

Hanne Torve

Ny aktør, ny vekst?

En kvalitativ studie om steds- og næringsutvikling i Oppdal.

Masteroppgave i Lektorutdanning i geografi

Veileder: Nina Irene Gunnerud Berg

Mai 2020



Hanne Torve

Ny aktør, ny vekst?

En kvalitativ studie om steds- og næringsutvikling i
Oppdal.

Masteroppgave i Lektorutdanning i geografi
Veileder: Nina Irene Gunnerud Berg
Mai 2020

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



Kunnskap for en bedre verden

Sammendrag

Torve, H. (2020). *Ny aktør, ny vekst? – En kvalitativ studie om steds- og næringsutvikling i Oppdal*. (Masteroppgave for lektorutdanning i geografi). Institutt for geografi, Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet, Trondheim.

Det er et regionalpolitisk mål å sikre sterke lokalsamfunn i hele Trøndelag. Mens tendensene viser at flyttestrømmen går inn mot de større byene til det urbane liv, opplever flere distriktskommuner at livsgrunnlag går tapt og sysselsettingen går ned som følge av en økende sentralisering. Mye av fokuset de senere årene har derfor vært rettet mot å skape sterke og livskraftige lokalsamfunn i hele landet. Ved hjelp av omdømmebygging og aktiv steds- og næringsutvikling har flere norske kommuner de senere årene klart å skape attraktive steder. Med riktig bruk av ressurser og kompetanse evner distriktskommuner å være attraktive som bosted og for næringsliv. De ulike forutsetningene steder har for steds- og næringsutvikling må ses i sammenheng med stedets særegenheter. Mulighetene ligger i å oppdage det unike ved stedet, for så gripe fatt i det.

Ved å se nærmere på stedsbegrepet, har denne kvalitative studien den hensikt å undersøke hvordan steds- og næringsutvikling kan foregå i tettstedet Oppdal, som en følge av et kommende innovasjonssenter. Oppgaven vil på den bakgrunn undersøke hvilke ringvirkninger «Oppdal Innovasjonssenter» har for næringsliv, folk og omdømmet til Oppdal kommune. Basert på semistrukturerte intervjuer med offentlige og private næringsaktører i kommunen, bidrar oppgaven til å vise ulike forventninger og muligheter innovasjonssenteret har for kommunen. På bakgrunn av intervju og kvalitativt kildearbeid, finner studien at innovasjonssenteret gir et positivt bidrag til både folk og næringsliv i Oppdalsregionen. Kommunen styrker sin posisjon i «utkant» av Trøndelag ved at det skapes et attraktivt og tilgjengelig sentrum med aktivitet for næringsliv og folk. Som et signalbygg i hjertet av sentrum, tilfører innovasjonssenteret noe innovativt og nytt som ikke finnes i regionen i dag.

Abstract

Torve, H. (2020). *New initiative, new growth? – A qualitative study on place- and industrial development in Oppdal*. (Master thesis, Geography with Teacher Education). Department of Geography, Norwegian University of Science and Technology, Trondheim.

A goal in regional policy is to ensure the stability of local communities within Trøndelag. While tendencies show that people migrate towards an urban life in the larger cities, several districts are experiencing a decline in employment and subsistence, as a result of the centralization. Therefore, in recent years, the focus has been on creating strong and vibrant communities throughout the country. By building reputation and implementing place and industrial development, several Norwegian municipalities have, in recent years, managed to create appealing areas. As a result, with the right competence and resources, districts become more appealing to residency and businesses. The different conditions for place and industrial development must then be seen in correlation with what uniquely characterizes the place. The opportunities lie in identifying the uniqueness of the place and make an effort to build on that.

By taking a closer look at the concept of location, this qualitative study aims to investigate how place and industrial development can occur in Oppdal, as a result of an upcoming innovation center. With this in mind, the thesis will investigate the effects that "Oppdal Innovation Center" has on business, people, and the eminence of the municipality of Oppdal. Based on semi-structured interviews with public and private industry players in the municipality, this master will present the different expectations and opportunities the innovation center produces for the municipality. Based on interviews and qualitative source work, the study finds that the innovation center makes a positive contribution to both the people and the business communities in Oppdal. It further strengthens the municipality's position within Trøndelag, by creating an attractive and accessible center for business and people. Placed in the heart of the city, the innovation center adds something innovative and new that does not exist in the region today.

Forord

Så var mai måned kommet, og jeg har endelig levert masteroppgaven min som markerer slutten på lektorutdanninga i geografi, og fem år i Trondheim. Det er fantastisk godt, men også litt vemodig. Jeg skal ikke legge skjul på at det siste halvåret har vært både utfordrende og krevende. På samme tid har arbeidet med masteroppgaven vært utrolig givende og lærerikt. Jeg føler meg heldig som har fått forsket på hjemstedet mitt noe jeg synes har vært utrolig interessant.

I prosessen med å skrive masteroppgave har jeg fått svært god hjelp, og det er flere jeg ønsker å takke. Jeg vil rette en stor takk til min veileder, Nina Gunnerud Berg, for gode råd og veiledning gjennom hele prosessen. Det har vært til stor hjelp i krevende perioder. Jeg vil takke alle informanter som har stilt opp til intervju og delt sine tanker om innovasjonssenteret i Oppdal, uten dere ville denne studien vært vanskelig å gjennomføre.

Videre ønsker jeg å takke mamma og pappa for støtte, oppmuntrende ord og husrom i periodene jeg har vært hjemme. Takk til Knut, Anniken og Kristian for korrekturlesning, bistand og konstruktiv kritikk, dere har alle vært til stor hjelp. Sist, men ikke minst, en stor takk til gjengen på lesesal 6494 for fem fine studieår med latter, støtte og gode råd. På grunn av Covid-19 ble ikke denne våren helt slik vi hadde sett for oss med stengt lesesal og «hjemmekontor». Vi har likevel holdt kontakten og støttet hverandre. Det har vært fint i en ellers krevende periode.

Til slutt vil jeg nevne at datainnsamlingen i oppgaven ble gjennomført før verden ble rammet av Covid-19. Med den bakgrunn har informantene gitt et bilde på hva de ser for seg i en normalsituasjon, og ikke en unntakssituasjon som vi har i dag. I den forstand kan pandemiens ringvirkninger være av betydning for hvordan steds- og næringsutvikling skjer framover, særlig på kort sikt.

Hanne Torve

Trondheim, 2020

Innhold

Sammendrag	I
Abstract	III
Forord	V
Figurer	IXX
1 Introduksjon	1
1.1 Studieområdet «Oppdal så klart»	1
1.2 Min bakgrunn og motivasjon for studien.....	3
1.3 Problemstilling	4
1.4 Oppgavens oppbygning	6
2 Teoretisk rammeverk	7
2.1 Teoretiske perspektiver på sted.....	7
2.1.1 Ulike stedsforståelser	7
2.1.2 Stedsidentitet.....	9
2.1.3 Mot en relasjonell forståelse av sted og nyere stedsteori.....	10
2.2 Teoretiske perspektiver på steds- og næringsutvikling	11
2.2.1 Stedsutvikling	12
2.2.2 Hva er næringsutvikling, og hvordan arbeider aktører for å oppnå det?	14
2.2.3 Attraktive steder	16
2.2.4 Sentrum som gjenstand for stedsutvikling	17
3 Forskningsmetode	19
3.1 Kvalitativ forskningsmetode.....	19
3.2 Intervju og datainnsamling.....	19
3.2.1 Semistrukturerte intervju	20
3.2.2 Valg av informanter	21
3.2.3 Gjennomføring.....	23
3.3 Etterarbeid	23
3.3.1 Analyse og koding	24
3.4 Forskningsetikk og kritiske refleksjoner.....	25
3.4.1 Informert samtykke og konfidensialitet	25
3.4.2 Forskerens posisjon og makt	26
3.4.3 Kvalitet i forskningen	27
4 Innovasjonssenteret – mulighetenes bygg i Oppdal?	29
4.1 Oppdal Innovasjonssenter	29
4.1.1 Behovet for en innovasjonsarena	30
4.1.2 Et lokalt tyngdepunkt for og med folk.....	32
4.2 Utvikling og vekst.....	36

4.2.1 En tredelt næringsprofil.....	38
4.2.2 Oppdal – «Det gode liv i ei attraktiv fjellbygd».....	40
4.3 Oppdal sentrum.....	43
4.3.1. Fortetting og utbygging av sentrumsgata.....	44
4.4 Noen betraktninger	47
5 Avslutning	49
5.1 Oppsummering.....	49
5.2 Konklusjon	50
5.3 Avsluttende refleksjoner.....	52
Referanseliste.....	55
Vedlegg 1: Informasjonsskriv	60
Vedlegg 2: Intervjuguider	63

Figurer

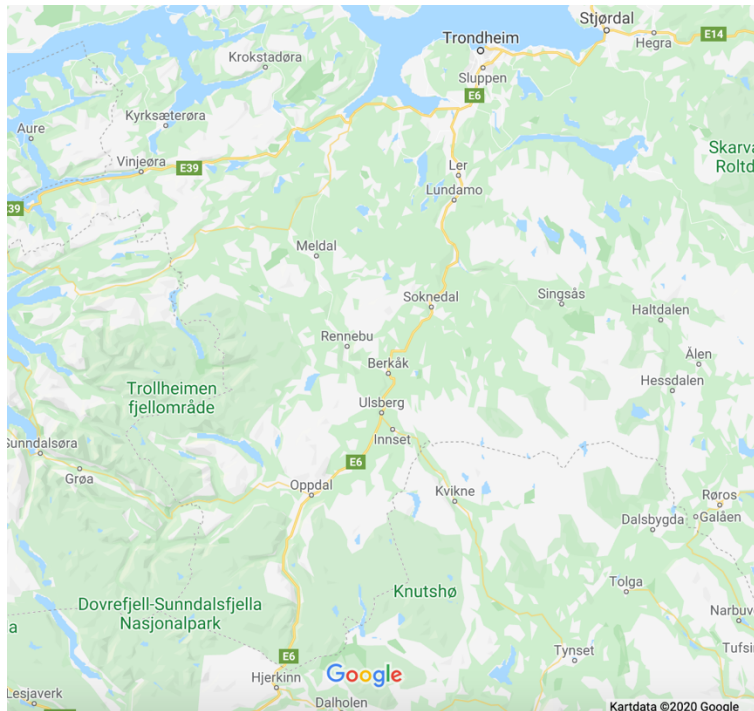
Figur 1.1: Oppdal sør i Trøndelag.....	2
Figur 4.1: Illustrasjon av innovasjonssenteret i sentrumsgata.....	29
Figur 4. 2: Bilde av Oppdal sentrum med skiheisen i Hovden i bakgrunnen. Til venstre går sentrumsgata parallelt med butikker og restauranter. I midten av bildet reises innovasjonssenteret, og til høyre ligger Aunasenteret	43
Figur 4. 3: «Gamle» E6 gjennom Oppdal sentrum i 2014	45
Figur 4. 4: Sentrumsgata nordover mot Rv70. Til venstre ligger mathallen «Smak & Behag» og «Bakeriet Sprø», og et nytt leilighetskompleks. I midten bygges innovasjonssentret. Til høyre er Quality Hotel Skifer	46

1 Introduksjon

Denne masteroppgaven tar for seg steds- og næringsutvikling i Oppdal kommune. Utgangspunktet for studien er et kommende innovasjonssenter i Oppdal sentrum regissert av Nasjonalparken Næringshage (NNH), Selskapet for industrivekst (Siva) og Oppdal kommune. Gjennom empiriske funn, teori og tidligere lignende forskning, vil jeg belyse hvordan realiseringen av en innovasjonsarena kan være pådriver for steds- og næringsutvikling i Oppdal, sett i lys av ulike aktørers holdninger til innovasjonssenteret og næringslivet. For å sette mulighetene for steds- og næringsutvikling i sammenheng, vil jeg innledningsvis i dette kapitlet (1.1) introdusere studieområdet Oppdal og presentere oppgavens tema. Siden studien innebærer forskning i min egen hjemkommune, vil jeg i kapittel 1.2 beskrive min bakgrunn og motivasjon for å skrive en oppgave om hjemkommunen min. Videre vil problemstillingen, og to tilhørende delspørsmål, belyse oppgavens avgrensning og fokusområde i kapittel 1.3, før jeg til slutt presenterer oppgavens struktur i kapittel 1.4.

1.1 Studieområdet «Oppdal så klart»

Fjellkommunen Oppdal er lokalisert lengst sør i Trøndelag på grensen mot Møre og Romsdal og Innlandet fylke. I administrasjonssenteret, Oppdal sentrum, møtes veiene fra Trondheim i nord, Oslo i sør og Nordmøre i vest. Det er derfor ikke tilfeldig at Oppdals kommunevåpen er «vegamotet», som betyr «sted der veier møtes». Kommunen er en av de største i Trøndelag i areal, og har rike natur- og fjellområder i både nord, sørøst og sørvest. Sør i kommunen ligger Dovrefjell-Sunndalsfjella nasjonalpark og i nordvest ligger Trollheimen, begge populære turområder gjennom sommer og vinter. Med 94 prosent av kommunens areal liggende 600 meter over havet, og fjelltopper på 1500-1900 meter over havet, har fjellbygda i lang tid vært kjent for å være en turistdestinasjon med variert natur, alpinanlegg og fritidsboliger (Stokkan & Haugen, 2019).



Figur 1.1: Oppdal sør i Trøndelag. (Hentet fra <https://www.google.com/maps/@62.9113211,9.9114245,8.11z>)

Knutepunktet Oppdal binder sammen E6, Riksvei 70 og togforbindelsen på Dovrebanen. Det sentrale knutepunktet har i lang tid vært en viktig drivkraft for utvikling og vekst i kommunen. Med tida har tettstedet blitt et regionsenter i Trøndelag Sør med store potensialer, særlig innen reiseliv. Den korte avstanden til byer som Trondheim, Molde og Kristiansund har generert vekst i hyttemarkedet, handelsnæringa og bygg- og anleggsnæringa. Sammen med landbruket sysselsetter disse næringene flest arbeidstakere, foruten helsesektoren. «Landbruksbygda» Oppdal har hovedvekt på husdyrhold og melkeproduksjon, og er med sine 45 000 sauer på sommerbeite, Norges største sauekommune (Oppdal kommune, 2019).

Gjennom historien har naturen og naturressursene vært viktige for sysselsettingen i primærnæringene. Et eksempel på dette er skiferens lange historie i Drivdalen, sør i kommunen. Da Dovrebanen ble ferdigbygd og åpnet i 1921, satte eksporten av Oppdalsskiferen fart. Utbyggingen av jernbanen førte til økt trafikk gjennom bygda, og i 1924 åpnet «Oppdal Turisthotell» vegg i vegg med togstasjonen. Byggingen av Dovrebanen bidro til økt kapital og nye kulturimpulser, samtidig som folketallet begynte å stige. Dette førte til at flere lokale ildsjeler ønsker å utvikle bygda som et turistmål og mente at bygda måtte få et skitrekk. Kort tid etter, i 1952, kom derfor den første skiheisen i Hovden. Strømmen av turister, særlig i vinterhalvåret, bidro til at Oppdal ble en populær turistdestinasjon. Kapitalen skapte nye aktiviteter og arbeidsplasser som har ført til en stabil befolkningsøkning siden etterkrigstiden

og fram mot i dag. (Gisnås, 2004). I 2019 bikket folketallet i Oppdal 7000 innbyggere (SSB, 2020).

I dag har Oppdal blitt en stødig turistdestinasjon innen vintersport og friluftsliv. Siden etableringen av skiheisen tilbake på 1950-tallet, har «skibygd» fått en av landets største alpinanlegg og blitt den største hyttekommunen nord for Dovre (Oppdal kommune, 2019).

Gjennom daler og inn i fjellheimen preppes flere mil med langrennsløyper gjennom vinterhalvåret, mens moskussafari på Dovre og rafting langs elva Driva er populært i sommerhalvåret. Hver høst arrangeres «Fjell og Fårikålfestivalen» med hyttemesse, aktiviteter og salg av lokalprodusert mat. Festivalen er på mange måter den store begivenheten i Oppdal på høsten, og skaper et folkeliv i sentrum med blant annet arrangementer og fårikål servert på dagtid, og «Aftersau» på kveldstid.

1.2 Min bakgrunn og motivasjon for studien

Gjennom oppveksten min har Oppdal vært hjemkommunen og stedet jeg har hatt sterkest tilknytning til. Som lokalkjent kan jeg bekrefte det mange forbinder Oppdal med: ei landbruksbygd med fin natur og flere fritidsboliger enn helårsboliger. Den enkle tilgangen på friluftsområder har vært noe av det jeg har satt mest pris på med å bo i Oppdal, og selv om studiene har gjort at jeg har bodd i byen de senere åra, er det alltid godt å ta turen hjem «på landet». Siden jeg flytta har jeg hatt deltidsjobb og folkevalgte verv i kommunestyret som har gjort at jeg aldri har klart å legge fra meg interessen for hva som skjer i hjemkommunen min. Å skrive en masteroppgave om Oppdal har derfor vært noe jeg har sett for meg lenge.

Gjennom lektorstudiet har jeg fått en økende interesse for rurale steder, og hva som utgjør forskjellene mellom bygda og byen. I dag vet vi at befolkningsstrømmene går mot de største byene, og at færre folk bor i distriktet. I Oppdal ser dette derimot ut til å være et unntak, da folketallet har en stabil øking hvert år (SSB, 2020). I 2019 gikk Oppdal for andre gang til topps i Kommunebarometeret, som regissert av Kommunal Rapport, måler hvordan kommuner leverer tjenester til befolkningen, basert på en rekke nøkkeltall (Danbolt, 2019). Denne topplasseringen signaliserer at folk er fornøyde med å bo i Oppdal, og at tjenestetilbudet er tilfredsstillende. Selv om Oppdal på mange måter er et sted hvor innbyggerne trives, ønsket jeg imidlertid å se nærmere på hva kommunen kan jobbe med videre, nærmere bestemt stedsutvikling.

Motivasjonen for å skrive en oppgave om Oppdal, ble betydelig større da planen om et innovasjonssenter ble en realitet. Jeg syntes ideen om et slikt bygg virket innovativt og framtidsretta, og dersom det skulle føre til mer besøk, flere arbeidsplasser og vekst i næringslivet, ville det vært viktig for et tettsted som Oppdal. I dag sysselsetter sekundærnæringene og varehandelen, sammen med helsesektoren, en stor del av arbeidstakerne i Oppdal. Antall kompetansearbeidsplasser utgjør derfor ikke den store delen av sysselsettingen. Arbeidet med å skape en innovasjonsarena i Oppdal baserer seg nettopp på å kunne skape og trekke kunnskap, kompetansearbeidsplasser og folk til bygda. Med bakgrunn i innovasjonssenteret, begynte jeg å se nærmere på næring og sted, og hvordan steds- og næringsutvikling kan oppstå i Oppdal. Dette ga meg muligheten til å grave dypere i et konkret fenomen som kan bekrefte eller avkrefte om planene av et bygg vil bidra til steds- og næringsutvikling i Oppdal.

1.3 Problemstilling

I de senere årene har fokuset på å skape «levende» og livskraftige lokalsamfunn i hele landet fått større oppmerksomhet. Mange småsamfunn opplever i dag nedgang i befolkning på bakgrunn av sentralisering inn mot de store byene og regionene. Tilgangen på arbeidsplasser er en vesentlig faktor for valg av bosted, men i mange sammenhenger søker folk inn til storbyene på bakgrunn av byens mer mangfoldige tilbud og fasiliteter (Storper & Scott, 2009). Behovet for attraktive og nyskapende bygder og tettsteder har kanskje derfor aldri vært viktigere. Innenfor samfunnsutviklingen de senere åra har mye dreid seg om steds evne til innovasjon og nyskaping for å være med i konkurransen om å trekke folk og arbeidskraft (Borch & Førde, 2010). I mange sammenhenger kobles dette til bygder og tettsteder som opplever at næringsgrunnlag går tapt, eller at befolkningen tynnes ut. Denne studien retter seg imidlertid mot lokalsamfunn som opplever vekst, og skal bidra til å gi en forståelse for hvordan enkelte distriktskommuner opplever vekst, selv om nasjonale trender viser at mindre tettsteder opplever nedgang. Studien er med andre ord et bidrag til forskning om levende og attraktive lokalsamfunn, og kan bidra til å avdekke hva som kreves av et sted for å lykkes med å nå sine lokalpolitiske mål.

Som belyst innledningsvis i kapitlet, er temaet for denne studien steds- og næringsutvikling i Oppdal kommune. Mer presist ønsker jeg å undersøke hvordan et næringsrelatert bygg, et innovasjonssenter, kan være gjenstand for utvikling av næringsliv og sted i Oppdal. Å forske

på et innovasjonssenter sine ringvirkninger i Oppdal er interessant på flere områder. For det første er innholdet i innovasjonssenteret ulikt noen andre bygg i Oppdalsregionen. Sammen med en innovasjonsarena for gründere og næringsliv, bygges et unikt klatresenter, treningscenter, verkstedsfunksjoner og butikklokaler. En annen interessant faktor er innovasjonssenterets plassering i kjernen av Oppdal sentrum. På en av sentrums mest attraktive næringsarealer, kommer altså et næringsbygg til 140 millioner kroner, forbeholdt innovasjon og aktivitet i sentrum. Jeg har i den forbindelse ønsket å se nærmere på om et enkeltstående tiltak, eller fenomen, slik planene om innovasjonssenteret er, kan bidra til å utvikle næringsliv, sted og attraktivitet i Oppdal. I en bredere kontekst vil oppgaven kunne ses i sammenheng med tilsvarende rurale tettsteder som ønsker vekst og økt tilflytting. I den forbindelse er problemstillingen min som følger:

Hvordan kan et innovasjonssenter bidra til steds- og næringsutvikling i Oppdal?

Et sterkt næringsliv som evner å skape arbeidsplasser og tiltrekke seg arbeidskraft, er viktig for å kunne opprettholde aktivitet og befolkning. Næringslivet blir sett på som en av de viktigste faktorene for regioners vekst. For at steder skal nå sine ambisjoner om å vokse, må de være attraktive nok slik at de tiltrekker seg næringsliv og arbeidskraft (Espelien, 2019). En stor del av ambisjonene NNH har for innovasjonssenteret er blant annet at det skal styrke næringslivet i Oppdal og tiltrekke seg ny kapital og kompetansearbeidsplasser. For å kunne svare på problemstillingen har jeg utformet to delspørsmål som tar sikte på å belyse hvorvidt innovasjonssenteret kommer til å utvikle Oppdal som sted. Det første spør;

Kommer næringslivet til å dra fordeler av et innovasjonssenter?

Steder må vise seg fram som nyskapende og attraktive som bosted og for næringslivet for å delta i konkurransen om arbeidsplasser og arbeidskraft (Meyer, 2007). Mye av distriktskommuners utviklingsarbeid har derfor de senere årene dreid seg om å jobbe med steds omdømme og ansikt utad, i tillegg til bedring av generelle rammebetingelser. Med realiseringen av innovasjonssenteret er ambisjonen til NNH at det skal gjøre Oppdal og Oppdal sentrum til et attraktivt sted å møtes. Dette gjelder for næringsliv, bedrifter og gründere, men også lokale innbyggere og turister. Det andre delspørsmålet retter derfor fokuset mot ringvirkninger innovasjonssenteret kan ha for Oppdalssamfunnets omdømme, og spør;

Vil innovasjonssenteret gjøre Oppdal mer attraktivt?

1.4 Oppgavens oppbygning

Oppgaven er delt inn i fem hovedkapitler med underkapitler. I dette kapitlet har jeg introdusert studieområdet Oppdal og oppgavens tema, min bakgrunn med en redegjørelse for valgt studieområde, samt oppgavens problemstilling. I kapittel to presenterer jeg i første delkapittel noen teoretiske perspektiver på stedsbegrepet, hvor jeg går nærmere inn på ulike forståelser av sted, stedsidentitet og nyere stedsteori. I det andre delkapitlet går jeg nærmere inn på teori om steds- og næringsutvikling, samt hvordan attraktivitet spiller en rolle for stedsutvikling og sentrums betydning for lokalsamfunnet. Kapittel tre redegjør for den kvalitative forskningsprosessen og semistrukturerte intervju. Her belyser jeg stegene fra starten med datagenerering til analysen i slutfasen, og beskriver de etiske prinsippene forskere må ta hensyn til i forskningsprosjekter. I kapittel fire vil de empiriske funnene fra intervjuene ses i lys av teori og annen relevant forskning. Kapitlet er delt inn i fire hovedkapitler som tar for seg innovasjonssenteret, vekst og utvikling i Oppdalsregionen, Oppdal sentrum, og til slutt noen betraktninger om prosjektet. Oppgavens siste del, kapittel fem, inneholder ei oppsummering, konklusjon og noen avsluttende refleksjoner om prosjektet.

2 Teoretisk rammeverk

Siden problemstillingen i oppgaven tar sikte på å undersøke hvordan et innovasjonssenter kan påvirke steds- og næringsutvikling i Oppdal, tar dette kapitlet for seg teoretiske perspektiver på sted- og næringsutvikling. Ettersom oppgaven er konkretisert til å handle om *stedet* Oppdal, er det interessant å gå dypere inn på stedsbegrepet og hvordan sted er gjenstand for utvikling. Hvordan vi forholder oss til og oppfatter sted er forskjellig, og i kapitlets første del (2.1) vil jeg derfor redegjøre for ulike tilnærminger og forståelser av stedsbegrepet. Videre ønsker jeg å komme nærmere inn på hva stedsutvikling innebærer, for så å gå inn på næringsutvikling. Jeg anser næringsutvikling å være tett forbundet med stedsutviklingsbegrepet og berører stedsutviklingen i Oppdal på mange måter. Dette vil belyses i kapitlets andre del (2.2).

2.1 Teoretiske perspektiver på sted

Sted er overalt. De eksisterer i ulike former, er ulike i utbredelse og betyr noe for hver enkelt av oss. Et sted kan relateres til noe fysisk vi ser, slik som Operahuset i Oslo, eller ha mer abstrakte betydninger som «å være til stede» eller «å finne sted». Ofte blir det fysiske og sansbare forbundet med sted, men mennesker knytter også relasjoner, følelser og identifiserer seg med dem. Hva et sted egentlig er, kan derfor være vanskelig å sette ord på siden det eksisterer ulike tilnærminger og betydninger av begrepet (Cresswell, 2015). I denne oppgaven belyser jeg stedsbegrepet som gjenstand for diskusjoner om stedsutvikling, og derfor ønsker jeg å presentere ulike aspekter ved sted med utgangspunkt i Agnew (1987), i kapitlets første del (2.1.1). Videre vil relevansen stedsidentitet har i studien bli belyst i 2.1.2, før jeg tilslutt, i korte trekk, går inn på nyere stedsteorier i 2.1.3.

2.1.1 Ulike stedsforståelser

I geografifaget har «sted» vært sentralt i lang tid, men det var ikke før på 1970-tallet begrepet begynte å få større oppmerksomhet av samfunnsgeografer (Cresswell, 2013). Den økte interessen for stedsbegrepet ble stor i tiåret etter, og i 1987 presenterte geografen John Agnew tre hovedforståelser av stedsbegrepet som har vært, og er relevante i dag. Med utgangspunkt i Agnew (1987) vil stedsbegrepet i det følgende presenteres av stedsforståelsene «location», «sense of place» og «locale» (Berg & Dale, 2004).

I hverdagslivet blir «sted» ofte sett på som en lokalisering eller et geografisk punkt på et kart. I mange tilfeller ønsker vi å vite hvor steder er og hvordan de ser ut. Location angir fysiske og

objektive steder på jordas overflate som kan beskrives ved hjelp av koordinater. Et spørsmål vi blir opptatt av er *hvor* stedet er (Cresswell, 2015). Ethvert sted har særegen karakter og egenskaper med fysiske trekk (Røe & Vestby, 2013). Location tar nettopp høyde for det ytre, fysiske og materielle ved sted, hvor man beskriver stedet «utenfra» og legger vekt på synlige og kvantifiserbare egenskaper. På mange måter betrakter vi stedet «utenfra» hvor det nærmest opererer som en bakgrunnsramme. Location som stedsforståelse blir ofte brukt i sammenheng med økonomisk geografi. I den forbindelse vurderer man stedets grunnlag for næringsvirksomhet, i tillegg til at man ønsker å identifisere lokaliseringsfaktorer som kan anslå stedets grunnlag for etablering av virksomheter. Lokaliseringsfaktorene som undersøkes er både naturgeografiske og samfunnsgeografiske, og kan eksempelvis være naturgrunnlag og råvarer, tilgang på arbeidskraft og skoletilbud til befolkningen. Ut ifra slike faktorer prøver man å vurdere stedet objektivt for å forklare lokaliseringmønstrene eller vurdere stedets muligheter eller attraktivitet for utvikling av nye virksomheter. I den forstand er det viktig at aktører er økonomisk rasjonelle og i stand til å se stedet slik det objektivt er «utenfra» (Berg & Dale, 2004).

Alle steder har en lokalisering med fysiske kvaliteter som landskap og infrastruktur, men i motsetning til location, gir også steder mening og betydning for oss (Cresswell, 2013). Alle knytter personlige forhold til sted, enten det stedet vi bor nå eller der vi bodde som barn. Stedsforståelsen «sense of place» legger vekt på det enkeltindivider tenker og føler om steder de lever og ferdes i (Cresswell, 2015). I stedet for å se på sted som en «bakgrunnsramme» og noe objektivt, handler «sense of place» om følelser og opplevelser mennesker knytter til sted. For å forstå hvordan individer handler som de gjør på steder, må man derfor undersøke hvordan de opplever dem. Flere geografer tillegger stedsbegrepet «sense of place» ulike betydninger. I et fenomenologisk perspektiv presenteres sted som det «opplevde», kalt stedsopplevelse. Her tillegges stedet mening når mennesker har en oppfattelse og tolkning av det, og at det tilsammen gjør en del av det geografiske rom til et sted. I et eksistensielt perspektiv, derimot, er stedstilknytningen og hvordan mennesker blir tilknyttet et sted viktig. Ofte gjenspeiler dette det trygge og sikre, som eksempelvis et hjemsted viser til, og bidrar til å skape en tilhørighet (Berg & Dale, 2004).

Den tredje stedsforståelsen, locale, springer ut fra materielle strukturer som gir grunnlag for sosiale handlinger og relasjoner. Dette gjelder stedene vi oppholder oss som på butikken, i storbyen eller i hjemmet (Cresswell, 2015). Locale fokuserer på at sted formes gjennom praksis,

og de stedene vi oppholder oss på, er styrt av formelle og uformelle regler. Disse reglene blir på samme tid endret som følge av aktivitetene stedene har. Locale-begrepet er hentet fra sosiologen Anthony Giddens' struktureringsteori som hevder at menneskelig aktivitet er gitt av strukturer, samtidig som de er et resultat av aktivitet. Giddens' teori har blitt overført til stedsbegrepet hvor han forklarer at sted ikke kun må ses på som noe gitt, men som også skapes via sosiale handlinger. I den forstand påvirker mennesker og steder hverandre gjensidig der steder blir endret av mennesker, samtidig som steder påvirker aktivitetene på stedet. Mennesker som tilhører de samme stedene, vil også kunne oppleve dem likt. Dette gjør at stedet kan ses på som intersubjektivt konstituert. Felles aktiviteter, tanker og ideer gjør stedstilknytningen til en kollektiv prosess (Berg & Dale, 2004).

Selv om de nevnte stedsforståelsene tilsynelatende har ulike betydninger og oppleves nærmest som en motsetning til hverandre, understreker Agnew (1987) at forståelsene ikke kan ses på som konkurrerende, men er ment å utfylle stedsbegrepet. Det er heller ikke snakk om tydelige skiller mellom forståelsene (Berg & Dale, 2004). I Oppdal er det utfordrende å skille disse tre begrepene fra hverandre. Tar vi hver del for seg, er det utelukkende klart at de fysiske naturforutsetningene, og plasseringen, i Oppdal er avgjørende for næringssammensettingen. Dette har innvirkning på hvordan vi tenker om Oppdal, eksempelvis skibygd, turistbygda, naturbygda osv. På samme måte gir de materielle forutsetningene «føringer» for hvordan vi forholder oss i skiheisen eller på kulturhuset. Når det gjelder steds- og næringsutvikling er sted en faktor det er vanskelig å komme utenom, da spesielt lokasjonen er en av mange faktorer som er avgjørende for utviklingen av tettsteder som Oppdal.

2.1.2 Stedsidentitet

Steder opererer, som nevnt, med ulike betydninger hvor vi tenker på steder forskjellig. Det samme gjelder følelser eller «identiteten» vi knytter til dem. For det første kan identitet knyttes til stedets kvaliteter og særpreg, kalt «genius loci» eller stedets «ånd». I andre tilfeller, spesielt i psykologien, blir «identitet» forbundet med hvordan mennesker identifiserer seg med steder. Stedsidentitet relateres derfor til «båndene» mennesker knytter til steder (Lewicka, 2008). Disse skillene kan beskrives som «identity of a place» og «identity with a place» etter geografen Edward Relphs inndeling fra 1976 (Berg & Dale, 2013). «Identity of a place» i Oppdal kan knyttes til naturen og naturgrunnet som på mange måter har skapt «turistdestinasjonen Oppdal». Ofte ønsker steder å presentere en særegen stedsidentitet. Dette kan uttrykkes ved slagord eller logoer som symboliserer noe unikt (Kavaratzis & Kalandides, 2015). Særlig innen

turisme har slagordet «Oppdal så klart» vært brukt i flere år, noe jeg kommer tilbake til i kapittel 2.2.3. «Identity with a place» kan eksempelvis uttrykkes ved at lokalbefolkningen identifiserer seg som «oppdalinger». Hvordan vi identifiserer oss med steder kan også forandres over tid, og er forskjellig fra person til person. Forandringer ved steder, eksempelvis fysiske endringer som nye bygg, kan endre stedsånden og måten vi identifiserer oss med stedet (Ginting, Nasution & Rahman, 2016). I tillegg spiller interesser og preferanser en rolle. Eksempelvis i situasjoner der man knytter en sterk stedsidentitet, ønsker man kanskje å bli boende på et sted så lenge som mulig. Er stedsidentiteten svak, vil terskelen for å flytte til andre steder være mindre (Vareide, 2018).

2.1.3 Mot en relasjonell forståelse av sted og nyere stedsteori

Siden Agnew i 1987 presenterte ulike forståelser av sted, har det skjedd ulike ting i verden. Globaliseringen har knyttet mennesker og steder tettere enn før, noe som har ført til en spekulering i om stedets særegenheter og identiteter blir visket ut. Castree (2003) er en av de som taler dette imot, og hevder at globaliseringen ikke fører til steder der homogenitet trumfer diversitet. Til tross for at steder har blitt tettere og fått flere likhetstrekk, er de unike ved at ting gjøres annerledes på de respektive stedene. Det finnes for eksempel flere turistdestinasjoner som kan tilby samme fritidsaktiviteter og naturopplevelser som Oppdal, men det vil likevel eksistere ett «Oppdal» med egne forutsetninger. Enkelte ting kan ikke tas i fra stedet.

Doreen Massey har vært en sentral skikkelse i utviklingen av stedsbegrepet, og ser på sin side ikke globaliseringen som bekymringsfull, men som en mulighet, og belyser heller forholdet mellom mennesker og steder som en relasjonell forståelse av sted. Massey påpeker at steder alltid er i forbindelse med omverden, og at det ikke finnes konkrete stedsgrenser, men mer utydelig skiller. Til fordel for å være «lukket» på et sted, eksisterer samfunn i nettverk hvor de ikke trenger å være tilknyttet samme sted. På denne måten tenker ikke Massey på sted som noe avgrenset, men at steder strekkes utover og konstrueres gjennom sosiale relasjoner og møter som er i konstante endringer. Sosiale relasjoner skaper også forskjellige identiteter, og på den måten vil ikke steder ha én identitet (Massey, 1994).

Det relasjonelle stedsbegrepet har blitt videreutviklet fram til i dag, både med nyere teoretiske innspill og tilnærminger. I en oppsummering av nyere stedsteori mellom 2004 og 2015 presenterer Berg og Dale (2015) fire tilnærminger til stedsbegrepet. Det første knyttes til mobilitet og sted og hvordan den økte globaliseringen påvirker særegenheten ved stedet. Den

andre tilnærmingen baseres på hybride steder hvor «more-than-humans», eller ikke-menneskelige enheter, inngår i nettverk hvor de kan endre utfall gjennom nærvær eller fravær. I tillegg til mennesker og natur, er ikke-levende enheter sentralt for hvordan mennesker relaterer seg til hverandre og verden (Crang, 2013, i Berg & Dale, 2015). Sted som «assemblage» eller ansamling er den tredje tilnærmingen. Disse ansamlingene er sammensatt av elementer som kan være menneskelige eller ikke-menneskelige, organiske eller uorganiske eller tekniske eller naturlige. Å se på sted som en ansamling innebærer derfor å se på disse relasjonene og helheten ved stedet. Den siste tilnærmingen opptrer som en kritikk til den relasjonelle stedsforståelsen, og handler om sted som territorium. Kritikken retter seg mot at nettverk og rasjonalitet har gått på bekostning av territoriers betydning. Det finnes tilfeller hvor avgrensede areal er relevant som objekt i analyser fordi det blir forstått gjennom politiske prosesser og identifisert som økonomiske, politiske og kulturelle territorium (Jones 2009, i Berg & Dale, 2015).

Det fører for langt innen rammen av denne masteroppgaven å gå dypere inn i disse tilnærmingene, men jeg vil imidlertid belyse at hybride steder og det ikke-menneskelige er særlig relevant for denne studien av Oppdal. I Oppdal har ikke-menneskelige enheter vært en av ingrediensene for utviklingen av Oppdal som turiststed. Betydningen natur, fjell, daler, vegetasjon, moskus m.m. har vært viktige deler i markedsføringen som fjell- og fritidsregion, og særlig i næringslivet som retter seg mot handel og turisme. Dette bringer meg derfor over på den neste delen i det teoretiske rammeverket; steds- og næringsutvikling i Oppdal.

2.2 Teoretiske perspektiver på steds- og næringsutvikling

Utvikling er på mange måter et geografisk fenomen hvor «sted» er et sentralt aspekt (Pike, Rodríguez-Pose & Tomaney, 2017). Dunford (2010) beskriver utvikling som handling der hensikten er å gjøre steder mer nyttige eller produktive for menneskene som tar del i dem. I dette kapitlets første del (2.2.1) vil jeg presentere stedsutviklingsbegrepet og utviklingsprosesser, særlig i lokale og regionale områder. Jeg anser heving av kompetanse, nyetablering og flere arbeidsplasser som viktige deler av næringsbiten i stedsutvikling, og kapittel 2.2.2 går jeg derfor nærmere inn på næringsutvikling og hvordan aktører arbeider med det. Steds- og næringsutvikling blir ofte koblet med attraktivitet, og i kapittel 2.2.3 belyser jeg ulike perspektiver på attraktivitet og sted. Til slutt vil jeg i kapittel 2.2.4 beskrive sentrums betydning til stedsutvikling, og vise til eksempler fra Oppdal.

2.2.1 Stedsutvikling

I tråd med lokal og regional utvikling, handler stedsutvikling i enkel forstand om å gjøre steder attraktive og trivelig for mennesker og interessegrupper tilknyttet dem. I praksis innebærer dette å utføre tiltak som utvikler sosiale, kulturelle eller fysiske kvaliteter ved stedet (Teigen & Lønning, 2009). Stedsutviklingen kan skje på bakgrunn av ulike hendelser eller årsaker. Nyseth (2013) forklarer at nedleggelse av hjørnesteinsbedrifter er et eksempel på noe som kan utløse omstillingsprosesser som på sikt kan før til stedsutvikling. Et annet eksempel er relatert til planer om nye bygg i sentrum, som kommunen ønsker å videreutvikle. Dette er innovasjonssenteret og sentrumsgata i Oppdal eksempler på. Det tredje eksemplet Nyseth viser til er koblingen mellom næring og turisme, hvor man ønsker å ta nye grep for å gjøre stedet attraktivt som turistmål.

Stedsutviklingen kan skje i ulike former og foregå på ulike måter. Eksempelvis er fysiske endringer av sted som oppføring av nybygg, utforming av gågater, nye fasader o.l. mye forbundet med stedsutvikling. Stedsutvikling som sentrumsutvikling er også en form for fysisk endring, noe innovasjonssenteret er et eksempel på. I tillegg kan stedsutvikling som sentrumsutvikling være sosialt betinget ved av at den skaper liv og aktivitet i sentrum. I en mer abstrakt betydning kan stedsutvikling dreie seg om å bedre et steds omdømme eller styrke identiteten ved stedet. Stedsutviklingen handler på den måten om endringer og omstilling. I likhet med at steder endrer seg, endrer også menneskers tilknytning til stedet. I den forstand handler stedsutvikling ikke bare om økonomiske og fysiske endringer ved stedet, men også om menneskers identitet og tilhørighet til stedet (Nyseth, 2013).

Arbeid med stedsutvikling er en kollektiv prosess og utføres sjeldent av enkeltaktører alene. Siden flere tar del i arbeidet, vil også ulike interesser, holdninger og definisjoner påvirke beslutningsprosessen (Teigen & Lønning, 2009). Eksempelvis er steder gjenstand for ulike visjoner, strategier og planer aktører har i samfunnet, hvor faglig bakgrunn og interesse spiller en rolle for hvordan profesjonelle aktører definerer og avgrenser stedsbegrepet (Røe & Vestby, 2013). Teigen og Lønning (2009) hevder at det likevel er å foretrekke et bredt utvalg av aktører i stedsutvikling for å sikre et kollektivt forankret prosjekt hvor ulike ideer og interesser blir tatt med i beslutningsprosessen.

Utvikling har foregått forskjellig gjennom tidene som en følge av trender og endringer i samfunnet. I lang tid har hovedfokus i lokal og regional utvikling vært økonomiske perspektiver slik som å oppnå økning i inntekt, arbeidsplasser eller produktivitet. I senere tid har fokuset på økonomisk vekst blitt ansett som for snevert, og derfor har sosiale, økologiske, politiske og kulturelle aspekter blitt vektlagt i utviklingsbegrepet (Pike et al., 2017). I den forstand kan ikke utvikling av steder kun relateres til økonomisk vekst, men også sosio-økonomiske faktorer som tar høyde for hvordan stedet utvikles til fordel for menneskene som inngår i det (Pike, Rodríguez-Pose & Tomaney, 2007). Arbeid med stedsutvikling handler derfor om å avdekke utfordringer og endringer samfunnet opplever til enhver tid. Eksempelvis var nærmiljøperspektivet viktig for stedsutvikling på 1980-tallet, klimautfordringene og miljø på 1990-tallet, før det på 2000-tallet og fram til i dag har blitt et økende fokus på attraktive og bærekraftige samfunn. (Kommunal- og moderniseringsdepartementet & Distriktssenteret, 2018).

I likhet med at steder er forskjellige, er utviklingen av dem også ulik. Studier innen urban og regional utvikling har hatt et fokus på innovasjon og vekst i urbane områder, mens de rurale områdene har hatt en passiv rolle i skyggen av det urbane. Mens forestillingene av rurale områder preges av tradisjon i stedet for modernitet, landbruk i stedet for industri, natur i stedet for kultur og det uforanderlige i stedet for det innovative, har rural og urban utvikling blitt to forskjellige disipliner som må ses på hver for seg (Ward & Brown, 2009). Overført til stedsutvikling, har storbyer og mindre tettsteder ulike forutsetninger for å oppnå vekst. Eksempelvis er konsentrasjonen av mennesker og arbeidsmarked i storbyer versus tettsteder ulik. Storbyene har flere innbyggere og et større mangfold i arbeidsmarkedet, mens mindre steder preges av et mer begrenset tilbud og nærhet til folk. Der det i byen handler om å planlegge for å kontrollere vekst, vil mindre tettsteder ha behov for støtte for å skape vekst (Kommunal- og moderniseringsdepartementet & Distriktssenteret, 2018). På et relativt lite tettsted som Oppdal, ville det vært vanskelig å realisere et innovasjonssenter uten Siva med på laget, som har et spesielt ansvar for å tilrettelegge for vekst i industri og næringsliv i distriktskommuner (Siva, u.å.). Særlig den finansielle støtten ville vært utfordrende å skaffe blant lokale investorer eller aktører.

Måten jeg velger å bruke stedsutvikling i denne oppgaven handler om tiltak som gjøres for å utvikle steder til å bli attraktive og funksjonelle. Dette innebærer tiltak for å fremme bostedsattraktivitet og næringsattraktivitet. Stedsutvikling i Oppdal blir gjennomført som

fysiske og sosiale tiltak, og jeg ønsker å avdekke hvilke sosiale og næringsmessige ringvirkninger stedsutviklingen kan ha. I tillegg er tilgang på arbeidsplasser, og evnen til å skape nye, elementer jeg anser som viktige for næringsutvikling i Oppdal.

2.2.2 Hva er næringsutvikling, og hvordan arbeider aktører for å oppnå det?

For å oppnå stedsutvikling er det viktig at næringslivet skaper vekst og utvikling. Regioner i vekst uttrykker at de er attraktive og evner å drive med nyskaping. På samme måte kan attraktive steder eller regioner på sikt styrke næringslivet (Espelien, 2019). I Oppdal er de tre største næringene landbruk, bygg- og anleggsbransjen og handelsnæringa. I tråd med visjonene NNH har til innovasjonssenteret, er bygget tenkt å skulle styrke det eksisterende næringslivet, trekke kompetanse og skape nye arbeidsplasser (Oppdalinnovasjonssenter, u.å. b). I realiseringen av næringsutvikling er det viktig at aktører tar i bruk den lokale kompetansen ved steder, på samme tid som man forsøker å tiltrekke seg ny kunnskap og nye impulser (Niedomysl, 2010; Espelien, 2019). Ideen om en innovasjonsarena i Oppdal er et eksempel på et tiltak for å fremme næringsutvikling, og kan ses i sammenheng med det Aarsæther (2010) hevder om at næringsutvikling har fått et større fokus i flere norske kommuner, og at særlig distriktskommunene arbeider aktivt med å utvikle og skape nye arbeidsplasser.

I likhet med Ward og Brown (2009) sine argumenter om at utvikling skjer ulikt mellom steder, drives også næringsutvikling forskjellig fra sted til sted. Hvilke retningslinjer lokale myndigheter fører har spesielt innvirkning for etablering av ny virksomhet, vekst og utvikling. For å stimulere til innovasjon og nyskaping som legger til rette for at både nye og etablerte virksomheter oppnår vekst, er det viktig at kommunen spiller på lag med næringslivet (Mitra, 2012).

Evnen til å skape attraktive arbeidsplasser er en sentral del av et steds utvikling (Dale, Selstad & Sjøholt, 2007), og er en av grunnpilarene for politikken innen økonomifeltet (Mitra, 2012). Hvilke konkrete tiltak som gjør at steder lykkes med næringsutvikling, kan derimot være vanskelig å definere. Svarene er ofte sammensatte og avhenger av lokale forhold. Likevel viser studier fra Telemarksforskning ved Wekre og Jensen (2020) til noen fellestegn på suksessfulle kommuner som oppnår næringsutvikling. For det første klarer kommunen og næringslivet sammen å gripe mulighetene som byr seg, eksempelvis ved å etablere en ny virksomhet. For det andre kjennetegnes disse kommunene av en utviklingskultur hvor det er lov å prøve og feile og hvor det er en samarbeidskultur mellom næringsliv og innbyggere. Den tredje faktoren på

suksessfulle kommuner er tilgangen på enkeltpersoner med ideer og gjennomføringskraft, og som på sin måte bidrar til utvikling. Samfunnsentreprenører, som de også kan kalles, benytter seg av innovative løsninger og evner å se nye muligheter på problemer i samfunnet. Målene kan både være sosiale og økonomiske, men i all hovedsak ønsker samfunnsentreprenørene å få til sosial endring og forbedring i samfunnet (Zahra, Gedajlovic, Neubaum & Shulman, 2009). Mye av æren for at det kommer et innovasjonssenter i Oppdal, må tilskrives NNH som har jobbet i flere år med å realisere en innovasjonsarena i utkanten av Trøndelag.

Arbeidet NNH har gjort over tid, og måten de ønsker at bygget skal gi økonomiske og sosiale ringvirkninger i Oppdal, kan relateres til samfunnsentreprenørskap. Utover å ha mål om å skape et nytt og moderne bygg i sentrum, har NNH også ambisjoner om at næringslivet, folk og gründere skal dra fordeler av innovasjonsarenaen. Samfunnsentreprenørskap dreier seg om å etablere ny virksomhet i form av aktiviteter, tjenester og institusjoner til fordel for lokalsamfunn (Borch, Førde, Rønning, Vestrum & Alsos, 2008). I noen tilfeller tar lokale innbyggere initiativ selv, og definerer et problem eller oppdager nye muligheter. I den forstand organiserer de sin egen utvikling for seg selv og lokalsamfunnet (Rønning, 2010). Det er særlig på det lokale stadiet NNH har arbeidet, og kan etter det Zahra et al. (2009) beskriver, ses på som *samfunnsbrikolører*. Samfunnsbrikolørene opererer i hovedsak i ett samfunn og motiveres til å identifisere behov lokalt. Disse personene har ofte lokalkunnskaper, vet hvilke ressurser som er tilgjengelige, og setter disse sammen på nye måter for å løse eventuelle utfordringer i lokalsamfunnet.

I tillegg til at samfunnsentreprenører blir ansett som viktig for steds- og næringsutvikling i lokalsamfunn, er også kommunen en viktig næringsaktør. I rollen som næringsutvikler, baserer kommunens arbeid på å legge til rette for vekst og nyetableringer i næringslivet. Rollen kommunen inntar som entreprenør blir ansett som viktig for næringsutvikling, og handler blant annet om å delta i utviklingsprosjekt i samarbeid med næringsliv og være tett på arenaen næringslivet opererer i. Særlig kommuners oppfølging av næringsplaner utgjør en viktig del av entreprenørrollen hos kommunen (Wekre & Jensen, 2020). Eksempelvis legger den strategiske næringsplanen i Oppdal føringer for hvordan kommunens arbeid med næring skal foregå i perioden 2019-2030 (Oppdal kommune, 2019). Mindre distriktskommuner følger næringsplanene sine tettere enn hva større kommuner gjør, og har større utfordringer i forbindelse med fraflytting og sysselsetting. På den måten blir planene et nødvendig virkemiddel for mindre kommuner for å sikre vekst (Wekre & Jensen, 2020).

2.2.3 Attraktive steder

Evnen steder har til å tiltrekke seg mennesker har vært en sentral del innen lokal og regional utvikling (Niedomysl, 2010). I løpet av de siste tiårene har distriktskommuner jobbet systematisk med å øke folketallet for å forhindre «døende» bygder og tettsteder. For å tiltrekke seg folk, og beholde innbyggere, må stedet inneha egenskaper som gjør at man ønsker å leve livet sitt der. Eksempelvis trenger folk en jobb å gå til, et sted å bo og tjenestetilbudet må være tilfredsstillende. Flere kommuner har de siste årene vært «frampå» og tilbudt slike goder for å tiltrekke seg nye innbyggere eller potensielle tilbakeflyttere (Grimsrud & Båtevik, 2016). Her kan vi trekke paralleller til omdømmebygging. Aarsæther (2010) beskriver omdømmebygging som tiltak kommunen gjør for å gjøre stedet attraktivt for næringsliv og som bosted. Omdømmebygging varierer fra sted til sted og kan eksempelvis dreie seg om å levere godt på områder som skole og helse, eller handle om å markere seg ved at kommunen er framtidsetta og «på hugget». I kampen for å snu flyttestrømmen mot de største byene, har omdømmebygging blitt et sentralt virkemiddel for å sikre folk ei framtid i distriktet (Follo & Villa, 2010). I tillegg til å sikre gode tjenester til lokale innbyggere i Oppdal, er særlig turister en gruppe kommunen ønsker å være attraktive for. «Place-branding», eller stedsmarkedsføring, handler nettopp om å bygge merkevaren ved et sted for å gjøre det kjent og være med i konkurransen om å gjøre steder attraktive (Anholt, 2010; Kavaratzis & Kalandides, 2015). I en årrekke har dette dreid seg om å gjøre Oppdal til en turistdestinasjon, hyttesteddestinasjon og friluftstedsdestinasjon. Som nevnt i kapittel 2.1.2, har «Oppdal så klart» vært brukt som slagord og logo.

Hva som gjør steder attraktive er ulikt. For de fleste av oss er tilgang på arbeid kanskje en av de viktigste faktorene for valg av bosted. I andre tilfeller er tilknytningen til et sted sterkt nok slik at arbeidssted kommer i andre rekke. Vareide (2018) deler attraktivitet inn i to typer; attraktivitet for bosted, og attraktivitet for næringsliv. Ulike faktorer som gjør steder attraktive som bosted, kan eksempelvis være stedets omdømme, tilgang på helsetjenester, boliger eller naturområder. Selv om enkeltfaktorer kan være viktig, skjer valg bosted normalt sett ikke på bakgrunn av enkeltstående tiltak, men ofte av den samlede vurderingen av stedets egenskaper (Lysgård & Cruickshank, 2016). I tillegg til å være attraktiv for bosted, må steder også inneha kompetanse og kunnskap for å være med i konkurransen om å trekke arbeidskraft til stedet. Et steds konkurranseevne er særlig forbundet med vekst i bedrifters og næringslivets økonomi, hvor kompetanse og innovasjonskraft er sentrale ingredienser for å skape et stabilt næringsliv (Huggins & Clifton, 2011). Evnen stedet har til å tiltrekke seg riktig kompetanse, arbeidskraft

og eventuelle bedrifter er derfor viktig for å øke konkurransevnen i handel og industri (Niedomysl, 2010). Vareide (2018) påpeker at de stedlige egenskapene også spiller en rolle for stedets attraktivitet i næringslivet. I Oppdal er det liten tvil om at naturressursene er kjernen i landbruket og skifernæringa. Også turisme- og opplevelsesdestinasjonen Oppdal baseres i stor grad på disse egenskapene. Videre belyser Vareide (2018) at stedets tilgang på næringsbygg og næringsarealer har betydning bedrifters attraktivitet. Dette er innovasjonssenteret et eksempel på. For Oppdal vil bygging av fritidsboliger også kunne føre til at stedet øker sin besøksattraktivitet, som igjen genererer penger i handelsnæringa.

Næringssammensetningen i Oppdal er av typen hvor attraktivitet er av betydning, særlig i handels- og turistnæringa. For at folk skal besøke Oppdal til fordel for andre turistdestinasjoner, må også stedet være attraktivt nok slik at folk vil bruke fritida si der. Ginting et al. (2016) forklarer dette med å utdype hvordan et steds særegenheter påvirker attraktivitet. Dersom stedet ikke har egenskaper som er unike eller uten karakter, vil de miste interesse. Steder som har gjenkjennelige særtrekk, vil derimot gjøre at stedet skiller seg ut. En vesentlig del av stedsutvikling i dag handler nettopp om å skape et image og dyrke det særegne og unike ved stedet som gjør at folk legger merke til det (Nyseth, 2013). I Oppdal har man i flere år «solgt» natur- og skiopplevelser til turister, primært på vinterstid. Dette har gjort økt besøksattraktiviteten som er positivt for handelsnæringa.

2.2.4 Sentrum som gjenstand for stedsutvikling

I mange suksessfulle distriktskommuner arbeides det aktivt med sentrumsutvikling og levende sentrum for å gjøre distriktssamfunn attraktive. En viktig del av attraktiviteten i distriktssamfunnene henger sammen med tilgangen på handel i sentrumsområdene, hvor en øking av handel, tjenesteytende næringsliv og etablering nye butikker ses på som viktige sentrumstiltak som gjenspeiler vekst i suksessfulle distriktskommuner (Espelien, 2019). Handelsnæringa er i dag en av de store næringene i Oppdal, hvor mesteparten av handelen skjer i sentrumskjernen. Tennøy, Øksenholt, Midtskog og Nore (2015) påpeker at tilgangen på handel og servicetjenester i sentrum er viktige komponenter for å sikre attraktive og levende sentrum. Handel trekker folk til sentrum, samtidig som mennesker i sentrum medfører handel. På denne måten blir tilgjengeligheten til butikker og tjenester en viktig forutsetning for at innbyggere og tilreisende skal bruke sentrum.

Selv om handel riktig nok er betydningsfull for turistdestinasjonen Oppdal, betyr det ikke at den eneste suksessoppskriften er flere kjøpesentre og parkeringsplasser i sentrumskjernen. Det er liten tvil om at butikkliv gir folkeliv i Oppdal sentrum, men det er også slik at store deler av sentrum har vært preget av vei og parkeringsplasser. Distriktssenteret (2017) påpeker at det ikke er handelsstanden alene som skal sikre levende sentrum, men at kommunen må legge til rette for andre aktiviteter i sentrum. Oppdal kommunes samfunnsdel (2010-2025) uttrykker at sentrum har vært preget av mange «grå» områder og parkeringsplasser:

For å gi rom for folkeliv må de mest attraktive områdene i sentrum forbeholdes folk. Det kan også utvikles et tettere og mer kompakt sentrum ved å omgjøre grå arealer til bolig og næring der det er attraktivt å gå i stedet for å kjøre bil mellom ulike funksjoner (Oppdal kommune, 2010).

Siden planen ble vedtatt i kommunestyret tilbake i 2010, viser tendensene i sentrum at enkelte element i planen er oppfylt. Eksempelvis, på tomten hvor innovasjonssenteret bygges, ble det etter omleggingen av E6 bygget en lekeplass. Selv om lekeplassen har gått på bekostning parkeringsplasser, har den bidratt til mer liv i sentrum. Et annet eksempel er den tidvis «døende» Høgmoparken rett utenfor sentrumskjernen som fått nytt liv med opprustning i form skiferdekke, benker og griller, i tillegg til en musikkpaviljong tilgjengelig for alle. Sammen med sentrumsgata, er dette tre eksempler hvor verken handel eller næringsliv er gjenstand for sentrumsutvikling.

3 Forskningsmetode

For å kunne svare på problemstillingen om hvordan et innovasjonssenter kan påvirke steds- og næringsutvikling, måtte jeg i datainnsamlingene henvende meg til aktører eller personer som kunne belyse dette. For å få innsikt i hvordan enkeltpersoner tenker og forholder seg til disse temaene, valgte jeg å benytte meg av en kvalitativ tilnærming, og nærmere bestemt intervjuer, i datainnsamlingen. I dette kapitlet vil jeg redegjøre for de ulike stegene kvalitative forskningsprosesser medfører. Kapitlet er delt inn i fire delkapitler hvor jeg i det første (3.1) tar for meg den kvalitative forskningsmetoden i sin helhet. I kapittel 3.2 vil jeg belyse det semistrukturerte intervjuets egenart og beskrive hvordan jeg rekrutterte informanter til prosjektet, samt hvordan gjennomføringen av intervjuene foregikk. I denne delen vil jeg også beskrive utvalgets størrelse. Følgelig vil jeg i kapittel 3.3 presentere arbeidet som fant sted i etterkant av intervjuene, med koding og analyse av intervjuene. I kapitlets siste del (3.4) vil jeg beskrive de forskningsetiske standpunktene jeg har vært nødt å ta stilling til. Her vil jeg redegjøre for viktigheten av informert samtykke, forskerens posisjon og makt, samt kvalitet i forskningen.

3.1 Kvalitativ forskningsmetode

Et viktig valg å ta i forskningsprosjekter er å bestemme hvilke metoder man ønsker å benytte seg av. Kvalitative metoder går i dybden av tema og søker å forstå hvorfor ting er som de er. Data tolkes i den settingen de befinner seg i, hvor forskerens tolkninger ses på som subjektive. Kvantitative metoder, derimot, søker etter å finne objektive og generaliserbare data hvor forskerens verdier ikke kommer til syne (Winchester & Rofe, 2016). Å ta i bruk intervju som metode i datainnsamlingen har vært avgjørende for at jeg fikk datamaterialet jeg trengte for å kunne si noe om steds- og næringsutvikling i Oppdal. Siden forskerens subjektivitet alltid vil være gjenstand i kvalitative tilnærminger, har jeg vært oppmerksom på at studien er en tolkende prosess som kan forstås og oppleves på forskjellige måter (Tjora, 2017).

3.2 Intervju og datainnsamling

En mye brukt metode for å generere data i kvalitative metoder er intervjuet. I enkel forstand handler intervju om å tilegne seg kunnskap om personers erfaringer og tanker gjennom samtaler. I situasjoner der forskeren ønsker å se et fenomen fra ulike perspektiver for å skaffe bred kunnskap om tema, vil intervjuet være en nyttig metode (Skilbrei, 2019). I datainnsamlingen ønsket jeg nettopp å se nærmere på hvordan ulike personer forholder seg til

steds- og næringsutvikling i Oppdal. På bakgrunn av det fant jeg det naturlig å gjennomføre intervju med aktører som har kunnskap om bygget som skal prege sentrum og Oppdal. Noe av styrkene til intervjuet er nettopp at de gir forståelse for menneskers meninger og holdninger, samtidig som det gir forskeren mulighet til å oppdage hva informanten legger vekt på og synes er viktig. Hvert enkelt intervjuer gir i så måte unike og særegne datamaterialer fordi ingen intervjuer er like. I den forstand er det viktig å påpeke at intervju ikke kan generalisere eller stadfeste en sannhet, men sier mer om hvordan et bestemt utvalg opplever og reflekterer om de temaene forskeren tar opp (Dunn, 2016).

3.2.1 Semistrukturerte intervju

I planleggingen av intervju og intervjuguiden, anså jeg det som mest naturlig å gjennomføre semistrukturerte intervjuer. I motsetning til strukturerte intervju, som er preget av en fastlagt struktur hvor alle informanter får samme spørsmålene i bestemt rekkefølge, er semistrukturerte intervju i større grad fleksible når det kommer til gjennomføring. Denne typen intervju tar i bruk en intervjuguide hvor spørsmål er forberedt på forhånd, men uten en bestemt rekkefølge (Bernard, 2006). Under intervjuene ønsket jeg å la informantene få så gode vilkår som mulig for å reflektere rundt de spørsmålene som ble stilt. Ved å følge intervjuguiden i intervjuet kunne jeg stille spørsmålene underveis som de passet i samtalen, i stedet for å følge en liste slavisk. I tillegg åpnet dette for at informantene kunne ta opp tema som jeg ikke hadde tenkt på før vi startet. Fordelen med å gjennomføre intervjuet på denne måten, er at det legger opp til en naturlig samtale hvor det tillates at både jeg og informantene kan komme inn på nye tema som er relevant for prosjektet (Bernard, 2006).

Før jeg kunne gjennomføre feltarbeidet, besto mye av forarbeidet å utforme intervjuguiden (se vedlegg 2) som skulle peke ut retningen i de semistrukturerte intervjuene. Siden ingen intervju er like, vil forberedelser variere i henhold til de man intervjuer. Derfor ble det utformet fire forskjellige intervjuguiden av hensyn til informantens bakgrunn, arbeidssted og ambisjoner tilknyttet innovasjonssenteret og steds- og næringsutvikling i Oppdal. For å legge til rette for en naturlig oppbygning i intervjuet, hadde intervjuguidene fire-fem ulike tematiske inndelinger med ulik refleksjonsgrad og struktur. I oppvarmingsspørsmålene ønsket jeg å vite hvem informantene var, og spørsmålene var enkle og konkrete for å skape en trygg og god relasjon mellom oss. Deretter kunne jeg stille mer reflekterende spørsmål som krevde at informantene gikk mer i dybden i de forskjellige temaene. I mange tilfeller fant jeg det nødvendig å stille oppfølgingsspørsmål for å enten vite mer om det informantene fortalte om, eller for å forsikre

meg om at jeg hadde forstått dem rett (Skilbrei, 2019). I andre tilfeller var det ikke nødvendig, fordi informantene reflekterte godt rundt spørsmålene. På den måten unngikk jeg at informantene gjentok seg selv mer enn nødvendig. Mot slutten spurte jeg om informanten hadde noe mer han eller hun ønsket å fortelle for å runde av intervjuet på en naturlig måte. I tillegg ga det informanten mulighet til å fortelle mer om noe som ikke hadde blitt nevnt tidligere i samtalen.

Å benytte seg av semistrukturerte intervju, ga meg også rom til å tilpasse intervjuet etter hvert som de utviklet seg, for å oppnå god flyt i samtalen. Særlig i starten av hver del, eller tema, fant jeg det behagelig å ha konkrete hovedspørsmål som ledet an til en samtale om temaet som ble tatt opp. Etter hvert som jeg ble varm i trøya, ble det lettere å stille gode oppfølgingsspørsmål som oppfordret informantene til å reflektere i større grad. På den andre siden, erfarte jeg at bruk av intervjuguider krever et presist språk som gjør at informantene oppfatter spørsmålene likt det jeg gjør (Dunn, 2016). I noen tilfeller var det krevende å stille oppfølgingsspørsmål basert på stikkord, noe som gjør at det kan tenkes om de ville svart annerledes enn de gjorde. Likevel tror jeg ikke det er av veldig stor betydning, da flere av informantene spurte hva jeg mente når de ikke forsto spørsmålet. I tillegg er ikke studien opptatt av å kun vise forskjeller blant informantene, og på den bakgrunn vurderte jeg det til å være av mindre betydning.

3.2.2 Valg av informanter

Arbeidet med å rekruttere informanter til intervjuene var basert på aktører tilknyttet til innovasjonssenteret og næringslivet i Oppdal. Valg av informanter baseres i stor grad på undersøkelser gjort på forhånd der man prøver å finne personer som antas å ha kunnskap og informasjon om et valgt tema (Bernard, 2006). Siden oppgaven handler om et innovasjonssenter i Oppdal, var det aktuelt å intervjuere aktører fra offentlig og privat sektor som har tilknytning til prosjektet, og for å undersøke hvordan ulike ambisjoner og holdninger synliggjøres i intervjuene. Siden planene om et bygget ble lansert i 2016, har prosjektet likevel møtt motstand. Tanken om å skape en møteplass for næringsliv og folk har høstet begeistring blant lokalbefolkningen, men flere uttrykker at bygget er for massivt og at plasseringen i sentrum er feil. Den største misnøyen kan derfor relateres til høyden og tapet av parkeringsplasser bygget medfører. Til tross for at det finnes motstandere til plasseringen av innovasjonssenteret i sentrum, ønsket jeg imidlertid å komme i kontakt med aktører som så nytten av en innovasjonsarena i sentrum. Derfor kontaktet jeg Oppdal kommune, Nasjonalparken Næringshage, Oppdal Næringsforening, treningssenteret Spenst Oppdal, Siva og Oppdal

Klatre- og fjellsportsklubb. Aktørene er ikke like sterkt tilknyttet innovasjonssenteret per nå, men prosjektet blir sett på som positivt blant samtlige. Utvalget baserer seg derfor på et «strategisk utvalg», hvor informantene ble valgt ut ifra kvalifikasjoner de har som er strategisk i henhold til problemstillingen (Thagaard, 2013).

Stratford og Bradshaw (2016) hevder at det er få regler knyttet til størrelse på utvalg i kvalitative studier. I stedet må det som trengs av kunnskap, hvem hensikten med forskningen er for, samt logistikk og ressurser spille en rolle. Samtidig belyser Skilbrei (2019) at i spørsmålet om hvor mye data kvalitative forskning behøver, avhenger av hvor stort omfang og størrelse studien har, og at dette er et valg forskeren må ta. For å svare på problemstillingen anså jeg det som viktig å finne bedrifter og fagpersoner som hadde en vesentlig rolle i planleggingen av innovasjonssenteret i Oppdal. På denne bakgrunn var det ikke av like stor interesse å ha et større utvalg som var basert på hva, for eksempel, lokalbefolkningen mente bygget kunne bidra til. Jeg sendte derfor en invitasjon til seks ulike aktører som jeg vurderte kunne gi et mangfoldig datamateriale. Jeg vurderte det dit hen at disse seks kunne gi meg en god oversikt over næringslivet i Oppdal, samtidig som det ville gi meg unik kunnskap om innovasjonssenteret. Etter hvert som prosjektet utviklet seg, kunne jeg gjerne med fordel intervjuet andre personer i næringslivet i Oppdal, eller personer tilknyttet reiselivet. I valg av aktører som skal inn i innovasjonssenteret, kunne jeg også ha valgt noen andre av de jeg gjorde, som kunne gitt andre resultater i studien. Jeg vil likevel påpeke at utvalget har vært fullstendig nok til at jeg kan si noe om hvordan et innovasjonssenter kan påvirke steds- og næringsutvikling i Oppdal.

Rekrutteringen av informanter skjedde via e-post og SMS. Siden jeg ikke hadde alle e-postadressene tilgjengelig, tok jeg kontakt via SMS. Da jeg fikk tilbakemelding på at de ønsket å vite mer, ble utfyllende informasjon om studien sendt på e-post. Ifølge NSD har man informasjonsplikt til personer man henter opplysninger om (Norsk senter for forskningsdata, 2018). I e-postene presenterte jeg meg selv, studiens formål og hvorfor jeg ønsket å intervju dem. Crang og Cook (2007) anbefaler også at det informeres om grad av anonymitet, om lydopptak av intervjuet er å foretrekke, samt hvordan personopplysninger behandles. Det ble derfor lagt ved et detaljert informasjonsskriv og et samtykkeskjema (se vedlegg 1) for å klargjøre for informantene hva det innebærer å delta, behandling personopplysninger og hvilke rettigheter de har i forbindelse med studien. For å få godkjenning til å intervju deltakerne, skrev de under på et samtykkeskjema før intervjuene ble gjennomført.

3.2.3 Gjennomføring

Intervjuene fant sted i Oppdal og Trondheim i desember 2019 til februar 2020. Siden intervjuprosessen kan være tidkrevende og omfattende, erfarte jeg at det var behagelig å ha god tid mellom intervjuene hvis det lot seg gjøre. Valg av dato og intervjusted ble forsøkt å være på informantenes premisser. Når deltakerne sa de ønsket å delta i studien, lot jeg informantene velge et tidspunkt og sted som passet for dem og deres timeplan. Det er vanskelig å si hvor man bør foreta intervjuer og hva som er det «riktige stedet», men å legge forholdene til rette for informantene, er et godt sted å begynne (Bernard, 2006). De fleste intervjuene fant sted på informantenes respektive arbeidsplasser, mens ett foregikk på en kafé. I ettertid ser jeg at valget av kaféen bød på noen utfordringer i transkriberingen, men siden informanten ønsket det, var det naturlig. Intervjuene varte fra 30 minutter til en time, hvor vi i tillegg hadde en samtale om prosjektet. Her opplevde jeg informantene som nysgjerrige og hjelpsomme om det skulle være noe mer jeg trengte hjelp med. I noen tilfeller fikk jeg tips om andre aktører å kontakte dersom jeg skulle ha behov for flere informanter.

I e-postene hadde jeg uttrykt et ønske om å benytte lydopptak for å dokumentere intervjuet. Samtlige informanter var villige lydopptak, noe som bidro til å lette arbeidet betraktelig i etterkant. Bruk av lydopptak frigjør forskeren fra å notere underveis i intervjuet, og åpner opp for en mer naturlig samtale. I stedet for å ha fokus på å skrive ned alt som blir sagt, rettes oppmerksomheten og blikket mot informanten. På denne måten var det lettere for meg å vise en interesse og tilstedeværelse overfor informanten. I tillegg til at semistrukturerte intervju kan tilpasses ulike situasjoner, gir også bruk av lydopptak muligheten til at forskeren i stedet kan forberede neste spørsmål og justere underveis (Dunn, 2016). Selv om en informant viste litt usikkerhet da jeg spurte om å ta lydopptak av samtalen, er lydopptak likevel å foretrekke, dersom informanten samtykker, siden intervjueren også har muligheten til å registrere kroppslige bevegelser og uttrykk (Thagaard, 2013). Lydopptak ga meg som forsker ro og tid til å fokusere på det informanten sa, som i tillegg kunne gitt informanten inntrykket av at jeg som forsker var mer «til stede» og interessert i det han eller hun sa.

3.3 Etterarbeid

Etter å ha gjennomført seks intervjuer, hadde jeg lydfiler som måtte transkriberes. Transkribering av intervjuer er en prosess som innebærer å omgjøre lydopptak til tekstmateriale ved å gjengi alt som blir sagt i en samtale (Dunn, 2016). For å lette arbeidet med analysen i

etterkant, er det viktig å få intervjuet «ned på papiret» og skaffe en oversikt over datamaterialet (Bernard, 2006). Siden jeg hadde god tid mellom hvert intervju, kunne jeg transkribere dem rett etter de fant sted. Jeg opplevde det som gunstig å transkribere i nærmeste framtid fordi jeg hadde samtalen frisk i minne. Samtidig er det å foretrekke å transkribere selv fordi det gir forskeren muligheten til å komme tettere inn på datamaterialet, og hvor man selv husker reaksjoner og gestikuleringer. I tillegg setter transkriberingen i gang tanker hos forskeren ved at man begynner å forberede analysen (Skilbrei, 2019). Selv om transkriberingen var en tidkrevende prosess med langvarig konsentrasjon, ga det meg mulighet til å bearbeide materialet på min måte. Jeg ble også oppmerksom på hvordan informantene ordla seg, fordi de ikke alltid fant de rette ordene og avbrøt seg selv. Dette valgte jeg å ta med i analysen fordi det tyde på at informantene er usikre eller sliter med og ordlegge seg. Om det er tilfellet, kan det diskuteres om det vil være av betydning for analysen (Tjora, 2017).

3.3.1 Analyse og koding

Arbeidet med å bearbeide og skape mening i datamaterialet besto videre av å tolke innholdet i intervjuene. For å sortere informasjon og få en oversikt over de transkriberte intervjuene, begynte jeg å kode dem. I bunn og grunn handler koding om å finne detaljer i datamaterialet som kan ses i et større perspektiv ved at forskeren undersøker hvilke tema og mønstre som går igjen i intervjuene. Hva som skal bli kodet, henger sammen med problemstillingen og funn, og i mange tilfeller er det hensiktsmessig å ta utgangspunkt i temaene intervjuene og intervjuguiden (Skilbrei, 2019). Jeg valgte derfor å ha et fokus på det Thagaard (2013) kaller en temasentrert tilnærming. I dette ligger det at funnene presenteres i henhold til sentrale temaer i datamaterialet. Et sentralt poeng er å undersøke hvordan informantene reflekterer rundt temaene som skiller seg ut, og gå i dybden av disse.

Etter å ha kodet samtlige intervjuer, var det spesielt fem tema som ofte ble nevnt blant informantene. Ikke overraskende ble innovasjonssenteret, sted- og stedsutvikling, næring- og næringsutvikling og vekst sentrale tema siden jeg spurte om det i intervjuene. Et tema som flere informanter også vektla, var sentrum og dens betydning. For å kunne sette disse i sammenheng i analysen, anbefaler Bernard (2006) at man ser over materialet flere ganger, gjerne skriver dem ut og forsøker å gå dypere inn i dem. Målet med analysen er på mange måter å danne seg meninger og forstå funnene som er gjort i dataene for å svare på problemstillingen til oppgaven (Skilbrei, 2019). Etter å ha kodet, markert og delt materialet inn i relevante tema, kunne jeg se disse i sammenheng med relevant teori i analysen.

3.4 Forskningsetikk og kritiske refleksjoner

3.4.1 Informert samtykke og konfidensialitet

Før jeg kunne starte med intervjuene, måtte jeg sørge for at potensielle deltakere hadde fått god nok informasjon om prosjektet til å vite hva de tar del i. Som nevnt i kapittel 3.2.2, ble informert samtykke gitt i form av underskrift på samtykkeskjemaet jeg sendte ut på forhånd (se vedlegg 1). Informert samtykke innebærer at deltakere har fått nok informasjon om studien til at de på det grunnlag godkjenner å delta i forskningsprosjekt. Noe av det viktigste med tillatelsen informantene gir, er at forskeren må sørge for at ingen tar skade av forskningen. Siden det er frivillig å delta og at folk har rett til å bestemme selv, kan deltakerne velge å trekke samtykke uten å oppgi grunn. utfordringer oppstår dersom prosjektet blir endret underveis. Hvis prosjektet går i en annen retning enn først antatt, må forskeren sørge for at det informerte samtykket også gjelder i hele studien (Skilbrei, 2019). Jeg opplevde informantene som lite skeptiske til prosjektet siden tematikken ikke ble oppfattet som sensitiv. Verken sensitive personopplysninger eller overraskende funn kom fram i intervjuene, og jeg erfarte at samtykkeskjemaet gjenga studiens formål. Likevel bør man som forsker vise respekt for informantene og reflektere om funnene presentert i analysen kan ha negative konsekvenser for informantene i framtiden (Crang & Cook, 2007).

I informasjonsskrivet ble det gitt en orientering om hvordan personopplysninger og datamateriale ble håndtert. Prinsippet om konfidensialitet handler om at alle opplysninger om informantene må oppbevares utilgjengelig for allmennheten. I tillegg hviler det et ansvar på forskeren som innebærer at datamaterialet behandles av forskeren alene, og ingen andre (Dowling, 2016). I et av intervjuene ble det nødvendig å presisere hensikten med intervjuene og bruk av lydopptak for å klargjøre for informanten at det var kun ment for mine ører. I tillegg bør forskeren strebe etter å anonymisere deltakerne i forskningsprosjekt, dersom det lar seg gjøre. I noen tilfeller kan det være vanskelig å anonymisere personer som opptrer i offentligheten (Dowling, 2016). Jeg klargjorde i informasjonsskrivet at jeg ønsket å bruke arbeidsplassen deres i prosjektet, men at jeg ville anonymisere informantene ved å gi de fiktive navn. Siden Oppdal er et relativt lite sted hvor mange kjenner hverandre, er det mulig at lokalkjente som leser oppgaven kan kjenne de igjen. Det var på det grunnlag viktig å presisere at jeg ikke kunne garantere full anonymitet ved å bruke arbeidssted i oppgaven. Dersom jeg hadde utelatt arbeidsstedet, ville det ført til at deler av analysen hadde vært mangelfull. Som

noen av informantene også påpekte, anses ikke prosjektet som å være av stor risiko eller sensitiv, noe som kanskje gjorde bruk av arbeidssted ble mindre «skummelt».

3.4.2 Forskerens posisjon og makt

Feltarbeidet ble for det meste gjennomført i Oppdal hvor jeg hadde kjennskap til noen av informantene mine på forhånd. Forskning i kjente omgivelser krever en åpenhet og refleksjon av den grunn at tilknytning til sted, personer og miljø kan spille en rolle for hvordan forskeren tolker og oppfatter datainnsamlingen (Thagaard, 2013). Fra starten av prosjektet har jeg forsøkt å opprettholde en profesjonell tilnærming til det å skulle forske i hjemkommunen og nærmiljøet mitt. Før jeg startet rekrutteringen av informanter, var jeg innforstått med at jeg kom til å møte personer som jeg på en eller annen måte kjenner eller vet om. Som vararepresentant til kommunestyret har jeg også vært med på å behandle saker som relateres til innovasjonssenteret. På det grunnlag har det vært viktig å vurdere om disse aspektene kan komme til å ha noe å si for feltarbeidet, tolkning av data og analyse.

Min posisjon som «oppdaling» og oppvokst i kommunen gir meg kunnskaper om stedet som en utenforstående ikke nødvendigvis ville hatt. Dowling (2016) betegner dette som en «insider» fordi man har kjennskap til eller kan sammenligne seg med informantene. Ofte kan forskerens posisjon spille en rolle for hva informantene forteller i intervjuet, og dersom forskeren er på innsiden kan de ofte snakke mer fritt. Det å være kjent i Oppdal hadde nok en betydning i noen intervjuer fordi informantene ofte refererte til steder eller tema som jeg som «insider» forsto og hadde kunnskap om, men som en «outsider» nødvendigvis ikke ville forstått. Siden jeg har tilknytning til Oppdal, kan det også tenkes at informantene på det grunnlag dannet seg en formening om meg, som igjen kunne påvirket hva de ønsket å fortelle i intervjuet. Det er derfor forsøkt å belyse viktigheten av at man reflekterer over og er bevisst på egen posisjon i forskningen, spesielt med tanke på hvordan forskeren tolker dataene, men også hvordan informantene forholder seg til intervjusituasjonen.

Et annet aspekt med kvalitativ forskning omhandler maktforholdet som oppstår mellom forsker og deltaker. Siden sosiale relasjoner oppstår i kvalitativ forskning, vil alltid makt spille en vesentlig rolle for forskningen. Som ung og uerfaren intervjuer, ble det derfor viktig for meg å reflektere over hvordan eventuelle sosiale forhold kan påvirke intervjusituasjonen. I noen intervju opplevde jeg det Dowling (2016) hevder er asymmetriske maktforhold. Siden jeg ikke er noen ekspert på enkelte tema intervjuene tok opp, men at informantene er det, opplevde jeg

å få kunnskap som er av vesentlig betydning for prosjektet. På den andre siden gjennomførte jeg intervjuer hvor maktforholdet kan sies å være mer gjensidig. Gjensidig forhold kjennetegnes ved at forskeren og deltakeren har like sosiale posisjoner, samt at begge får noe ut av forskningen. Jeg opplevde at noen informanter var svært positive til at jeg skulle skrive om innovasjonssenteret, og så på min oppgave som en mulighet for å løfte det fram enda mer. Prosessen med å få til et innovasjonssenter har møtt mye motstand fra flere hold grunnet valg av sted, og noen informanter synes at det var oppløftende at jeg skriver om fordelaktige sider ved bygget.

Ut ifra de ulike maktforholdene som er forklart, opplever jeg ikke at de er av stor betydning for prosjektet. Verken sårbare eller vanskelige tema har blitt tatt opp i intervjuene, og jeg opplevde intervjuene som naturlige og med god flyt. Jeg var også opptatt av at intervjuet skulle være ryddig for informanten. Derfor hadde jeg før hvert intervju en liten samtale med informantene der jeg forklarte litt mer om prosjektet og hensikten med intervjuet for å skape en trygg ramme og setting. Likevel vet man aldri hvordan forholdet mellom forsker og deltaker kan påvirke resultatene. Om de forteller det de tror jeg vil høre, eller om de ville fortalt noe annerledes til en utenforstående er vanskelig å si. Uansett hvor åpen forskeren er, vil alltid relasjonen mellom intervjuer og informant være preget av den sosiale relasjonen (Thagaard, 2013). Det er derfor avgjørende at man i hele forskningsprosessen stiller seg noe kritisk og reflekterende over egen posisjon i forskningen.

3.4.3 Kvalitet i forskningen

En av de store utfordringene i kvalitative studier er å gjennomføre en forskning som er etisk forsvarlig for alle berørte parter (Bernard, 2006). Dette gjelder ikke bare i feltarbeidet og analysen, men også i tiden etter hvor publiseringen finner sted. Et viktig poeng hva forskningens kvalitet gjelder, er validiteten i prosjektet, altså om dataene er relevante og gyldige for forskningens mål. Vi skiller mellom intern og ekstern validitet der den interne validiteten handler om å avdekke om forskeren har støtte for resultatet i studien, mens ekstern validitet tar for seg hvorvidt funnene i studien er relevante, eller overførbare, i andre sammenhenger (Skilbrei, 2019). På en måte kan det være vanskelig å si om prosjektet har fått «støtte» fra andre, da det kun er jeg som har direkte tilknytning til denne studien. Likevel oppleves ikke funnene i intervjuene som veldig kontroversielle eller overraskende, og på den måten tror jeg ikke resultatet vil kunne være av problem for de involverte. Her vil jeg derimot igjen presisere viktigheten av at man reflekterer rundt forskerens posisjon i studien. Overførbarheten til

prosjektet, vil jeg på den andre siden hevde, kan ses i sammenheng med andre tilsvarende steder med samme «utfordringer» som Oppdal.

Ofte gjennomfører forskere intervju med enkeltpersoner av den hensikt å trekke konklusjoner som gjelder flere (Skilbrei, 2019). På bakgrunn av at jeg har seks informanter i mitt datamateriale, vil det ikke være nok til å kunne trekke konklusjoner og generalisere, eller stadfeste, en sannhet (Bernard, 2006). Som presisert i forrige avsnitt, er det er likevel muligheter å se sammenhenger med lignende studier. I tilfellet med min studie kan det kanskje være mer riktig å vurdere prosjektets overførbarhet, noe Skilbrei (2019) hevder kan være vel så riktig som generalisering, validitet og relabilitet.

4 Innovasjonssenteret – mulighetenes bygg i Oppdal?

I januar 2021 står «Oppdal innovasjonssenter» ferdig i hjertet av sentrum. Det er liten tvil om at det kommende bygget har opparbeidet seg høye forhåpninger blant informantene om hva det kan tilføre Oppdalssamfunnet. For å belyse noen av disse tankene, gjengir jeg i dette kapitlet de viktigste empiriske funnene fra datainnsamlingen, ut ifra en temasentrert tilnærming (Thagaard, 2013), og diskuterer disse i henhold til relevant teori og eksempler om steds- og næringsutvikling. I kapitlets første del (4.1) vil jeg derfor gjøre rede for bakgrunnen og formålet til innovasjonssenteret ut ifra informantenes ståsted. Kapittel 4.2 går nærmere inn på næringsutvikling og stedsutvikling i Oppdal, og hvordan attraktivitet spiller en rolle. Siden innovasjonssenteret vil prege Oppdal sentrum, og informantene beskriver sentrum som en viktig del av stedsutviklingen i Oppdal, vil jeg i kapittel 4.3 belyse endringene sentrum har gjennomgått de siste årene, før jeg til slutt i kapittel 4.4 kommer med noen betraktninger om innovasjonssenteret.

4.1 Oppdal Innovasjonssenter



Figur 4.1: Illustrasjon av innovasjonssenteret i sentrumsgata. (Hentet fra <https://siva.no/2019/09/vil-bety-mye-for-oppdal/>)

De siste 15 årene har det skjedd store forandringer i Oppdal sentrum. I 2007 fikk tettstedet et etterlengtet kulturhus, Skifer Hotel ble ferdigbygd i 2010, den nye idrettshallen ble tatt i bruk i 2019 og neste år kommer innovasjonssenteret. Byggeaktiviteten har med andre ord vært stor de siste årene, særlig i sentrumsområdet. E6 gjennom Oppdal sentrum var lenge et ønsket element

å flytte for å skape mindre trafikk i gatene, og mer liv i sentrumskjernen. Etter flere år med diskusjoner og planlegging, ble «nye E6» åpnet høsten 2015, i utkanten av sentrum. Områdene hvor den gamle veitraseen hadde gått, ble omgjort til næringsarealer, og senere ble to tomter lagt ut for salg i et de mest attraktive områdene i sentrum. Nasjonalparken Næringshage (NNH) hadde på denne tiden ytret et ønske om å skape et lokalt tyngdepunkt for næringsliv og folk i Oppdalsregionen. Et innovasjonssenter, eller en arena for ideutvikling, kunnskapsdeling og en møteplass for folk og næringsliv. Da de ikke fant eksisterende lokaler, ønsket de å bygge et nytt bygg på tomtene i sentrum. For å finansiere prosjektet, inngikk de et samarbeid med Siva, som inngikk en opsjonsavtale med Oppdal kommune om å kjøpe de to tomtene hvor gamle E6 gikk. På bakgrunn av kjøpet av tomtene, utviklet NNH og Siva «Oppdal Innovasjonssenter» (Nasjonalparken Næringshage, u.å.).

Nesten et år etter «Oppdal Innovasjonssenter» skulle stå ferdig, ble det første spadetaket på tomta tatt høsten 2019. Som nevnt i kapittel 3.2.2, har misnøyen mot innovasjonssenteret i sentrum vært stor blant enkelte, som har resultert i usikkerhet og forsinkelser i planene for bygget. Ingrid fra NNH forteller at folk har vært mer nysgjerrige på om det ble et bygg eller ikke, og at det har vært krevende å nå fram med hva innholdet i senteret skulle være i tiden før byggingen startet. I kjølvannet av dette ble det derfor vanskelig å konkretisere hva bygget egentlig skulle inneholde. Da byggingen ble iverksatt, kom imidlertid spørsmålene om innhold på løpende bånd. Ingrid presiserer at innovasjonssenteret skal være en møteplass for folk. Både en profesjonell møteplass for idegenerering, deling og bygging av kompetanse, men også for aktivitet i sentrum. Intensjonen er å samle kompetanse og ressurser i et større fagmiljø for å gi støtte og drahjelp til gründere eller andre som ønsker å iverksette en ide. I senteret vil både næringsliv, treningssenter og kontor- og møtelokaler være å finne i et «coworking-miljø», mens et skaperverksted vil ha utstyr folk kan bruke for å få fart på ideen man har tenkt på, men ikke hatt ressurser eller utstyr til. I tillegg kommer et unikt klatretårn på 26 meter som vil ha en av Norges høyeste klatrevegger (Oppdal Innovasjonssenter, u.å. a). «Innovasjonssenteret handler om å få til et synlig bevis, og få til en dedikert arena for innovasjon og utvikling som har tilbud og aktiviteter til alle målgrupper» (Ingrid, NNH).

4.1.1 Behovet for en innovasjonsarena

I 2012 ble NNH opprettet for å være en samarbeidspartner og støttespiller for næringslivet i Oppdal. Etter hvert som næringshagen fikk et større nettverk med oppdrag og økt aktivitet, begynte de daværende lokalene å bli utfordrende. Ingrid forteller at lokalene var små og lite

gunstige for samarbeid i grupper og møtevirksomhet; «Hver gang vi skulle lage en aktivitet, enten det var et frokostmøte, en workshop, eller et seminar, så måtte vi ut av huset [...]. Deretter måtte vi rigge stedet til å passe med formålet». Ideen om å opprette et innovasjonssenter bunner, for det første, ut i behovet for mer funksjonelle lokaler tilpasset næringshagens aktiviteter. Videre forteller hun at aktører på små steder som Oppdal opplever at det er vanskelig å nå fram til større aktører i regionen. På bakgrunn av dette kom ideen om å samle ressurser og kunnskap på et sted, og mer konkret, skape et lokalt tyngdepunkt og en samarbeidsarena for næringslivet i Oppdal, men også for å trekke eksterne bedrifter og kompetanse til kommunen.

I planleggingsfasen, brukte NNH mye tid på å kartlegge interessen for en innovasjonsarena. Ingrid forteller om to sentrale faktorer som gjorde det mulig å få til et innovasjonssenter. For det første gjennomførte NNH undersøkelser blant hytteeiere i kommunen der de stilte spørsmål om hvorvidt de hadde en jobb, ressurser eller kompetanse de kunne tenke seg å inkludere mer i Oppdal. Flere av hytteeierne ga uttrykk for de kunne tenke seg å involvere seg mer i Oppdal på jobbfronten, enten ved å flytte bedriften permanent eller styre den delvis fra kommunen. Den andre faktoren henger sammen med campus-sammenslåingen ved NTNU. Som et knutepunkt fra sør, nord og vest blir Oppdal et naturlig møtested for ansatte ved NTNU. På samme tid har det vært ønsket å få til et samarbeid med universitetet, og få inkludert større deler av universitetsmiljøet i Oppdal. Å rigge en arena for å trekke «hytteoppdalinger» hit i større grad, samt å trekke kompetanse, fagmiljø og aktivitet til kommunen sier Ingrid en stor mulighet for Oppdalsregionen.

NNH arbeidet videre med å finne lokaler tilpasset aktiviteter og innovasjon. Etter flere forsøk på å finne eksisterende steder å opprette et innovasjonssenter, ble tomtene som lå ute for salg i sentrum, av interesse. For å finansiere prosjektet, presenterte NNH planene for Siva. Som nevnt i kapittel 2.2.1, er mindre kommuner i større grad avhengige av hjelp for å nå sine utviklingsmål, og Andrea fra Siva meddeler at mye av Sivas prosjekter ligger utenfor de store byene; «Mens distriktpolitikken tilsier at det er vanskeligere å få inn fri kapital på mindre steder, så det er rett og slett større usikkerhet med å føre opp bygg der, og der kan vi være virkemidlet». Andrea understreker at henvendelsene alltid kommer fra aktøren selv, og at de vurderer prosjektene opp imot kriterier de har for investeringer. «Vi bedømmer prosjektets «godhet». Altså er det prosjektet her «liv laga»? Vil det føre til aktivitet, flere arbeidsplasser, eller opprettholde behovet?». Videre forteller hun at arbeidet NNH har gjort over flere år, har gitt resultater og generert aktivitet i Oppdal, og i den forbindelse traff Siva sin investeringsbeslutning.

Samarbeidet mellom ulike næringsaktører har vært god; NNH har rigget prosjektet, Oppdal kommune har tilrettelagt for areal- og byggesøknader, mens Siva står som eier av bygget.

Muligheten til å få bygd et innovasjonssenter ble betydelig større da flere lokale bedrifter ble hektet på i prosessen. Gründerbedriften og ekstremспортbutikken «VPG» (Vertical Playground) hadde et behov for større lokaler, og ønsket å leie tusen kvadrat. På samme tid kom ideen om et klatresenter. Ingrid forteller at prosjektet med en gang fikk litt mer «substans» med en leietaker som skulle ha mange kvadrat. I kjølvannet av dette, kom treningssenteret Spent Oppdal på banen. Trine ved Spent forteller at de gamle butikklokalene de har i dag ikke er tilpasset treningssenter og er lite funksjonelle. «Det her er ikke ordnet og bygget for et treningssenter, og det er mye støy som følger med». Selv lokalene i innovasjonssenteret blir mindre, vil de være tilpasset den belastningen treningssentre gjerne medfører, og Trine tror at dette på mange måter kan bli en ny start for bedriften. Fredrik fra Oppdal Fjell- og Klatreklubb understreker at et klatresenter vil representere noe helt nytt for deres del, og forteller; «Vi har liksom ikke en klatrevegg i dag, men et lite buldrerom. Så vi har egentlig alltid hatt lyst på et bedre og større lokaler». Begge nevner at synligheten i sentrum, er fordelaktig. «Så for oss er det helt ideelt at det er midt i sentrum og veldig synlig, da. Alternativet er at du har en klatrevegg i enden av en idrettshall som kanskje er litt bortgjemt» (Fredrik, Oppdal Klatre- og fjellsportsklubb).

4.1.2 Et lokalt tyngdepunkt for og med folk

Som nevnt i kapittel 3.2.2, er datainnsamlingen i oppgaven basert på seks intervjuer med personer tilknyttet innovasjonssenteret eller næringslivet i Oppdal. Av de seks, arbeider fire av dem med steds- eller næringsutvikling i Oppdalsregionen. Oppdal kommune er en næringsaktør som skal legge forholdene til rette for steds- og næringsutvikling. Hvordan kommuner organiserer arbeidet med næringsutvikling er forskjellig. Noen kommuner har næringsutviklere underlagt kommunedirektøren, mens andre har lagt arbeidet til andre kommunale selskap (Kommunal- og moderniseringsdepartementet & Distriktssenteret, 2018). Slik er det i Oppdal, der deler av ansvaret har blitt gitt til NNH, hvor kommunen også bidrar økonomisk. Mens NNH ofte jobber *i* bedriftene for å utvikle dem, forteller Erik fra Oppdal Næringsforening (ONF) at de jobber *for* eller på vegne av bedrifter. Også de med tett samarbeid med kommunen. Siva fungerer som en støttespiller og et virkemiddelapparat for å få i gang vekst og næringsutvikling, særlig i distriktet. Treningssenteret og klatreklubben kommer inn i bygget med økonomiske interesser. Selv om alle informantene uttrykker at de ønsker at innovasjonssenteret skal bli til

et attraktivt sted for lokalbefolkning og tilreisende, vil spesielt treningssenteret og klatreklubben være avhengige av gode driftsresultat for å kunne opprettholde tilbud og aktivitet, og ser på økonomisk vekst som et sentralt mål. Dette gjør naturlig nok at informantene har noe ulike mål og ambisjoner med innovasjonssenteret. Dette vil redegjøres for i denne delen.

Det er enighet blant informantene at innovasjonssenteret skal være arenaen for folk som vil teste ut nye ideer og å gjøre ord om til handling. Navnet på bygget tilsier at det skal drives med innovasjon som enkelt forklart handler om å finne nye løsninger, skape nye produkter, tjenester eller finne andre produksjonsmåter (Mitra, 2012). På sikt er et av målene NNH satt seg at innovasjonssenteret skal bidra til å etablere en innovasjonskultur, slik at det blir lettere å dra i gang utviklingsprosjekter.

Gjennom virksomheten vår, rigger vi også en sånn inkubator-løsning der vi bruker deler av midlene vi får gjennom næringshageprogram. Vi vil og rigge et lokalt investeringsfond til å trekke oppstartsbedrifter hit slik at vi får et oppstartsmiljø. Så vår jobb blir både å drifte det, og skape arrangementer og aktivitet som gjør det til den møteplassen for næringsliv, som er intensjonen (Ingrid, NNH).

Andrea fra Siva meddeler at slike faktorer kan være avgjørende for til at folk lykkes i tøffe markeder, og belyser at det å ta del i større nettverk, kan gjøre at risikoen oppleves mindre. Enkeltaktører driver derfor sjeldent med innovasjon og nyskaping alene. Ofte skjer dette i nettverk som knytter dem økonomisk og sosialt (Mitra, 2012). For å realisere muligheter til næringsvirksomhet, belyser Rønning (2010) viktigheten av at lokalsamfunn og nettverk støtter opp om nye ideer og virksomheter. Har gründeren et større nettverk han eller hun kan hente kunnskap fra, tilgang på ressurspersoner og samarbeidspartnere, samt at lokalsamfunnet viser engasjement, blir det lettere å lykkes med ideen man har. Ingrid forteller at det allerede er to personer fra Oslo-området som har tatt med seg jobben til Oppdal, fordi de har lest om innovasjonssenteret. En av hovedargumentene for å flytte hit var at de opplevde risikoen som mindre ved å være tilknyttet nettverket i innovasjonssenteret.

Samtidig som bygget er forbeholdt butikklokaler og verksted, vil innovasjonssenteret også ha moderne møterom- og kontorfasiliteter. Andrea fra Siva forteller at Oppdal ikke har mange gode og funksjonelle kontorlokaler, og tror bygget vil løfte standarden i sentrum betraktelig. Hun belyser videre hvordan løsningene med faste og fleksible kontorarbeidsplasser kan bidra

til mer besøk i kommunen, også i ukedagene. «Hvis du for eksempel har en stilling i Trondheim, da, i NTNU. Kanskje jobber du med prosjekter to dager der i uka, så tar du helga på hytta». Hun tror heller ikke at framtidens arbeidsplasser er like «stasjonære» slik de er i dag og at arbeidskraft i større grad flyttes «ut» av kontoret. «Man er mye mer vant til å jobbe i grupper, og grupper må forflytte seg. Da må man oppsøke de man skal jobbe sammen med, og det tror jeg faktisk framtida kommer til å bli». Dersom personene i hytteundersøkelsen NNH gjennomførte har fleksibelt arbeidssted, er det ikke umulig å anta at Oppdal kommer til å se flere arbeide i innovasjonssenteret i årene framover, og kanskje allerede fra januar neste år.

Innovasjonssenteret er tenkt å være en møteplass i sentrum med ulike aktiviteter og funksjoner. Ingrid fra NNH forteller om planene av et verksted, et «maker space» eller en test-lab, med tilgjengelig utstyr der man kan teste ut ulike ideer. I tillegg har NNH jobbet med å skape et håndverksverksted for folk, lag og foreninger. «Det er ekstremt mye kunnskap, kompetanse og ressurser lokalt også. Det må vi ta vare på» (Ingrid, NNH). I dette verkstedet vil symaskiner, vevstoler og en «repair-shop» med Gore-Tex-sveisemaskin for å reparere sportsutstyr være tilgjengelig for alle. Tanken er å fylle huset med aktiviteter fra unge til gamle, husflidslag til kodeklubb og barn og ungdom fra barnehage til videregående. I kombinasjon med klatre- og treningstilbudet, vil innovasjonssenteret inneholde helårsaktiviteter med håndverksaktiviteter og treningsfasiliteter.

Trine i Spenst treningssenter og Fredrik i Oppdal Klatre- og fjellsportklubb, ser fram til å benytte seg av nye lokaler og ta del i et større fagmiljø. Flytting til nye lokaler kan bidra til å utvikle nye tilbud og konsept de ikke har i dag. I kjelleren av bygget er treningssenteret og klatresenteret samlokalisert med blant annet felles resepsjon. Trine forteller at de har mål om et bredere treningstilbud hvor de har tenkt på å skreddersy «treningspakker» og klatring tilpasset ulike aldersgrupper, eksempelvis barneklatring. Særlig samlokaliseringen med andre aktører slik som VPG og Oppdal Fysioterapi, beskriver Fredrik som viktig;

Klart for oss er det jo en fordel at det er andre aktører der, da. Slik som at VPG selger klatreutstyr, og at vi får felles resepsjon med Spenst treningssenter. Og at det gir en del aktivitet og folk, og sikkert mye kompetanse vi kan benytte oss av, sånn som VPG-miljøet, treningsmiljøet og fysioterapeutene, da. Vi håper at de kan bruke oss til rehabilitering.

Selv om flyttingen til innovasjonssenteret gir mer funksjonelle lokaler tilpasset treningscenterets og klatreklubbens aktiviteter, fører ikke det til noen direkte form for innovasjon hos aktørene. Når senteret imidlertid er i drift, som de også refererer til, håper de på å kunne videreutvikle eller skape nye trenings- og klatretilbud. Erik fra ONF påpeker også at de venter litt i spenning på hvilken innovasjon og type aktivitet som skal foregå i bygget, men presiserer at dette mest sannsynlig blir mer klart etter en periode i drift.

I forbindelse med oppgavens tema om steds- og næringsutvikling, ønsket jeg å stille informantene spørsmål om innovasjonssenteret vil generere flere arbeidsplasser. Samtlige informanter forteller at arbeidsplassvekst er viktig for et tettsted som Oppdal, men jeg får ulike svar i antall arbeidsplasser innovasjonssenteret vil føre til. Ingrid fra NNH tror på mange nye arbeidsplasser i årene framover, og forteller;

I trinn 1 så vil det genere, si 10 nye arbeidsplasser hos de eksisterende bedriftene fordi at de får realisert sine planer om utvikling. Eksempelvis VPG som skal utvide verkstedavdelingen sin for å kunne reparere utstyr og sånn, som vil føre til at de ansetter flere og dermed får direkte sysselsetting. Det vil generere arbeidsplasser direkte hos oss, treningscenteret og klatresenteret. Så bare ved at det bygges, og ved at folk flytter, genereres det 10-15 nye arbeidsplasser av det.

Videre forteller Ingrid om en utvikling på lengre sikt; «Også tiltrekker det seg jo folk som tar med seg jobben sin, så at det på sikt genererer 20-30 nye arbeidsplasser i løpet av de neste årene, er jeg helt overbevist om». I motsetning til Ingrid, er Andrea fra Siva mer usikker i spørsmålet om innovasjonssenteret vil øke antall arbeidsplasser; «Det er jeg veldig usikker på, fordi jeg tror at mange av de små bedriftene ikke nødvendigvis vil ha fast plass der». Andrea belyser heller fordelen med konseptet «coworking space». «Coworking spaces» er åpne kontorlandskap som tilbyr lokaler for gründere og andre næringsdrivende, ofte uten fast plass, som kan leies i korte eller lengre perioder. Fordelene med konseptet er at det gir tilgang på ressurser og tjenester, samtidig som det gir muligheter for å dele kunnskap og bygge nettverk (Mauseth & Alsos, 2017). Andrea hevder at slike fleksible arbeidsplasser som trekker folk til Oppdal, eksempelvis ansatte ved NTNU, Sintef eller hyttebeboere skaper økt aktivitet. I den forstand tror hun ikke at det kommer flere faste arbeidsplasser, men at aktiviteten generert av «coworking spaces» og fleksible arbeidsplasser vil skape et behov for flere folk på sikt.

4.2 Utvikling og vekst

Lysgård og Cruickshank (2016) påpeker at flyttemønsteret i små lokalsamfunn i Norge er endret ved at flere søker inn til byer og større tettsteder. Mennesker bor nærmere jobben nå enn før, muligheten for å pendle har blitt større. Dette fører til at arbeidsplasser på bostedet ikke er like viktig i dag som tidligere. Slik er det også i Oppdal hvor andelen dagpendlere har økt, samtidig som antall arbeidsplasser har gått ned. Likevel er pendlerandelen av de laveste i Trøndelag (Oppdal kommune, 2019). Mye av dette henger sammen med avstanden mellom Oppdal og Trondheim er lang nok for mange når det kommer til dagpendling. Siden dagpendleandelen er relativt liten i Oppdal, kan det derfor stilles spørsmål om det blir desto viktigere å skape nye arbeidsplasser innad i kommunen, spesielt kompetansearbeidsplasser. Tilgangen på arbeidsplasser er en vesentlig faktor for å hindre fraflytting fra distriktskommuner (Espelien, 2019). Kommunedirektør, Håvard, hevder innovasjonssenteret vil kunne trekke kompetansearbeidsplasser; «De er jo godt utdannet de folkene som kommer, og i tillegg er de gift med noen eller har samboer som også har sin bakgrunn. Så dette vil skape økt kompetanse i kommunen, åpenbart». Innflyttere har normalt sett mer utdanning enn lokale innbyggere (Grimsrud & Sørli, 2004). Per 2017 hadde 24 prosent av Oppdals befolkning universitets- eller høyskoleutdanning (Oppdal kommune, 2019).

Informantene ser lyst på framtida i Oppdal. Mens flere kommuner prøver å snu flyttestrømmen for å beholde folk i distriktene (Follo & Villa, 2010), er Oppdal et sted i vekst. Kommunedirektør, Håvard, bekrefter dette;

Folketallet går i hvert fall ikke ned, så vi har en stabil liten økning. Og det er stabilt, og inntektssystemet i kommune-Norge er jo i utgangspunktet basert på antall innbyggere [...]. Så, ja, kommunen er sterk og kommunen er solid økonomisk».

I henhold til steds- og næringsutvikling, definerer informantene «vekst» med ulike parametere som å øke folketall, sysselsettingen og å ha en stabil, positiv utvikling i næringslivet. Hvis bedrifter har vekst i omsetning og en stabilitet i antall ansatte, signaliserer det god drift. Ingrid fra NNH presiserer at vekst, eller heving av kompetanse i ulike bedrifter og generelt i befolkningen er utviklingstrekk som er relevante mål for dem. Andrea fra Siva belyser på sin side at vekstbegrepet er et noe «skummelt» begrep; «Fordi det kan også være å klare å opprettholde den aktiviteten man har». Hun forteller videre at det er ikke alle småplasser i Norge som har muligheter til å bli store, og i Oppdal må det derfor bli attraktivt å flytte dit, eller å

flytte tilbake dit, slik at stedet ikke avfolkes. Som belyst i kapittel 2.2.2, kjennetegnes attraktive kommuner av gode omdømmer og tilgang på arbeidsplasser. For å oppnå videre utvikling, belyser Ingrid at det i tiden framover blir viktig trekke kunnskap «utenfra» til bedrifter og næringsliv;

«Faktorer som tilgang på kompetanse og arbeidskraft, og da mener jeg relevant kompetanse er viktig [...]. Vi trenger folk som kan jobbe og tilføre ny kunnskap og innsikt i bedriftene og som kan etablere nye bedrifter basert på det de kan og det nettverket de har».

Dette kan relateres til Wekre og Jensen (2020) sin studie om distriktskommuner som lykkes med næringsutvikling. De hevder kommuners arbeid med næringsutvikling ikke kun må handle om å legge til rette for nye arbeidsplasser, men også om å rekruttere ny kompetanse og arbeidskraft. Dersom unge, utflyttede oppdalinger skal flytte tilbake, må det skapes flere arbeidsplasser, og gjerne for dem med høyere utdanning. Spesielt tilbakeflyttere er den mest attraktive målgruppen bygdekommuner ønsker å «hente hjem» (Grimsrud & Aure, 2013; Grimsrud & Båtevik, 2016).

Studier fra Dale et al. (2007) viser at Oppdal var en av de sterkeste vestregionene i Trøndelag tidlig på 2000-tallet, hvor veksten særlig var knyttet til servicenæringene og i bygg- og anleggsbransjen. Disse tendensene ser ut til å være gjeldene enda. Næringslivet er robust og allsidig, folketallet har hatt en stabil økning de senere årene og arbeidsledigheten er under landsgjennomsnittet (Oppdal kommune, 2019). Erik fra ONF ser dette i sammenheng med at næringslivet går godt;

Næringslivet har blomstret i Oppdal de siste årene, og det gjelder mange bransjer. Ikke minst bygg og anlegg på bakgrunn av hytteutbygginga i Oppdal. Men du ser jo også at reiselivet har blomstret de siste årene med at Opdal Turisthotell har åpnet opp igjen, og handelsstanden melder jo om rekordtall hvert år.

Kommunedirektør, Håvard, nevner at topplasseringen i Kommunebarometeret 2019 indikerer at mye blir gjort på riktig måte; «Vi gikk jo til topps på kommunebarometeret, så de KOSTRA-tallene våre er jo en dokumentasjon på at vi er gode på de fleste bransjene og sektorene i kommunalt virke, da». Ingrid bekrefter at måten Kommunebarometeret er innrettet, sier mye om at man har kontroll og styring, og forteller videre at en kommune med kontroll og styring

er en forutsetning for næringsutvikling. Resultatene viser at Oppdal ligger i toppsjiktet når det gjelder kompetanse i grunnskolen, økonomiske resultat, helsetjenester og drikkevann, for å nevne noen (Danbolt, 2019).

4.2.1 En tredelt næringsprofil

Informantene forteller om en bred næringsprofil i Oppdal, hvor de tre største næringene, foruten helsesektoren, er landbruket, bygg- og anleggsbransjen og handelsnæringa. Næringene tilhører det Vareide (2018) kategoriserer som basisnæringer, regionale næringer og besøksnæringer. Landbruket, som andre primær- og sekundærnæringer, ligger innenfor basisnæringa i den forstand at varer og tjenester produseres på et sted, og selges ofte i et marked utenfor produksjonsstedet. Basisnæringene konkurrerer på et nasjonalt eller internasjonalt marked, noe eksporten av skifer i Oppdal er et eksempel på. Bygg- og anleggsbransjen ligger innenfor den regionale næringa som består av bransjer der offentlige institusjoner, befolkning og annet næringsliv er kunder i det regionale markedet. Handelsnæringa ligger innenfor besøksnæringa som kjennetegnes av at kunden personlig er til stede. Alle former for turisme og butikkhandel ligger innen denne næringa, og er en av de viktigste for Oppdal.

Næringslivet blir av informantene beskrevet som robust siden det verken eksisterer en dominerende hjørnesteinsbedrift eller næring. Næringslivet påvirker hverandre i positiv forstand hvor ingen av næringene overskygger de andre. Ingrid forteller; «per nå er det jo en sånn bygge-boom, men det er vel mer en sånn konsekvens av utvikling i de andre næringene». Særlig hytte- og fritidsregionen Oppdal gir et godt eksempel på dette. Utbygging av hyttefelt gir økt sysselsetting i bygg- og anleggsbransjen, og som på sikt har innvirkning på besøksnæringene, og spesielt handelsnæringa i sentrum. På samme tid er landbruket og skiferproduksjonen stor i Oppdal. Ofte er basisnæringene utgangspunktet for å skape annen næringsvirksomhet, og regnes som en sentral drivkraft i økonomien (Vareide, 2018). Oppdal har dermed stor aktivitet i basisnæringene med skifer og landbruk, og i besøksnæringene med turisme, overnatting og handel (Oppdal kommune, 2019). Kommunedirektør, Håvard, mener også at bygg- og anleggsbransjen er svært viktig for at kommunen skal stimulere til videre vekst. «Der det er gravemaskiner og kraner, der er det aktivitet. Og i sentrum er det en del kraner». Informantene beskriver de sammensatte næringene som en styrke for kommunen. Aktivitet i en bransje, genererer aktivitet i en annen, forklarer Håvard, og sikter til at flere bedrifter på sikt kan etablere seg i bygda, slik «Biltema» gjør nord i sentrum.

I tida som kommer, påpeker Wekre & Jensen (2020) at arbeid med næringsutvikling i distriktskommuner må ses i sammenheng med arbeidet kommunen gjør innen samfunnsutvikling. I arbeid med steds-og næringsutvikling, forteller Håvard at kommunen er en god næringsaktør når de er en god tilrettelegger;

Ja, det er jo først og fremst med å prøve å legge forholdene til rette for det da. Og da har vi jo en overordnet arealplan som viser arealet i kommunen og hvilke formål som kan etablere seg på de ulike arealene. Det er jo en stor, demokratisk prosess som viser det. Vi har en forholdsvis oppdatert arealplan, også har vi jo en strategisk næringsplan som gir grunnlaget for det å utvikle de ulike næringene og de ulike bransjene. Det som gjennomsyrrer dokumentene er at kommunens oppgave er å være tilretteleggeren.

Videre forteller han; «Det er viktig at kommunen som forvaltningsorgan er i stand til å legge til rette for nyskaping. Det være seg nye næringsareal, at vi har et industriområde, god infrastruktur [...]». Innovasjonssenteret kommer til å gi moderne og attraktive næringsarealer i smørøyet av sentrum. Som belyst i kapittel 2.2.3 er tilgangen på næringsbygg og næringsarealer faktorer som har betydning for stedets attraktivitet for næringsliv (Vareide, 2018).

Informantene har derfor tro på at innovasjonssenteret på sikt vil forsterke næringslivet i Oppdal. Eksempelvis forteller Ingrid at NNH har gjort ulike kompetansekartlegging som viser at det å trekke til ny kunnskap og kompetanse er avgjørende for at bedriftene deres overlever på sikt;

Jeg tror at innovasjonssenteret og de aktivitetene, den kulturen og de ressursene vi kan trekke utenfra, kanskje er det alder viktigste tiltaket. Jeg har i hvert fall ikke kommet på noe Oppdal eller vi kan gjøre for å ha større effekt for de næringene.

Den delen av innovasjonssenteret som er tiltenkt for innovasjonsarena og kunnskapsarena, kan ses i sammenheng med tiltak Beiarn kommune i Nordland gjorde for å utvikle næringsvirksomhet basert på naturressurser. Kommunen skapte en fellesarena for kompetansedeling hvor potensielle entreprenører kunne hente kompetanse og skaffe finansieringsordninger. Disse tiltakene førte til at det ble utviklet ei ny næring innen småkraftverk ved at ressurser ble koblet på nye måter. Arenaen ble også et sted for samarbeid og sosial kapital som gjorde at ideen om småkraftverk ble godt mottatt i lokalsamfunnet (Rønning, 2010). I Oppdal vil både landbruksnæringa og bygg- og anleggsbransjen særlige kunne dra fordeler av kunnskap og kompetansen innovasjonssenteret medfører. Muligheten for

å skape nye næringer, slik som i Beirnar, kan også vær til stede. Handelsnæringa, på sin side, vil dra fordeler ved at innovasjonssenteret trekker folk til sentrum, som genererer handel (Tennøy et al., 2015).

4.2.2 Oppdal – «Det gode liv i ei attraktiv fjellbygd»

Stedsutvikling blir sett på som en faktor Oppdal må jobbe med for å skape god livskvalitet for innbyggere (Oppdal kommune, 2019). Informantene beskriver utviklingen i Oppdal som positiv. Eksempelvis etableres det nye næringsbygg og boliger i sentrum, flere kjedebutikker har planer om å etablere drift og folketallet har endelig passert 7000. Ingrid fra NNH forteller at i tiden framover blir det viktig å fortelle suksesshistoriene og at folk lykkes i Oppdal. Å fortelle hvor desperat stedet er etter folk eller arbeidskraft, er ikke et godt salgsargument, verken med å rekruttere nye innbyggere eller skape aktivitet. Dette kan relateres til det jeg belyste kapittel 2.2.3, hvor omdømmebygging er viktig for å gjøre stedet attraktivt som bosted, men også for næringslivet. Eksempelvis gir førsteplassen i Kommunebarometeret signaler på at det er attraktivt å bosette seg i Oppdal. Planleggingen av innovasjonssenteret gir på sin side aktiviteter for både folk og næringsliv. Dersom folk, gründere og næringsliv trives og lykkes, skaper et godt omdømme og signal på at mye gjøres rett.

Steder har muligheten til å påvirke sin egen framtid ved å ta utgangspunkt i det unike ved stedet. Eksempelvis ved å lage opplevelsespakker eller turistattraksjoner (Berg & Dale, 2004). Steder skiller seg derfor ut fra andre når de er unike og særegne (Ginting et al., 2016). Basert på det ikke-menneskelige (se kapittel 2.1.3) har Oppdal nettopp forsøkt å bygge et image som hytte-, ski- og turistdestinasjon, ved hjelp av place-branding (se kapittel 2.2.3). Eksempelvis tilbyr reiseselskapet «Opplev Oppdal» pakker innen rafting, klatring og moskussafari på Dovre. Ingrid fra NNH og Andrea fra Siva hevder at handel- og turistnæringa, blir viktig å ta tak i framover, og særlig fritidsregionen Oppdal. Som presentert i kapittel 2.1.1 vil de stedsbundne og fysiske egenskapene Agnew (1987) betegner som «location», alltid tilhøre Oppdal. Særlig i forbindelse med etablering av næringsvirksomhet, spiller naturgrunnet i Oppdal en viktig rolle. Ingrid fra NNH tror fritidsnæringa vil være vanskelig å flytte til andre steder fordi det alltid vil eksistere i Oppdal; «Industri kan flyttes, du kan flytte handel, og det er mange ting som ikke er bundet her, da, men det å kunne tilby fritid i fjellet får du ikke flyttet, selv om det finnes flere plasser». Andrea hevder at det å spille på de stedlige kvalitetene vil være nøkkelen for å utvikle næringslivet, og mener at Oppdal burde spille mer på dette i framtida; «Fordi naturen er det ingen som kan ta i fra dere, uansett».

Kneafsey (2000) påpeker at turisme påvirker et steds identitet, og at enkelte steder får status som «turiststeder» på grunn av de fysiske, sosiale eller kulturelle egenskapene stedet har. Særlig de stedlige kvalitetene, eller stedsånden (Lewicka, 2008), gjør at mange identifiserer Oppdal med friluftsliv og hytteliv. I andre tilfeller knytter mennesker bånd til stedene, og identifiserer seg med dem (Berg & Dale, 2013). Mange hytteeiere i Oppdal identifiserer seg som «hytteoppdalinger» fordi de har hatt en sterk tilknytning til hytta over tid. I tråd med NNHs visjoner for innovasjonssenteret om et «coworking space», handler nettopp få «hytteoppdalinger» til å involvere seg i Oppdal mer enn de gjør i dag for å øke besøket. Ingrid belyser dette med at Oppdal må legge til rette for flere besøkende;

Vi må rigge oss slik at vi klarer å tilby og trekke til oss folk slik at de vil bruke fritida si her. Enten ved at de faktisk tar med seg jobben hit fordi at de er så interessert i naturen på fritida, eller at de bruker ferier og helger og det som er, her.

Ut ifra NNH hytteundersøkelser er det ikke umulig å anta at flere ønsker, dersom muligheten byr seg, å tilbringe mer av tida si i Oppdal. Hytteturismen har store ringvirkninger i handels- og byggenæringa, og er meget viktig for sysselsettinga i Oppdal (Oppdal kommune, 2019). Erik fra ONF forteller at det derfor blir viktig i årene framover å utvikle reiselivet slik at Oppdal blir en av de store reiselivsdestinasjonene. Samtidig belyser han; «Oppdal trenger å ha en 500-600 hyttetomter ute på markedet for å være med i konkurransen om publikums gunst». Bygging av flere fritidsboliger, kan øke kommuners attraktivitet for besøk, som igjen gir flere kunder og økt inntekt i handelsnæringene (Vareide, 2018).

I kapittel 2.2.2 ble næringslivet trukket fram som en viktig faktor for å oppnå vekst i regioner. Oppdal kommune uttrykker i den strategiske næringsplanen at en økning i antall arbeidsplasser er et viktig mål for å sikre utvikling for framtida (Oppdal kommune, 2019). Kommunedirektør, Håvard, legger heller ikke skjul på at innovasjonssenteret vil kunne utløse vekst i næringslivet og trekke kompetansesarbeidsplasser dit. Slik næringsprofilen ser ut i dag, er det særlig ansatte i sekundærnæring og i varehandelen flest folk er sysselsatt i Oppdal (SSB, 2020). Ifølge Storper og Scott (2009) vil steder som evner å tiltrekke seg folk med høy humankapital, og kunnskap, ha mulighet til vekst i næringslivet siden disse personene ofte innehar entreprenørielle, kreative og innovative evner som de kan tilføre stedet. Dette baserer seg mye på Richard Floridas tanker om «den kreative klassen», hvor særlig byene er de som trekker til

seg mennesker med høy humankapital. Selv om Florida har fått kritikk for å legge dette fokuset på storbyer (Huggins & Clifton, 2011), er det mulig å trekke paralleller til Oppdal med tanke på hvor viktig det er at tettstedet er attraktivt for næringsliv og folk med høy kompetanse. Samtidig forteller Ingrid fra NNH at i forbindelse med «bygge-boomen», vil byggenæringa ha et stort behov for flere folk i framtida. Håvard mener at det blir viktig at ungdom får ta denne utdanninga i Oppdal, for å beholde folk i Oppdal. Siden dette er en fylkeskommunal oppgave, forteller han at kommunen stadig jobber med å påvirke fylkeskommunen til å utvikle tilbudet, blant annet ved å ordne en byggehall for byggelinja. På mange måter er det viktig at utdanningstilbudet gjenspeiler næringslivets behov i Oppdal.

I lang tid har det vært ønsket å utvikle utdanningstilbudet og samarbeidet med NTNU, forklarer Ingrid fra NNH. Etter mye arbeid og planlegging, ser det ut til at kompetanse og fagmiljø fra NTNU trekkes til Oppdal. Gjennom en NTNU-avtale har de jobbet med å få flere student- og forskeraktiviteter til Oppdal, som prosjektoppgaver, feltkurs, bachelor- og masteroppgaver. I Oppdal kommunes strategiske næringsplanen for 2019-2030 er et av innsatsområdene å «Jobbe for en samarbeidsavtale med NTNU og bli en universitetskommune og ei universitetsbygd» (Oppdal kommune, 2019, s. 21). Ingrid forteller at NNH allerede har koblet denne avtalen ved at masterstudenter i «Entreprenørskap, innovasjon og samfunn» har deltatt som mentorer på innovasjonscampen ved Oppdal videregående skole. Ingrid ønsker likevel at NTNU-avtalen skal koble på universitetet i enda større grad.

Den strategiske næringsplanen uttrykker også at Oppdal skal være pådriver for å opprette en fagskole i kommunen (Oppdal kommune, 2019). Muligheten for å etablere en fagskole har NNH sett på ei god stund. I et samarbeid med Nordland Fagskole er det ønskelig å utvikle et tilbud innen natur- og kulturguiding, hvor videregående har ansvar for opplæringen til 20 studenter. Siden studieplassene vil ha nasjonalt nedslagsfelt, sier Ingrid at dette er en gylden mulighet til å trekke flere folk dit og vise fram naturen Oppdal har å by på. Et eksempel på en tilsvarende fagskole med suksess er Svolvær i Nordland fylke hvor kommunen har satset på kompetanseheving innen reiselivet og etablert et fagskoletilbud innen friluftsliv. Tilbudet har ført til en vekst i besøksnæringa i Svolvær, hvor flere aktører har investert i eiendommer og planlagt nye hoteller (Mollan & Handeland, 2018). Her kan parallellene trekkes til Oppdal.

4.3 Oppdal sentrum



Figur 4. 2: Bilde av Oppdal sentrum med skiheisen i Hovden i bakgrunnen. Til venstre går sentrumsgata parallelt med butikker og restauranter. I midten av bildet reises innovasjonssenteret, og til høyre ligger Aunasenteret (Skjermdump tatt fra: <https://kunde.byggekamera.no/?u=innovasjon-laven&camera=BK0215&width=fullsize> den 14.05.2020)

«Sentrum er byens og tettstedets historiske tyngdepunkt, med stedege karakter og ofte med stor betydning for folks identitet og tilhørighet til stedet» (Tennøy et al., 2015, s. 58). Etter omleggingen av E6 opplever flere av informantene at sentrum har blitt mer tilgjengelig for både folk og næringsliv. Særlig lokaliseringen til innovasjonssenteret blir vurdert som et løft for Oppdal, og Oppdal sentrum.

Et nytt praktbygg – enten det er et kulturhus, et nytt shoppingssenter eller nye, fancy leilighetskompleks i byens midte – tilfører ikke bare en ny funksjon, det bidrar også til å gi stedet et nytt uttrykk. Ofte er dette bevisst. Stedet skal framstå med nye verdier, f.eks. som moderne og urbant (Nyseth, 2013, s. 264)

Ingrid fra NNH forteller at tanken bak innovasjonssenteret er å skape en sentrumsutviklingsplass en møteplass for folk; «Så det å rigge en sånn helt tydelig arena der det skjer ting, der det er aktiviteter man kan delta på og der er både inspirasjon, hjelp, kompetanse og penger, det er tanken bak det, da». Andrea fra Siva poengterer at ideen om å

samle ressurser på ett sted i sentrum er viktig for å få flere, særlig hyttefolk til å bruke sentrum mer enn å bare handling;

Hvis du for eksempel bor på Skifer Hotel, kan du klatre og du kan oppleve lokalmat i Mathallen like ved. Her tror jeg at du kan lage et helt system, et økosystem, der du på en måte genererer aktivitet innenfor et mindre område.

Slik Tennøy et al. (2015) beskriver, gir folk i sentrum, handel i sentrum, og attraktive tilbud trekker folk i sentrum. For handelsnæringa, som en av de tre største i Oppdal, er det essensielt å trekke folk til sentrumskjernen, særlig i høytider og ferier. Eksempelvis opplever handelsnæringa det største trykket i påska, da antall mennesker gjennom uka ofte tredobles, og hvor handelsstanden på bakgrunn av det nesten årlig melder om omsetningsrekorder.

Kommunedirektør, Håvard, er positiv til at innovasjonssenterets funksjoner blir liggende sentralt i sentrum, og forteller at kommuner som med et sterkt sentrum, er en styrke for kommunen. Et eksempel på en kommune som har oppnådd god sentrumsutvikling basert på sentrumstiltak er det lille tettstedet, Iveland, i Agder. Gjennom et samarbeid med kommune og flere aktører, har de skapt en møteplass og et sosialt tyngdepunkt i bygda, «Åkle», hvor de har samlokalisert cafe, bibliotek, og butikker sammen med leiligheter. I nærheten ligger kirka, skolen, idrettshallen og rådhuset (Kommunal- og moderniseringsdepartementet & Distriktssenteret, 2018). I Oppdal sentrum ligger de fleste tjenestene allerede i nær avstand til hverandre, men Odd Midtskog (2014) påpeker at selv om vi bruker sentrum for å møtes, bruker vi også sentrum ut ifra tilbudet som finnes der. Trekker vi linjer til innovasjonssenteret, kan det bli det naturlige samlingspunktet for folk og næringsliv i Oppdalsregionen. Både med å tilby innovasjon og kompetansedeling, men også som sentrumsutviklingsplass, noe likt prosjektet «Åkle» i Iveland kommune.

4.3.1. Fortetting og utbygging av sentrumsgata

I tiden etter veiomleggingen av E6 har sentrumskjernen blitt fortetta. Fortetting skjer i ulike former og skalaer, men dreier seg i hovedsak om byggetiltak som har den hensikt å utnytte arealer mer effektivt, ofte på fysisk avgrensede eiendommer eller tomter (Børrud, 2018). Erik fra ONF forteller at fortettingen har kommet naturlig, og tendensene viser at flere flytter inn til sentrum. Han beskriver miksen av næringsliv og leiligheter som positiv for folk og næringsliv; «For det at folk kan bo i sentrum enkelt, og kanskje på et vis være de som ferdes mye i sentrum,

det skaper et folkeliv som alle setter pris på. Fordi det er slik at folk avler folk». På sikt hevder kommunedirektør, Håvard, at fortettingen og utviklingen i sentrum også fører til at handelsstanden øker sin omsetning, og forteller; «Så vi får også Biltema. Dette viser at med et sterkt sentrum kan dette være et trekkplaster for andre bedrifter i de tre bransjene bygg og anlegg, jordbruk og handelsnæringa, da». Kombinasjonen av Oppdal som knutepunkt og hyttedestinasjon gjør at omsetningen i handelsnæringa er på høyde med større byer, og er trolig den mest verdiskapende næringa i Oppdal, i tillegg til landbruket (Midtskog, 2014).

Fortetting fører alltid til en form for endring, enten ved at det blir tettere eller at områder transformeres (Børrud, 2018). En av de større endringene i sentrum, er som belyst i kapittel 4.1, der gamle E6 gikk. I 2017 fikk sentrum ei etterlengta sentrumsgate tilrettelagt for handel og myke trafikanter. «Sentrumsgata» begynner fra Rv70 og går sørover, parallelt hvor gamle E6 lå (se figur 4.2 og 4.3).



Figur 4. 3: «Gamle» E6 gjennom Oppdal sentrum i 2014. (Hentet fra <https://opp.no/2015/04/nyheter/oppdal-sentraliseres/>)

Siden veien ble gjort om har blant annet mathallen «Smak & Behag» og «Bakeriet Sprø» opplevd stor suksess med sine uteområder, og flere serveringssteder har bygd uteterrasser vendt ut mot gata. Den største suksessen har kanskje vært lekeplassen midt i gata. Erik fra ONF påstår at fortettingen har vært kjærkommen for sentrum fordi den legger til rette for et «vrimlemiljø»

hvor folk kan møtes i mer trivelige omgivelser enn for noen år siden. Under den årlige «Fjell- og Fårikålfestivalen», hvor «alle» utflyttede oppdalinger tar turen hjem, har gata de senere år blitt benyttet til salgsboder. Erik peker på at liv og røre i sentrum er viktig;

Hvis noen har vært på «Fjell og Fårikålfestivalen, så ser man jo at det er mye folk som er suksessfaktoren. Fordi når det er mye folk der, så trives alle folk. Hvis det har vært halvfullt, har folk reist hjem igjen og sagt; «Nja, det var ikke så mye folk der nei». Så sånn er vi. Vi er flokkdyr. Så det å skape liv og røre i sentrum er viktig for vekst i Oppdal.



Figur 4. 4: Sentrumsgata nordover mot Rv70. Til venstre ligger mathallen «Smak & Behag» og «Bakeriet Sprø», og et nytt leilighetskompleks. I midten bygges innovasjonssentret. Til høyre er Quality Hotel Skifer. Foto: Hanne Torve (april 2020)

Som nevnt i kapittel (2.2) har stedsutviklingen de siste 20 årene dreid mot attraktive og bærekraftige samfunn. Et mye diskutert tema i Oppdal, som i andre byer og tettsteder, er tilgangen på parkeringsplasser i tilknytning til kjøpesenter og handlegater. Fortetting og bilfrie gater blir ofte møtt med skepsis, hvor kjøpesenter uten parkeringsplasser fører til tap i omsetning (Risnes, 2018). Erik bekrefter at dette er vanskelig å ta stilling til. Selv om han har vært positiv til ei sentrumsgate med mindre trafikk, forteller han at mange synes ONF kjemper for mye for parkeringsplasser i sentrum. Han understreker at dette likevel handler om at kundene skal ha enkel tilgang til næringslivet. Dersom næringslivet i sentrum skal ha vekst, må

tilgangen være der for alle. På mange måter er dette et vanskelig dilemma å ta stilling til. For handelsstanden er det ekstremt viktig å ha god tilgjengelighet til handel og tjenester, og på samme tid skal sentrum være et attraktivt og livlig område for de som bruker den. Som redegjort i kapittel 2.2.4, betyr det ikke at handelsstanden alene skal sikre levende sentrum. Andre sentrumsområder, slik som Høgmoparken, vil være attraktive sentrumsområder som kan samle folk og huse arrangement i framtida.

4.4 Noen betraktninger

Det er bred enighet blant informantene at innovasjonssenteret kommer til å løfte næringslivet, Oppdal som sted og sentrum betraktelig. Etter sammenslåingen av Nord- og Sør-Trøndelag var flere oppdalingen bekymret for at utkanten av fylket kom til å bli «utelatt», og at Trøndelag Sør ville bli glemt. Likevel er posisjonen som en voksende hyttekommune og turistdestinasjon i seg selv faktorer som trekker folk i utkanten av fylket. Sivas investering i et innovasjonssenter, topplasseringen i Kommunebarometeret og avtalen med NTNU signaliserer at Oppdal verken er et «glemt» sted i Trøndelag eller sted som sliter med fraflytting og liten verdiskaping. Dette kan knyttes til ambisjonene om å trekke kompetanse og ressurser fra andre deler av regionen, eller landet. Som Ingrid fra NNH fortalte får de stadig henvendelser av folk både i og utenfor Oppdal som har hørt om bygget og som ønsker å vite mer om prosjektet.

Næringslivet trenger møteplasser hvor man kan dra nytte av lokale ressurser og kreative evner (Kommunal- og moderniseringsdepartementet & Distriktssenteret, 2018). Informantene bekrefter at det er mangel på en arena for næringslivet og gründere som søker hjelp og støtte til å utvikle en ide. Innholdet og funksjonene i bygget skal derfor på sikt være motoren for innovasjon og nyskaping i Oppdal i årene framover, samtidig som NNH håper å trekke ressurser, kompetanse og arbeidskraft til senteret, og til Oppdalssamfunnet. Ingrid forteller at det signaliserer at Oppdal *vil* noe, og at det er mulig å få til ting, også på «bygda». Innovasjonssenteret tilfører moderne og attraktive lokaler til næringslivet i smørøyet av sentrum, og Andrea fra Siva tror at kontorlokalene i bygget på sikt vil «pushe» andre investorer til å heve standarden på andre lokaler. Det er ikke umulig å anta at innovasjonssenteret, rent fysisk, kan skape stedsutvikling i årene framover i den forstand at det blir bygd. Andrea belyser at Oppdal oppnår mye stedsutvikling på egen hånd, og peker på lekeplassen i sentrum som et eksempel. Det har ført til at flere har brukt sentrum på andre måter enn tradisjonell handel. Det er nettopp dette innovasjonssenteret skal bidra med i Oppdalssamfunnet; være en sentrumsutviklingsplass for folk og næringsliv.

For Oppdalssamfunnet virker det å være liten tvil om at innovasjonssenteret vil bidra til at sentrum blir et mer attraktivt sted å være. I mange år har det vært etterspurt områder i sentrum tilpasset folk og aktivitet. Tilbudet langs sentrumsgata er bredt, blant annet handlemuligheter, restauranter og aktivitet i innovasjonssenteret. Det er rimelig å anta at disse elementene på sikt kan komme til å skape mer liv og aktivitet i sentrum, på lik linje som ordinær handel. Særlig i mindre kommuner kan samlokalisering være et viktig middel for å skape møteplasser som kan bidra til trivsel og næringsutvikling (Kommunal- og moderniseringsdepartementet & Distriktssenteret, 2018). Innovasjonssenterets funksjon som «møteplass» for folk, lag og foreninger er særlig interessant, da ingen andre steder i Oppdal har de samme lokalene eller verkstedsfunksjonene tilgjengelige. Kulturlivet i Oppdal samles i kulturhuset, idretten har fått en ny idrettshall, men for næringslivet finnes det ingen tydelig arena enda.

Informantene er ikke beskjedne når de påstår at innovasjonssenteret kommer til å generere steds- og næringsutvikling i åra framover. Ingrid forteller; «Å lage en arena dedikert for utvikling og innovasjon vil i seg selv være utløsende, fordi mange går rundt med ideer og tanker om å realisere ideer». Andrea fra Siva, påpeker på sin side; «Ett enkelt næringsbygg tror jeg ikke skaper stedsutvikling. Men innholdet i bygget, det kan være med på å skape stedsutvikling». Hun mener derfor at man skal være forsiktig med å anslå veldig mange nye arbeidsplasser og hvilke typer arbeidsplasser som kommer. Dette kan relateres til leietakernes planer om utvidelse. Selv om mye tyder på at de vil oppleve vekst, som fører til et behov for mer arbeidskraft, er det likevel vanskelig å anslå hvor mye de kommer til å vokse.

5 Avslutning

5.1 Oppsummering

Hensikten med denne oppgaven har vært å se på steds- og næringsutvikling i Oppdal som følge av et kommende innovasjonssenter i sentrum. Oppgaven har sett på hvordan næringslivet kan dra fordeler av et innovasjonssenter, samt om det vil bidra til økt attraktivitet i Oppdal. For å kunne si noe om dette forholdet, har jeg i datainnsamlingen brukt en kvalitativ tilnærming, og mer konkret semistrukturerte intervjuer. Gjennom intervjuene har jeg fått innsikt i seks ulike aktørers tanker og holdninger om et innovasjonssenter i Oppdal, næringslivet samt Oppdal som sted. I oppgaven har stedsbegrepet vært sentralt og har blitt belyst som et begrep av mange betydninger. Særlig de stedlige og fysiske egenskapene (location) i Oppdal har blitt ansett som viktige for basisnæringene og besøksnæringene. Samtidig er det påpekt hvordan Oppdals stedlige identiteter (sense of place) har bidratt til å forme stedet som «skidestinasjon» og «hyttestedestinasjon».

Som det framkommer i analysen er Oppdal et sted i vekst. Informantene ser mye av veksten i kommunen i sammenheng med et næringsliv som går godt. Næringsprofilen i Oppdal er bred hvor landbruksnæringa, handelsnæringa og bygg- og anleggsbransjen komplementerer og påvirker hverandre. Tallene fra Kommunebarometeret indikerer at kommunen tilbyr gode offentlige tjenester til innbyggerne. Folk trives med å bo i Oppdal, noe som påvirker stedets omdømme. Omdømmebygging har derfor vært presentert som en faktor kommuner bør strebe etter for å holde liv i næringsliv og befolkningen. På mange måter kan det se ut til at Oppdal er et attraktivt sted å bo, siden folketallet har økt jevnt over mange år. I tida framover forteller informantene at det er viktig å utvikle næringslivet, og at innovasjonssenteret er et bidrag til å sikre mer kompetanse og ressurser utenfra, samtidig som det kan bidra til å etablere ny næringsvirksomhet på sikt. Attraktivitet for næringsliv og som bosted har derfor vært sentralt i oppgaven. Næringslivet kan benytte seg av moderne lokaler i sentrum, og lokalbefolkning og tilreisende vil kunne få en møteplass i sentrum med flere aktivitetstilbud samlet på ett sted.

5.2 Konklusjon

Formålet med denne masteroppgaven har vært å undersøke ringvirkningene et innovasjonssenter kan ha for et lite tettsted som Oppdal. I dette delkapitlet vil jeg belyse funnene fra analysen, og presentere en konklusjon. Som beskrevet i innledningskapitlet (1.3), har hovedproblemstillingen i prosjektet vært: *Hvordan kan et innovasjonssenter bidra steds- og næringsutvikling i Oppdal?* I dette kapitlet vil jeg belyse problemstillingen ved å se nærmere på de to delspørsmålene presentert innledningsvis.

Kommer næringslivet til å dra fordeler av innovasjonssenteret?

Næringslivet i Oppdal lider ingen nød, og går godt. Aktivitet i den enkelte næring genererer aktivitet i andre næringer, som bidrar til et stabilt, voksende næringsliv. Informantene beskriver vekstmulighetene i Oppdal som store, særlig med hytteutbyggingen som drivkraft for vekst i bygg- og anleggsbransjen og handelsnæringa. Utfordringene for lokale gründere og bedrifter har imidlertid vært å nå fram til større aktører i regionen. Innovasjonssenterets bidrag til næringslivet i Oppdal er derfor ment å skulle fylle «gapet» mellom enkeltaktører og næringslivet, lokalt, men også regionalt. Ressurser, aktører og kunnskap blir samlet i en innovasjonsarena med NNH i spissen, hvor kompetansen i innovasjonssenteret på mange måter sikrer et lokalt tyngdepunkt for næringslivet i Oppdalsregionen. Med et sterkt og tydelig kunnskapsmiljø i Trøndelag Sør, vil innovasjonssenteret bidra til å trekke ny kompetanse og arbeidskraft til Oppdal, og på sikt heve kunnskapsnivået i bedrifter og næringsliv. Informantene ser ny kunnskap og kompetanse som verdifullt for utvikling av næringslivet, og ser fram til å kunne ta del i et større kunnskapsmiljø og nettverk. Det er særlig koblingen til NTNU og forskningsmiljøet der, informantene hevder er viktig for innovasjonssenterets posisjon som innovasjonsarena og lokalt tyngdepunkt. Samtidig påpeker de at lokalt næringsliv vil dra fordeler kunnskapen og ressursene universitetet har.

Innovasjonssenterets lokaler huser moderne kontor- og møtelokaler med både faste og fleksible arbeidsplasser (coworking spaces). Bygget tilfører næringslokaler i sentrum som ikke finnes i Oppdal i dag. Det i seg selv vil være et løft for næringslivet. Konseptet med fleksible arbeidsplasser har informantene beskrevet som et tiltak for å trekke folk, kunnskap og kompetanse til Oppdal. På sikt kan hytteeiere, eller andre aktører som føler tilknytning til Oppdal etablere seg, enten ved å ta del i innovasjonssenteret eller ved å etablere ny virksomhet. Det blir derfor viktig å markedsføre Oppdal som et attraktivt sted å besøke og å bo, og en mulighet for å trekke potensielle innbyggere til Oppdal kan være å introdusere dem via jobben.

Vil innovasjonssenteret gjøre Oppdal mer attraktivt?

Som belyst i kapittel 1.3 søker dette delspørsmålet etter å finne ut i hvilken grad innovasjonssenteret er attraktivt for Oppdal som sted, folk og næringsliv. Informantene beskriver Oppdal som et attraktivt sted hvor folk trives. Oppdalingene har imidlertid savnet et tydeligere sentrum med mindre vei og parkeringsplasser. På mange måter bidro flyttingen av E6 til nettopp det, hvor resultatet ble ei sentrumsgate i 2017, og et innovasjonssenter i 2021. Rent fysisk skaper innovasjonssenterets plassering i sentrum en møteplass for både folk, lag og foreninger. Innholdet i bygget er en samlokalisering av blant annet helsetilbud, en innovasjonsarena og butikklokaler. Selve plasseringen i sentrumskjernen gir en enkel og lett tilgang både for lokale innbyggere, turister, men også for næringslivet. Innovasjonssenteret blir i den forstand et attraktivt sted å være ved at det genererer aktivitet innenfor et mindre område hvor det kan bli en del av «økosystemet» med mangfoldige tilbud i sentrum. Slike tiltak trekker folk til sentrum, som også genererer handel i sentrum. Det virker derfor rimelig å anta næringslivet, særlig handelsnæringa, vil dra store fordeler av et innovasjonssenter i sentrum.

Dersom NNH og Oppdal klarer å profilere innovasjonssenteret som et attraktivt sted å ta med seg jobben sin eller for å utvikle ideer, vil det kunne bidra til at ressurssterke aktører tar en større del i næringslivet i kommunen. Dette ses særlig i sammenheng med fasilitetene bygget har å by på, samtidig som NNH ønsker å skape en innovasjonskultur i Oppdal. På sikt er et av målene å skape nye arbeidsplasser som følge av innovasjonssenteret. En økning av arbeidsplasser i Oppdal vil også kunne trekke potensielle tilbakeflyttere til Oppdal, som er svært ønsket i mindre bygder og tettsteder. Om innovasjonssenteret genererer flere kompetansearbeidsplasser, vil det trolig øke attraktiviteten for å bosette seg eller å flytte tilbake til Oppdal, særlig for folk med høyere utdanning og bred kompetanse innen sine fagfelt. Der er ikke nødvendigvis slik at innovasjonssenteret direkte gjør Oppdal mer attraktivt som bosted, men ringvirkningene i næringslivet og i sentrum kan på sikt være faktorer som gjør at folk tenker at Oppdal er et attraktivt sted å bosette seg.

Hvordan kan et innovasjonssenter bidra til steds- og næringsutvikling i Oppdal?

Stedsutvikling handler om å gjøre steder mer attraktive ved utføre tiltak som fremmer kvalitetene ved stedet (Teigen & Lønning, 2009). Det er særlig fysiske endringer å se i Oppdal som følge av innovasjonssenteret. Sentrum får et signalbygg med unike fasiliteter, i tillegg til at bygget skaper ei sentrumsutvikling som genererer hyggelige sentrumsområder med liv.

Sentrum kommer til å få mer besøk i tida framover, først og fremst av lokalbefolkningen, men det er også rimelig å anta at turister og hytteoppdalingene også kommer til å benytte seg av innovasjonssenteret og sentrum mer enn før. På kort sikt vil derfor innovasjonssenteret medføre økt aktivitet og trekke folk til Oppdal. Økt besøk skaper levende sentrum, og sentrum med liv medfører økt handel i besøksnæringene. Det blir derfor uten tvil viktig at tilgangen på handel og service er lett tilgjengelig for handelsstanden Oppdal i åra framover. Sterke og tydelige sentrum signaliserer også at det er attraktivt for andre aktører eller bedrifter å etablere seg på steder. Det ser vi allerede i Oppdal.

Innovasjonssenteret skaper et sterkt tyngdepunkt i Oppdal sentrum, som på sikt kan være en styrke for næringslivet i kommunen, men også i regionen. Kompetanse, kontorlokaler, verkstedsfunksjoner og nettverk blir samlet på ett sted, som legger forholdene til rette for innovasjon og kompetansedeling. Dersom innovasjonssenteret lykkes i å skape nye arbeidsplasser, trekke kompetanse og bedrifter til kommunen, vil det føre til behov for arbeidskraft som på sikt kan bidra til å øke folketallet. Dette er kunnskap og kompetanse som eksisterende næringsliv vil dra nytte av, samtidig som nytt næringsliv også kan skapes. På mange måter handler dette om at Oppdal fortsatt må være et attraktivt sted for folk å bo, og for næringslivet. Det er dette innovasjonssenteret på sikt vil kunne bidra med. «Attraktive steder er dermed steder som har oppnådd høyere vekst enn det de strukturelle forholdene skulle tilsi. Det er nettopp det som er målet for lokal og regional næringsutvikling og stedsutvikling» (Vareide, 2018, s. 105).

5.3 Avsluttende refleksjoner

Datamaterialet i denne oppgaven har i all hovedsak vært basert på intervjuer fra seks ulike aktører med tilknytning til næringslivet i Oppdal. Som presisert i kapittel 3.2, kan ikke intervjuer stadfeste en sannhet, og siden innovasjonssenteret enda ikke er i drift, har denne studien blitt basert på informasjon fra personer jeg mener har forutsetninger for å kunne si noe om steds- og næringsutvikling i Oppdal. Det er på dette grunnlag vanskelig å eksakt si hvor stor nytte næringslivet vil ha av innovasjonssenteret. Selv om det med stor sannsynlighet vil resultere i flere arbeidsplasser, flere tilbud og aktivitet for folk i sentrum, er ikke alt av innhold bestemt, og det er fortsatt ledige lokaler til leie. I tillegg vet man ikke for sikkert hvilken type kompetanse som kommer, og om NTNU-avtalen blir landet dit hen at det har påvirkning for næringslivet eller stedet Oppdal. Mye kan derfor tyde på at innovasjonssentret kommer til å

generere steds- og næringsutvikling i Oppdal, men at man må være forsiktig med å stadfeste at innovasjonssenteret i seg selv kommer til å generere en veldig stor vekst i næringslivet og antall arbeidsplasser. I hvert fall med det første.

Til slutt vil jeg tilføye at innovasjonssenteret bør ha en form for utvikling, og ikke ende opp som et «blaff», og bli gjenstand som et kjøpesenter med kontorlokaler og butikker. Som en av informantene påpekte, spiller innholdet en viktig rolle for stedsutvikling. Det er i den forstand viktig at det foregår aktiviteter og er utvikling i innovasjonssenteret over tid. Skal Nasjonalparken Næringshage nå sitt mål om å skape en innovasjonskultur i Oppdal, krever det en utvikling over tid. Dersom «Oppdal Innovasjonssenter» evner å skape en gründerånd og utviklingskultur i Oppdalssamfunnet, kan dette være aktøren som sikrer ny vekst. Riktig aktør på rett plass er et godt sted å begynne.

Referanseliste

- Anholt, S. (2010). Definitions of place branding – Working towards a resolution. *Place Brand Public Diplomacy*, 6(1), 1-10
- Berg, N. G. & Dale, B. (2004). Sted – begreper og teorier. I N. G. Berg, B. Dale, H. K. Lysgård & A. Løfgren (Red.), *Mennesker, steder og regionale endringer* (s. 39-60). Trondheim: Tapir Akademisk Forlag
- Berg, N. G. & Dale, B. (2013). Hva er stedsidentitet, og hvordan fanger vi den opp? I A. Førde, B. Kramvig, N. G. Berg & B. Dale (Red.) *Å finne sted – metodologiske perspektiver i stedsanalyser* (s. 23-41). Trondheim: Akademika forlag
- Berg, N. G. & Dale, B. (2015). Sted – noen nyere teoretiske tilnærminger og debatter. I M. Aure, N. G. Berg, J. Cruickshank & B. Dale (Red.) *Med sans for sted – nyere teorier* (s. 31-46). Bergen: Fagbokforlaget
- Bernard, H. R. (2006). *Research Methods in Anthropology: Qualitative and Quantitative Approaches* (4th ed.). Lanham: AltaMira Press
- Borch, O. J. & Førde, A. (2010). Innovative bygder – en introduksjon. I O. J. Borch & A. Førde (Red.), *Innovative bygdemiljø: ildsjeler og nyskappingsarbeid* (s.13-26). Bergen: Fagbokforlaget
- Borch, O. J., Førde, A., Rønning, L., Vestrum, I. K., & Alsos, G. A. (2008). Resource configuration and creative practices of community entrepreneurs. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 2(2), 227-236
- Børrud, E. (2018). Kvalitet i kompakt by – resultat av fortetting som byutviklingsstrategi. I N. Aarsæther, E. Falleth, T. Nyseth & R. Kristiansen (Red.), *Plan og samfunn: system, praksis, teori* (s. 168-190). Oslo: Cappelen Damm akademisk
- Castree, N. (2003). Place: connections and boundaries in an interdependent world. I S. L. Holloway, S. P. Rice & G. Valentine (Red.), *Key Concepts in Geography* (s. 165-185). London: Sage
- Crang, M. og Cook, I. (2007). *Doing Ethnographies*. Los Angeles: Sage
- Cresswell, T. (2013). *Geographic Thought – A Critical Introduction*. Oxford: Wiley-Blackwell
- Cresswell, T. (2015). *Place: An Introduction* (2nd ed.). Chichester: Wiley-Blackwell
- Dale, B., Selstad, T. & Sjøholt, P. (2007). Trøndelag i tall. I T. Selstad, B. Dale, P. Sjøholt & N. G. Berg (Red.) *Innovative Trøndelag* (s. 45-82). Trondheim: Tapir Akademisk Forlag

- Danbolt, M. (2019, 2. juli). Oppdal vant igjen: – Resultat av langsiktig styring. Hentet den 9. april 2020 fra <https://www.kommunal-rapport.no/kommunebarometeret/oppdal-vantigjenresultatavlangsiktig-styring/10262!/>
- Distriktssenteret. (2017, 4. oktober). Sentrum utan liv. Hentet den 8. april 2020 fra <https://distriktssenteret.no/artikkel/sentrum-utan-liv/>
- Dowling, R. (2016). Power, Subjectivity, and Ethics in Qualitative Research. I I. Hay (Red.), *Qualitative Research Methods in Human Geography* (4th ed., s. 29-44). Ontario: Oxford University Press
- Dunford, M. (2010). Regional Development Models. Hentet 27. april 2020 fra <https://www.sussex.ac.uk/webteam/gateway/file.php?name=modelsrd.pdf&site=2>
- Dunn, K. (2016). Interviewing. I I. Hay (Red.), *Qualitative Research Methods in Human Geography* (4th ed., s. 149-188). Ontario: Oxford University Press
- Espelien, A. (2019). *Kommunen som næringsutvikler i 2030* (Menon-rapport nr. 20/2019). Oslo: Menon Economics
- Follo, G. & Villa, M. (2010). Å byggje staden stein på stein. I O. J. Borch & A. Førde (Red.), *Innovative bygemiljø: ildsjeler og nyskappingsarbeid* (s.121-136). Bergen: Fagbokforlaget
- Ginting, N., Nasution, A. D., & Rahman, N. V. (2017). More Attractive More Identified: Distinctiveness in Embedding Place Identity. *Procedia Environmental Sciences*, 37, 408-419.
- Gisnås, L. (2004). *100 år i Oppdal: historiene, bildene, profilene*
- Grimsrud, G. M. & Aure, M. (2013). *Tilflytning for enhver pris? En studie av tilflyttingsarbeid i norske distriktskommuner* (Ideas2evidence rapport 4/2013). Bergen: Ideas2evidence
- Grimsrud, G. M. & Båtevik, F. O. (2016) Velkommen til bygda. Tilflyttingsarbeidets tvetydighet. I M. Villa & M. S. Haugen (Red.), *Lokalsamfunn* (s. 283-302). Oslo: Cappelen Damm Akademisk
- Grimsrud, G. M. & Sørli, K. (2004). Flytting og bosetting, jobb og pendling. I N. G. Berg, B. Dale, H. K. Lysgård & A. Løfgren (Red.), *Mennesker, steder og regionale endringer* (s. 79-101). Trondheim: Tapir Akademisk Forlag
- Huggins, R., & Clifton, N. (2011). Competitiveness, creativity, and place-based development. *Environment and Planning A*, 43(6), 1341-1362.

- Kavaratzis, M., & Kalandides, A. (2015). Rethinking the place brand: the interactive formation of place brands and the role of participatory place branding. *Environment and Planning A*, 47(6), 1368-1382.
- Kneafsey, M. (2000). Tourism, place identities and social relations in the European rural periphery. *European Urban and Regional Studies*, 7(1), 35-50
- Kommunal- og moderniseringsdepartementet & Distriktssenteret. (2018). De lange linjer i stedsutviklingen. Hentet den 26. februar 2020 fra <https://distriktssenteret.no/litteratur/de-lange-linjer-i-stedsutviklingen/>
- Lewicka, M. (2008). Place attachment, place identity, and place memory: Restoring the forgotten city past. *Journal of Environmental Psychology*, 28(3), 209-231.
- Lysgård, H. K. & Cruickshank, J. (2016). Attraktive lokalsamfunn – hva er det og for hvem? I M. Villa & M. S. Haugen (Red.), *Lokalsamfunn* (s. 95-114). Oslo: Cappelen Damm Akademisk
- Massey, D. (1994). *Space, place and gender*. Cambridge: Polity Press
- Mauseth, I. K. & Alsos, G. A. (2017). Er coworking space et godt tilbud for gründere? *Magma*, (8), 58-67
- Meyer, S. (2007). *Det innovative mennesket*. Bergen: Fagbokforlaget
- Midtskog, O. (2014). Vurdering av sentrumsplanen i Oppdal. Hentet den 8. april 2020 fra <http://www.onfoppdal.no/vurdering-av-sentrumsplanen/>
- Mitra, J. (2012). *Entrepreneurship, Innovation and Regional Development*. London: Routledge
- Mollan, G. B & Handeland, M. W. (2018). Svolvær, prisfinalist – og hva så? Hatling & D. Aggvin (Red.) Livskraftige lokalsamfunn – tilfeldig og planlagt (s. 75-77). Hentet den 1. mai 2020 fra <https://distriktssenteret.no/litteratur/livskraftige-lokalsamfunn-tilfeldig-og-planlagt/>
- Nasjonalparken Næringshage (u.å.). Innovasjonssenter. Hentet den 15. mars 2020 fra <https://www.nasjonalparkhagen.no/innovasjonssenter.html#>
- Niedomyśl, T. (2010). Towards a conceptual framework of place attractiveness: a migration perspective. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 92(1), 97-109
- Norsk senter for forskningsdata. (2018, 10. oktober). Informasjon til utvalget. Hentet den 17. januar 2020 fra https://nsd.no/personvernombud/hjelp/informasjon_samtykke/
- Nyseth, T. (2013). Stedsutvikling i et innovasjonsperspektiv – Karneval eller bare nye kostymer? I T. Ringholm, H. Teigen & N. Aarsæther (Red.) *Innovative kommuner* (s. 258-274). Oslo: Cappelen Damm akademisk

- Oppdal kommune. (2010). Det gode liv i ei attraktiv fjellbygd. Kommuneplanens samfunnsdel 2010-2025. Hentet den 20. januar 2020 fra <https://www.oppdal.kommune.no/globalassets/pdfdokumenter/kommuneplan/kammueplanen-samfunnsdel.pdf>
- Oppdal kommune. (2019). Strategisk næringsplan 2019-2030. Hentet den fra https://www.oppdal.kommune.no/globalassets/pdfdokumenter/naring/strategisk-naringsplan_30.09.19.pdf
- Oppdalinnovasjonssenter. (u.å. a). Innovasjonsarena. Hentet den 29. april 2020 fra <https://www.oppdalinnovasjonssenter.no/innovasjonsarena>
- Oppdalinnovasjonssenter. (u.å. b). Hvorfor innovasjonssenter i Oppdal. Hentet den 3. mai 2020 fra <https://www.oppdalinnovasjonssenter.no/bakgrunn>
- Pike, A., Rodríguez-Pose, A., & Tomaney, J. (2007). What kind of local and regional development and for whom? *Regional studies*, 41(9), 1253-1269.
- Pike, A., Rodríguez-Pose, A., & Tomaney, J. (2017). *Local and regional development* (2.utg.). London: Routledge.
- Røe, P. G. & Vestby G. M. (2013). Sosiokulturelle stedsanalyser: teorigrunnlag og metodologi. I A. Førde, B. Kramvig, N. G. Berg & B. Dale (Red.) *Å finne sted. Metodologiske perspektiver i stedsanalyser* (s. 43-61). Trondheim: Akademika forlag
- Rønning, L. (2010). Samfunnsentreprenørskap som initiering av lokal næringsutvikling. I O. J. Borch & A. Førde (Red.), *Innovative bygdemiljø: ildsjeler og nyskappingsarbeid* (s. 53-67). Bergen: Fagbokforlaget
- Siva. (u.å.). Om Siva. Hentet den 10. mai 2020 fra <https://siva.no/om-siva/>
- Skilbrei, M. (2019). *Kvalitative metoder: planlegging, gjennomføring og etisk refleksjon* (1. utg.). Bergen: Fagbokforlaget
- SSB. (2020). Kommunefakta Oppdal - 5021 (Trøndelag - Tröndelage). Hentet den 26. mars 2020 fra <https://www.ssb.no/kommunefakta/oppdal>
- Stokkan, J. & Haugen, M. O. (2019, 13. november). Oppdal. Hentet den 9. april 2020 fra <https://snl.no/Oppdal>
- Storper, M. & Scott, A. J. (2009). Rethinking human capital, creativity and urban growth. *Journal of Economic Geography* 9, 147-167
- Stratford, E. & Bradshaw, M. (2016). Qualitative Research Design and Rigour. I I. Hay (Red.), *Qualitative Research Methods in Human Geography* (4th ed., s. 117-129). Ontario: Oxford University Press

- Teigen, H. & Lønning, D. J. (2009). Kunnskap for stadsutvikling. Utviklingsrelevante norske bidrag i perioden 1999-2009. Hentet den 11. februar 2020 fra <https://distriktssenteret.no/litteratur/kunnskapsstatus-om-stedsutvikling/>
- Tennøy, A., Øksenholt, K. V., Midtskog, O. & Nore, N. (2015). Et attraktivt og levende sentrum. *PLAN 2*, 58-63
- Thagaard, T. (2013). *Systematikk og innlevelse – en innføring i kvalitativ metode* (4. utg.). Bergen: Fagbokforlaget
- Tjora, A. (2017). *Kvalitative forskningsmetoder i praksis*. (3.utg.). Oslo: Gyldendal Akademisk
- Vareide, K. (2018). *Hvorfor vokser steder?* Oslo: Cappelen Damm akademisk
- Ward, N., & Brown, D. L. (2009). Placing the Rural in Regional Development. *Regional studies*, 43(10), 1237-1244.
- Wekre, T. & Jensen, B. R. (2020). Distriktskommuner som lykkes godt med næringsutvikling. Hentet den 21. april 2020 fra <https://distriktssenteret.no/artikkel/%E2%80%8Bnotat-distriktskommuner-som-lykkes-godt-med-naeringsutvikling/>
- Winchester, H.P.M. & Rofe, R.W. (2016). Qualitative Research and Its Place in Human Geography. I I. Hay (Red.), *Qualitative Research Methods in Human Geography* (4th ed., s. 1-28). Ontario: Oxford University Press
- Zahra, S. A., E. Gedajlovic, D. O. Neubaum & J. M. Shulman. (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, 24, 519-532
- Aarsæther, N. (2010). Kommunen i rolla som samfunnsutviklar. I Borch, O. J. & Førde, A. (Red.) *Innovative bygdemiljø. Ildsjeler og nyskappingsarbeid* (s. 53-67). Bergen: Fagbokforlaget

Vedlegg 1: Informasjonsskriv

Prosjekt: nærings- og stedsutvikling i Oppdal kommune, ved Hanne Torve

Formål med studien

Denne studien er en del av masterprogrammet i lektorutdanningen i geografi, ved geografisk institutt på NTNU.

Formålet med studien er å undersøke hva ulike tiltak for å fremme næringsutvikling har å si for et sted. I den forbindelse vil innovasjonssenteret i Oppdal sentrum brukes som case, og det er derfor ønskelig å høre hvordan ulike aktører forholder seg til og arbeider med utvikling av næring i Oppdal. Utvalget består av aktører som har tilknytning til næringslivet i Oppdal.

Hva innebærer det å delta i studien?

Deltakelse i dette prosjektet innebærer et intervju på ca. en time. Spørsmålene jeg vil stille handler om hvordan kommunen kan bidra med næringsutvikling for bygda og hva et innovasjonssenter kan tilføre næringslivet. Dersom du synes det er greit, vil jeg gjerne ta i bruk lydopptak ved hjelp av mobiltelefon. Et annet alternativ kan være notater.

Personopplysninger

Personopplysningene om deg vil i dette prosjektet behandles konfidensielt, og det er kun jeg som har tilgang til lydopptaket. Jeg vil anonymisere navnet ditt, men dersom det er greit, ønsker jeg å bruke arbeidsplassen din i oppgaven. Prosjektet skal etter planen avsluttes i mai 2020, og da vil lydopptak og personopplysninger være slettet.

Dine rettigheter

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

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

Det er frivillig å delta

Det er frivillig å delta i prosjektet, og jeg behandler opplysninger om deg basert på ditt samtykke. Hvis du velger å delta, kan du når som helst velge å trekke samtykket tilbake uten å oppgi noen grunn. Alle opplysninger om deg vil da bli anonymisert. Om du har noen spørsmål, kan du ta kontakt med meg eller min veileder ved institutt for geografi, NTNU, Nina Gunnerud Berg.

Samtykkeerklæring

Nærings- og stedsutvikling i Oppdal kommune:

Hanne Torve

Jeg har mottatt og forstått informasjonen om prosjektet og samtykker i å delta i studien.

Jeg aksepterer at min arbeidsplass blir brukt i oppgaven.

Jeg samtykker i at mine personopplysninger behandles fram til prosjektets slutt i mai 2020.

(Signert av prosjektdeltaker, sted og dato)

Vedlegg 2: Intervjuguider

Intervjuguide 1, næringsliv 1

1 Innledende: informasjon om informanten

- Navn
- Yrke: bakgrunn, utdanning og tidligere arbeidserfaring
- Oppgaver og ansvar i jobben

2 Nærings- og stedsutvikling

- Oppdal ble kåret til landets beste kommune i 2019 av Kommunebarometeret. Er næringsutvikling en stor del av det?
- Hvordan ser næringsprofilen i Oppdal kommune ut?
 - o Ser du noen trender/endringer i sammensetningen? Hvorfor?
- Hva legger du i begrepet «vekst» når vi snakker om nærings- og stedsutvikling?
 - o Opplever dere vekst?
 - Hvor kommer veksten (hvilken type vekst)?
- Hva skal til for at et tettsted som Oppdal opplever vekst?

3 Innovasjonssenteret

- Kan du fortelle litt om bakgrunnen for etablering av et innovasjonssenter?
 - o Hvorfor opprette et innovasjonssenter i Oppdal?
 - o Prosess: fra omlegging av E6 → salg av tomt(er) → byggestart
 - o Plassering?
- Hvilket formål skal innovasjonssenteret ha?
 - o Målsetninger, ambisjoner
 - o Hvordan tenker dere å bidra?
- Hva kan innovasjonssenteret tilføre Oppdal?
 - o Kort og lang sikt
 - o Regionalt? Lokalbefolkning?

4 Ringvirkninger

- Hva mener du anses som den viktigste næringen i Oppdal nå?
 - o Hvorfor?
 - o Innovasjonssentret bidra til å forsterke den næringen?
 - Hvordan?
 - Ringvirkninger til andre næringer som følge av innovasjonssenter?
 - o Hvor mange arbeidsplasser mener du et innovasjonssenter vil føre til? Hvilke arbeidsplasser? Hvordan kommer disse arbeidsplassene til syne?
- Hvordan arbeider dere for å skape stedsutvikling i Oppdal?
 - o Etablering av nye arbeidsplasser?
 - o Hvordan kan et regionalt innovasjonssenter bidra?
 - Desentralisert skoletilbud?
 - Lokaler for bedrifter lokalisert andre steder?

5 Avslutning

- Er det noe du vil si som du mener er viktig å få fram?

Intervjuguide 2, leietakere

1 Innledende: informasjon om informanten

- Navn
- Yrke (utdanning)
- Arbeidsplass

2 Innovasjonssenteret

- Det snakkes varmt om innovasjonssenteret og hva det kan tilføre Oppdal. Kan du fortelle litt om bakgrunnen for hvorfor dere ønsker å bli en del av innovasjonssenteret?
 - o Ambisjoner
- Hva kan dere bidra med når dere kommer inn i innovasjonssenteret?
 - o Samarbeid med andre?
- Kan det å flytte inn i innovasjonssenteret bidra til videre utvikling hos dere?
 - o Hvordan?
- Hva ønsker dere å få ut av innovasjonssenteret?
 - o Vekst?
 - Hvilken type vekst?
 - o Målsettinger

3 Ringvirkninger

- Tror du at et innovasjonssenter vil kunne generere flere arbeidsplasser hos dere?
 - o Annen type vekst?
- Vil en ny type aktivitet komme til syne hos dere?
 - o På hvilken måte?
- Hva kan et innovasjonssenter tilføre Oppdal?
 - o Kort og lang sikt

4 Avsluttende

- Er det noe du vil si som du mener er viktig å få fram?

Intervjuguide 3, næringsliv 2

1 Innledende: informasjon om informanten

- Navn
- Yrke: bakgrunn, utdanning og tidligere arbeidserfaring
- Oppgaver og ansvar i jobben

2 Oppdal Næringsforening

- Hva er deres rolle i Oppdal?
 - o Arbeidsoppgaver
 - o Hvem arbeider dere for/med?
 - o Hvilke mål har dere?
- Hvordan er samarbeidet deres med andre aktører?
 - o Felles prosjekt?
 - o Hva kan dere tilby?
- Hvilke prosjekter arbeider dere med nå?
 - o Ambisjoner?

3 Nærings- og stedsutvikling

- Hva legger du i begrepet «vekst» når vi snakker om nærings- og stedsutvikling?
 - o Har Oppdal vekst?
 - Hvor kommer veksten (hvilken type vekst)?
 - Hvilke næringer er framtreddende?
- Hva tror du skal til for at et tettsted som Oppdal opplever vekst?
- Hvordan arbeider dere for å skape stedsutvikling i Oppdal?
 - o Etablering av nye arbeidsplasser?

4 Framtidas Oppdal

- Hva tror du Oppdal må fokusere på i tiden framover for å oppleve stedsutvikling?
 - o Faktorer?
 - o Konkrete tiltak?
 - o Næringslivet
- Det skjer store forandringer i sentrum. Tror du forandringene i sentrum kan bidra til stedsutvikling på sikt?
 - o Betydningen av et sterkt og tilgjengelig sentrum?
 - o Innovasjonssenteret
 - Deres rolle
- Hvilke næringer anser du som viktige i framtidens Oppdal?
 - o Endring fra nå?

5 Avslutning

- Er det noe du vil si som du mener er viktig å få fram?

Intervjuguide 4, næringsliv 3

1 Innledende: informasjon om informanten

- Navn
- Yrke: bakgrunn, utdanning og tidligere arbeidserfaring
- Oppgaver og ansvar i jobben

2 Næringsutvikling og Siva

- Når vi prater om næringsutvikling, hva er deres roller og oppgaver?
 - o Kan du kort fortelle litt om hva dere arbeider med og hvem dere er til for?
 - o Hvordan arbeider dere for tettsteder som Oppdal?
 - o Kriterier som dere har for å bli med i prosjekt?
- Hva legger du i begreper «vekst» når vi snakker om nærings- og stedsutvikling?
- Hva mener du skal til for at et tettsted som Oppdal opplever vekst?

3 Innovasjonssenteret

- Kan du fortelle litt om bakgrunnen for å etablere et innovasjonssenter i Oppdal?
 - o Hvorfor opprette et innovasjonssenter akkurat i Oppdal?
 - o Hva ble avgjørende for at dere i Siva ønsket å være med på denne utviklingen?
- Hvilket formål skal innovasjonssenteret ha?
 - o Målsetninger og ambisjoner
 - o Hvordan tenker dere å bidra/hva blir deres rolle?
 - o Samarbeid med kommunen og næringshagen?
- Hva kan et innovasjonssenter tilføre Oppdal?
 - o På lang og kort sikt
 - o Regionalt
 - o Lokalbefolkningen?

4 Ringvirkninger

- Hva mener du anses som den viktigste næringen i Oppdal nå?
 - o Hvorfor?
 - o Kan innovasjonssenteret bidra til å forsterke den næringen?
 - Hvordan?
 - Ringvirkninger til andre næringer som følge av innovasjonssenteret?
 - o Hvor mange arbeidsplasser tror du et innovasjonssenter vil føre til?
 - Hvilke arbeidsplasser?
- Hvordan arbeider dere for å skape stedsutvikling i Oppdal?
 - o Hvordan kan et regionalt innovasjonssenter bidra?

5 Avslutning

- Er det noe du vil si som du mener er viktig å få fram?

