlet vil jeg presentere og analysere resultatene jeg har funnet etter spørreundersøkelsen. Analysen er bygd opp rundt spørsmål 22 i spørreundersøkelsen (se vedlegg 2) som lyder; «*Kunne du tenke deg å flytte til Vang?*»

Ved å ta utgangspunkt i dette spørsmålet, vil jeg komme frem til likheter og ulikheter ved de som kan tenke seg å flytte til Vang og de som allerede bor i Vang.

Kapitlet er bygd opp etter mine problemstillinger:

6.1) Hva kjennetegner de som kan tenke seg å flytte til Vang?

6.2) Hva kjennetegner de som bor der allerede?

6.3) Blir Vang mer attraktivt for potensielle tilflyttere og fastboende med Innovangsjon på banen?

6.4) Er Innovangsjon sitt arbeid en form for samfunnsentreprenørskap?

6.5) Hva kan gjøres for å skape en attraktiv kommune?

### 6.1 Hva kjennetegner de som vil flytte til Vang?

I undersøkelsen var det totalt 24 (20 %) som svarte at de kan tenke seg å flytte til Vang, av 120 respondenter. Aldersfordelingen ved de som kan tenke seg å flytte til Vang fordeler seg slik; 1 av respondentene er under 20 år, 5 er 20-24 år, 11 er 25-29 år, 4 er 30-39 år, 1 er 40-49 år og 2 er 60 år eller eldre. 7 av de 24 respondentene har barn. Kjønn fordelingen mellom de 24 som ønsker å flytte til Vang var helt lik, 12 kvinner og 12 menn. 15 av respondentene som kan tenke seg å flytte til Vang har bodd der tidligere, 9 har ikke bodd der før.

Ser vi på variabelen utdanning, har 4 av de 24 (17 %) videregående skole som høyeste fullførte utdanning, 8 har 1-3 år på høyskole/ universitet (33 %), 8 har 4-5 år på høyskole/ universitet (33 %) og 4 (17 %) har 6 år eller flere på høyskole/ universitet.

Grunnen til at de 24 vurderer å flytte til Vang er noe delt; 20 (83 %) grunnet nærhet til natur, 14 (58 %) grunnet oppvekstmiljø/ miljø, 14 (58 %) grunnet familie, 8 (33 %) grunnet venner, 5 (21 %) grunnet fritidstilbud, 5 (21 %) grunnet trygghet, 3 (13 %) vurderer å flytte grunnet relevant jobb, 2 (8 %) grunnet boligpriser og 1 (4 %) grunnet mangfold. Her var det mulig å krysse av flere svaralternativ, men hovedvekten kommer på nærhet til natur, oppvekstmiljø/ miljø, familie og venner.

Av de som kan tenke seg å flytte til Vang er det 2 som har startet egen bedrift tidligere, og 5 som kan tenke seg å starte egen bedrift, altså 7 respondenter (29 %) med entreprenørskapspotensiale. Når det kommer til hvordan de 24 respondentene har tenkt å skaffe seg arbeid ved flytting til Vang, svarer halvparten at de vil søke utlyste jobber. 10 (42 %) vil kontakte relevante arbeidsplasser selv, 8 (33 %) vil skape sin egen arbeidsplass og 5 (21 %) ønsker hjelp fra Innovangsjon/ Vang kommune. 3 (13 %) svarte at det ikke var aktuelt å flytte til Vang (likevel?), 1 (4 %) jobber der allerede, mens 3 (13 %) svarte «annet». Her var flere svaralternativ mulig. 7 (35 %) av de 24 respondentene som kan tenke seg å flytte til Vang har mulighet til å ha hjemmekontor i jobben de har nå, 3 (15 %) vet ikke, mens 10 (50 %) av de som svarte på dette spørsmålet ikke har mulighet for hjemmekontor i nåværende jobb.

På spørsmål om hva respondentene synes om arbeids- og bedriftsmiljøet i Vang, svarte 8 (36 %) at de synes det er svært innovativt og nyskapende, 10 (45 %) synes det er nokså innovativt og nyskapende, mens 4 (18 %) synes det er lite innovativt og nyskapende. De aller fleste synes dermed at arbeids- og bedriftsmiljøet i Vang er spennende og kreativt.

Når det kommer til spørsmålet om de positive sidene ved Vang (flere svaralternativ mulig), svarte 24 (100 %) naturen, 19 (79 %) god plass, 17 (71 %) oppvekstmiljø, 14 (58 %) menneskene, 13 (54 %) stillhet, 9 (38 %) alle kjenner alle, 9 (38 %) nettverk/ fellesskap, 9 (38 %) fritidstilbud, 4 (17 %) mangfold, 3 (13 %) tjenestetilbud, 2 (8 %) åpenhet, 2 (8 %) møteplasser, 1 (4 %) jobb/ karrieremuligheter og 1 (4 %) antall single. Naturen blir som vi ser, trukket fram som positivt av alle før god plass, oppvekstmiljø og menneskene kommer på de neste plassene.

På spørsmålet om hvordan innvandrere (flyktninger) blir integrert i Vang, svarte 2 (8 %) svært godt, 8 (33 %) nokså godt, 4 (17 %) lite godt, 1 (4 %) dårlig og 9 (38 %) vet ikke. Omtrent samme svar kom på neste spørsmål om hvordan arbeidsinnvandrere blir integrert i Vang; 3 (13 %) svarte svært godt, 6 (25 %) svarte nokså godt, 4 (17 %) svarte lite godt, 1 (4 %) svarte dårlig, mens 10 (42 %) svarte vet ikke på spørsmålet.

Boks 1: Korrelasjonsanalyse med signifikante sammenhenger mellom de som kan tenke seg å flytte til Vang og de som ikke kan tenke seg å flytte til Vang, og variabler som forklarer dette.

	Flytte til Vang=1/ ikke flytte=0	Signifikant
Kjønn 1=jente 0=gutt	-0.44	*
Bosted 1=Vang/ Valdres 0=utenfor Valdres	-0.47	*
Trygghet viktig ved valg av bosted 1=ja 0=nei	1	*
Har Vang et innovativt bedriftsmiljø 1=ja 0=nei	0.68	***
Tilrettelegges godt for tilflytting i Vang 1=ja 0=nei	0.55	**
Godt inntrykk av Innovangsjon 1=ja 0=nei	0.65	***
Lyst til å flytte til Vang pga Innovangsjon 1=ja 0=nei	0.65	***
Enklere og flytte til Vang med Innovangsjon 1=ja 0=nei	0.42	*
Innovangsjon kan være modell for andre distrikt 1=ja 0=nei	0.58	**

\*\*\*=0.01 % signifikansnivå \*\*=0.05 % signifikansnivå \*=0.1 % signifikansnivå

I forhold til de som ikke vil flytte til Vang:

- Det er en statistisk signifikant positiv sammenheng mellom de som ikke kan tenke seg å flytte til Vang og kvinner (kjønn). Det er altså flere menn enn kvinner som kan tenke seg å flytte til Vang.
- Det er en statistisk signifikant positiv sammenheng mellom de som ikke kan tenke seg å flytte til Vang og bosted. Det er flere som ikke kan tenke seg å flytte til Vang som bor utenfor Valdres, enn i Vang eller Valdres.
- Det er en statistisk signifikant positiv sammenheng mellom de som kan tenke seg å flytte til Vang og de som mener trygghet er viktig ved valg av bosted.
- Det er en statistisk signifikant positiv sammenheng mellom de som kan tenke seg å flytte til Vang og de som mener at Vang har et innovativt bedriftsmiljø.
- Det er en statistisk signifikant positiv sammenheng mellom de som kan tenke seg å flytte til Vang og de som mener det tilrettelegges godt for økt tilflytting til Vang.
- Det er en statistisk signifikant positiv sammenheng mellom de som kan tenke seg å flytte til Vang og de som har et godt inntrykk av Innovangsjon.
- Det er en statistisk signifikant positiv sammenheng mellom de som kan tenke seg å flytte til Vang og de som mener at lysten til å flytte til Vang har blitt sterkere etter at Innovangsjon startet opp.
- Det er en statistisk signifikant positiv sammenheng mellom de som kan tenke seg å flytte til Vang og de som tror det kan bli enklere for de som ønsker å flytte til Vang med Innovangsjon på banen.
- Det er en statistisk signifikant positiv sammenheng mellom de som kan tenke seg å flytte til Vang og de som tror at Innovangsjon kan være en modell for andre distriksområders bygdeutvikling.

## 6.2 Hva kjennetegner de som bor der allerede?

I det følgende avsnitt skal vi se nærmere på de 62 som svarte at de allerede bor i Vang i spørreundersøkelsen. 1 (2 %) er i aldersgruppen 20-24 år, 11 (18 %) er i aldersgruppen 25-29 år, 11 (18 %) er i aldersgruppen 30-39 år, 18 (30 %) er i aldersgruppen 40-49 år, 16 (27 %) er i aldersgruppen 50-59 år), mens de resterende 3 (5 %) er 60 år eller eldre. Det er flere eldre som bor i Vang allerede som har svart på spørreundersøkelsen, enn i gruppen som kan tenke seg å flytte til Vang. Av respondentene er 25 menn (42 %) og 35 (58 %) kvinner.

Ser vi på utdanningen til de som bor i Vang allerede, har 14 (23 %) videregående skole som høyeste fullførte utdanning, 23 (38 %) har 1-3 år på høyskole/ universitet som høyeste fullførte utdanning, 16 (26 %) har 4-5 år på høyskole/ universitet som høyeste fullførte utdanning, 6 (10 %) har 6 eller flere år på høyskole/ universitet, mens 2 (3 %) har svart «annet».

Når det kommer til spørsmålet om egen bedrift, har 23 (37 %) startet egen bedrift, og 6 (10 %) har lyst til å starte egen bedrift. Dette vil si om lag halvparten av respondentene i denne kategorien. 50 % av disse var kvinner.

De som bor i Vang allerede vektlegger følgende ved valg av bosted; 35 (56 %) svarte nærhet til natur, 30 (48 %) svarte oppvekstmiljø/ miljø, 29 (47 %) svarte at relevant jobb, 23 (37 %) svarte familie, 15 (24 %) svarte venner, 15 (24 %) svarte frihet, 15 (24 %) svarte trygghet, 14 (23 %) svarte fritidstilbud, 6 (10 %) svarte mangfold, 6 (10 %) svarte attraktiv bolig, 2 (3 %) svarte sosial status, 2 (3 %) svarte lønnsnivå, 2 (3 %) svarte nærhet til by og 1 (2 %) svarte boligpriser. Flere svaralternativ var mulig på dette spørsmålet. Svarene viser at nærhet til natur, oppvekstmiljø/ miljø er de viktigste faktorene for flest ved valg av bosted også for denne gruppen, mens relevant jobb kommer som nummer tre.

På spørsmålet om hjemmekontor i nåværende jobb, svarte 28 (50 %) at de har mulighet til dette. Når det gjelder arbeids- og bedriftsmiljøet i Vang, svarte 8 (16 %) at de synes det er svært innovativt og nyskapende, 27 (55 %) at det er nokså innovativt og nyskapende, 12 (24 %) at det er lite innovativt og nyskapende og 2 (4 %) at det ikke er innovativt og nyskapende.

På spørsmålet om de positive sidene til Vang (flere svaralternativ mulig), svarte 53 (85 %) naturen, 48 (77 %) god plass, 38 (61 %) oppvekstmiljø, 20 (32 %) stillhet, 17 (27 %)



menneskene, 15 (24 %) alle kjenner alle, 15 (24 %) mangfold, 14 (23 %) fritidstilbud, 12 (19 %) nettverk/ fellesskap, 7 (11 %) tjenestetilbud, 4 (6 %) jobb/ karrieremuligheter, 3 (5 %) åpenhet, 2 (3 %) møteplasser, og ingen svarte antall single.

Når det kommer til spørsmålene om integrering av flyktninger, synes 5 (8 %) at de blir integrert svært godt, 30 (48 %) mener nokså godt, 18 (29 %) mener lite godt, 4 (6 %) mener det er de integreres dårlig, mens resten (8 %) vet ikke. På spørsmålet om integrering av arbeidsinnvandrere, mener 5 (8 %) at de integreres svært godt, 33 (53 %) nokså godt, 16 (26 %) lite godt, 2 (3 %) dårlig og de resterende 10 % vet ikke.

Boks 2: Korrelasjonsanalyse med signifikante sammenhenger mellom de som kan tenke seg å flytte til Vang, mot de som bor der allerede, og variabler som forklarer dette.		
	Flytte til Vang=1 / Bor der allerede=0	Signifikant
Alder 1=40 eller eldre 0=yngre enn 40	-0.72	***
Barn 1=ja 0=nei	-0.57	***
Bosted 1=Vang/Valdres 0=utenfor Valdres	-1	***
Er student 1=ja 0=nei	0.64	***
Har startet egen bedrift 1=ja 0=nei	-0.55	***
Savner arbeid i Vang 1=ja 0=nei	0.4	**
Lyst til å flytte til Vang pga Innovangsjon 1=ja 0=nei	0.69	***
***=0.01 % signifikansnivå **=0.05 % signifikansnivå *=0.1 % signifikansnivå I forhold til de som bor i Vang allerede: - Det er en statistisk signifikant positiv sammenheng mellom de som kan tenke seg å flytte til Vang og alder (under 40 år). - Det er en statistisk signifikant positiv sammenheng mellom de som kan tenke seg å flytte til Vang og barn. De som kan tenke seg å flytte til Vang har ikke barn. - Det er en statistisk signifikant positiv sammenheng mellom de som kan tenke seg å flytte til Vang og bosted. De som kan tenke seg å flytte til Vang bor allerede i Valdres. - Det er en statistisk signifikant positiv sammenheng mellom de som kan tenke seg å flytte til Vang og at de ikke er i jobb, men fortsatt er studenter. - Det er en statistisk signifikant positiv sammenheng mellom de som kan tenke seg å flytte til Vang og at de ikke har startet egen bedrift. - Det er en statistisk signifikant positiv sammenheng mellom de som kan tenke seg å flytte til Vang og at man savner arbeid i Vang. - Det er en statistisk signifikant positiv sammenheng mellom de som kan tenke seg å flytte til Vang og at lysten til å flytte til Vang har blitt sterkere etter at Innovangsjon startet opp.		

### 6.3 Blir Vang mer attraktivt for potensielle tilflyttere og fastboende med Innovangsjon på banen?

Det var en del spørsmål som gikk konkret på Innovangsjon sitt arbeid i spørreundersøkelsen. Blant de som kan tenke seg å flytte til Vang, har 20 (91 %) svart at de har et godt inntrykk av Innovangsjon. Resten har ikke svart. På spørsmålet om lysten til å flytte til Vang har blitt sterkere etter at Innovangsjon startet opp, svarte 13 (65 %) ja, mens 7 (35 %) svarte nei. 13 (54 %) tror det blir enklere å flytte til Vang med Innovangsjon på banen, 8 (33 %) tror det blir noe enklere, 1 (4 %) mener det blir vanskeligere, mens 2 (8 %) vet ikke. På spørsmålet om respondentene tror Innovangsjon når målene sine som er satt med 10 nye arbeidsplasser per år fra 2012-2020, 1724 innbyggere innen 2020, og klarer å skape møteplasser for bedrifter og innbyggere i kommunen, svarte 14 (74 %) ja. Resten vet ikke. 21 (95 %) tror Innovangsjon kan være en modell for andre distriktsområders bygdeutvikling, mens 1 vet ikke. 19 (90 %) tror Innovangsjon sitt arbeid kan være med og sette Vang på kartet, resten vet ikke.

Sammenlignet med respondentene som allerede bor i Vang, har 48 (84 %) et godt inntrykk av Innovangsjon. 9 (16 %) vet ikke. 29 (51 %) tror det blir enklere å flytte til Vang med Innovangsjon på banen, 20 (35 %) tror det blir noe enklere, mens 8 (14 %) mener det ikke har noen betydning. På spørsmålet om respondentene tror at Innovangsjon når målene sine som er satt med 10 nye arbeidsplasser per år fra 2012-2020, 1724 innbyggere innen 2020, og å skape møteplasser for bedrifter og innbyggere i kommunen, svarte 25 (53 %) ja, mens 22 (47 %) vet ikke. 49 (92 %) mener Innovangsjon kan være en modell for andre distriktsområders bygdeutvikling, mens 4 (8 %) vet ikke. På det siste spørsmålet som går på om Innovangsjon sitt arbeid kan være med å sette Vang på kartet, svarte 50 (93 %) ja, mens 4 (7 %) svarte vet ikke.

I korrelasjonsanalysene (boks 1 og 2) tidligere i kapittelet, finner vi også positive funn i Innovangsjon sitt favør, som støtter opp om de forrige avsnitt. I analysen mellom gruppene «Kan tenke seg å flytte til Vang/ Kan ikke tenke seg å flytte til Vang», ser vi at de som kan tenke seg å flytte til Vang har et godt inntrykk av Innovangsjon. De mener at lysten til å flytte til Vang har blitt sterkere etter at Innovangsjon startet opp, og at det er enklere å flytte til Vang med Innovangsjon på banen. De mener også at Vang tilrettelegger godt for økt tilflytting. De som kan tenke seg å flytte til Vang mener også at Innovangsjon kan være en modell for andre distriktsområder i utvikling.

I analysen av gruppene «Kan tenke seg å flytte til Vang/ Bor der allerede» gjør vi et positivt funn for Innovangsjon og Vang sin del. Også i denne gruppen har lysten blitt sterkere til å flytte til Vang etter at Innovangsjon startet opp.

Jeg har fokusert på gruppene i delproblemstilling 1 og 2 i oppgaven, og dermed valgt å fokusere lite på de som ikke kan tenke seg å flytte til Vang eller ikke vet om de vil flytte til Vang, jamfør spørsmål 22 i spørreundersøkelsen som har dannet utgangspunktet for analysene. Grunnen til dette fokuset er at jeg ser på de som vil flytte til Vang og de som bor der allerede, som mest interessante for Innovangsjon sin del. Jeg tar likevel med noen resultater i forhold til Innovangsjons-variabler, slik at alle meningene kommer fram.

Totalt svarte 33 respondenter at de ikke kan tenke seg å flytte til Vang, eller ikke vet om de vil flytte til Vang. Av disse var det 22 (18 %) respondenter som svarte at de ikke kan tenke seg å flytte til Vang og 11 (9 %) som svarte vet ikke. På spørsmålet om disse gruppene har et godt inntrykk av Innovangsjon svarte 16 av 33 (48 %) ja. 6 (18 %) respondenter hadde ikke et godt inntrykk av Innovangsjon. Resten svarte vet ikke.

9 (27 %) respondenter fra gruppene mener lysten til å flytte til Vang har blitt sterkere etter at Innovangsjon startet opp. 17 (52 %) svarte nei på dette. 10 (30 %) tror det blir enklere å flytte til Vang med Innovangsjon på banen. 12 (36 %) mener det blir noe enklere, 2 (6 %) mener det blir vanskeligere, resten svarte ingen betydning og vet ikke. 3 (9 %) av respondentene mener arbeids- og bedriftsmiljøet i Vang er svært innovativt og nyskapende. 9 (27 %) mener det er nokså innovativt og nyskapende, 5 (15 %) mener det er lite innovativt og nyskapende, 3 (9 %) mener det ikke er innovativt og nyskapende, mens resten svarte vet ikke.

På spørsmålet om Innovangsjon kan være en modell for andre distriktsområders bygdeutvikling, svarte 19 (58 %) ja, 4 (12 %) svarte nei, og resten vet ikke. 20 (61 %) mener at Innovangsjon sitt arbeid kan være med og sette Vang på kartet. 3 (9 %) respondenter svarte nei til dette, og resten vet ikke.

#### **6.4 Innovangsjon som samfunnsentreprenør**

Jeg mener arbeidet Innovangsjon gjør for lokalsamfunnet i Vang er nært beslektet med samfunnsentreprenørskap. Alsos (2010) peker på at utgangspunktet for samfunnsentreprenørskap kan være at man begynner å løse problemer selv, fremfor å vente på at andre skal løse problemene sine. Det er nettopp dette Innovangsjon ville gjøre, da de henvendte seg til Vang kommune med sine ideer. Samfunnsentreprenørskap er noe mer

utbredt i distriktene enn i storbyene. Innovangsjon dekker samfunnsmessige behov på vegne av Vang kommune ved å jobbe for å øke innbyggertall, få flere boliger på markedet, videreutvikle næringslivet, samt gjøre Vang mer attraktivt både for fastboende, hyttefolk og potensielle tilflyttere. Dette gjør de ved å skape sosiale møteplasser, sosialt nettverk/ velkomstvenn for nyinnflyttede og de som måtte trenge det, bedriftsnettverk og møteplasser for bedrifter. Positiv befolkningsutvikling er viktig for å opprettholde de tilbud som finnes i kommunen i dag.

Innovangsjon er opptatt av å skape noe for lokalmiljøet, de jobber ikke for egen profitt. Hovedmålet er ikke økonomisk gevinst, men Innovangsjon trenger driftsmidler for å kunne fortsette arbeidet i samme skala som i dag. Det er dermed ikke et helt frivillig arbeid. De jobber imidlertid for kollektive goder som et finere sentrum, kontor plasser, fiberutbygging og møteplasser for private og bedrifter for å nevne noe. Staben i Innovangsjon er kreative, og de har opparbeidet seg et stort nettverk gjennom blant annet Vinjerock, noe som er viktig innen samfunnsentreprenørskap. De ønsker å få til samarbeid og koble ressurser i bygda. Grunnen til at Innovangsjon har lyktes så godt med arbeidet sitt, kan være fordi de ligger i distriktet, hvor de aller fleste er opptatt av arbeidet de gjør og ønsker attraktiv og god kommune å bo i for alle.

I spørreundersøkelsen ble det på spørsmål 39 spurt om «Hva vet du at Innovangsjon kan hjelpe deg med?» med flere svaralternativ som kan beslektet med samfunnsentreprenørskap. Det var ganske likt fordelt mellom de ulike svaralternativene (flere svaralternativ mulig); 54 (45 %) visste at Innovangsjon kan hjelpe til med arbeid, 52 (43 %) med bolig/ tomt, 60 (50 %) med sosiale møteplasser, 54 (45 %) med sosialt nettverk, 59 (49 %) med bedriftsnettverk, 51(43 %) med møteplasser for bedrifter og 62 (52 %) med velkomstvenn. Andre respondenter svarte på «Annet» at de brukte Innovangsjon som en sparringspartner og som en informasjonskilde til hva som skjer i kommunen. 20 av de 120 respondentene svarte vet ikke. Dette viser at Innovangsjon kan være enda mer offensive med budskapet sitt for og nå frem til alle, og for å vise alle strengene de spiller på. Samtidig er det en kjensgjerning at noen av respondentene kan ha svært lite kjennskap til Vang og Innovangsjon, og likevel svart på spørreundersøkelsen.

## **6.5 Hva kan gjøres for å skape en attraktiv kommune?**

Som kapittel 2 viste, jobber Innovangsjon på flere områder for å skape en attraktiv kommune. Hovedarbeidsområdene er som nevnt *arbeid i Vang, bu i Vang og blest om Vang*. Stadig flere tiltak og idéer klekkes ut innenfor disse hovedarbeidsområder. Nye

møteplasser skapes, inkluderingen av alle kommunens innbyggere søkes bedret, man skal ta vare på alle – både de som ønsker seg til Vang og de som allerede bor der. Å ta vare på den lokale gløden, og vise at jobben man gjør får resultater, er viktig for Innovangsjon. De jobber også hardt for et godt samarbeidsklima i kommunen, og oppfordrer både innbyggere og bedrifter til samhandling, for eksempel gjennom Entreprenørnettverket Reisverk.

Innovangsjon jobber også med tettstedutvikling, der de har fått støtte fra Oppland Fylkeskommune og Vang kommune til et forprosjekt for å utbedre og bidra til et triveligere sentrum i Vang. Her skal innbyggerne også inkluderes, og få komme med innspill til hvordan de ønsker å få det i sentrum. Prosjektet kommer som følge av at flere ønsker å flytte til Vang, og at det stadig skjer mer i Vang.

Satsing på profileringsarbeid er også viktig, og egne reklamefilmer om Vang kommer i løpet av 2014. Det er ikke bare her hjemme Innovangsjon gjør seg bemerket. Innovangsjon ble i april 2014 invitert til Latvia for å fortelle om sitt arbeide på en EU-finansiert konferanse om regional utvikling, som følge av at en gruppe latviere var i Valdres for å se hvordan regionen jobber tidligere samme vinter. Innovangsjon skapte begeistring og engasjement hos latvierne, som også har regioner som sliter med fraflytting og forgubbing (Knutsen-Løvik, 2014). Dette er en indikasjon på at Innovangsjon kan være en rollemodell for andre regioner, både i inn- og utland.

I tillegg til at Vang er en kommune som satser stort alene gjennom Innovangsjon, foregår også profileringsarbeid av dalføret Valdres i fellesskap med de andre kommunene, blant annet gjennom Valdres Destinasjon og Valdres Natur- og Kulturpark. Valdres er i hovedsak kjent for natur og fjell, men her står også kulturtradisjoner sterkt. Dette gjelder blant annet folkemusikk, folkedans, stavkirker, festivaler og museer. Valdres huser også mange fra definisjonen til Floridas kreative klasse, en slik konsentrasjon kan stimulere til nye, kunnskapsintensive virksomheter. Vi finner blant et spekter av kunstnere og bohemer, alt fra malere, forfattere og billedkunstnere til nasjonale og internasjonale suksesser som avdøde Mikkjel Fønhus, ex-valdris Margit Sandemo, Arne & Carlos, Frikar og Hemsing-søstrene. Kontorfellesskapet 1724 huser mange nyskapende og kreative bedrifter. Det er altså god grobunn for den kreative klasse, kulturnæringer og kreative næringer i Valdres, noe blant annet Florida ser på som viktig for utvikling. Han hevder også at mange kunstnere i et område reflekterer et miljø som er åpent for innovasjon og kreativitet. Valdres har i så måte noe unikt som ikke alle andre steder har, og har klart å skape seg en sterk profil.

Valdres gjør det kanskje bedre enn det man skulle tro, om vi ser tilbake på Isaksen (2005) sine tall om perifere regioner illustrert i figur 4, side 29. Vi må huske på at ting kan forandre seg i positiv retning på ti år. Dessuten var Valdres blant de 3 beste perifere regionene når det kom til nyetableringer i snitt i perioden 2000-2003, i følge Isaksen, noe som er en indikator på dynamikk i næringslivet. Mangfoldet innen kultur og kreativitet kan trekke flere fra den kreative klasse til dalføret, for eksempel gjennom Frikar-akademiet og utallige festivaler, ergo får man en selvforsterkende effekt. Med flere fra den kreative klasse vil også innbyggerne bli mer tolerante. Selv om den kreative klasse i følge Florida blomstrer best i byer i USA, trenger det ikke være slik her til lands. Mitt inntrykk er ofte at små steder kan få klynger av kunstnere og kreative næringer, som gjerne blir mer attraktive enn i storbyene. På små steder som Henningsvær er det kunstnere og entreprenører på hvert gatehjørne. For fortsatt å være attraktiv for den kreative næring må Valdres ha boliger til salgs og leie, noe Innovangsjon ser på som en stor utfordring og jobber kontinuerlig med.

## 7.0 Oppsummering/ drøfting

I dette kapitlet vil jeg drøfte problemstillingen og forskningsspørsmålene ut fra mine empiriske funn, teori og tidligere forskning.

### 7.1 Drøfting av kjennetegn ved de som kan tenke seg å flytte til Vang

Vi starter med å se på kjennetegnene som er gjennomgått ved de som kan tenke seg å flytte til Vang. Det er svært positivt at unge mennesker med høyere utdanning ønsker seg til Vang. I tall fra SSB i 2012 som viser utdanningsnivået i Norge på personer over 16 år, finner vi at 28,2 % kun hadde grunnskoleutdanning, 42 % hadde videregående skole som høyeste fullførte utdanning, 22 % hadde inntil 4 års høyere utdanning, og 8 % hadde mer enn 4 år på høgskole/ universitet. Det vil si at 30 % av landsgjennomsnittet har høyere utdanning utover videregående skole. I Oppland Fylke var tilsvarende gjennomsnitt 23 % (SSB, 2012). De som kan tenke seg å flytte til Vang ligger dermed høyt over landsgjennomsnittet og fylkesgjennomsnittet utdanningsmessig, hvor hele 83 % har utdanning utover videregående skole.

I følge Florida (2012) er som nevnt et av kjennetegnene på folk fra den kreative klasse *høy utdanning*, i tillegg til at de er tolerante, åpne for nye ideer, innovative og trives med mangfold av både mennesker og tilbud rundt seg. Det kan dermed være spirer fra den kreative klasse som ønsker seg til Vang, noe som er svært positivt for kommunen og regionen. Unge, høyt utdannede mennesker er dessuten mobile (Isaksen, 2005).

24 respondenter svarte at de kan tenke seg å flytte til Vang, noe som er et stort antall for en liten utkantkommune i distrikts-Norge. Det er ikke dermed sagt at alle de 24 kommer flyttende til Vang, men det er absolutt noe å ta med seg for Innovangsjon i sitt videre arbeid. De må søke å få lysten til å flytte til Vang de 24 har, til å bli en realitet. Kjønnssdelingen blant de som kan tenke seg å flytte til Vang er lik, noe som er et bra resultat, da mange distrikter sliter med å rekruttere kvinner. Fosso (1997) viser at partners arbeid er en viktigere grunn til å flytte for kvinner enn menn, noe som kan bety at enda flere kvinner vil komme til Vang, og følge etter kjærester/ ektefeller som får jobb der.

Det er også uvanlig at såpass mange ønsker seg til distriktskommuner før de har fått barn i skolealder; her er hele 65 % i aldersgruppen 20-29 år. En av de største aldersgruppene som flytter er nemlig de som har barn som skal begynne på skolen, og de er som oftest i alderen 35-40 år. Det vært egne kampanjer rettet mot foreldre med 6-åringer som skal begynne på

skolen, som Flytt hit i Østerdalen i 2005 (Dåsnes, 2008). Grimsrud (2006) peker på statistikk fra Osloområdet, som viser at mange barn som blir født der har flyttet ut innen de skal begynne på skolen. Hauge og Skålholt (2009) viser også til at det ofte kommer en stor flyttebølge når barna skal begynne på skolen. Til Vang er det derimot yngre aldersgrupper som ønsker seg. Dette er positivt for Vang sin del, da denne gruppen ønsker å flytte tidligere, også *før* etableringsfasen. Folk i etableringsfasen setter ofte større pris på faktorer som trygghet, natur, bolig, familie og oppvekstmiljø, så det er ikke unormalt at de i den livsfasen ønsker seg til Vang eller distriktene. Yngre innflyttere bidrar dessuten mer til felleskassa enn for eksempel pensjonister, og de som får eller har barn sørger også for å bidra til flere barn i barnehage, skole, samt opprettholdelse/ start av fritidstilbud for å nevne noe. Barnefamilier er også enklere å inkludere, da de får et sosialt nettverk gjennom aktivitetene barna er med på. Barnefamilier og tilbakeflyttere, er de mest populære målgruppene i tilflyttingsprosjekt (Grimsrud & Aure, 2013). Likevel må en ikke glemme at hver enkelt tilflytter er svært verdifull for Vang, uansett alder og livsfase.

Et annet resultat som var overraskende, var at jobb ikke kom blant de viktigste flyttemotivene blant de som kan tenke seg å flytte til Vang. Undersøkelsen samsvarer ikke med de fleste tidligere studier, hvor relevant jobb scorer helt i toppsiktet som flyttemotiv, blant annet ser man dette hos Fosso (1997), Skålholt (2008), Grimsrud (2006), Pedersen (2000), Sørli, Aure og Langset (2012). Undersøkelsen samstemmer best med Fosso (1997), som fant at nærhet til familie og venner var like viktig som arbeid i en undersøkelse blant tilbakeflytting til Årdal, mens det var viktigste faktor i en undersøkelse utført på utflyttere fra Oslo av Pedersen (2000). Det er ikke så ofte natur og oppvekstmiljø blir ansett som de viktigste flyttemotiv, men det finner vi altså i denne undersøkelsen, samt i Skålholt (2008) undersøkelse fra Nord-Gudbrandsdalen. Mangfold som Florida (2012) ser på som viktig for å tiltrekke seg den kreative klasse, var ikke blant de viktigste motivene for å flytte til Vang.

Kan menneskene komme før jobben, slik Florida (2012) mener med sitt «people's climate?» Hele 35 % av respondentene oppgir at de kan ha hjemmekontor i nåværende jobb, dermed trenger ikke alle å flytte uten å ha fått jobb først uansett. Ny teknologi sørger for dette, dermed er en stor terskel for flytting, *arbeid*, allerede på plass. Dette kan føre til at en eventuell flytting kan skje raskere. Et annet positivt funn, er at en såpass stor andel av de som kan tenke seg å flytte til Vang (29 %) har startet, eller har lyst til å starte egen bedrift. Kjønnsdelingen mellom menn og kvinner er lik her. Dette viser at Vang kanskje



ikke har, eller kommer til å få, de samme utfordringer med å få kvinnelige entreprenører på banen, slik resten av landet har i følge tallene fra undersøkelsen til Global Entrepreneurship Monitor (GEM) fra 2012. Landström (2005) hevder også at de fleste entreprenører er menn, og at det er viktig i forhold til å lykkes med entreprenørskap at man har startet en egen bedrift tidligere. Skålholt og Guldvik (2009) pekte på at menns egenskaper passet best for «den gode entreprenør», og at særlig distriktene sliter med et mer tradisjonelt kjønnsmonster, hvor ikke kvinner satser. Florida (2012) mener som sagt at jobb følger mennesker, og ikke motsatt. Sett i lys av dette, kan de med entreprenørskapspotensiale velge seg Vang som bosted, for så å skape sin egen jobb derifra, eller med sin kompetanse og kreativitet gjøre seg interessant nok til at andre vil satse på seg akkurat i Vang. Dette trenger kommunen og distrikts-Norge generelt. Sve (2010) peker også på at etablerere etablerer seg et sted ut fra følelser. Kan Vang klare å fremkalle de rette følelsene hos potensielle entreprenører/ tilflyttere vil de vinne mye på det.

Ser vi resultatet av hvor mange som kan tenke seg å starte egen bedrift, sammen med utdanningsnivået til de som kan tenke seg å flytte til Vang, og at hele 80 % synes arbeids- og bedriftsmiljøet i Vang er svært eller nokså innovativt og nyskapende, viser at Vang kan tiltrekke seg mennesker fra den kreative klasse og heve sin konkurransestyrke sammenlignet med andre regioner innen kunnskapsbasert næringsutvikling.

At arbeids- og bedriftsmiljøet sees på som innovativt og nyskapende, kan dessuten gjøre det lettere for nyinnflyttere å satse – de føler at her skjer det noe! Innovasjon og Vang kan være med å skape og videreutvikle en tradisjon for å starte egen bedrift, også innen nye segmenter. Et godt samarbeids- og entreprenørskapsklima er viktig. Bolkesjø og Brun (1998) peker på forskning som viser at i perifere områder vektla entreprenører sterkere stedet de bodde på og tilknytningen til stedet, enn i mer sentrale strøk. Etablerere ønsker ofte å etablere seg i hjemkommunen, og dette må det legges til rette for. De fant imidlertid at noen entreprenører fryktet janteloven i perifere strøk. Denne er det viktig å få bukt med, jamfør Florida (2012) sine teorier om at den kreative klasse trekkes mot steder med åpenhet, toleranse og mangfold. Fosso og Alvheim (2001) peker på at høy utdanning også kan ha flyttedrivende effekt, at kompetansenivået ikke passer med arbeidsmarkedet i distriktet. Sett ut ifra dette, er det positivt at såpass mange kan ha hjemmekontor og ønsker å starte egen bedrift. Om det faktisk er slik at utdanning har en flyttedrivende effekt, vil nok være ulikt fra distrikt til distrikt.

Som resultatet fra spørreundersøkelsen viser, er integrering av arbeidsinnvandrere og flyktninger et av de områdene Vang og Innovangsjon virkelig kan og bør ta enda mer tak i. Integrering av innvandrere er viktig for å skape et attraktivt sted med mangfold, toleranse og åpenhet. En mangfoldig og heterogen sammensetning av mennesker anses å føre til kreative miljø i større grad enn i samfunn uten ulike persontyper og nasjonaliteter (Isaksen, 2005).

## **7.2 Drøfting av kjennetegn ved de som bor der allerede**

Resultatene var også positive med tanke på utdanningsnivå til respondentene som allerede bor i Vang. De som bor i Vang allerede har litt færre år med utdanning i snitt enn de som kan tenke seg å flytte til Vang, men ligger høyt over lands- og fylkesgjennomsnittet (30 % / 23 %) med sine 74 % som har utdanning utover videregående skole (SSB, 2012).

Et annet positivt funn var at nesten halvparten av de som allerede bor i Vang har startet eller kan tenke seg å starte egen bedrift, dette er et bra resultat for en utkantkommune som Vang! Dette kan være et resultat av små «kriser» i næringslivet, jamfør Teigen og Lien (2013). Siden det ikke er flust av jobbmuligheter i Vang, kan det ha ført til at såpass mange skaper sin egen arbeidsplass. Jamfør Bolkesjø og Brun (1998) er det viktig med et godt entreprenørskapsklima for å skape flere bedrifter på et sted, og disse tallene kan tyde på at Vang har det. Forholdene kan og bør legges til rette for å skape serie-etablerere, som er involvert i flere bedrifter, og stadig begir seg ut på nye prosjekter (Spilling, 1998b). Spilling (1998a) peker også på at det er en nær sammenheng mellom entreprenørskap og miljø/ omgivelser. At det finnes en entreprenørskapsånd i Vang, kan gjenspeile resultatet fra NHO (2014) sitt Nærings-NM, hvor Vang som nevnt var 9. beste kommune blant de 26 i Oppland Fylke når det kommer til nyetableringer. Blant de 29 som har startet eller har lyst til å starte egen bedrift, fant jeg en uvanlig høy kvinneandel på hele 50 %. Dette er svært positivt og uvanlig sett i forhold til tidligere forskning, blant annet jamfør Bolkesjø og Brun (1998) som hevder at bare 20 % av etablerere er kvinner.

Relevant jobb var blant de viktigste faktorene ved valg av bosted for de som allerede bor i Vang. Det vil si at relevant jobb dermed er viktigere for de som bor i Vang allerede, enn blant de som kan tenke seg å flytte til Vang. Florida (2012) mener at relevante jobber vil følge menneskene, og ikke omvendt. Denne bølgen har kanskje ikke nådd Norge og Vang på samme måte som i USA. Her til lands er nok mange opptatt av å ha sikret seg en arbeidsplass før de flytter til distriktet, selv om dette ikke gjelder alle. Ellers var natur,

oppvekstmiljø/ miljø og familie blant de viktigste faktorene ved valg av bosted. Natur var derimot ikke så viktig ved valg av bosted for de som bor i Vang allerede som for de som kan tenke seg å flytte til. Grunnen til dette kan være at de allerede bor i naturskjønne omgivelser, og ikke tenker på dette som et savn per dags dato, som muligens de som ikke bor i Vang gjør.

Hovedvekten av de som allerede bor i Vang synes arbeids- og bedriftsmiljøet i Vang er innovativt og nyskapende, men ikke i like stor grad som de som kan tenke seg å flytte til Vang gjør.

På spørsmål om de positive sidene ved Vang, var det 15 % som bor i Vang allerede som mener Florida-variabelen mangfold er blant de positive sidene, mot 17 % blant de som kan tenke seg å flytte til Vang. Dette resultatet kan indikere at enda mer kan gjøres for å skape et tolerant samfunn for alle. I forhold til de som kan tenke seg å flytte til Vang, synes færre av de som bor der allerede at det er positivt at alle kjenner alle, og de synes menneskene i Vang er en mindre positiv faktor enn de som kan tenke seg å flytte til Vang. 85 % av de som allerede bor der synes naturen er en positiv side, mens de som kan tenke seg å flytte dit er enstemmig enige om at naturen er positivt. De som bor i Vang allerede synes ikke stillhet, nettverk/ fellesskap, oppvekstmiljø/ miljø og fritidstilbud er så positivt som de som kan tenke seg å flytte til Vang.

Som resultatene fra spørreundersøkelsen viser, kan Vang bli bedre på integrering av arbeidsinnvandrere og flyktninger. Forskjell på svarene mellom gruppene som kan tenke seg å flytte til Vang/ bor i Vang allerede, er ikke så store på dette spørsmålet. Hovedtendensen er at flere av de som kan tenke seg å flytte til Vang ikke vet noe om hvordan innvandrere blir integrert, da det kan være vanskelig for de som ikke bor i kommunen å vite noe om. Mye godt arbeid gjøres, og prosjekter er startet. Kontinuitet kreves i dette arbeidet, slik at det ikke bare blir noen perioder med god innsats. Innvandrere kan være gode ressurser i et nærmiljø, det gjelder å ha toleranse for alle mennesker, som Florida (2012) også trekker frem som en av de viktigste faktorene for å skape suksessfulle steder hvor den kreative klasse vil slå seg ned. Som nevnt peker han på at innvandrere har stått for mange suksessfulle innovasjoner i USA, og at de representerer svært mange av de globale patentene. Isaksen (2005) peker imidlertid på at særlig ikke-vestlige innvandrere er dårligere integrert på arbeidsmarkedet i Norge enn i mange andre land, og jobber sjeldnere innen kunnskapsintensive næringer, som de gjør i USA.

### 7.3 Drøfting av Innovangsjonsvariabler

De som kan tenke seg å flytte til Vang, har et enda bedre inntrykk av Innovangsjon enn de som allerede bor i Vang, men begge gruppene er i hovedsak svært positive. Godt over halvparten av de som kan tenke seg å flytte til Vang (65 %) mener at lysten til å flytte til Vang har blitt sterkere etter at Innovangsjon startet opp. *Dette viser at Innovangsjon har en påvirkningskraft!* Gruppene var ganske enige når det kom til spørsmålet om det blir enklere å flytte til Vang med Innovangsjon på banen, de aller fleste var enige om at det blir enklere eller noe enklere med Innovangsjon på banen. Respondentene som kan tenke seg å flytte til Vang, hadde større tro på at Vang når målene sine om 10 nye arbeidsplasser per år fra 2012-2020, 1724 innbyggere innen 2020, samt å skape møteplasser for bedrifter og innbyggere i kommunen, enn de som allerede bor i Vang. De fleste hadde imidlertid troen på at Innovangsjon skulle klare målene sine i begge gruppene.

Det var så og si enstemmig enighet om at Innovangsjon kan være en modell for andre distriktsområders bygdeutvikling, og at Innovangsjon sitt arbeid kan være med å sette Vang på kartet blant begge gruppene. Det kan være viktig for Innovangsjon å føle støtte blant både potensielle tilflyttere og fastboende, og vite at folk tror på arbeidet de gjør. Samtidig setter dette også et visst press på Innovangsjon, nå må de klare å utrette ting etter å ha fått støtte fra både kommune og innbyggere.

De statistisk signifikante positive funnene fra korrelasjonsanalysen støtter også oppunder resultatene. Her er det flere gode resultater i Innovangsjon sin favør. I analysen mellom de som kan tenke seg å flytte til Vang/ kan ikke tenke seg å flytte til Vang, mener de som kan tenke seg å flytte til Vang at det tilrettelegges godt for tilflytting til Vang. De som kan tenke seg å flytte til Vang har et godt inntrykk av Innovangsjon, de mener også at lysten til å flytte til Vang har blitt sterkere etter at Innovangsjon startet opp, og at det vil bli enklere for de som ønsker å flytte til Vang med Innovangsjon på banen. I analysen mellom de som kan tenke seg å flytte til Vang/ bor der allerede, fant vi at lysten til å flytte til Vang har blitt sterkere etter at Innovangsjon startet opp. Dette viser at arbeidet Innovangsjon gjør ikke er fånyttet, og at det faktisk kan påvirke folk til å flytte til Vang, noe som også var hovedhensikten da Innovangsjon ble etablert for om lag 3 år siden.

De fleste tror, som vi har sett, at Innovangsjon når de ambisiøse målene de har satt seg. Situasjonen per dags dato, er at Innovangsjon har bidratt til å skape om lag 25 arbeidsplasser på de drøye to årene de har holdt på innen nyetablerte foretak, og 10

arbeidsplasser i eksisterende foretak. De ligger dermed foran målet sitt i forhold til å bidra til 10 nye arbeidsplasser per år. Noen av disse bedriftene har de bidratt mye for å hjelpe, andre har fått hjelp med mindre ting som stillingsutlysninger. Mange andre firmaer i Vang har også startet opp/ hatt vekst i samme periode. I forhold til målet om økning i antall innbyggere, viste SSB sine tall fra 4. kvartal i 2013<sup>2</sup> at Vang hadde 1602 innbyggere. Folketallet har dermed ikke økt etter at Innovangsjon startet opp. Ser man på nettoinnflytting eksplisitt fra forrige kvartal er tallet på 8, mens fødselsunderskuddet på -2 trekker ned (SSB, 2013e).

#### **7.4 Innovangsjon som samfunnsentreprenør og veien fremover**

Innovangsjon jobber som vi har sett på mange felt, og alt arbeidet bunner ut i at de vil at Vang skal bli en attraktiv og best mulig kommune for de som allerede bor der, for potensielle tilflyttere og besøkende. De utfyller en samfunnsentreprenørsfunksjon i Vang kommune, og ønsker å skape noe for alle med mandatet de har fått. De jobber med både store ting som bedriftsetableringer og tilflytting, til mindre ting som «Fredagskos», hyggekvelder i Vang som er åpne for alle som vil delta, og bidrag til utgivelse av promoteringsmagasinet «Tyin-Filefjell». Vang kommune og Innovangsjon har skjønnet at en av de viktigste nøklene til å opprettholde tjenestetilbud på dagens nivå og skape en attraktiv kommune, er vekst i folketallet, noe som la grunnlaget for satsingen. Innovangsjon fungerer som et talerør for alt som rører seg i Vang, og er flinke til å kommunisere med innbyggerne og bedriftene i Vang. De ønsker at man skal spille hverandre gode gjennom samarbeid.

Det er vanskelig å peke på spesifikke punkt hvor Innovangsjon har forbedringspotensial og hvordan de bør jobbe i framtida, da majoriteten av respondentene i spørreundersøkelsen stort sett er positive til arbeidet som gjøres. Et enda tettere samarbeid med resten av Valdresregionen kan være en mulighet, da flere ressurser kan samarbeide om oppgavene. En annen bemerkning er om Innovangsjon kunne vært enda mer tydelig på en klart definert målgruppe de ønsker å nå, slik andre tilflyttingsprosjekt har vært. Samtidig kan det være ekskluderende å være alt for selektiv. Det er i alle fall viktig å ha klart definert hvem man ønsker å satse på, om det er alle, eller noen, da spesifikke virkemiddel og tiltak kan skreddersys (Grimsrud & Aure, 2013). Svarene på de åpne spørsmålene i spørreundersøkelsen viser at Innovangsjon har noen kritikere blant respondentene, som

---

<sup>2</sup> Tallene fra 1. kvartal 2014 ble publisert 15/5-14, for sent til å få med i denne oppgaven. SSB kunne heller ikke utlevere data for Vang kommune før publiseringdato.

mener det er for mye kameraderi i Innovangsjon, og at Innovangsjon er sløsing med offentlige midler. Dette tror jeg kan trigge Innovangsjon til å bevise at de er verdt satsningen. Noen mener at Innovangsjon måtte jobbe for å hindre klikkdannelser i kommunen, og at det er viktig at alle aldersgrupper blir sett; ikke bare de unge. Enkelte mener at Innovangsjon fokuserer for mye utenfor kommunegrensene, og glemmer de som allerede bor der.

Mangel på boliger er en av de største hemskoene for at Vang skal kunne tiltrekke seg flere innbyggere, slik Innovangsjon jobber for. I nabokommunene Vestre Slidre og Nord-Aurdal har det blitt bygget husbankfinansierte MyCube-leiligheter som kan passe både til nyetablerere og eldre som ikke har kapasitet til å ta vare på en hel bolig lengre. Flytter eldre til slike leiligheter, vil de samtidig frigjøre sine boliger til for eksempel barnefamilier. Noe i samme sjanger som MyCube kan være et satsningsområde for Innovangsjon og Vang, i samarbeid med Entreprenørnettverket «Reisverk». Et annet alternativ kan være en prøvebolig i Vang for de som er usikre på om de tør å ta steget med å kjøpe eller bygge bolig i kommunen? Bildet nedenfor viser den arkitekttegnede prøveboligen i Øyfjell, Vinje kommune i Telemark, som har blitt en suksess. Den stod ferdig i 2010, og ble satt opp fordi det var mangel på boliger til leie i bygda, og elevtallet på skolen sank. En prøvebolig minsker dessuten risikoen det er for mange å kjøpe seg bolig på et nytt sted.



Det er viktig at Innovangsjon jobber med strukturen og rollefordelingen i organisasjonen, da det kan gå utover de ansatte om alt for mye hviler på en eller to ildsjeler. Dette er en velkjent fallgrube. Samtidig er noe av suksessen Innovangsjon har opplevd personavhengig, og det gjør poenget om overarbeidede ildsjeler enda mer aktuelt. Slitasjen på organisasjonen kan bli for stor. Realistiske, oppnåelige mål er viktig, men samtidig er det bra å tørre å utfordre seg selv og sette seg hårete mål. Innovangsjon favner som nevnt bredt i arbeidet sitt. Favner de for bredt? Det kan være lurt å være konkret på hva man skal drive med i organisasjonen, men samtidig er mangesysleri vanlig på steder med mindre

forhold, hvor en kanskje må søke mot stadig nye områder for å få prosjektmidler eller annen støtte fra det offentlige. Dermed skifter mange kurs underveis. Et annet varsko når det gjelder finansiering, er om det er realistisk å fortsette driften med så store kommunale tilskudd framover. Kan Innovangsjon få egne bein å stå på etter hvert?

I forhold til kontorfellesskapet 1724 kan Innovangsjon også bidra til en bedre struktur. Rolleavklaringene må være ryddige, hvem er det som gjør hva i dette kontorfellesskapet? Det bør jobbes med å synliggjøre dette enda bedre for publikum, og kanskje kan de henvende seg enda mer mot publikum med «åpne dager» og omvisninger?

Til slutt vil jeg anbefale at det er best mulig samsvar mellom hva Vang utgir seg for å være, og hva Vang er, slik at ikke tilflyttere og besøkende opplever noe annet enn det de har sett og hørt om Vang fra før. Unngå «rosemaling»! Innovangsjon har fått mye mediepublisitet i oppstartsfasen for å være noe nytt og spennende, og de har skaper store forventninger. Det er viktig at forventningene blir oppfylt. Det er alltid en viss spenning knyttet til det å gå fra en oppstartsfase til en driftsfase, når må man klare seg selv, ha langsiktige mål, og en inntekt som er til å leve av. Tidligere nevnte Lucky Næroset hadde et voldsomt engasjement i mange år for å bevare skolen i bygda, med riksdekkende media tilstede. Da målet var nådd ble det stille. Kan det være en fare for at det samme kan skje i Vang?

## 8.0 Avslutning

Avslutningskapitlet starter med konklusjonen for oppgaven, der trådene forsøkes samles. Videre følger en del om mine erfaringer, begrensninger for oppgaven samt forslag til videre forskning.

### 8.1 Konklusjon

I denne studien har jeg sett nærmere på tilflyttingsprosjektet Innovangsjon, og jobbet etter problemstillingen «*Kan Innovangsjon føre til at utkantkommunen Vang blir et mer attraktivt sted for potensielle tilflyttere og fastboende?*»

Som vi har sett, finnes det ingen klar standardoppskrift på hvordan en får til vellykkede tilflyttingsprosjekt, og skaper attraktive og innovative bygger. Suksesshistoriene man hører om, som bokbyen i Fjærland eller Storfiskens rike på Sørøya i Finnmark, er ulike fra sted til sted (Førde, 2010). Det er ingen tvil om at lokale initiativ for tilflytting kan bety mye for å hindre reduksjon i folketallet. Innovangsjon har tatt initiativet til dette i Vang kommune.

Som resultatene fra spørreundersøkelsen viser, er de aller fleste respondentene i gruppene «kan tenke seg å flytte til Vang» og «bor i Vang allerede» positive til arbeidet Innovangsjon gjør. De som kan tenke seg å flytte til Vang, har imidlertid enda mer tro på Innovangsjon sitt arbeid enn de som bor der allerede. De aller fleste av innbyggerne og de potensielle tilflyttere støtter opp om Innovangsjon sitt arbeid. Det er særlig et gledelig resultat for Innovangsjon, at majoriteten blant de som kan tenke seg å flytte til Vang mener at de får økt lyst til å flytte til Vang grunnet Innovangsjon, og at det blir enklere å flytte til Vang med Innovangsjon. Dette viser at Vang blir *mer attraktivt* med Innovangsjon på banen. Det er også et positivt funn at de som kan tenke seg å flytte til Vang, og de som bor der allerede, er så å si samstemte om at Innovangsjon sitt arbeid er med og setter Vang på kartet, og at Innovangsjon kan være en modell for andre distriktsområders bygdeutvikling.

Resultatene fra gjennomgangen av de som kan tenke seg å flytte til Vang og bor der allerede, viste også gode og overraskende resultat, sett i lys av flyttetrender til distriktet. Det er et uvanlig funn at så mange ønsker å flytte til Vang i aldersgruppen 20-29 år, da den vanligste flyttebølgen til distriktet er når man har barn i skolealder. At nettopp så mange fra denne aldersgruppen ønsker seg til Vang, kan komme av at de som jobber i Innovangsjon i hovedsak er i den aldersgruppen selv. Det er ikke sikkert Innovangsjon hadde hatt samme effekt om de som arbeidet i Innovangsjon var 20 år eldre. Særlig



kontorfellesskapet 1724 har fått et image som et ungt og nyskapende sted, noe som kan forsterke effekten med at unge mennesker ønsker seg til Vang.

At så mange som 24 personer kan tenke seg å flytte til Vang, er et godt resultat. Selv om tallet ikke høres enormt ut, har 24 nye innbyggere mye å si for en utkantkommune i distrikts-Norge. At de som kan tenke seg til Vang er høyt utdannet er også fordelaktig, og det er viktig å kunne tilby disse relevante jobber og utnytte deres kompetanse, om de ikke ønsker å skape sin egen arbeidsplass. Likevel ser det ikke ut som denne gruppen bekymrer seg nevneverdig over dette. Det var nemlig et uvanlig funn at relevant jobb ikke ble nevnt blant de viktigste flyttemotiv, av de som kan tenke seg å flytte til Vang. Nærhet til natur, oppvekstmiljø/ miljø og familie var de viktigste motivene. Det er også gledelig at så mange av både de som kan tenke seg å flytte til Vang, og de som bor der allerede, har erfaring innen entreprenørskap, eller kan tenke seg å starte egen bedrift. Likevel kunne vært nyttig med enda flere som allerede har startet egen bedrift tidligere, da terskelen for å gjøre det på ny og bli en serie-etablerer er lavere. Det er også enklere å lykkes med erfaring innen området fra før, da de færreste lykkes på første forsøk. Uansett, for små kommuner som Vang teller hver etablering og hver innbygger svært mye.

Videre er det positivt for Vang at flesteparten av de som kan tenke seg å flytte til Vang og de som bor der allerede, synes arbeids- og bedriftsmiljøet i Vang er innovativt og nyskapende. Det er viktig for å skape blest rundt bygda og fortsatt tiltrekke seg tilflyttere som kan være med å videreutvikle næringslivet. Med disse resultatene i bunn, kan kanskje den kreative klasse etter hvert blomstre i Vang? Resultatene fra spørreundersøkelsen kan ikke generaliseres med såpass få respondenter, men det kan vise en tendens.

En annen indikasjon på at Innovangsjon har gjort mye godt arbeid så langt, finner vi i medieomtaler fra hele landet. Foretar man et Google-søk på ordet «Innovangsjon», finner man artikler fra lokalavisa Valdres, fylkesavisa Oppland Arbeiderblad, NRK Hedmark og Oppland, Bergens Tidene og Adresseavisen, samt riksdekkende media som Aftenposten og Nationen. Innovangsjon har lyktes med å få til et kreativt miljø i Vang med spennende jobber på et innovativt kontorfellesskap hvor en kreativ klasse kan spire frem. I mine øyne er Vang mye mer på kartet nå, enn for bare 10 år siden.

Summen av dette gjør at jeg håper både Vang kommune og innbyggerne vil fortsette å gi sin støtte til Innovangsjon, da jeg mener resultatene viser at tilflyttingsprosjektet har en

effekt. Det skaper blest, entusiasme og vekst i Vang, og gjør Vang kommune til et *mer attraktivt* sted for potensielle tilflyttere og fastboende.

## **8.2 Egne erfaringer, begrensninger og videre forskning**

Arbeidet med masteroppgaven om Innovangsjon har vært både spennende og krevende. Veien har blitt til underveis, og til tider kanskje i meste laget i min oppgave. Dette er noe jeg vil ta med meg som en erfaring senere, og være enda nøyere med planlegging på detaljnivå med mer konkrete tidsfrister og milepælplaner. Ellers er jeg fornøyd med læringsutbyttet.

Studiens begrensninger har jeg vært inne på tidligere i oppgaven. En av begrensningene var at spørreundersøkelsen bare ble gjennomført en gang. En annen begrensning var at jeg måtte velge ut hvilke variabler som skulle testes mot respondentenes svar, da det var vanskelig å favne alle. Jeg tror jeg har fått med de mest relevante, men det er kanskje andre variabler man også kunne gjort funn ved. Hadde oppgaven hatt større omfang, ville jeg forsøkt å finne ut om Innovangsjon kan brukes som en modell for andre kommuner og distrikt som ønsker utvikling, og sammenligne arbeidsmåten deres med andre tilflyttingsprosjekt. Videre ville jeg fulgt Innovangsjonsprosessen lengre, og sett på om Innovangsjon faktisk når målene, eller om det blir et kortvarig blaff – hvor hverken arbeidsplasser eller boliger er på plass for å skape en befolkningsvekst. Det kunne også vært interessant og fått brukt metodetriangulering i oppgaven, og hatt både en spørreundersøkelse og dybde- eller gruppeintervju for å komme «under huden» på respondentene. En egen undersøkelse myntet på hytteinnbyggerne i Vang hadde også vært interessant, da jeg fikk få svar fra denne gruppen. Å få hyttefolket til å ta steget til å flytte til kommunen, eller å få de til å bruke fritidsboligen mer, betyr mye for Vang. Dette er en mulighet som sannsynligvis kan utnytte enda bedre.

## Litteratur

- Aarsæther, N. (2010). Kommunen i rolla som samfunnsutviklar. I A. Førde (Red.), *Innovative bygdemiljø* (s. 105-120). Bergen: Fagbokforlaget.
- Agderforskning. (2011, 18.05.2011). *Rural mobilitet - fritidsboliger*. Hentet fra [www.agderforskning.no/hyttestatistikk](http://www.agderforskning.no/hyttestatistikk)
- Alsos, G. A. (2010). Idsjeler og samfunnsentreprenører. I A. Førde (Red.), *Innovative bygdemiljø* (s. 27-38). Bergen: Fagbokforlaget.
- Alsos, G. A., Bullvåg, E., Clausen, T. H., Kolvereid, L., & Åmo, B. W. (2012). *Entreprenørskap i Norge 2012: Global Entrepreneurship Monitor*. Hentet fra <http://www.gemconsortium.org/docs/download/3165>
- Avisa-Valdres. (2013, 30.08.13). *Vang best i landet på vekst*. Hentet fra <http://www.avisavaldres.no/nyheter/article6834387.ece>
- Bolkesjø, T., & Brun, C. (1998). Entreprenørskap i ulike regionale kontekster. I O. R. Spilling (Red.), *Entreprenørskap på norsk* (Vol. 2, s. 121-146). Bergen: Fagbokforlaget.
- Bukve, O. (1995). Frå politisk entreprenørskap til kommunal næringspolitikk. Kommunalt tiltaksarbeid i vekst - og fall? I H. Teigen (Red.), *Langtidsliner i distriktspolitikk og tiltaksarbeid* (s. 85-103). Stabekk: Vett & Viten A/S.
- Dåsnes, R. (2008). *Vi fant vår perle i Fjellregionen*. Hentet fra <http://www.fjellregionen.no/file=1595>
- Eide, M. E., & Solbakken, M. (2012, 27.08.2012). *Innvandring er livsviktig*. Hentet fra <http://www.distriktssenteret.no/informasjonssider/2012/08/innvandring-er-livsviktig>
- Florida, R. (2012). *The Rise of the Creative Class, Revisited*. New York, USA: Basic Books.
- Fosso, E. J. (1997). *Industristeder arbeidstilbud og generasjoners forhold til utdanning, arbeid og sted - eksempelet Årdal* (Norges Handelshøyskole og Universitetet i Bergen).
- Fosso, E. J., & Alvheim, S. (2001). *Unge voksnes flyttelevalg. En gjennomgang av koblete flyttedata for seks kommuner*. [http://brage.bibsys.no/nhh/bitstream/URN:NBN:no-bibsys\\_brage\\_24666/1/A28\\_01.pdf](http://brage.bibsys.no/nhh/bitstream/URN:NBN:no-bibsys_brage_24666/1/A28_01.pdf): Stiftelsen for samfunns- og næringslivsforskning.
- Førde, A. (2010). Nyskaping, brytningar og samspel. I A. Førde (Red.), *Innovative bygdemiljø* (s. 155-170). Bergen: Fagbokforlaget.
- Glaeser, E. L. (2005). *Review of Richard Florida's The Rise of the Creative Class*. Hentet fra <http://creativeclass.com/rfcgdb/articles/GlaeserReview.pdf>
- Grimsrud, G. M. (2005). *ValHall; Resultater fra en spørreundersøkelse blant unge voksne med relasjoner til Hallingdal og Valdres*. Lillehammer: Østlandsforskning.
- Grimsrud, G. M. (2006). "Valdres-Rypa" Tilflytting og trivsel blant kvinner i Valdres. Hentet fra <http://www.ostforsk.no/images/rapporter/032006.pdf>
- Grimsrud, G. M., & Aure, M. (2013). Tilflytting for enhver pris? Hentet fra <http://distriktssenteret.no/wp-content/uploads/2013/06/tilflytting-for-en-hver-pris.pdf>
- Hallingdal, R. (2008, 06.01.2009). *Lys i alle glas*. Hentet fra <http://www.lysialleglas.no/>
- Hauge, A., & Skålholt, A. (2009). *Floridas teorier som grunnlag for attraksjon og bolyst*. Østlandsforskning: Østlandsforskning.
- Hellevik, O. (2008). *Jakten på den norske lykken*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Høydahl, E., & Rustad, Ø. (2009, 07.12.09). *Befolkningsvekst - men ikke overalt*. Hentet fra <http://ssb.no/befolkning/artikler-og-publikasjoner/befolkningsvekst-men-ikke-overalt>
- Innovangsjon, & Frivillighetssentralen. (2013). *Velkomstvener!*. Hentet fra <http://vangivaldres.no/aktuelt/arkiv/aktuelle-saker/2013/2/velkomstvener!.aspx>
- Isaksen, A. (2005). *Den kreative klassen og regional næringsutvikling i Norge*. Hentet fra <http://www.nifu.no/files/2013/05/NIFUSTEPArbeidsnotat2005-22.pdf>

- Johannesen, A., Kristoffersen, L., & Tufte, P. A. (2010). *Forskningsmetode for økonomisk-administrative fag* (Vol. 2). Oslo: Abstrakt forlag as.
- Kasin, M. B. (2014, 11.01). Hver femte gard står tom. *Valdres*, s. 1.
- Knutsen-Løvik, T. (2014, 14.04.14). *Innovasjonsjon inspirerte i Latvia*. Hentet fra <http://www.oppland.no/Fag-og-tjenester/Regionalenheten/Prosjekt-med-Latvia/Nyheter/Innovasjonsjon-inspirerte-i-Latvia/>
- Landström, H. (2005). *Entreprenørskapets rötter* (Vol. 3). Lund, Sverige: Studentlitteratur AB.
- Lucky-Næroset. *Lucky Næroset*. Hentet fra <http://www.lucky-naerose.no/dahistorien/oppsummering>
- Lønning, D. J. (2010). *Kva er nyskaping?* (Vol. 1). Ål: Boksmia forlag.
- Lønning, D. J., Barstad, J., & Evans, R. (2012). *Tilflyttarar til utkant-Noreg? Tilflyttingsbygda Finnøy viser veg*. Klepp Høgskulen for landbruk og bygdenæringar.
- Lønning, D. J., & Teigen, H. (2009). *Tilflytting til småstader og distrikt. Kva tiltak verkar?*. Bodø: Nordlandsforskning.
- Malanga, S. (2004). *The Curse of the Creative Class*. Hentet fra [http://www.city-journal.org/html/14\\_1\\_the\\_curse.html](http://www.city-journal.org/html/14_1_the_curse.html)
- Mehmetoglu, M. (2004). *Kvalitativ metode for merkantile fag*. Bergen: Fagbokforlaget.
- NHO. (2014). *Hvor god er din kommune sammenlignet med andre kommuner?* Hentet fra <https://www.nho.no/Politikk-og-analyse/Offentlig-sektor-og-naringslivet/Kommunekaringer/>
- Pedersen, P. (2000). *Flyttemotiv blant flytterne til og fra Osloregionen*.
- Rambøll, M. C., & Telemarksforskning (2009). *Identifisering av prosjekter med formål om å få tilflyttere til å trives og bli værende på et sted*. Oslo: Kommunal- og regionaldepartementet.
- Regionaldepartementet (2013). *Ta heile Noreg i bruk*. <http://www.regjeringen.no/pages/38245831/PDFS/STM201220130013000DDDPDFS.pdf>.
- Reve, T., & Jakobsen, E. W. (2001). *Et verdiskapende Norge*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Ruud, M. E., Barlundhaug, R., & Nørve, S. (2013). *Fremtidige boligbehov*. <http://www.nibr.no/filer/2013-25.pdf>.
- Rye, J. F. (2006, 27.02.2006). *Lokal kapital og arvelig bofasthet*. Hentet fra [http://www.bygdeforskning.no/dynamisk/Publikasjoner\\_PDF/Artikkel%206.06.pdf](http://www.bygdeforskning.no/dynamisk/Publikasjoner_PDF/Artikkel%206.06.pdf)
- Rye, J. F., & Farstad, M. (2011). *Idyll i hyttebygda? Lokalbefolkningens perspektiver*. I E. P. Stræte & M. S. Haugen (Red.), *Rurale brytninger* (s. 141-160). Trondheim: Tapir Akademisk Forlag.
- Rønning, L. (2010). *Samfunnsentreprenørskap som initiering av lokal næringsutvikling*. I A. Førde (Red.), *Innovative bygdemiljø* (s. 53-68). Bergen: Fagbokforlaget.
- Skålholt, A. (2008). *Motstrøms - om bulyst, demografi og arbeidslyst*. Hentet fra <http://distriktssenteret.no/wp-content/uploads/2013/04/202008.pdf>
- Skålholt, A., & Batt-Rawden, K. B. (2008). *Regionenes kamp? - om tilflyttingsprosjekter*. Lillehammer: Østlandsforskning.
- Skålholt, A., & Guldvik, I. (2009). *Bulyst, kjønn og entreprenørskap*. Lillehammer: Østlandsforskning.
- Sluttrapport Lys i alle glas. (2012). 2014(07.02). Hentet fra [http://www.regjeringen.no/upload/LMD/Vedlegg/Brosjyrer\\_veiledere\\_rapporter/Sluttrapport\\_Lys\\_i\\_alle\\_glas\\_130112.pdf](http://www.regjeringen.no/upload/LMD/Vedlegg/Brosjyrer_veiledere_rapporter/Sluttrapport_Lys_i_alle_glas_130112.pdf)
- Spilling, O. R. (1998a). *Entreprenørskap på norsk*. I O. R. Spilling (Red.), *Entreprenørskap på norsk* (s. 9-14). Oslo: Fagbokforlaget.
- Spilling, O. R. (1998b). *Entreprenørskap, etablerere og nye foretak*. I O. R. Spilling (Red.), *Entreprenørskap på norsk* (s. 95-120). Bergen: Fagbokforlaget.
- SSB. (2012). *Personer 16 år og over, etter utdanningsnivå, kjønn, år og bostedsfylke. Absolutte tall og prosent*. Hentet fra <http://ssb.no/116233/personer-16-%C3%A5r->

- [og-over-etter-utdanningsniv%C3%A5-kj%C3%B8nn-%C3%A5r-og-bostedsfylke.absolutte-tall-og-prosent](#)
- SSB. (2013a). *Fruktbarhet, etter alder og samlet fruktbarhetstall*. Hentet fra <http://www.ssb.no/a/aarbok/tab/tab-075.html>
- SSB. (2013b, 02.05.13). *Flytting*. Hentet fra <http://ssb.no/flytting>
- SSB. (2013c, 21.11.2013). *Folkemengde og befolkningsendringar. Heile landet, fylke og kommunar*. Hentet fra <http://ssb.no/149690/folkemengde-og-kvartalsvise-befolkningsendringar.heile-landet-fylke-og-kommunar>
- SSB. (2013d, 15.10.13). *Landbrukseiendommer, 2012*. Hentet fra <http://ssb.no/jord-skog-jakt-og-fiskeri/statistikker/laeiby>
- SSB. (2013e). *Folkemengde og kvartalsvise befolkningsendringar. Heile landet, fylke og kommunar*. Hentet fra <http://www.ssb.no/164147/folkemengde-og-kvartalsvise-befolkningsendringar.heile-landet-fylke-og-kommunar>
- Storm, H. N. (2010). *Stedskvalitet og attraktivitet*. Hentet fra <http://www.telemarksforskning.no/publikasjoner/filer/1944.pdf>
- Sve, K. (2010). Nye handlingsrom i landbruket: Lyngen som dømme. I A. Førde (Red.), *Innovative bygdemiljø* (s. 137-154). Bergen: Fagbokforlaget.
- Sørli, K., Aure, M., & Langset, B. (2012). *Hvorfor flytte? Hvorfor bli boende?*. Oslo: NIBR, Norut.
- Teigen, H. (2013). Kommunane som innovatører. I N. Aarsæther (Red.), *Innovative kommuner* (s. 31-52). Oslo: Cappelen Damm AS.
- Teigen, H., & Lien, G. (2013). Kommunen som næringsutviklar - kommunalt tiltaksarbeid. I N. Aarsæther (Red.), *Innovative kommuner* (Vol. 1, s. 240-257). Oslo: Cappelen Damm AS.
- Teigen, H., Ringholm, T., & Aarsæther, N. (2013). Innovatør frå alders tid. I N. Aarsæther (Red.), *Innovative kommuner* (s. 15-30). Oslo: Cappelen Damm AS.
- Uebersax, J. S. (2006, 27.04.11). *Introduction to the Tetrachoric and Polychoric Correlation Coefficients* Hentet fra <http://www.john-uebersax.com/stat/tetra.htm#ex1>
- Valdres-Næringshage. *Hytte i Valdres*. Hentet fra <http://www.valdres-nhage.no/wp-content/uploads/2013/07/130729-Kort-info-hytteprogram1307291.pdf>
- Valdres, N.-o. K. *Ledige gardsbruk i Valdres*. Hentet fra <http://www.valdres.no/no/bu-og-jobb-i-valdres/ledige-gardsbruk.html>
- Villa, M. (2011). *Fritidsbustader og fritidsbuande: Utfordringar og mulegheiter - dagens situasjon og framtidens bilde*. Trondheim: Norsk senter for bygdeforskning.
-

## Vedlegg

### Vedlegg 1:

Presentasjon av spørreundersøkelse/ masteroppgave på [www.vangivaldres.no](http://www.vangivaldres.no) og Facebookgruppa «Vang»

# Hva mener DU om Innovangsjon?

Skrive 3. oktober 2013 av Innovangsjon

**Gunhild Rogstad Storsæter fra Skrautvål har valgt å skrive sin masteroppgave om Innovangsjon, og gir deg herved muligheten til å fortelle hva du synes om arbeidet vi gjør.**

Vi i Innovangsjon er imponert over arbeidet hun har nedlagt, og håper at mange har tid til å svare på spørsmålene hun har utformet.

Gunhild er 29 år, småbarnsmor og studerer master i Innovasjon og Næringsutvikling ved Høgskolen i Lillehammer. Som tema for masteroppgaven har hun valgt å se nærmere på Innovangsjon sitt arbeid i Vang, og hva du og de rundt deg vet og mener om arbeidet vårt. For å finne ut dette har hun utarbeidet en spørreundersøkelse.

- Engasjementet som Innovangsjon viser har smittet over på meg, og jeg håper de andre Valdreskommunene kan bli inspirert av arbeidet som skjer i Vang. Jeg er opptatt av lokal utvikling i Valdres etter en litt negativ spiral med flere nedleggelse av store arbeidsplasser de siste årene, forteller Gunhild.

Hun er oppvokst i Skrautvål, og etter åtte år «uttafor skigarden» flyttet hun hjem til Valdres for to år siden. Hun sier at når man kommer hjem blir man ekstra engasjert i utviklinga og ønsker det beste for hele Valdres. Derfor valgte hun Innovangsjon som tema for masteroppgaven.

Vi håper du vil bidra med litt av din tid for å svare på spørreundersøkelsen. Den tar 5-10 minutter å besvare. Undersøkelsen er tilgjengelig frem til 19. oktober.

## Vedlegg 2: Spørreundersøkelse

### Innovangsjon

#### 1) Fikk du tilsendt denne spørreundersøkelsen på e-post?

- Ja  
 Nei

#### 2) Kjønn?

- Gutt  
 Jente

#### 3) Alder?

- Under 20 år  
 20-24 år  
 25-29 år  
 30-39 år  
 40-49 år  
 50-59 år  
 60 år eller eldre

#### 4) Siviltatus?

- Gift/ Samboer  
 Kjæreste  
 Singel  
 Enke/ Enkemann

#### 5) Har du barn?

- Ja  
 Nei



## Denne informasjonen vises kun i forhåndsvisningen

Følgende kriterier må være oppfylt for at spørsmålet skal vises for respondenten:

- (  Hvis Har du barn? er lik Ja

• )

**6) Antall barn:**

- 1
- 2
- 3
- 4 eller flere

## Denne informasjonen vises kun i forhåndsvisningen

Følgende kriterier må være oppfylt for at spørsmålet skal vises for respondenten:

- (  Hvis Har du barn? er lik Ja
- )

Hvis flere barn kan du krysse av i flere ruter

**7) Alder på barn?**

- 0-1 år
- 2-6 år
- 7-12 år
- 13-16 år
- 17-19 år
- eldre

**8) Mitt oppvekststed**

**9) Nåværende bosted?**

- Vang
- Øvrige Valdreskommuner
- Oslo
- Trondheim
- Bergen
- Annet

**10) Høyeste fullførte utdanning?**

- Grunnskole



- Videregående Skole
- 1-3 år Høgskole/ Universitet
- 4-5 år Høgskole/ Universitet
- 6 eller flere år Høgskole/ Universitet
- Annet

### 11) Har du bodd i Vang tidligere?

- Ja
- Nei



## Denne informasjonen vises kun i forhåndsvisningen

Følgende kriterier må være oppfylt for at spørsmålet skal vises for respondenten:

- (  Hvis Har du bodd i Vang tidligere? er lik Ja
- )

### 12) Hvor lenge?

- 1 år
- 2 år
- 3 år
- 4 år
- 5-10 år
- 10 år eller mer

## Denne informasjonen vises kun i forhåndsvisningen

Følgende kriterier må være oppfylt for at spørsmålet skal vises for respondenten:

- (  Hvis Har du bodd i Vang tidligere? er lik Ja
- )

### 13) Årstall for perioden du bodde i Vang?

## Denne informasjonen vises

## kun i forhåndsvisningen

Følgende kriterier må være oppfylt for at spørsmålet skal vises for respondenten:

- (  Hvis Har du bodd i Vang tidligere? er lik Ja
- )

### 14) Hvorfor bodde du i Vang?

- Jobb
- Familie/ Kjæreste
- Oppvokst der
- Annet

## Denne informasjonen vises kun i forhåndsvisningen

Følgende kriterier må være oppfylt for at spørsmålet skal vises for respondenten:

- (  Hvis Har du bodd i Vang tidligere? er lik Ja
- )

### 15) Hva var årsaken til at du flyttet fra Vang?

- Relevant jobb
- Kvaliteter ved stedet jeg kom til
- Venner
- Familie
- Oppvekstmiljø
- Fritidstilbud
- Lønnsnivå
- Frihet
- Trygghet
- Sosial status
- Mangfold
- Attraktiv bolig
- Nærhet til by
- Alle kjenner alle

Annet

Vet ikke

## Denne informasjonen vises kun i forhåndsvisningen

Følgende kriterier må være oppfylt for at spørsmålet skal vises for respondenten:

- (  Hvis Har du bodd i Vang tidligere? er *lik* Nei
- )

### 16) Har du noen tilknytning til Vang?

Hytte i Vang

Familie i Vang

Venner i Vang

Vært på tur/ Ferie i Vang

Ingen tilknytning

Annet

Flere svaralternativer mulig

### 17) Hva jobber du innen?

Student

Kontor/ administrasjon

Salg/ service

Helse/ omsorg

Jordbruk/ skogbruk

Lærer/ pedagogisk personell

Bygg/ anlegg

Arbeidssøkende

Trygdet

Pensjonist

Annet

### 18) Har du noensinne startet egen bedrift?

Ja

Nei

Har lyst til å starte egen bedrift



## Denne informasjonen vises kun i forhåndsvisningen

Følgende kriterier må være oppfylt for at spørsmålet skal vises for respondenten:

- (  Hvis Har du noensinne startet egen bedrift? er lik Ja
- )

### 19) Innen hvilken næring?

- Kontor/ administrasjon
- Salg/ service
- Helse/ omsorg
- Jordbruk/ skogbruk
- Lærer/ pedagogisk personell
- Bygg/ anlegg
- Annet

### 20) Har du tatt utdanning med tanke på hvor du ønsker å bosette deg?

- Ja
- Nei
- Skulle ønske jeg hadde gjort det

Flere svaralternativer mulig. Velg maks 3.

### 21) Hva er viktig for deg ved valg av bosted?

- Relevant jobb
- Venner
- Familie
- Boligpriser
- Nærhet til natur
- Oppvekstmiljø/ miljø
- Fritidstilbud
- Frihet
- Trygghet

- Sosial status
- Mangfold
- Lønnsnivå
- Attraktiv bolig
- Nærhet til by
- Annet
- Vet ikke

## 22) Kunne du tenke deg å flytte til Vang?

- Ja
- Nei
- Bor der allerede
- Vet ikke



## Denne informasjonen vises kun i forhåndsvisningen

Følgende kriterier må være oppfylt for at spørsmålet skal vises for respondenten:

- (  Hvis Kunne du tenke deg å flytte til Vang? er lik Ja
- )

Flere svaralternativer mulig

## 23) Hvorfor vurderer du å flytte til Vang?

- Relevant jobb
- Venner
- Familie
- Boligpriser
- Nærhet til natur
- Oppvekstmiljø/ miljø
- Fritidstilbud
- Trygghet
- Sosial status
- Mangfold

- Lønnsnivå
- Attraktiv bolig
- Annet
- Vet ikke

Flere svaralternativer mulig

**24) Hvordan har du tenkt å skaffe deg arbeid ved eventuell flytting/ tilbakeflytting til Vang?**

- Ved å søke utlyste jobber
- Ved å skape min egen arbeidsplass
- Ønsker hjelp fra Innovangsjon eller kommunen
- Ønsker etablererkurs
- Kontakte relevante arbeidsplasser/ personer uoppfordret
- Ikke aktuelt å flytte til Vang
- Jobber der allerede
- Annet
- Vet ikke

**25) Har du mulighet til å ha hjemmekontor i jobben du har nå?**

- Ja
- Nei
- Jobber ikke
- Vet ikke

**26) Spiller muligheten for kontorfelleskap/ arbeidsnettverk noen rolle for deg?**

- Svært viktig
- Nokså viktig
- Lite viktig
- Uviktig
- Vet ikke

**27) Hva synes du om arbeids- og bedriftsmiljøet i Vang?**

- Svært innovativt og nyskapende
- Nokså innovativt og nyskapende

- Lite innovativt og nyskapende
- Ikke innovativt og nyskapende
- Vet ikke

Flere svaralternativer mulig

**28) Hva er de positive sidene ved Vang?**

- God plass
- Alle kjenner alle
- Mangfold
- Åpenhet
- Menneskene
- Naturen
- Stillhet
- Jobb/ karrieremuligheter
- Nettverk/ fellesskap
- Oppvekstmiljø
- Antall single
- Tjenestetilbud
- Møteplasser
- Fritidstilbud
- Annet
- Vet ikke

Flere svaralternativer mulig

**29) Hva er de negative sidene ved Vang?**

- God plass
- Alle kjenner alle
- Mangel på mangfold
- Mangel på åpenhet
- Menneskene
- Naturen
- Stillhet
- Lite jobb/ karrieremuligheter

- Lite nettverk/ fellesskap
- Oppvekstmiljø
- Antall single
- Dårlig tjenestetilbud
- Lite møteplasser
- Lite fritidstilbud
- Annet
- Vet ikke

**30) Hvilken type bolig er mest interessant for deg i Vang?**

- Eie/ kjøpe hus
- Eie/ kjøpe leilighet
- Eie/ kjøpe småbruk
- Eie/ kjøpe gård
- Eie/ kjøpe hytte
- Leie hus
- Leie leilighet
- Leie småbruk
- Leie gård
- Leie hytte
- Kjøpe tomt
- Ikke interessant med bolig i Vang
- Annet
- Vet ikke

**31) Hvordan synes du at Vang legger til rette for økt tilflytting?**

- Svært godt
- Nokså godt
- Lite godt
- Dårlig
- Vet ikke

**32) Hvordan synes du innvandrere (flyktninger) blir**



**integret i Vang?**

- Svært godt
- Nokså godt
- Lite godt
- Dårlig
- Vet ikke

**33) Hvordan synes du arbeidsinnvandrere blir integret i Vang?**

- Svært godt
- Nokså godt
- Lite godt
- Dårlig
- Vet ikke

**34) Hvor viktig er den lokale identiteten (røttene dine) for deg?**

- Svært viktig
- Nokså viktig
- Lite viktig
- Ikke viktig
- Vet ikke

**35) Tror du det er forskjell på hvor viktig man synes identiteten sin er om man kommer fra by eller bygd?**

- Viktigere for de fra byen
- Viktigere for de fra bygda
- Ingen forskjell
- Vet ikke


Flere svaralternativer mulig

**36) Hva savner du i Vang?**

- Arbeid
- Bolig til leie
- Bolig til salgs
- Tomt
- Fritidstilbud

- Sosialt nettverk
- Sosiale møteplasser
- Nettverk for bedrifter
- Møteplasser for bedrifter
- Flerbrukshall
- Fibernett
- Kontorfellesskap/ næringsareal
- Single mennesker
- Etablererkurs
- Nærhet til by
- Ingenting
- Annet
- Vet ikke

### 37) Har du hørt om Innovangsjon?

- Ja
  - Nei
- 

## Denne informasjonen vises kun i forhåndsvisningen

Følgende kriterier må være oppfylt for at spørsmålet skal vises for respondenten:

- (  Hvis Har du hørt om Innovangsjon? er lik Ja
- )

### 38) Hvor hørte du om Innovangsjon første gang?

- www.vangivaldres.no
- Facebook
- Via bekjente
- Fra Vang Kommune
- Avis/ media
- På arbeidsplassen
- Direkte kontaktet av Innovangsjon

Annet

## Denne informasjonen vises kun i forhåndsvisningen

Følgende kriterier må være oppfylt for at spørsmålet skal vises for respondenten:

- (  Hvis Har du hørt om Innovangsjon? er lik Ja
- )

Flere svaralternativer mulig

### 39) Hva vet du at Innovangsjon kan hjelpe deg med?

- Arbeid
- Bolig/ tomt
- Sosiale møteplasser
- Sosialt nettverk
- Bedriftsnettverk
- Møteplasser for bedrifter
- Velkomstvenn
- Annet
- Vet ikke

## Denne informasjonen vises kun i forhåndsvisningen

Følgende kriterier må være oppfylt for at spørsmålet skal vises for respondenten:

- (  Hvis Har du hørt om Innovangsjon? er lik Ja
- )

### 40) Har du et godt inntrykk av Innovangsjon?

- Ja
- Nei
- Vet ikke

## Denne informasjonen vises kun i forhåndsvisningen

Følgende kriterier må være oppfylt for at spørsmålet skal vises for respondenten:

- (  Hvis Har du hørt om Innovangsjon? er lik Ja
- )

**41) Har lysten til å flytte til Vang blitt sterkere etter at Innovangsjon startet opp?**

- Ja
- Nei
- Bor der allerede
- Vet ikke

**Denne informasjonen vises kun i forhåndsvisningen**

Følgende kriterier må være oppfylt for at spørsmålet skal vises for respondenten:

- (  Hvis Har du hørt om Innovangsjon? er lik Ja
- )

Flere svaralternativer mulig

**42) Hva ønsker du eventuelt hjelp til av Innovangsjon?**

- Arbeid
- Bolig/ tomt
- Sosiale møteplasser
- Sosialt nettverk
- Bedriftsnettverk
- Møteplasser for bedrifter
- Velkomstvenn
- Annet
- Vet ikke

**Denne informasjonen vises kun i forhåndsvisningen**

Følgende kriterier må være oppfylt for at spørsmålet skal vises for respondenten:

- (

- (  Hvis Har du hørt om Innovangsjon? er lik Ja )

**43) Tror du det kan bli enklere for de som ønsker å flytte til Vang med Innovangsjon på banen?**

- Enklere
- Noe enklere
- Vanskeligere
- Ingen betydning
- Vet ikke

## Denne informasjonen vises kun i forhåndsvisningen

Følgende kriterier må være oppfylt for at spørsmålet skal vises for respondenten:

- (  Hvis Har du hørt om Innovangsjon? er lik Ja )

**44) Har du hørt om Innovangsjon sine mål når det gjelder innbyggere, arbeidsplasser og møteplasser?**

- Ja
- Nei
- Vet ikke

## Denne informasjonen vises kun i forhåndsvisningen

Følgende kriterier må være oppfylt for at spørsmålet skal vises for respondenten:

- (  Hvis Har du hørt om Innovangsjon? er lik Ja )

**45) Tror du Innovangsjon når målene sine som er satt med 10 nye arbeidsplasser per år fra 2012-2020, 1724 innbyggere innen 2020 og skape møteplasser for bedrifter og innbyggere i kommunen?**

- Ja
- Nei
- Vet ikke

## Denne informasjonen vises kun i forhåndsvisningen

Følgende kriterier må være oppfylt for at spørsmålet skal vises for respondenten:

- (  Hvis Har du hørt om Innovangsjon? er lik Ja
- )

46) Hva synes du Innovangsjon kan gjøre bedre?

## Denne informasjonen vises kun i forhåndsvisningen

Følgende kriterier må være oppfylt for at spørsmålet skal vises for respondenten:

- (  Hvis Har du hørt om Innovangsjon? er lik Ja
- )

47) Tror du at Innovangsjon kan være en modell for andre distriktsområders bygdeutvikling?

- Ja
- Nei
- Vet ikke

## Denne informasjonen vises kun i forhåndsvisningen

Følgende kriterier må være oppfylt for at spørsmålet skal vises for respondenten:

- (  Hvis Har du hørt om Innovangsjon? er lik Ja
- )

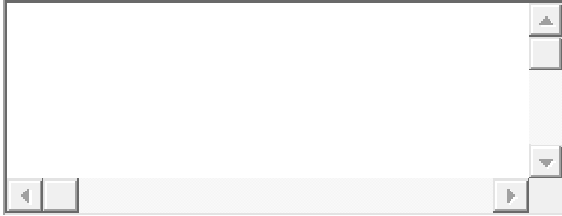
48) Tror du at Innovangsjon sitt arbeid kan være med og sette Vang på kartet?

- Ja
- Nei
- Vet ikke

49) Hva tror du skal til for at flere mennesker flytter til distriktene?



**50) Andre kommentarer:**



### Vedlegg 3: Analyse av ulikheter mellom gruppene; kan tenke seg å flytte til Vang, kan ikke tenke seg å flytte til Vang, bor der allerede og vet ikke

Tabell c: Statistisk signifikante forskjeller mellom gruppene: Kan tenke seg å flytte til Vang, kan ikke tenke seg å flytte til Vang, bor der allerede, og vet ikke (med utgangspunkt i spørsmål 22, vedlegg 2).

	Flytte til Vang	Ikke flytte	Bor der allerede	Vet ikke	
Utdanning	0.833	0.727	0.726	0.727	
Alder	0.125	0.227	0.629	0.182	*, +, **
Sivilstatus	0.500	0.636	0.677	0.455	
Barn	0.292	0.455	0.694	0.364	*, +, **
Bodd i Vang før	0.625	0.409	0.613	0.364	+
Natur viktig ved valg av bosted	0.625	0.455	0.565	0.545	
Oppvekstmiljø/ miljø viktig ved valg av bosted	0.417	0.227	0.484	0.273	+
Kjønn	0.500	0.773	0.565	0.727	++, +
Bosted	0.125	0.364	1.000	0.545	++,*,<,+**
Tilknytning til Vang via hytte	0.042	0.045	0.000	0.000	+
Tilknytning til Vang via familie/ venner	0.208	0.273	0.161	0.455	**
Er student	0.250	0.227	0.032	0.364	*,+,**
Har startet egen bedrift	0.083	0.227	0.371	0.091	*,**
Famile og venner viktig ved valg av bosted	0.625	0.500	0.532	0.909	<, **, <<
Trygghet viktig ved valg av bosted	0.208	0.000	0.242	0.364	++,+,<<
Mulighet for hjemmekontor i nåværende jobb	0.292	0.273	0.452	0.091	**
Viktig med mulighet for kontorfellesskap	0.458	0.409	0.387	0.455	
Har Vang et innovativt bedriftsmiljø	0.750	0.273	0.565	0.545	++,+
Type bolig interessant i Vang – Eie/leie småbruk/gård	0.292	0.091	0.339	0.273	++,+
Tilrettelegges godt for økt tilflytting til Vang	0.833	0.500	0.694	0.636	++
Savner arbeid i Vang	0.500	0.409	0.242	0.364	*
Savner bolig/ tomt i Vang	0.458	0.318	0.419	0.455	
Savner sosialt nettverk/ møteplasser i Vang	0.458	0.227	0.371	0.545	<<
Har hørt om Innovangsjon før	1.000	0.864	0.984	0.727	++,<,+,**
Godt inntrykk av Innovangsjon	0.833	0.409	0.774	0.636	++,+
Lyst til å flytte til Vang pga Innovangsjon	0.542	0.136	0.113	0.545	++,*,**, <<
Enklere og flytte til Vang med Innovangsjon på banen	0.542	0.273	0.468	0.364	++
Innovangsjon modell for andre distriktområders bygdeutvikling	0.875	0.545	0.790	0.636	++,+
Antall	24	22	62	11	



++= hvis «flytte til Vang» ulik fra «ikke flytte til Vang»

\*= hvis «flytte til Vang» ulik fra «bor der allerede»

+= hvis «ikke flytte til Vang» ulik fra «bor der allerede»

\*\*= hvis «bor der allerede» ulik fra «vet ikke»

<= hvis «flytte til Vang» ulik fra «vet ikke»

<<= hvis «ikke flytte til Vang» ulik fra «vet ikke»

#### **Vedlegg 4: Respondentenes svar på åpne spørsmål**

Tidligere i oppgaven skrev jeg at jeg hadde hatt fire åpne spørsmål i spørreundersøkelsen, hvor respondentene kunne si sine meninger uten å måtte forholde seg til forhåndsoppsatte svaralternativ. Jeg velger her å gjengi en sammenfatning av svarene fra spørsmål 46. og 49., samt sluttkommentarer.

##### *46. Hva synes du om Innovangsjon?*

Svarene her sprikte litt. Blant svarene fant vi at de som allerede bor i Vang må inkluderes mer, og tas bedre vare på. Innovangsjon må fokusere på alle aldersgrupper, ikke bare de unge. Innovangsjon må passe seg for å unngå klikkdannelser. Noen mente også at Innovangsjon må markere seg i hele kommunen. Enkelte respondenter mente at Innovangsjon/ kommunen sin satsing var feil og at selv om de har økonomi til det, var det feil å bruke ressurser på unødvendige stillinger som ble skapt, og at disse igjen gikk til bekjente og venner av Innovangsjon. Andre ga igjen ros til Innovangsjon og mente de gjorde en god jobb, og at de måtte fortsette å ta vare på de som ikke kjenner så mange i kommunen.

##### *49. Hva tror du skal til for at flere mennesker flytter til distriktene?*

Her kom respondentene med mange forslag. Blant disse var bedre infrastruktur, kortere reisetid og bedre veier til de større byene, bedre kulturtilbud innen flere sjangre, større idrettsmangfold, samt bevaring av de allerede eksisterende tilbud. Det ble også pekt på flere arbeidsplasser, og mangfold av flere attraktive boliger og leiligheter som tilfredsstillende ulike behov for alle familiestørrelser. Samtidig er boligpriser, kvalitet på skolen, barnehageplass og nærhet til natur nevnt som viktig for at flere flytter til distriktene. Framsnakking og det å skape blest om kommunen ble også sett på som viktig. Det samme med fritidstilbud. Her ble kommunen oppfordret til å bruke penger på blant annet skateparken på Vang barne- og ungdomsskole, og passe på at fordelingen mellom ulike aktiviteter ikke ble for skeiv. En satsing på Tyin-Filefjell er viktig for turisme og utvikling i Vang, mente noen respondenter. Yngre mennesker som bor fast i distriktene sees også på som viktig for tilvekst i distriktene. Fiber ble også trukket fram som viktig for fortsatt utvikling.

##### *50. Andre kommentarer:*

Noen pekte på at innbyggerne i Vang må bli flinkere til å bruke de eksisterende tilbud i kommunen, det være seg også bedrifter. Også i dette kommentarfeltet ble det pekt på viktigheten av å unngå at Innovangsjon skaper klikkdannelser i kommunen, og at de må huske på alle aldersgrupper, og ikke blande seg for mye inn i lokalpolitikken. Noen mente Innovangsjon er dødfødt uten store overføringer, at de hadde vokst seg for store, og at de skaper for lite inntekter. Det ble pekt på at det var unødvendig at Innovangsjon etablerte en ny nettside, da kommunen allerede hadde en nettside, og om pengene Innovangsjon har til rådighet brukes riktig. Noen stilte også her spørsmål om «kameraderi» ved tilsetningen av nye medarbeidere i Innovangsjon. Det ble pekt på viktigheten ved å få flere med småbruk som kun brukes i ferier til å selge, da ikke alle kan tenke seg å bo i byggefelt hvis de kommer til kommunen. Noen stilte spørsmålsteget ved om det var avsatt areal til næringsbygg i Vang, da dette er viktig for økt næringsutvikling. En respondent mente Vang bør prøve å bli best på skole, kultur og fritid, da arbeidsplassene ofte er i andre Valdreskommuner og man må pendle. Innovangsjon fikk også ros for at de gjorde svært mye for kommunen, noen følte økt tilhørighet, og noen sa de var stolte av å bo i kommunen og av arbeidet Innovangsjon gjør. I tillegg mente enkelte at Innovangsjon hadde ført til at Vang hadde blitt en «snakkis» som igjen har ført til økt bosetting. Samtidig nevnte noen at man ikke må glemme de som allerede bor i kommunen, og sørge for at det er arbeidsplasser og boliger for de som allerede bor der. Noen respondenter følte på en positiv energisk drivkraft, at Innovangsjon er kreative, og at mer skjer i kommunen nå enn tidligere og at det har blitt flere møteplasser hvor folk møtes mer enn tidligere. Det er også viktig å bygge samhold og stedsidentitet hos alle med tilknytning til Vang, både i og utenfor kommunen. En respondent synes Vang var så bra på alle områder, at det var verdt å satse på som fremtidig bosted resten av livet. Noen sa også at janteloven ikke skulle råde lenger i kommunen med Innovangsjon, og at det var viktig at Innovangsjon viste kjærlighet og omtanke til innbyggerne. Til sist mente en at det kunne bli vanskelig for Innovangsjon å nå sine mål, selv om vedkommende håpet de skulle klare dette.



*Grindane 1724 m.o.h. Vang i Valdres. Foto Ida Strømstad.*