

Natalie Pettersen

# Entreprenørskap i et levende lokalsamfunn

Fire eksempler på samfunnsentreprenørskap i bygda Ekne

Masteroppgave i Innovasjon, entreprenørskap og samfunn  
Veileder: Nina Gunnerud Berg

Mai 2022



Natalie Pettersen

# **Entreprenørskap i et levende lokalsamfunn**

Fire eksempler på samfunnsentreprenørskap i bygda  
Ekne

Masteroppgave i Innovasjon, entreprenørskap og samfunn  
Veileder: Nina Gunnerud Berg  
Mai 2022

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



Kunnskap for en bedre verden



## Abstract

Many rural areas face various challenges as well as opportunities in relation to demands for innovation, additionally, they may experience both a population decline as well as a decline in the provision of local services. There is a need for local communities to acknowledge their own strengths and make use of opportunities for development, locally. Social entrepreneurs and other driving forces are important with regard to establishing further evolvement of smaller rural areas and local communities. Ekne is one such small rural area, or rather a small village, and here several people have started their own businesses and projects and people refer to Ekne as a vibrant local community. There are several factors that cause entrepreneurs and enthusiasts to start their own businesses in the first place, and to motivate them in doing so. In this thesis I will take a closer look at the factors that influenced and motivated the driving forces. The purpose of this research is to answer the following question:

*«What motivates people in a small rural community to start and run their own businesses and projects?»*

The thesis will be answered through qualitative research methods, in which interviews with five entrepreneurs and other driving forces running their own business in the small village called Ekne, are conducted. It will be a collective discussion of empirical findings considering relevant theory and previous research in the topic of social entrepreneurship, connection to locations and networks that will constitute the foundation for a conclusion of the thesis of this research.

Discussion of empirical findings show that entrepreneurs and vital driving forces in the small village of Ekne are motivated by internal factors, as well as factors connected to the development of the location where they reside. The local community, the culture of entrepreneurship, and association to Ekne, are all factors that are highlighted as motivators behind their establishment. In addition, it also affects the opportunities the entrepreneurs are given locally. The older generation state that they miss the attendance of younger people in terms of volunteer work and specific development in the local community. In the event, one succeeds with attracting more young people in such work in a local community such as Ekne, the chances are high that the community will thrive and further develop in the years ahead.



## Sammendrag

Bygdene står overfor utfordringer og muligheter i møte med krav om nyskaping, der mange rurale steder opplever befolkningsnedgang og reduksjon i tilbud av lokale tjenester. Det er behov for at lokalsamfunn ser sine styrker og benytter seg av muligheter for utvikling lokalt. Samfunnsentreprenører og ildsjeler er viktig i arbeidet med å utvikle bygder og lokalsamfunn. I Ekne er det flere som har startet opp egne virksomheter og prosjekter i bygda, som omtales som et levende lokalsamfunn. Det er flere faktorer som påvirker hvorfor entreprenørene og ildsjelene har startet opp egne virksomheter, og hva som har vært motivasjon bak arbeidet. I denne oppgaven ser jeg nærmere på de faktorene som har påvirket ildsjelene, og ildsjelene sin motivasjon. Formålet med denne masteroppgaven er å svare på følgende problemstilling:

*«Hva er det som motiverer personer i et lite bygdesamfunn til å starte opp og drive egne virksomheter og prosjekter?»*

Problemstillingen blir besvart gjennom kvalitativ forskningsmetode hvor det er foretatt intervju med fem entreprenører og ildsjeler som driver egne prosjekter og virksomheter i bygda Ekne i Trøndelag. De empiriske funnene diskuteres opp mot relevant teori og tidligere forskning på samfunnsentreprenørskap, lokalsamfunn, stedstilknytning og nettverk som danner grunnlaget for en konklusjon på oppgavens problemstilling.

Diskusjon av empiriske funn viser at entreprenørene og ildsjelene i Ekne motiveres av interne faktorer, samt faktorer knyttet til utvikling av stedet de bor på. Lokalsamfunnet, entreprenørskapskulturen og tilknytningen til Ekne er faktorer som trekkes fram som pådrivere og motivasjon bak deres etableringer. I tillegg påvirker det også mulighetsrommet som entreprenørene gis lokalt. Den eldre generasjonen savner engasjement og frivillig arbeid fra de yngre, i utviklingen av bygda. Dersom man får med flere av de yngre i videre arbeid for bygda, ligger det til rette for at utvikling i Ekne skal kunne fortsette i flere år framover.





## Forord

Jeg har vokst opp og bodd mesteparten av mitt liv i bygda Ekne i Levanger kommune. Jeg har vært med på at butikken ble lagt ned, spørsmål om skolen skulle legges ned, og har sett dugnadsånden som befinner seg i bygda. Ildsjelene på Ekne har alltid vært en inspirasjon, og det som har foregått i lokalsamfunnet de senere årene har vært en spennende reise. De utfordringer, men også de muligheter som hjembygda har stått i de siste tiår har ført til at jeg har et sterkt engasjement for utvikling i distrikter og små bygdesamfunn. Dette gjorde at jeg ønsket å se på entreprenørskap i bygda for å undersøke nærmere ildsjelene og hva som motiverte dem til å starte opp egne virksomheter og prosjekt på Ekne. Masteroppgaven markerer avslutningen på det toårige masterprogrammet innovasjon, entreprenørskap og samfunn ved NTNU. Oppgaven utgjør 30 studiepoeng og er skrevet våren 2022. Arbeidet med oppgaven har vært krevende, men ikke minst spennende og lærerik.

Jeg ønsker å takke min veileder Nina Gunnerud Berg som har vært tilgjengelig for veiledning og alle spørsmål jeg har hatt til oppgaven underveis. Ved hjelp av gode diskusjoner, inspirasjon og tips har hun hjulpet meg i riktig retning med oppgaven. Jeg vil også takke alle fem informantene som stilte opp til intervju. Det har vært spennende og lærerikt å høre om deres arbeid og motivasjon. Til slutt vil jeg også takke venner og familie for støtten underveis, og stor takk til de som har gjennomgått oppgaven og hjulpet til med korrekturlesing. Jeg setter stor pris på all støtten og all hjelp!

God lesing!



Natalie Pettersen

Trondheim, mai 2022



# Innholdsfortegnelse

ABSTRACT .....	I
SAMMENDRAG .....	III
FORORD .....	V
<b>FIGUR- OG TABELLISTE.....</b>	<b>IX</b>
<b>1 INTRODUKSJON.....</b>	<b>1</b>
1.1 BAKGRUNN FOR VALG AV TEMA.....	2
1.2 FORMÅL OG PROBLEMSTILLING.....	3
1.3 BYGDA EKNE .....	5
1.4 OPPGAVENS OPPBYGGING .....	7
<b>2 TEORI.....</b>	<b>9</b>
2.1 ENTREPRENØRSKAP, SOSIALT ENTREPRENØRSKAP OG SAMFUNNSENTREPRENØRSKAP .....	9
2.1.1 <i>Entreprenørskap og entreprenøren</i> .....	9
2.1.2 <i>Sosialt entreprenørskap</i> .....	11
2.1.3 <i>Samfunnsentreprenørskap</i> .....	11
2.1.4 <i>Samfunnsentreprenør og ildsjel</i> .....	12
2.1.5 <i>Bygdedyr</i> .....	13
2.1.6 <i>Motivasjonsfaktorer for entreprenørskap</i> .....	14
2.2 STEDSTILKNYTNING I RURALE LOKALSAMFUNN .....	14
2.2.1 <i>Lokalsamfunn</i> .....	15
2.2.2 <i>Stedstilknytning som faktor for motivasjon</i> .....	18
2.2.3 <i>Ruralitet og bygd</i> .....	19
2.2.4 <i>Entreprenørskap som en kollektiv prosess</i> .....	20
2.2.5 <i>Nettverk og ressurser</i> .....	21
2.2.6 <i>Entreprenørskapskultur</i> .....	23
2.3 OPPSUMMERING AV TEORI.....	24
<b>3 METODE .....</b>	<b>25</b>
3.1 KVALITATIV TILNÆRMING .....	25
3.2 SEMISTRUKTURERTE INTERVJU .....	25
3.2.1 <i>Utvalg av informanter</i> .....	26
3.2.2 <i>Intervjuguide</i> .....	27
3.2.3 <i>Gjennomføring av intervjuene</i> .....	27
3.3 ETTERARBEID OG ANALYSE.....	29
3.4 ETISKE BETRAKTNINGER .....	30
3.4.1 <i>Informert samtykke og konfidensialitet</i> .....	31
3.4.2 <i>Refleksjon over egen rolle</i> .....	31
3.5 FORSKNINGENS KVALITET OG BEGRENSNINGER .....	32

3.5.1	<i>Pålitelighet og tillit</i> .....	33
3.5.2	<i>Transparens og refleksivitet</i> .....	34
3.5.3	<i>Generaliserbarhet og overførbarhet</i> .....	34
3.5.4	<i>Metodiske begrensninger</i> .....	35
<b>4</b>	<b>EMPIRISKE FUNN OG DISKUSJON</b> .....	<b>37</b>
4.1	FAKTORER SOM PÅVIRKER ENTREPRENØRSKAP OG MOTIVASJON HOS ENTREPRENØRENE.....	37
4.2	LOKALSAMFUNNET OG STEDSTILKNYTNING VIKTIGE FAKTORER FOR ENTREPRENØRSKAP .....	43
4.2.1	<i>Entreprenørskapskulturen</i> .....	52
<b>5</b>	<b>KONKLUSJON</b> .....	<b>57</b>
5.1	FORSLAG TIL VIDERE FORSKNING.....	59
	<b>REFERANSELISTE</b> .....	<b>61</b>
	<b>VEDLEGG</b> .....	<b>66</b>
	VEDLEGG 1: INFORMASJONSSKRIV OG SAMTYKKEERKLÆRING .....	66
	VEDLEGG 2: INTERVJUGUIDE .....	69

## Figur- og tabelliste

### **Figurer:**

Figur 1: Ekne på kartet (Kartverket, u.å.) ..... 5

### **Tabeller:**

Tabell 1: Innbyggertall på Ekne de siste tre årene (SSB, u.å.)..... 6

Tabell 2: Oversikt og informasjon om informanter med fiktive navn ..... 27



# 1 Introduksjon

Innovasjon, entreprenørskap og nyskaping er sentrale begrep i alt utviklingsarbeid. Det offentlige har satt et større fokus på nødvendigheten av å føre politikk som stimulerer til innovasjon og som skaper optimisme og entreprenørholdninger i små lokalsamfunn (Kommunal-og moderniseringsdepartementet, 2019). Bygdene står ovenfor utfordringer og muligheter i møte med krav om nyskaping og det er derfor nyttig å sette seg mer inn i utvikling i bygdesamfunn (Borch & Førde, 2010). Omstillingsdyktige lokalsamfunn og bærekraftige regioner trenger et lønnsomt og vekstkraftig næringsliv, som kan ha ulike roller i distriktene utover det å bidra med arbeidsplasser og verdiskaping. Bedriftene er dermed en viktig aktør for lokal samfunnsutvikling og kan være en del av løsningen på mange utfordringer i distriktene (Kommunal-og moderniseringsdepartementet, 2019).

I stortingsmeldinga «Levende lokalsamfunn for fremtiden», trekkes det fram at det skal være mulig å leve gode liv uavhengig av hvor i Norge man bor. Solberg-regjeringen trekker fram at det gode samfunnet bygges nedenfra, med rom for menneskers ulike fellesskap og tilhørighet (Kommunal-og moderniseringsdepartementet, 2019). Distriktpolitikken og fokuset på å ta hele landet i bruk er ikke noe nytt fenomen. Det var flere eksempel på distrikts- og regionalpolitiske tiltak også før krigen, men det var i etterkrigstiden at det ble etablert en særskilt distrikts- og regionalpolitikk i Norge (Teigen, 2019). Siden 1960 har distriktpolitikken vært en sentral del av politikken, som kom som en følge av «flukten fra landsbygda». Gjennom å utvikle arbeidsplasser der folk bodde, ønsket man å motvirke folkenedgangen i distriktene. Den dominerende målsettingen for distriktpolitikken i Norge har vært å holde oppe hovedtrekkene i bosettingsmønsteret. En del av arbeidet var at kommunene skulle få en større rolle og fremme utvikling nedenfra og opp (Teigen, 2019). I de siste tiårene er det også økt fokus på at distriktene selv skal kunne jobbe for befolkningsutvikling gjennom lokalt utviklingsarbeid med mål om å styrke attraktiviteten til kommuner og lokalsamfunn. Dette inkluderer arbeid innenfor næringsutvikling, arbeidsmarked, boligutvikling, stedskvaliteter og kultur- og fritidstilbud (NOU 2020: 15, 2020). Forutsetningene for utvikling er ikke lik i alle lokalsamfunn, men det finnes noen felles faktorer man ser kan bidra til positiv utvikling lokalt og regionalt. Dette innebærer å skape bredde i det lokale arbeidsmarkedet for å få folk til å flytte dit, men også trivsel og gode tjenester for å få folk til å bli boende. Dette innebærer et aktivt lokalsamfunn med butikker og

servicetilbud, idrett- og kulturtilbud, friluftsmuligheter og sosiale arenaer som kan bidra til å øke bosteds- og besøksattraktiviteten til et sted. Staten legger viktige rammebetingelser for utviklingen, men arbeid med levende lokalsamfunn handler også om hva lokale aktører selv kan endre og utvikle i egen bygd (Kommunal- og moderniseringsdepartementet, 2019). Med bakgrunn i dette er det derfor viktig å forske på hvilke faktorer som ligger bak og hva det er som motiverer noen mennesker til å starte egne prosjekter og virksomheter i, og for, lokalsamfunnet sitt. Dette undersøker jeg videre i denne masteroppgaven.

Viktigheten av lokalsamfunnet og entreprenører for utvikling av rurale steder, er også noe EU har satt på sin agenda gjennom programmene Horizon 2020 og Horizon Europe, der fokuset ligger på å utvikle innovative industrier, attraktive jobber og skape samme muligheter ruralt, som urbant. Med dette menes at det skal kunne være mulig å bo trygt, ha tilgang på jobb og ulike tjenester som skole og helsetjenester, uansett hvor i et land man bor. Denne problemstillingen ser ikke ut til å være unik for Norge, men er et problem som de fleste land i Europa sliter med (European Commission, 2021).

## **1.1 Bakgrunn for valg av tema**

Borch og Førde har redigert en antologi med tittelen *innovative bygdemiljø* (2010) der de setter fokus på faktorer som bidrar til levedyktige og framtidsrettede bygdemiljø. Boka er et resultat av et forskningsprosjekt med tittelen «Innovative bygdesamfunn – kollektivt entreprenørskap i bygdesamfunn». Gjennom prosjektet satte de søkelys på samfunnsentreprenørens rolle, arbeidsformer i nyskappingsprosesser og hvordan offentlige virkemiddel kan støtte opp om nyskappingsarbeid i bygdene (Borch & Førde, 2010). Usikre framtidsutsikter og negativ utvikling i bygdene og bygdenæringer har bidratt til pessimisme i mange bygder. Dette gjelder imidlertid ikke i alle bygder, der man ser at det i noen områder, blomstrer av kreative tiltak og motiverte folk som ønsker det beste for sine lokalsamfunn (Borch & Førde, 2010). Det er derfor av interesse å undersøke hva som stimulerer til nyskaping i bygdene, og hva som skal til for å skape levedyktige og framtidsrettede bygdemiljø. Borch & Førde (2010) trekker fram suksesshistorier fra flere bygder, hvor entreprenører og ildsjeler har skapt virksomheter og prosjekter som har bidratt til utvikling i eget lokalsamfunn. De ser på ulike faktorer for samfunnsentreprenørskap, nyskaping og hva som kjennetegner ildsjelene og samfunnsentreprenørene, og mindre på motivasjon for oppstart og videre drift av virksomhetene og prosjektene. Denne boka gjorde meg



oppmerksom på viktigheten av entreprenørskap i bygde- og lokalsamfunn og var en viktig grunn for at jeg valgte dette som tema for oppgaven.

Twuijver, Olmedo, O'Shaughnessy og Hennessy (2020) har foretatt en systematisk litteraturgjennomgang som inkluderer 66 studier av sosiale bedrifter på bygder rundt om i Europa. En sosial bedrift forstås som en organisasjon med et mål om å oppnå sosial, samfunnsmessig og/eller miljømessig påvirkning. Sosiale virksomheter i distriktene blir ofte identifisert som potensielle aktører som kan bidra til å løse noen av de komplekse utfordringene distriktene må håndtere. Twuijver et al. (2020) sin litteraturgjennomgang belyser at sosiale bedrifter rundt om i Europa bidrar til utvikling, samt til levering av tjenester og produkter som er med å oppfylle behov for grupper som bor i distriktene. Gjennom sin studie har de funnet at sosiale virksomheter på bygda er preget av sterkt lokalt engasjement med evne til å kombinere ulike ressurser og mål i tillegg til å bære preg av et sterkt kollektivt samarbeid. Involvering av lokalsamfunnet og lokale og eksterne nettverk ble trukket fram som viktig for fremveksten og overlevelsen for sosiale bedrifter på bygda. De så også på rollen som omstendighetene har for virksomhetene, og hvor viktig de landlige og lokale kontekstene er både som muliggjørende og begrensende faktorer for utviklingen og mulighetsrommet virksomhetene møter på (Twuijver et al., 2020). Det Twuijver et al. trekker fram om sosialt entreprenørskap i Europa sammenfaller med det vi finner igjen i forskningen til Borch og Førde (2010) om samfunnsentreprenørskap. Sosialt entreprenørskap og samfunnsentreprenørskap er sentrale begrep i entreprenørskaps- og bygdeutviklingslitteraturen, som jeg kommer tilbake til i kapittel 2. Jeg ønsker å undersøke motivasjonen hos entreprenøren som starter opp og driver noe i et lite bygdesamfunn, men også de ulike faktorene lokalsamfunnet og ressursene lokalt har for motivasjon og utvikling av virksomheten.

## **1.2 Formål og problemstilling**

Næringslivet er sentralt som tilbyder av ulike varer og tjenester og som arbeidsgiver, men næringslivet spiller også en viktig rolle utover dette. Skillet mellom næringsutvikling og annen samfunnsutvikling kan ofte være uklart (NOU 2020: 12). Mange steder er preget av en rekke nyskapende aktiviteter, som næringsutvikling og stedsutvikling (Alsos, 2010). Disse prosessene kan involvere mange personer, men det er som oftest noen få som står for igangsettingen og gjennomføringen. Disse personene ser muligheter som de utnytter for å

oppnå samfunnsmessige mål. De er ofte samfunnsentreprenører eller ildsjeler og har et ønske om å skape samfunnsmessige verdier for lokalsamfunnet. Hva er det som motiverer disse menneskene til å utnytte og bruke sine ressurser og sin kapasitet for å skape verdier for eget lokalsamfunn?

Entreprenøriell aktivitet på samfunnsnivå kan være viktig for positiv utvikling i et bygdesamfunn, der samfunnsentreprenører og ildsjeler bidrar til å se muligheter og skape utvikling lokalt. Disse personene er avhengige av gode støttespillere og handlingsrom lokalt, der motstand og manglende endringsvilje hos lokalsamfunnet vil kunne bidra til at endring føles vanskelig og umulig i noen bygder (Alsos, 2010). Det som er helt sentralt i arbeidet er at man har tillit til entreprenøren og tro på det som skal gjøres, og ildsjelene må derfor være sterke i troen på at det er mulig å skape noe som bidrar positivt til lokalsamfunnet gjennom kollektiv handling (Alsos, 2010). Det er mange faktorer som kan hemme eller fremme lokalt entreprenørskap. Formålet med dette forskningsprosjektet er å se nærmere på et bygdesamfunn for å få innblikk i motivasjonsfaktorer som bidrar til at enkelte ønsker å starte opp og drive egne prosjekter/virksomheter på bygda. Gjennom å intervju lokale entreprenører ønsker jeg å få et innblikk i faktorer som ligger bak deres motivasjon og deres mulighetsrom for å drive med noe eget på bygda. Jeg valgte å se nærmere på samfunnsentreprenører og deres arbeid i bygda Ekne, med bakgrunn i det arbeidet som er lagt ned for å møte bygdas utfordringer. Utfordringene bygda har møtt har vært blant annet nedleggelse av butikk, spørsmål om nedleggelse av skole og befolkningsnedgang. Ildsjelene på Ekne, og det som har foregått i lokalsamfunnet de senere årene, er en stor inspirasjon. De utfordringer, men også de muligheter, som Ekne har stått i de siste tiår har ført til at jeg har et sterkt engasjement for utvikling i distrikter og små bygdesamfunn, og er bakgrunnen for valg av problemstilling.

Tidligere studier, motivasjon for bygdeutvikling, i tillegg til samfunnsrelevansen til samfunnsentreprenørskap for vekst i rurale områder, var det som motiverte meg til å forske på tema som denne oppgaven tar utgangspunkt i. Dette innebærer å fokusere på en liten bygd, for å forske på motivasjonen hos den enkelte entreprenør/ildsjel for å starte egne virksomheter/prosjekter i lokalsamfunnet sitt. På bakgrunn av dette vil jeg intervju entreprenører og ildsjeler i et lite lokalsamfunn i Trøndelag, bygda Ekne i Levanger kommune. Problemstillingen min er derfor som følger:

*”Hva er det som motiverer personer i et lite bygdesamfunn til å starte opp og drive egne virksomheter og prosjekter?”*

Med prosjekt refereres det til større prosjekt som går over flere år, og som består av kontinuerlig arbeid for og vedlikeholdes. Oppgaven tar utgangspunkt i tre virksomheter og ett prosjekt, noe jeg kommer tilbake til i kapittel 3, metode. Jeg forsker på et spesifikt bygdesamfunn, men håper og tror at funnene kan være til nytte for andre bygdesamfunn.

### 1.3 Bygda Ekne

Ekne er ei bygda som ligger lengst vest i Levanger kommune i Trøndelag fylke. Bygda grenser mot Frosta i vest, Ronglan og Åsen i sør og Skogn i øst. Over fjorden nord for Ekne finner man Ytterøy og Mosvik. Det er tre veier inn og ut av Ekne, der den ene leder til Skogn, som har både jernbanestasjon og flere dagligvarebutikker, og til E6 nord og sør. Dette gjør det nært og enkelt og pendle til Levanger og Steinkjer i nord og Stjørdal og Trondheim i sør. Den andre veien leder til Ronglan, men også den leder til E6, nord og sør. Siste veien går til Frosta, og videre til Åsen. Bygda er enkel å kjøre til og fra, enten man kommer fra nord eller sør. Frosta som er nabo til Ekne har mange hyttebeboere som ofte kjører gjennom bygda dersom de kommer fra nord. Ekne har opp gjennom historien vært en fiske-, fangst-, skog- og jordbruksbygda. Utover dette har Ekne også blitt satt på kartet etter 2.verdenskrig da Falstad fangeleir satte sine spor i folk, i og utenfor bygda (Ekneinfo, u.å.).



Figur 1: Ekne på kartet (Kartverket, u.å.)

I perioden 1895 til 1995 var Ekne preget av ulike virksomheter i spesialpedagogisk tjeneste i form av skolehjem, offentlig barneskole, og videregående skole for ungdom med lærevansker, oppdragelsesanstalt og spesialpedagogisk kompetansesenter. I løpet av disse 100 årene har rundt 3000 gutter og jenter vært elever ved spesialskolene på Ekne. Disse skolene har vært med å prege kulturen i bygda sterkt, og stor tilflytting har gjort befolkninga i bygda mye mer sammensatt og variert enn i mange sammenlignbare bygder (Ekneinfo, u.å.).

Ekne hadde et innbyggertall på 717 pr. 1.januar 2020 og 699 per 1.januar 2021, og hadde dermed en nedgang i innbyggere for andre år på rad (SSB, u.å.). Bygda hadde ifølge den interne hjemmesiden ca. 160 yrkesaktive lokalt. Dette inkluderer både deltid- og heltidsansatte. Disse er fordelt med ca. 100 på Ecura Bo og Habilitering, 16 på Ekne skole, 12 på Ekne barnehage og 15 på Falstadsenteret. Selvstendig næringsdrivende innenfor landbruk er ca. 15, andre selvstendig næringsdrivende ca. 10, og nærbutikken med flere ansatte som til sammen tar opp ca. 3 heltidsstillinger (Ekneinfo, u.å.). Disse tallene er hentet av eier av hjemmesiden og er dynamiske tall som er i kontinuerlig endring som følge av endringer i tilgjengelige jobber på bygda. Ekne har også et sentrum, og 60-70% av innbyggerne bor der, mens resten bor i grendene. Bygda består av 260 boliger, 50 hytter og 60 landbrukseiendommer. Det er altså mye aktivitet på stedet, med innbyggerne som bor der, de som jobber der og de som reiser til Ekne på fritida. Bygdesamfunnet er også preget av mye aktivitet, med lokalt idrettslag, kor, skihytte, teaterlag, festival, cafe og en aktiv småbåthavn (Ekneinfo, u.å.).

Folketallet de siste årene har vært noenlunde jevnt, med en liten nedgang totalt sett. Ekne består av grunnkretsene, Skårås, Vestran og Gustad. Nedenfor vises en utvikling i folketall for disse i perioden 2018-2021.

<b>04317: Befolkning, etter statistikkvariabel, grunnkrets og år</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
<b>50370308 Skarås</b>	225	216	201	199
<b>50370309 Gustad</b>	383	410	392	384
<b>50370310 Vestran</b>	128	124	124	116
<b>Total</b>	736	750	717	699
<i>Endring fra forrige år</i>		14	-33	-18

Tabell 1: Innbyggertall på Ekne de siste tre årene (SSB, u.å.)

2. verdenskrig har, som nevnt over, satt sitt merke på bygda. Ekne huset i 1941-1945 SS-leiren Falstad Strafgefengenslager, og i etterkrigstiden (1945-1949) huset bygda NS-leiren Innherred Fangeleir. Disse to periodene har vært med å forme bygdas historie og utvikling (Ekneinfo, u.å.). Før det ble fangeleir fungerte området som et skolehjem for gutter som hadde gjort noe straffbart eller som var mishandlet eller forsømt (Falstadsenteret, u.å.-b). I etterkrigstiden fungerte det som offentlig barneskole for, de som på den tiden ble kalt, evneveike fram til 1992 (Falstadsenteret, u.å.-a). Stiftelsen Falstadsenteret ble etablert i år 2000 som et senter for nasjonalt opplærings- og dokumentasjonssenter for krigens fangehistorie, humanitær folkerett og menneskerettigheter, og har også ansvar for en rik museumssamling fra krigstiden (Falstadsenteret, u.å.-c). Dette, og de andre historiske hendelsene, har vært med å forme kulturen, og vært med å forme Ekne slik bygda er den dag i dag.

#### **1.4 Oppgavens oppbygging**

Denne oppgaven er strukturert på følgende måte: innledningsvis settes fokus på aktualiteten og hensikten med å forske på lokalsamfunn og mindre bygdesamfunn. I dette kapitlet presenteres også problemstillingen og bakgrunnsinformasjon for denne, samt bygda jeg skal forske på. I kapittel to presenteres relevante teoretiske perspektiver som legger grunnlaget for analysen i oppgaven. Her presenteres entreprenørskap, lokalsamfunn, stedstilknytning, og nettverk og ressurser som er viktige begreper å ha kjennskap til for å belyse resultatene i oppgaven. Kapittel tre presenterer forskningsdesignet som er brukt i oppgaven for å gi leser en forståelse av hvordan jeg har kommet fram til de svarene og konklusjonene jeg har kommet fram til. Jeg vil også gå nærmere inn på metode og drøfte hvorfor jeg har tatt de metodiske valgene jeg har tatt. I kapittel fire blir empiri analysert og drøftet opp mot teori. Det vil til slutt i oppgaven, i kapittel fem, være en konklusjon og en anbefaling for videre arbeid.



## 2 Teori

I dette kapitlet vil jeg gå gjennom teori og tidligere forskning som vil være sentral for å belyse problemstillingen. Entreprenørskap, stedstilknytning og lokalsamfunn er sentrale begrep som skal belyses nærmere og som utgjør det analytiske rammeverket for denne oppgaven. Å se nærmere på entreprenørskap på samfunnsnivå innebærer i denne sammenhengen at jeg også skal se nærmere på teori om nettverk, ressurser og samfunnsentreprenørskap, for å kunne belyse problemstillingen på en bred og god måte. Jeg har vurdert det som relevant for min problemstilling og belyse disse teoriene og videre bruke de i diskusjonen for å kunne svare på problemstillingen.

### 2.1 Entreprenørskap, sosialt entreprenørskap og samfunnsentreprenørskap

Det finnes flere former for entreprenørskap, som jeg videre vil belyse ettersom jeg forsker på motivasjon for entreprenørskap i et lite bygdesamfunn der formålet og motivasjonen for entreprenørskap er med på å forme hvilken type entreprenørskap aktørene utfører. Generelt for alle typene er at entreprenørene trenger andre personer å spille på, en kultur som støtter opp om det arbeidet som entreprenørene utøver og ressurser som kan mobiliseres (Spilling, 2008b; Rønning, 2010).

#### 2.1.1 Entreprenørskap og entreprenøren

Det er entreprenørskap med formål om økonomisk gevinst som oftest betegnes som entreprenørskap. Det som er viktig for entreprenørskap er at man organiserer ressurser på en slik måte at det resulterer i økonomisk virksomhet. Denne formen for entreprenørskap forutsetter en kombinasjon av ulike kunnskaper og ferdigheter for å sette et forretningsmessig prosjekt ut i livet (Spilling, 2008c). Entreprenørskap er ikke noe nytt fenomen, men interessen for det har utviklet seg sterkt. Schumpeter har gjennom sitt arbeid utviklet teori på entreprenørskap og behandlet entreprenørskap som den sentrale drivkraften i økonomisk utvikling. Schumpeter satte entreprenøren på kartet og presenterte entreprenøren som en endringsagent i boka «The Theory of Economic Development». Det første av hans arbeid assosieres med «den unge» Schumpeter, og her legger han vekt på at endring kommer innenfra og skjer spontant som et brudd med rådende forhold (Schumpeter, 1934, i Spilling, 2008c). I sitt senere arbeid fokuserte Schumpeter på at innovasjon kom fra de store selskapene, og at det var de som var den viktigste drivkraften i utvikling. Dette baseres på at bedriftene har større ressurser til å drive med innovasjon og utvikling. Innovasjon kan

defineres som det å skape noe nytt, som en ny produksjonsmåte eller et nytt produkt eller tjeneste. Skillet mellom innovasjon og entreprenørskap er at innovasjon betyr noe nytt, men trenger ikke føre til en ny forretningsmessig virksomhet. Entreprenørskap derimot trenger ikke bety at man kommer på den nye ideen, men at man tar den i bruk på en ny måte som fører til ny kombinasjon og dannelsen av ny forretningsmessig virksomhet (Spilling, 2008c).

Entreprenøren er personen bak ideene, de som bryter ned barrierene og som kombinerer ressurser på nye måter gjennom å ta risiko og satse ressurser, som kan resultere i noe nytt og levedyktig (Spilling, 2008c). Både Schumpeter og Barth betrakter en entreprenør som en rolle en person utøver, og at det til denne rollen er knyttet bestemte handlinger og aktiviteter som er koblet til det å organisere ressurser og utvikle forretningsmessig virksomhet (Barth, 1972 & Scumpeter, 1947, i Spilling, 2008c). En entreprenør kan ha flere formål, der virksomhetsformen man oppretter, avgjør hvilken type entreprenør man betegnes som. Dette kan blant annet være entreprenører som starter sosiale- samfunnsmessige eller økonomiske virksomheter.

Bolkesjø og Brun (2008) trekker fram tre ulike grupperinger av entreprenører. Det første er lokalsamfunnsentreprenørene. Disse tillegger omgivelsesmotivene stor vekt, der et motiverende lokalt næringsmiljø er viktig for oppstart av virksomhet. Det som karakteriserer disse entreprenørene er at de ønsker å få til noe på stedet der de bor. Denne grupperingen har flere likhetstrekk med de typene entreprenørskap jeg skal ta for meg i denne oppgaven og som jeg kommer tilbake til nedenfor, nemlig samfunnsentreprenører og sosiale entreprenører. Den andre gruppen er selvrealiseringsentreprenørene, disse ønsker å starte egen virksomhet på bakgrunn av at de ønsker å ta i bruk egne ressurser og fordi de har tro på markedet for virksomheten de ønsker å etablere. Viktig for disse entreprenørene er frihetsmotivet, at de kan bestemme over egen arbeidssituasjon. Den siste typen er arbeidssøkerentreprenørene, disse er motivert ut fra nødvendigheten av å gjøre noe for å forbedre den arbeidssituasjonen de har. Et kjennetegn ved disse entreprenørene er behovet for å tjene penger, og bedriftene de etablerer kalles for levebrødsetableringer (Bolkesjø & Brun, 2008). Disse tre grupperingene av entreprenører viser at formålet med entreprenørskap varierer ut fra motivasjon for å starte egen virksomhet. Jeg har nå trukket fram forretningsmessig entreprenørskap, der formålet er profitt, men hva om formålet er utvikling for mennesker og lokalsamfunnet? Vi skal nå se nærmere på to typer entreprenørskap som ikke har økonomisk gevinst som hovedformål.



### **2.1.2 Sosialt entreprenørskap**

Andre former for entreprenørskap er ikke nye fenomen, men har de siste årene fått økt fokus i Norge. Sosialt entreprenørskap er en form for entreprenørskap som vokser i omfang også i Norge, og startet som en løsning på de problemer ildsjeler og frivillige organisasjoner møter på som en følge av problemer med å skaffe et stabilt inntektsgrunnlag for sine sosiale virksomheter. Sosialt entreprenørskap har i senere tid blitt en egen type næringsvirksomhet der fokuset er på bred medvirkning, og deltagelse. Det som er viktig for en sosial entreprenør er at det sosiale formålet kommer først, og penger er et middel for å få virksomheten til å gå rundt (Brøgger, 2017, s. 11). Et eksempel på en sosial bedrift er Noen AS som jobber med mennesker som har demens og kognitiv svikt, for å gi dem god livskvalitet (Noen, u.å.-b). Bedriften har et godt samspill med det offentlige og ønsker også å fremme gode samarbeid mellom offentlig sektor og sosiale entreprenører (Noen, u.å.-a).

Brøgger (2017, s. 13) trekker fram at den sosiale entreprenøren kombinerer ulike ressurser, bygger nettverk og veksler mellom roller. En sosial entreprenør lager noe nytt av de ressursene som hen har tilgjengelig. Sosialt entreprenørskap operer innenfor og på tvers av de tre sosiale feltene privat, offentlig og frivillig sektor, og omtales derfor som den fjerde sektor. Sosialt entreprenørskap kan defineres som en egen sektor med bakgrunn i at denne typen virksomhet ikke er forankret i strategier eller politiske vedtak i andre typer organisasjoner og institusjoner (Brøgger, 2017, s. 16).

### **2.1.3 Samfunnsentreprenørskap**

En annen form for entreprenørskap som har fokus utover profitt er samfunnsentreprenørskap. Samfunnsentreprenørskap er entreprenørskapsprosesser som har et formål utover entreprenørens og andres interesser, og gjennomføres av flere enkeltindivider som arbeider sammen for å skape og utvikle ideer og muligheter med sosialt og økonomisk bidrag til et lokalsamfunn (Borch & Førde, 2010). Den som leder og setter i gang denne prosessen omtales som en samfunnsentreprenør, noe jeg skal komme tilbake til i kap. 2.1.4. Alsos (2010) trekker fram at entreprenøriell aktivitet på samfunnsnivå kan være svært viktig for positiv utvikling i et bygdesamfunn. Derfor er det også lagt mer vekt på samfunnsentreprenørskap som virkemiddel for å utvikle og bygge opp bygdesamfunn. Dette gjennom innovative og nyskapende aktiviteter som bidrar til å løse samfunnsmessige behov eller nå målsettinger på bygdenivå.

Fokuset i samfunnsentreprenørskap er ikke slik som Schumpeter presenterte, på de store selskapene, men på de små selskapene og lokalsamfunnet. Entreprenørskapsprosessen innebærer i denne typen entreprenørskap identifisering og mobilisering av ressurser i samfunnet for å skape potensielle økonomiske muligheter, og legger vekt på å mobilisere og involvere hele samfunnet (Haugh & Pardy, 1999). Samfunnsentreprenørskap kan sees på som et middel for å håndtere en «krise» eller en vanskelig situasjon som et lokalsamfunn er kommet opp i, der lokal mobilisering er nødvendig for å komme ut av denne «krisen» (Johannisson, 1990). Alsos (2010) bruker ildsjel og samfunnsentreprenør om hverandre. Samfunnsentreprenører er også ildsjeler som brenner for å skape, men ildsjeler trenger ikke være samfunnsentreprenører da dette også kan være personer som jobber frivillig gjennom blant annet dugnad for å få til noe for lokalsamfunnet.

Definisjonene på sosialt entreprenørskap og samfunnsentreprenørskap har mange likhetstrekk, og det er vanskelig å argumentere for noen forskjeller mellom begrepene. Begge disse typene entreprenørskap har kollektivt gode som formål, møter et behov som samfunnet har og begge understreker viktigheten av samarbeid, bred deltagelse og utnyttelse av tilgjengelige ressurser (Olmedo, Twuijver, & O'Shaughnessy, 2021; Lang & Fink, 2019; Brøgger, 2017; Borch & Førde, 2010; Johannisson, 1990). Benevnelsene brukes ofte om hverandre, og dersom man ønsker å oversette samfunnsentreprenørskap og sosialt entreprenørskap til engelsk, vil oversettelsen for begge være «social entrepreneurship». Begrepene er såpass like, at det ville være nyttig og slå de sammen til et samlet begrep også her i Norge. Bolkesjø & Brun (2008) bruker begrepet lokalsamfunnsentreprenør om entreprenører som tillegger omgivelsene og lokalsamfunnet stor vekt. Denne forståelsen av en samfunnsentreprenør er det som passer oppgavens omfang, nemlig entreprenører i et lite lokalsamfunn. For enkelthetens skyld vil jeg bruke begrepene samfunnsentreprenør og samfunnsentreprenørskap, samt entreprenørskap og entreprenøren videre i oppgaven. Benevnelsene passer oppgaven godt ettersom jeg forsker på et lokalsamfunn, der entreprenørene jobber med entreprenøriell aktivitet på samfunnsnivå (Alsos, 2010).

#### **2.1.4 Samfunnsentreprenør og ildsjel**

Fredrik Barth (1963, i Alsos, 2010, s. 28) brukte begrepet entreprenør om personer som opptrådte som sosiale endringsagenter gjennom at de aktivt bidro til endringsprosesser i et lokalsamfunn. Denne forståelsen sammenfaller godt med det som Parkinson & Howorth (2008) benevner som en samfunnsentreprenør. De trekker fram at personene bak de

samfunnsmessige virksomhetene kalles for samfunnsentreprenører ettersom det er forventet at de skal gi noe tilbake til lokalsamfunnet. Samfunnsentreprenøren trekkes fram som en person som er opptatt av lokale spørsmål, samt å skape et kollektivt gode for eget lokalmiljø.

Samfunnsentreprenører utfører dermed entreprenøriell aktivitet for å nå disse samfunnsmessige behovene eller målene. De aktivitetene som samfunnsentreprenøren utfører inkluderer ofte en viss grad av innovasjon og en viss grad av risiko for de involverte i prosessen, økonomisk og/eller sosialt (Alsos, 2010). En samfunnsentreprenør er derfor en ressursrik person i den forstand at hen oppdager og verdsetter ressurser som andre gjerne ikke ser eller benytter seg av (Peredo, 2008).

Samfunnsentreprenøren er en person som må ha sterke personlige og sosiale talenter, og må være godt forankret i den lokale kulturelle konteksten. Samfunnsentreprenøren må derfor evne å jobbe med og forandre de sosiale sammenhengene som er i bygda, gjennom kreativ handling i og for fellesskapet (Borch & Førde, 2010). Dette kan være alt fra å skape ny aktivitet på kulturområder til å bidra til næringsutvikling lokalt. Dette fører til at lokalsamfunnene tjener på at samfunnsentreprenørene har gode vilkår og at det legges til rette for at de skal kunne gjøre en best mulig innsats. Entreprenøren bringer sammen private og offentlige ressurser og aktører til kollektivt entreprenørskap og bidrar til å skape nye sosiale, kulturelle eller økonomiske verdier for lokalsamfunnet. Dette vil kunne bidra til at bygder utvikler seg og dermed får bestå i framtida (Borch & Førde, 2010).

### **2.1.5 Bygdedyr**

Bygdedyret er en metafor som blir brukt for å skildre og forklare motstanden som nyskapende personer i bygda møter på lokalt, og blir i flere sammenhenger sett på som negativt ladet. Det kan også være kilde til noe positivt gjennom at det oppfordrer til å møte motstand og motivere til kamp og kan på denne måten være kilde til produktiv styrke i nyskappingsprosesser (Førde, 2010). Bygdedyr er noe som oppstår på bygda når noen personer stiller seg negativt til de som tørr å være annerledes. Bygdedyret er personer som utøver negativ sosial kontroll, og dette kan innebære sladder og sosial utestenging (Lima & Slagsvold, 2009). Motstand og konflikter kan oppstå i slike prosjekter, selv om prosjektene har kollektive goder og lokalsamfunnets beste som formål (Borch & Førde, 2010). Samfunnsentreprenøren er avhengig av gode ressurser, et godt nettverk og et felleskap for å kunne arbeide for utvikling i lokalsamfunnet. Et hinder for slik utvikling kan være bygdedyret, personer som synliggjør seg om noe går for fort, ikke er godt nok forankret, og dersom det ikke står til de verdier man har i et

lokalsamfunn. Dette er personer som kan bremse og hindre de personene som ønsker å få til noe i bygda, og det kan noen ganger være nødvendig å overbevise disse personene dersom man skal få til nyskaping og utvikling (Follo & Villa, 2010).

### **2.1.6 Motivasjonsfaktorer for entreprenørskap**

I 2020 ble det etablert 68 993 nye foretak i Norge (SSB, 2022). I bygder i Norge er det også mange prosjekter og dugnader som dras i gang av ildsjeler som ønsker å få til noe for sitt lokalsamfunn. Grunnen til at entreprenører velger å starte noe eget baseres på ulike motivasjonsfaktorer hos den enkelte person. Det kan være at man ser et behov som må dekkes, at man ser behovet for å starte egen arbeidsplass, eller at man ønsker å etablere en virksomhet basert på egeninteresser eller en hobby. Samfunnsentreprenører og ildsjeler har som nevnt ovenfor ikke økonomi som motivasjon, men lokalsamfunnet eller det å få til noe for andre (Parkinson & Howorth, 2008; Borch & Førde, 2010). Motivasjonsfaktorer som er viktige ligger dermed i egeninteresser og i entreprenørenes interesse for eget sted. Sistnevnte skal jeg komme tilbake til i neste kapittel, 2.2 stedstilknytning i rurale lokalsamfunn. Sve (2010) har foretatt en studie i Lyngen i Troms innenfor nyskaping i landbruket. Der resultater viser at entreprenørene verdsatte egne verdier, som å ta vare på naturen, samt at de hadde et ønske om å gjøre det beste for stedet der de ville bo som viktige faktorer for nyskaping på gården. Skape.no har intervjuet flere entreprenører for å høre hvorfor de ønsket å etablere egen bedrift. Egne verdier ble også her trukket fram som viktige motivasjonsfaktorer. Entreprenøren bak bedriften Matsafari forteller at han fikk lyst til å skape noe eget, og at ettersom han er glad i natur, friluftsliv og mat ønsket han å etablere et tilbud der han fikk utviklet disse interessene (Skape, u.å.-b). Hobby trekkes fram av entreprenøren bak Fløtre, hvor hun så at sin egeninteresse og sin hobby kunne utvikles til å bli en virksomhet (Skape, u.å.-a).

## **2.2 Stedstilknytning i rurale lokalsamfunn**

Bygdesamfunn, lokalsamfunn og stedstilknytning er sentrale begreper å belyse ettersom jeg ser på faktorer som kan påvirke motivasjon og entreprenørenes arbeid med sine virksomheter. Tilknytning til sted og hvorfor entreprenører ønsker å etablere sine virksomheter og gjennomføre prosjekt på de stedene de bor er av sentral betydning for mulighetsrommet som entreprenørene opplever. Jeg skal også innom ressurser og nettverk, samt

entreprenørskapskultur som også har betydning for mulighetsrommet som entreprenører møter på i små lokalsamfunn.

### **2.2.1 Lokalsamfunn**

Lima og Slagsvold (2009) fant at flere opplever samhørighet og tillit i nabolag på bygda enn i byen. Tiden har endret seg, og nabolagets viktigste oppgave er ikke lenger sosialt fellesskap, men heller å kunne ivareta felles interesser for de som bor der. Dette gjennom blant annet dugnader og velforeninger. Velfungerende nabolag der folk kjenner hverandre godt kan være en god forutsetning for mobilisering til arbeid for felles interesser, noe som er en av grunnpilarene i arbeidet med samfunnsentreprenørskap (Lima & Slagsvold, 2009).

Lokalsamfunn er et begrep som brukes i flere sammenhenger og på ulike måter. Haugen og Villa (2016) avgrensar begrepet til å gjelde steder der man har en bevissthet rundt at man er et lokalsamfunn. Ser man på lokalsamfunn ut fra denne tilnærmingen finner man lokalsamfunn både i distriktene, i bymessige strøk og i storbyer. Haugen & Villa (2016) trekker også fram at man i dagligtalen bruker begrepet lokalsamfunn om små samfunn der «alle kjenner alle». Aarsæther (2014) definerer det samme begrepet som et geografisk avgrenset område hvor fysisk nærhet gir samhandling, der felles problemer og oppgaver bidrar til å skape lokale institusjoner. Samhandling mellom personer som føler tilknytning og felles problemforståelse ser dermed ut til å være kriterier for om et område kan karakteriseres som et lokalsamfunn eller ikke. Denne forståelsen er den jeg skal bruke videre i oppgaven når jeg skal se på hvordan entreprenørene opplever at lokalsamfunnet har vært viktig for dem. Dette gjennom å se på Ekne ved de geografiske linjene bygda er plassert innenfor, samt de innbyggerne som bygda består av, som utgjør bygdas lokalsamfunn. Haugen og Villa (2016) trekker videre fram at innholdet i et lokalsamfunn ofte defineres gjennom begrep som sosiale nettverk, identitet, fellesskap, verdier og holdninger. De trekker også fram at det i forståelsen av lokalsamfunn ofte ligger en «romantisk» forestilling om det tette og stabile fellesskap som ikke bryr seg med sosial ulikhet, interessekonflikter og makt på ulike nivå. Problemer oppstår også i slike samfunn, men man ser på lokalsamfunn som en gruppe som står forent i å løse disse problemene, slik som å jobbe mot at skole eller nærbutikk legges ned. Det er ikke en fasit eller en definisjon på hva et lokalsamfunn er, fordi de representerer mangfold og variasjon og er derfor forskjellige. Lokalsamfunn opplever ulike utviklingsløp og utfordringer, de har også ulike ressurser som forutsetning for å møte disse utfordringene, både historisk, materielt og sosiokulturelt (Haugen og Villa, 2016).

### ***2.2.1.1 Betydningen av lokale institusjoner for lokalsamfunnet***

En institusjon som er svært viktig for små lokalsamfunn er nærbutikken. Dagligvarebutikken, barnehagen og skolen er ofte de siste felles institusjonene i små lokalsamfunn (Halvorsen & Båtevik, 2016). Oxford Research (2021) foretok en studie hvor de så på tilleggstenestene i nærbutikkene tilknyttet Merkur programmet, der en informant belyste at nedleggelse av skole, barnehage eller butikk ville være første skritt i retning av nedleggelse av bygda. Nærbutikken i små lokalsamfunn er særlig viktig, da den ofte er mer enn bare en matbutikk. Den operer ofte som et multisørvissentere for bygda, og er ofte den eneste sosiale arenaen der lokalbefolkningen møtes på daglig basis. Distriktsbutikkene sliter og konkurrerer med kjøpesentre og et hav av andre dagligvarebutikker (Halvorsen & Båtevik, 2016).

Halvorsen og Båtevik (2016) argumenterer for at man må se på dagligvarebutikken i distriktene som noe mer enn et foretak, men som et kollektivt gode for lokalbefolkningen. Dette gjennom at nærbutikken kan være en viktig samfunnsinstitusjon som gir bygda tilgang på dagligvarer og andre tilleggstenester, slik som post, apotek, bank og drivstoffutsal, og ikke minst som en daglig møteplass for befolkningen. Tilgang på et slikt multisørvissentere er et kollektivt gode for lokalsamfunnet, og det kreves en innsats fra lokalbefolkningen dersom det skal kunne holdes vedlike, og dersom den skal kunne fortsette drift i bygda. Dette avhenger av det Granovetter (1985) kaller for innleiringsperspektiv. Dette perspektivet tar utgangspunkt i en antakelse om at økonomiske handlinger ikke utføres av isolerte individuelle beslutningstakere, men av sosialt innleirede og kollektivt orienterte aktører. Sosial innleiring vil da innebære at aktørene deler felles virkelighetsforståelse og normer og står i sosiale relasjoner til andre aktører, som de forholder seg til når de fatter økonomiske beslutninger. Ser man det fra dette perspektivet vil skjebnen til nærbutikker med marginale forutsetninger for drift avgjøres av i hvilken grad innbyggerne i lokalsamfunnet er innleiret i sosiale relasjoner til butikken og dens driver, men også i de normer og praksiser som inngår for å bidra til videre butikkdrift ved å legge sin dagligvarehandel dit. I tillegg til dette er også oppslutning fra lokalbefolkningen viktig, både gjennom valget om å handle der, men også gjennom dugnadsarbeid og andre arrangementer for butikken (Halvorsen & Båtevik, 2016).

Det statlige kompetanseprogrammet Merkurprogrammet ble opprettet for å styrke den viktige posisjonen distriktsbutikkene har for lokalsamfunn i Norge. Merkurprogrammet retter seg mot butikker der nærmarkedet er lite og der avstanden til andre dagligvarebutikker er minimum 10

kilometer. Programmet gir ikke direkte driftsstøtte til butikkene, men tilbyr kompetanseutvikling og rådgivning for butikkdriverne og forvalter diverse ordninger for investeringsstøtte (Halvorsen & Båtevik, 2016). Det er viktig å belyse rollen som nærbutikken har som et kollektivt gode, et multisørvisse, for bygda ettersom den påvirker attraktiviteten til bygdene, og for folkene som bor der. Dette kan også være med å påvirke om lokalbefolkningen ser en framtid for eget lokalsamfunn, basert på om man har tilgang til de tjenestene nærbutikken tilbyr, eller ikke.

### **2.2.1.2 Lokalsamfunn som bosted – stedstilknytning**

Følelsen av å høre til og å være en del av et samfunn der man føler seg som hjemme er viktig for menneskers tilknytning til steder (Woods, 2011). Berg (2016) trekker fram at å se lokalsamfunn som et sted innebærer at man ser felles kultur, verdier og interesser som basert på både sosial identitet og territorium, og at disse ikke kan skilles fra hverandre, ettersom de er sammenvevde. Sosiale relasjoner har stor betydning for sted, gjennom inkludering, ekskludering, makt og forhandlinger, men også gjennom hvem eller hva som hører til eller ikke på et sted (Berg, 2016). Dette knytter Berg videre opp mot hvordan sosial ulikhet er relatert til sted, og hvordan det får konsekvenser for relasjoner og stedstilknytning. Sosial ulikhet kan også være knyttet til kjønn, etnisitet, seksualitet osv. Dette gjelder særlig ved flytting, og om man regnes som en innflytter eller en som er født og oppvokst på stedet (Berg, 2016).

I sin analyse av lokalsamfunnet Bjørnevatn i Finnmark har Valestrand (2016) sett på blant annet tilhørighet. Der trekker hun fram at en viktig kilde til lokalsamfunnspatriotismen er en nettside for Bjørnevatn, drevet av en pensjonist siden 2006. På denne nettsiden legges det ut om historier, krigen, bilder, friluftsliv, fotball mm. Denne brukes av innbyggerne, men ikke minst av utflyttede og andre med tilknytning til bygda. Krigen var av stor betydning for dette lokalsamfunnets historie, og Valestrand trekker videre fram at mye av det som skjer i bygda er markeringer fra krigens dager. Dette samler bygda om en felles historie, der lokalsamfunnet går sammen for å arrangere ulike arrangement, og hun trekker også fram at aktivitetene i bygda har handlet om en anerkjennelse som et «liv laga» lokalsamfunn, altså et sted der det skjer ting. Dette lokalsamfunnet er et godt eksempel på at tilhørighet til sted danner en felles identitet, og motivasjon for å få til ting sammen for stedet man bor (Valestrand, 2016). Det Valestrand belyser her understreker viktigheten av et fellesskap, og en felles plattform for lokalsamfunnet. En felles digital plattform gjør det mulig for aktører som har flyttet ut av

bygda, men ikke minst de som bor i bygda, til å alltid være koblet sammen og koblet på det som skjer der til enhver tid.

Fellesskap kan utløses av at man ser felles problemer og at stedets identitet dermed blir truet. Stedets identitet avhenger av lokalbefolkningens forståelse av hvordan stedet deres er og hvordan det skal være. Jeg har nå vært kort innom hvordan sted og stedstilknytning er av betydning for lokalsamfunnet, men jeg skal også argumentere for at det er viktig for entreprenørskap. Derfor skal jeg belyse flere sider av sted og se på hvordan sted kan være med å fremme eller hemme entreprenørskap.

### **2.2.2 Stedstilknytning som faktor for motivasjon**

Dersom entreprenørene har følelsesmessige bånd til stedet, handler de ofte på måter som gagnar det. Steder og personer er gjensidig avhengig av hverandre, og stedstilknytning er derfor en viktig dimensjon for samfunnsentreprenørskap (Foss & Berg, 2002). Bolkesjø og Brun (2008) fant gjennom en undersøkelse i Sør-Norge fra 1996 at entreprenører i mer rurale strøk vektla stedet de bodde på og den tilknytningen de hadde til det som viktig for at de etablerte en virksomhet der, i større grad enn hva entreprenører i byen gjorde. Dette viser at sosial tilknytning til et sted og ønske om å bo der er viktig. I sin analyse av Lyngen og hvordan flere bønder har skapt nye måter å drive på, ser Sve (2010) det samme mønsteret, at bøndene ikke så på hvilke andre plasser de kunne etablere virksomhet, men at de så på hvordan de skulle etablere sin bedrift i egen bygd. Dette med bakgrunn av at de ønsket å skape noe og særlig sin egen arbeidsplass på Lyngen, bygda si, på bakgrunn av at det var der de ville bo (Sve, 2010).

Det er vår tilknytning til et sted som utgjør våre røtter der, og kjennskapen dette innebærer, og dette innebærer en følelse av dyp omsorg og bekymring for stedet. Det å ta vare på et sted innebærer derimot mer enn bare å ha en bekymring for det som er basert på tidligere erfaring og framtidig forventning. Dette både gjennom at man føler på et reelt ansvar og en respekt for stedet, både for seg selv og også for hva det betyr for andre. Dette innebærer en fullstendig forpliktelse til stedet (Relph, 1976). Dette kan knyttes opp mot det jeg har sett på om lokalsamfunn og bygd, der det kollektive og fellesskapet er viktige faktorer for entreprenørskap. Sted kan påvirke entreprenørskap lokalt, og entreprenører kan gjensidig være med å påvirke stedet.



### 2.2.3 Ruralitet og bygd

Ordet «bygd» brukes i vitenskapelig sammenheng synonymt med det engelske ordet «rural». «Rural» stammer fra latinsk og har rot i ordet «ruris» som betyr landet i motsetning til byen (Steinnes & Vandvik, 1965). Begrepet «bygd» har mange tolkninger og vil i det daglige være situasjonsbestemt, og avhengig av hvem som skal definere betydningen av begrepet. Hvordan folk i en bygd definerer begrepet vil også være situasjonsbestemt ut fra blant annet deres tolkning, forståelse, tilhørighet og alder (Thorsen & Verstad, 2004). Ruralitet er også et komplekst og tvetydig begrep, og det er variert hvordan mennesker opplever det rurale liv (Woods, 2011).

Thorsen og Verstad (2004) foretok en undersøkelse om hvordan ulike grupper fra Nord-Trøndelag tenkte om bygda, og fant at flere av gruppene diskuterte bygda gjennom å sammenligne den med byen. Ungdomsgruppen trakk fram at bygda er kjedelig, og at det er i byen det skjer ting. I politikergruppen ble det trukket fram av en deltager at han hadde valgt å bo på bygda med bakgrunn i at den gir naturopplevelser, følelse av sosial tilhørighet og opplevelse av nærhet mellom mennesker (Thorsen & Verstad, 2004). Dette utsagnet kan sees i lys av det Berg (2002) trekker fram at valg av bosted innebærer et valg av hverdagsliv. Den fysiske bygda kan på denne måten sies og understøtte et livsstilsvalg (Gullestad, 1989). I utvalget ble det også diskutert bygd opp mot by, men en av deltagerne definerte bygd som: «bygd for meg er et lokalsamfunn, viktig at det er et lokalsamfunn og ikke bare et sted» (Thorsen & Verstad, 2004, s. 181). Bygda blir sett på som spredtbygd, og med sterke sosiale relasjoner, disse relasjonene er både en sterk og en svak side ved bygdesamfunn. Dette ettersom disse relasjonene kontrollerer mulighetsrommet for hva som er akseptabelt eller ikke (Thorsen & Verstad, 2004).

Ikke bare i Norge er det fokus på rurale områder, bygder og lokalsamfunn. Rural 3.0 – «People Centred Rural Policy» er en OECD rapport som legger vekt på viktigheten av rurale områder for verdiskaping og velferd. Denne rapporten peker på flere faktorer som bør iverksettes av OECD landene for å frigjøre vekstpotensialet i rurale områder og samtidig bedre velferden til folk som bor der (OECD, 2019). Rapporten peker på at det er viktig å se på mulighetene ny teknologi og digitalisering gir for distriktene da det kan bidra til å redusere kostnadene ved å flytte mennesker og varer, og levere tjenester. Dette gjør at spørsmål om hvor man skal bo eller hvor man skal starte sin virksomhet blir mindre relevant (OECD, 2019). Det er derfor nyttig å forske på levedyktige lokalsamfunn, og hvordan de utvikles av

entreprenører og befolkningen som bor på stedet, og hvilke faktorer som muliggjør akkurat dette.

#### **2.2.4 Entreprenørskap som en kollektiv prosess**

Samfunnsentreprenørskapsprosesser assosieres ofte med en samfunnsentreprenør som står i spissen, men det kan også sees på som en kollektiv prosess der det skapes noe nytt gjennom samarbeid mellom flere personer. Entreprenøren og hens suksess er derfor avhengig av hva slags kontakter man har og hvilket miljø man jobber innenfor (Austin, Stevenson, & Weiskillern, 2006; Spilling, 2008b). Entreprenørskapet som en kollektiv prosess kan deles i to dimensjoner (Spilling, 2008b). Den første dimensjonen handler om prosjektets utvikling som er avhengig av samordnet handling mellom en rekke forskjellige aktører, både gjennom at man kan starte en virksomhet med noen, eller gjennom at virksomheten er del av et bredere nettverk. Den andre dimensjonen handler om utviklingen av et bredere fellesskap rundt entreprenørskap og næringsvirksomhet. Grunnlaget i denne dimensjonen er at man utvikler fellesskap basert på at man har felles interesser når det gjelder å skape og drive næringsvirksomhet, og at man drar nytte av hverandres erfaringer (Spilling, 2008b).

De involverte aktørene i en entreprenørskapsprosess har noen av de samme forutsetningene. Dette kan være en felles forståelse av et behov i bygda eller lokalsamfunnet og at det trengs nye løsninger for å møte dette behovet. Kollektiv handling blir da til gjennom et felles ønske om å utvikle lokalsamfunnet sitt. På denne måten blir individuelle og kollektive mål koblet sammen (Førde, 2010). Derfor er det viktig å se på entreprenørskap som en kollektiv prosess, da det vil være faktorer som vil påvirke entreprenørskap lokalt. Spilling (2008b) trekker fram at omgivelsene spiller en viktig rolle for entreprenørskap, og at entreprenørene ikke opptre i noe vakuum, men derimot i nær sammenheng med sine omgivelser. Disse omgivelsene kan innebære lokalt næringsmiljø, familie og sosialt eller politisk miljø. Ofte vil entreprenøren være en avspeiling av, eller i nær sammenheng med, ulike forhold i omgivelsene. Det er særlig viktig å belyse at med bakgrunn i det fellesskap og samhold som man finner i enkelte lokalsamfunn vil man finne at samfunnsentreprenøren ikke driver alene, og at støtte og samarbeid er svært viktig for kollektiv utvikling av og for bygda. Dette kan kobles opp mot nettverk og ressurser som nødvendige forutsetninger for entreprenørskap, som jeg skal ta for meg nedenfor i kap. 2.2.5.

Follo & Villa (2010) har sett på fire bygder som har klart å markedsføre bygda si utenfor dens grenser. Det de fant var at menneskene fra de fire bygdene trakk fram fellesskapet som svært viktig, og at det er felleskapets «vi» som trekkes fram, aldri «jeg». Det at det har gått godt for disse bygdene skyldes ikke individene, men felleskapets «vi». Det er dette Førde (2010) trekker fram som kollektiv handling, som er svært viktig for utviklingen i bygder og lokalsamfunn.

### **2.2.5 Nettverk og ressurser**

En samfunnsentreprenør kan ha mange roller, men dersom entreprenøren skal få til det hen ønsker er samfunnsentreprenøren avhengig av et nettverk og flere typer ressurser for å sette ideen ut i lokalsamfunnet. Det er derfor viktig å se på hvordan nettverk og ressurser, samt mobilisering og tillit vil kunne påvirke mulighetsrommet for entreprenørene når de ønsker å starte egne virksomheter, da dette også kan påvirke motivasjon for oppstart. Ildsjelen har en sentral rolle i samfunnsentreprenørskapsprosesser, og entreprenøren/ildsjelen har ofte nettverk både innenfor og utenfor lokalsamfunnet, og gjennom disse nettverkene kan hen skaffe ressurser som kunnskap, personer og kapital til lokalsamfunnet (Borch & Førde, 2010). Nettverk og ressurser er sentrale faktorer som kan fremme eller hemme entreprenørens motivasjon og mulighetsrom lokalt.

Nettverk dreier seg om å etablere relasjoner til aktører i omgivelsene i forbindelse med etablering av foretak (Foss, 2008). Et nettverk er en struktur som kan fremme eller hemme handlingsevnen til de som er involvert, og som skaper knutepunkter mellom aktørene som bidrar til at informasjon og andre ressurser overføres mellom de involverte. Begrepet nettverk handler derfor både om aktørene som inngår i det, men også de relasjonene som eksisterer mellom dem. Nettverket er dermed en arena for entreprenøren der han eller hun kan tilegne seg ressurser (Foss, 2008). I sammenheng med entreprenørens nettverk er man opptatt av relasjoner som oppstår i tilknytning til virksomheten og fokuset er på entreprenøren og entreprenørskap i en sosial kontekst. Den sosiale konteksten opptrer her som mulighetsområde, der entreprenøren kan oppnå tilgang på kritiske ressurser gjennom direkte eller indirekte kontakt med andre aktører. Med ressurser menes i denne forbindelse kapital, informasjon, leverandører, kunder, distributører, teknologi mm. (Aslesen, 2002).

Det er ulike typer kapital som er nødvendige i utviklingsarbeid, og i utviklingsarbeid knyttet til samfunnsentreprenørskap er det sosial kapital som er viktigst (Rønning, 2010). Sosial

kapital er knyttet til nettverk, sosiale relasjoner og samfunnsmessige normer og verdier (Nahapiet & Ghoshal, 1998). Rønning (2010) trekker fram at lokalsamfunnet har en sosial kapital, og at samfunnsentreprenøren har tilgang på denne kapitalen gjennom de nettverk og relasjoner hen er tilknyttet. Det er viktig og av stor verdi for samfunnsentreprenøren at hen har tilgang til et stort og inkluderende nettverk der lokalsamfunnet har åpne holdninger til endringer, og der relasjoner er preget av gjensidig tillit. Motsatt vil et lokalsamfunn preget av små og lukkede nettverk med negative holdninger til entreprenørskap virke som en demper for entreprenøren (Rønning, 2010). I forbindelse med samfunnsentreprenørskap er derfor utvikling av entreprenøriell sosial kapital viktig. Dette vil gi positive resultater og vil over tid bidra til at lokalsamfunnet får større entreprenøriell kapasitet og en kultur for entreprenørskap (Rønning, 2010). Det nettverket og de ressurser som entreprenørene har lokalt vil være av betydning for det mulighetsrommet de har ved oppstart av sine virksomheter, samt videre drift, og det er derfor viktig å se på disse perspektivene og hvordan de kan påvirke motivasjon hos entreprenøren. Mobilisering av ressursene er nødvendig dersom entreprenøren skal kunne dra nytte av ressursene hen har tilgang på.

### ***2.2.5.1 Mobilisering***

Samfunnsentreprenørskap må, som vi har sett, sees i sammenheng med ressurser, men også i sammenheng med mobilisering av disse ressursene. En samfunnsentreprenør er, som nevnt over, en som evner å se muligheter og som klarer å utnytte ressurser på nye og/eller bedre måter. En samfunnsentreprenør opererer sjelden alene, og dersom entreprenøren skal få utnyttet ressursene til å komme lokalsamfunnet til gode er det nødvendig å mobilisere alle ressursene som skal brukes. Samfunnsentreprenøren har en unik evne til å mobilisere disse ressursene på bakgrunn av at hen har god kunnskap om lokalsamfunnets utfordringer, og ressurser, og dermed dets muligheter til å møte disse utfordringene (Rønning, 2010).

Et av resultatene av en mobiliseringsprosess er at man får utviklet både menneskelige og sosiale ressurser. Menneskelige ressurser i denne sammenheng kan være kompetanse til å oppdage utviklingsmuligheter i lokalsamfunnet og kompetanse til å engasjere andre til å delta i lokalt utviklingsarbeid. Rønning (2010) trekker fram denne typen kompetanse som entreprenøriell kompetanse på samfunnsnivå. Utvikling av de sosiale ressursene innebærer utvikling av de sosiale nettverkene. Ved å utvikle ulike typer ressurser vil man også utvikle entreprenørskapskulturen lokalt (Rønning, 2010). Spilling (2008a) trekker også fram at den

eksisterende næringsstrukturen og områdets kultur legger sterke føringer for entreprenørens muligheter og legitimitet. Her er tillit viktig, for å skape legitimitet for entreprenørskap lokalt.

#### **2.2.5.2 Tillit**

Tillit er en sentral forutsetning for og lykkes i en entreprenørskapsprosess, og for å oppnå tillit er forankring nødvendig. Dette innebærer at tosidig utveksling må være sosialt forankret, og er viktig mellom samfunnsentreprenører og interessenter for å skape forankring og tillit i entreprenørskapsprosessene (Foss, 2008). Tillitsbygging er viktig for lokale utviklingsstrategier, der tillit og vilje til å utvikle fellesskapet er basert på en felles forståelse for et endringsbehov. I velferdssamfunnet Norge er dette viktigere enn de økonomiske parameterne, basert på at de økonomiske forskjellene mellom lokalsamfunn i Norge er relativt små, på grunn av velferdsstatens økonomiske overføringssystem. Det er derfor nødvendig at fellesskapet har tro på lokalsamfunnet, og tro på dets framtid om de skal investere sosial eller økonomisk kapital inn i fellesskapet (Amdam, 2000). Amdam trekker videre fram at det derfor er viktig med selvtillit, som innebærer at lokalsamfunnet har tro på egne muligheter, innbyggere, kunnskap, ressurser og sitt eget sosiale system. Amdam trekker også fram at vellykkede prosjekter ofte starter med små ambisjoner som utvikler seg til mer ambisiøse mål når deltagerne lærer å stole på hverandre, som videre vil gjøre det enklere å engasjere nye deltagere i prosessen (Amdam, 2000). Tillit vil også innebære selvtillit hos lokalsamfunnet for at man får til noe, og ikke minst er det viktig at entreprenøren oppnår tillit til egne prosjekt og virksomheter.

#### **2.2.6 Entreprenørskapskultur**

Entreprenørskapsforskningen retter også fokus på betydningen av den kulturelle konteksten for nyskaping. Flere har kritisert at entreprenørskapsforskningen tidligere har oversett dette kulturelle aspektet ved det økonomiske og sosiale livet, og at entreprenørskap må forstås som sosialt situerte prosesser (Borch & Førde, 2010). Som jeg har vært inne på er entreprenørene konstant involvert i relasjoner til folk og ting rundt seg, og det er derfor viktig å forstå entreprenørens handlinger i relasjon til sosiale, økonomiske og politiske prosesser (Borch & Førde, 2010). Noen lokalsamfunn og regioner er i større grad enn andre preget av slike kulturelle og sosiale forhold som på ulike måter støtter opp om entreprenørskap. Den regionale entreprenørskapskulturen kan dermed forstås med utgangspunkt i næringsstrukturelle forhold ved regionen og hvordan individer handler innenfor den rammen

som regionen gir (Bolkesjø & Brun, 2008). Bolkesjø og Brun trekker også fram at regionens historie, tradisjoner, og menneskers yrkeserfaring og oppvekstmiljø er viktige faktorer for å forstå entreprenørskapskulturen i en region.

### **2.3 Oppsummering av teori**

I dette teorikapitlet har jeg presentert forskningsoppgavens teoretiske rammeverk. Dette legger grunnlaget for diskusjon og analyse av funn i kapittel 4. De teorier som er belyst er av betydning i form av at de kan hemme og fremme entreprenørenes motivasjon, samt det mulighetsrommet de møter på lokalt. Mulighetsrommet som gis til entreprenørene lokalt vil også kunne påvirke motivasjon og de mulighetene entreprenørene ser for eget lokalsamfunn. Jeg har sett på entreprenørskap og entreprenøren og hvordan disse er viktig i arbeidet for å utvikle og opprettholde lokalsamfunn. Jeg har også sett på betydningen nettverk og ressurser har for mulighetsrommet som entreprenøren har lokalt. Særlig har jeg vært inne på entreprenørskap på samfunnsnivå, samfunnsentreprenørskap, og hvordan man ved samfunnsmessige endringsprosesser er avhengige av lokalbefolkningen for å komme i gang. Viktigheten av lokalsamfunnet ble også belyst for å vise til at det kan virke som hemmer eller fremmer for entreprenørskap lokalt, noe som også avhenger av entreprenørskapskulturen på stedet. Det er nødvendig at ideene som samfunnsentreprenøren har får gehør i lokalsamfunnet og at de blir forankret lokalt, og derfor bør entreprenøren være sosialt forankret i, og ha en tilknytning til stedet. Entreprenøren er avhengig av gode støttespillere og et handlingsrom lokalt, ettersom motstand og manglende endringsvilje i lokalsamfunnet vil kunne resultere i at endring og entreprenørskap oppleves som vanskelig. Dette er alle teoretiske tilnærminger som kan være med på å påvirke motivasjonen hos entreprenørene og kan ha vært faktorer som har gjort det mulig eller vanskelig for entreprenørene i arbeidet med sin virksomhet.

## 3 Metode

I dette kapitlet belyser jeg de metodiske vurderingene og valgene som er tatt i forskningsprosessen, fra det å utarbeide spørsmål til intervju, til det og analysere og tolke dataene. Jeg vil også trekke fram muligheter og utfordringer som har dukket opp underveis i prosessen. Målet er å synliggjøre hvordan mine valg underveis har påvirket hvordan jeg har samlet inn og bearbeidet de kvalitative dataene for å svare på problemstillingen. Først vil jeg gå nærmere inn på kvalitativ metode, og hvorfor kvalitativ forskningsmetode er blitt valgt til denne oppgaven. Videre vil jeg trekke fram semistrukturerte intervjuer, hvorfor det ble valgt og hvordan de ble gjennomført. Til slutt går jeg inn på etiske vurderinger, forskningens kvalitet og metodiske begrensinger. Alle disse begrunnelsene belyses for å vise at arbeidet og forskningen er troverdig og pålitelig.

### 3.1 Kvalitativ tilnærming

Det grunnleggende formålet med å bruke kvalitativ forskningsmetode er å forstå deler av verden mer eller mindre slik de oppleves og forstås i hverdagen til de menneskene som lever dem (Crang & Cook, 2007). De to grunnleggende spørsmålene som tas opp av kvalitative forskere handler enten om sosiale strukturer eller individuelle erfaringer. De strukturene som kvalitative forskere analyserer kan være sosiale, økonomiske, politiske, kulturelle eller miljømessige. Det andre sentrale spørsmålet innen kvalitativ forskning er opptatt av individuelle opplevelser av strukturer og steder (Winchester & Rofe, 2016). Kvalitativ metode brukes for å utforske menneskelige verdier, meninger og erfaringer. Formålet med min oppgave er å kartlegge entreprenørenes motivasjon i et lite bygdesamfunn, og kvalitativ forskning gjør dette mulig. Jeg vil gjennom min forskning få et bedre innblikk i hva som gjør at noen mennesker starter egne virksomheter og prosjekter på mindre steder, samt hva som motiverer dem, noe kvalitativ metode bidrar til å forstå. Det er på bakgrunn av dette at jeg har valgt intervju som datainnsamlingsmetode.

### 3.2 Semistrukturerte intervju

Å forstå perspektivet til individer i komplekse kulturelle situasjoner krever vanligvis en form for dybdeintervjuer som, selv om det er tidskrevende, ofte resulterer i en dyp og detaljert forståelse av det kompliserte problemet involvert. I så måte kan det tenkes at gjennomføring av dybdeintervjuer med et lite antall av de rette personene vil gi betydelig innsikt i et forskningsspørsmål (Stratford & Bradshaw, 2016). Jeg valgte meg ut fire informanter som

relevante som kunne gi god innsikt i deres motivasjon og som kunne bidra til å svare på oppgavens problemstilling. Jeg valgte å gjennomføre intervju som datainnsamlingsmetode ettersom det lar meg samle inn et mangfold av meninger og erfaringer, samt at det la opp til detaljerte samtaler med informantene (Dunn, 2016). Jeg valgte å benytte semistrukturerte intervju, som innebærer en viss grad av forhåndsbestemt rekkefølge, men også opprettholder fleksibilitet i måten spørsmålene blir behandlet av informanten (Dunn, 2016). Det jeg ønsket å få ut av intervjuene var de ulike individenes egne meninger og tolkninger, og hvilken motivasjon og forutsetninger som ligger til grunn for deres arbeid. Derfor var semistrukturerte intervju nyttig, da det la opp til oppfølgingsspørsmål underveis i intervjuene for å følge opp ting som ikke ble tatt opp gjennom intervjuguiden.

### **3.2.1 Utvalg av informanter**

Utvalg av informanter ble gjort gjennom kriterieutvalg. Kriterieutvalg innebærer å velge alle casene som oppfyller et eller annet kriterium (Stratford & Bradshaw, 2016). Denne typen utplukk faller også inn under det Tjora (2017) kaller et strategisk utvalg, der man velger ut informanter basert på at de kan svare på de tema man skal forske på. Ettersom jeg valgte meg ut en bygd som utgangspunkt for min studie, ble informanter bestemt ut fra kriteriet om at de måtte ha eget selskap eller prosjekt etablert i det valgte lokalsamfunnet. Bygda jeg ser på er liten, det ble derfor plukket ut fire aktører som aktuelle, og alle disse ble kontaktet. Disse ble sett på som aktuelle med tanke på sin bakgrunn med å starte og drive virksomhet/prosjekt med betydning for bygda, og alle takket ja til å stille opp til intervju. For mange forskere utvikler prosjekter seg fra allerede eksisterende tilhørighet i sosiale grupper eller tilgang til bestemte steder (Crang & Cook, 2007). Dette stemmer i mitt tilfelle, der jeg har en tilhørighet i den bygda jeg forsker på. Jeg fikk tatt direkte kontakt med de jeg skulle intervjuet ettersom jeg kjente til de entreprenører og ildsjeler som finnes på Ekne. Dette lettet mitt arbeid, og gjorde at barrierene for å delta på denne forskningen ble mindre for både meg som forsker og mine informanter. I mitt utvalg har jeg en aktør som startet opp nærbutikken på ny, en aktør som har stått i spissen for etablering av festival, en aktør som gjennom sin rolle som ildsjel har startet opp og drifter en internettside for alle som har tilknytning til bygda og til slutt to aktører som startet et nytt selskap der de tilbyr overnatting i tretoppene. En oversikt over det utvalget av informanter som er brukt i oppgaven er listet nedenfor, navn er byttet ut for å holde informantene delvis anonymisert.



<b>Informant</b>	<b>Bakgrunn</b>
Berit (50 år)	Startet opp og drevet nærbutikken på bygda siden 2016.
Jan (62 år)	Daglig leder av festival på Ekne siden oppstarten i 2013.
Kurt (61 år)	Ildsjel som drifter nettside og Facebook side for bygda. Startet med dette i 2013.
Petter og Mari (40 år)	Startet opp egen virksomhet med overnatting i svevetelt i skogen. Holdt på siden 2020.

Tabell 2: Oversikt og informasjon om informanter med fiktive navn

### 3.2.2 Intervjuguide

Intervjuguiden representerer en liste over de tema som man ønsker å ta opp i et intervju, og disse temaene bør reflektere tidligere forskning og teori på fenomenet man forsker på (Dunn, 2016). Dunn trekker videre fram at man i en intervjuguide som oftest har noen hovedspørsmål og sekundære spørsmål. Hovedspørsmål er de spørsmålene man innleder nye tema med, sekundærspørsmålene er oppfølgingsspørsmål som oppmuntrer informanten til å følge opp eller utdype om et tema som allerede er diskutert. Jeg har valgt meg ut noen hovedtema og deretter noen underspørsmål i min intervjuguide (se vedlegg 2). De overordnede temaene styrte intervjuet, og speiles også av teorien som denne masteroppgaven tar utgangspunkt i. Teoriene som var viktige i utvikling av intervjuguiden var blant annet teori på entreprenørskap og samfunnsentreprenørskap, lokalsamfunn og bygdesamfunn. Spørsmålene som ble stilt gikk på både egenskaper ved entreprenørene, betydningen bygda og lokalsamfunnet har hatt, motivasjon for arbeidet de har gjort samt hvordan nettverk og ressurser har vært viktige for dem i arbeidet. Utover dette stilte jeg også oppfølgingsspørsmål underveis som gjorde at jeg fikk mer utfyllende svar om ting som kom opp under intervjuene som jeg ikke hadde tenkt over på forhånd. Avslutningsvis stilte jeg også spørsmål til informantene om de hadde noe mer å legge til, eller om det var noe de lurte på. Dette for å få en naturlig avslutning, og for å legge opp til at informantene selv kunne legge til informasjon de synes var av betydning, men som jeg ikke hadde spurt om.

### 3.2.3 Gjennomføring av intervjuene

Intervjuene startet med en presentasjon av meg, min studie og formålet med oppgaven, før jeg gikk over til å presentere ulike tema vi skulle gå gjennom i intervjuet. Douglas (1985) anbefaler at man varmer opp med «smalltalk», i stedet for å hoppe rett til spørsmålene. Dette

bidrar til at intervjuet får en lett start, slik at både forsker og informant får tid til å komme seg inn i intervju-situasjonen. Jeg dobbeltsjekkhet også at det var greit at det ble gjort opptak, selv om de i samtykkeerklæring hadde signert på at dette var greit. Intervjuene foregikk ansikt til ansikt, over telefon og på teams. Crang and Cook (2007) trekker fram at det er viktig å forstå at ulike fasetter av folks identiteter er dypt forankret i de forskjellige rommene og stedene i deres liv, informantene ble derfor spurt om når det kunne passe for dem å stille til intervju, og om de ville ta det over teams, telefon eller ansikt til ansikt. Dersom intervjuene skulle foregå ansikt til ansikt ble informantene også spurt om hvor de ønsket at det skulle foregå. Dette var særlig viktig med tanke på Corona pandemien, slik at folk fikk velge om de var komfortable med og møtes ansikt til ansikt.

Jeg estimerte at intervjuene skulle ta en time hver. Intervjuene ble satt opp på dager og tidspunkt som passet informantene, men også underveis ble datoer og tidspunkt endret som følge av travle dager hos informantene. Dette gjorde at et av intervjuene ble foretatt over telefon, og at et ble gjennomført på teams noen uker etter planlagt dato. Jeg forutså på forhånd at det kunne bli noen endringer, dette påvirket derfor ikke oppgaven ettersom jeg startet tidlig i forskningsperioden med å kontakte informantene. Tjora (2017) trekker fram at ved intervju over telefon kan intervjuene blir kortere enn de man har ansikt til ansikt, og at intervjuene kan få et mer formelt preg. Jeg opplevde ikke at intervjuet ble noe mer formelt. Det intervjuet jeg foretok over telefon var på ca. 30 minutter, og de andre jeg hadde ansikt til ansikt varte mellom 35-45 minutter. Intervjuet over telefon ble noe kortere enn de jeg foretok ansikt til ansikt, men dette skyldes at informanten svarte kort og konkret på alle spørsmål, og ikke som en følge av at det var over telefon. Jeg hadde også et intervju på 55 minutter over teams, med to personer som driver foretak sammen. Også her opplevde jeg at intervjuet foregikk likt som de jeg hadde ansikt til ansikt, der praten gikk løst og at jeg fikk svar på alle spørsmål som ble stilt. Alle intervjuene var innenfor tiden jeg hadde satt av, noe som skyldes at ikke alle spørsmålene ble stilt til alle, da de ble besvart naturlig gjennom andre spørsmål. Lydopptaker ble også brukt i alle intervjuene og tillater en naturlig intervjustil ettersom den som intervjuer ikke er opptatt med å ta notater, samt at lydopptak gjør det mulig for forskeren å legge fram direkte sitater akkurat slik informantene selv la det fram (Douglas, 1985; Tjora, 2017). Dette gjorde at jeg som forsker kunne være en mer oppmerksom og kritisk lytter.

### 3.3 Etterarbeid og analyse

Transkribering av opptakene er viktig for å lette analysen og bør gjøres så raskt som mulig etter intervjuene er gjennomført, for å ikke miste viktige detaljer fra intervjuene (Crang & Cook, 2007; Dunn, 2016). Jeg transkriberte kort tid etter intervjuene slik at hele opplevelsen og ting som ble sagt fortsatt satt friskt i minne. Intervjuene tok ca. 3-4 timer å transkribere, da intervjuene ble noe kortere enn en time. Jeg valgte å skrive ned alle opptakene i sin helhet med alt som ble sagt i intervjuene. Dette gjorde jeg for å få et helhetsinntrykk av informantenes holdninger og tanker, og for å lettere kunne sammenligne intervjuene og lete etter tema når jeg skulle kode. Etter transkribering var det over til koding og analyse.

Gjennom koding konstruerer man tema, relasjoner mellom variabler og mønstre i dataene gjennom innholdsanalyse (Dunn, 2016). Jeg identifiserte koder som jeg brukte for å trekke ut viktige tema fra intervjuene, og lagde dermed et oppsett for diskusjon av empiriske funn. Cope (2016) trekker fram at koding har flere formål; datareduksjon, organisering og som en substansiell prosess for datautforskning, analyse og teoribygging. Cope fremhever to hovedtyper av koding; beskrivende og analytisk. Beskrivende koder forteller Cope at reflekterer temaer eller mønstre som er åpenbare på overflaten eller som er angitt direkte av informantene, og analytiske koder gjenspeiler temaer og teori som forskeren er interessert i eller som allerede har blitt viktig i prosjektet. Sistnevnte type koding graver vanligvis dypere inn i konteksten og finner sammenhenger mellom setninger eller handlinger. Analytiske koder kan noen ganger være en del av datamaterialet allerede fra starten av kodingsprosessen ettersom de er integrert i forskningsspørsmålene (Cope, 2016).

Både beskrivende og analytiske koder ble identifisert i gjennomgangen av datamaterialet. De beskrivende kodene ble først identifisert, og utviklet seg til å bli analytiske koder når kodene ble samlet og sett i sammenheng med hverandre og opp mot teori. Kodene ble videre samlet i grupper med viktige tema, dette kalles for kategorisering (Cope, 2016). Grupperingen som ble gjort her er det som var med å forme oppdelingen av analysen. Kodingen foregikk i en sirkulær prosess, der jeg skrev ut alle intervjuene og gjorde notater med ulike fargekoder for ulike temaer, som ble tatt med videre i analysen. Ettersom jeg hadde lik intervjuguide for alle mine informanter var det også enkelt for meg å koble tema som jeg så gikk igjen i flere av intervjuene, men også å se kontrastene på svarene. Intervjuguiden var også satt opp etter tema slik at den skulle være ryddig og enkel under intervjuene, og dette var også med å styre tema som jeg fant gjennom kodingen. Jeg samlet til slutt alle koder inn i tankekart, der jeg koblet

flere tema sammen og utarbeidet to hovedtema og ett undertema. Som tidligere nevnt foregikk dette som en sirkulær prosess der jeg gikk fram og tilbake i transkribering og kategorisering for å sikre at jeg hadde fått med alle viktige tema. De tema som jeg utarbeidet som følge av koding og kategorisering av kodene er det som videre danner grunnlaget for diskusjon i kapittel 4.

Forskere analyserer intervjudataene for å søke mening fra dem (Dunn, 2016). Cope (2016) trekker fram at man ikke bør tenke at analyseprosessen er noe som starter etter man er ferdig med koding, men at analysen allerede starter gjennom kodingen. Måten dataene er blitt konstruert på tilsier at de er langt fra rå, de har blitt delvis kodet, gitt mening og blitt analysert i forskningsprosessen gjennom de valg som er blitt tatt om forskningsspørsmål, bakgrunns litteratur, valg av metode og informanter, og innsamling av data (Cope, 2016; Crang & Cook, 2007). Gjennom de valg jeg har tatt, fra problemstilling og teori til valg av metode og informanter jeg har snakket med, har jeg allerede startet å gi dataene mening. Problemstillingen min la føring for relevante teorier, og dette la et grunnlag for de spørsmål jeg ønsket å stille til mine informanter, og derfor også hvilke tema som ble snakket om under intervjuene. Underveis i innsamling av data så jeg dermed koblinger opp mot teorier og tidligere forskning, og analyse av dataene startet derfor allerede der. Analyseprosessen er ikke et spørsmål om å utvikle en definitiv fremstilling, men om å prøve å finne et middel til å forstå sammenhengene mellom flere versjoner av virkeligheten (Crang & Cook, 2007). I mitt tilfelle var dette å se sammenhenger for faktorer hos entreprenørene til å starte og drive egne virksomheter i et lite bygdesamfunn og motivasjonen deres for å gjøre dette.

### **3.4 Etiske betraktninger**

Ettersom kvalitativ forskning typisk involverer mellommenneskelige relasjoner, tolkninger og erfaringer vil det kunne oppstå noen etiske problemstillinger. Kvalitative forskere må derfor være klar over de formelle etiske spørsmålene som reises i kvalitative forskningsprosjekter. I den forbindelse er det viktig å være kritisk refleksive over egen rolle, betrakte de forskningsetiske problemstillingene og se på mulige urimelige utfall for de involverte i forskningen (Dowling, 2016). Ettersom jeg foretok intervju og tok opptak av disse, samt samlet inn bakgrunnsinformasjon om enkeltpersoner var det nødvendig at jeg søkte inn forskningsprosjektet til NSD, Norsk Samfunnsvitenskapelig Datatjeneste. Jeg søkte tidlig om godkjenning fra NSD, slik at godkjenningen ville komme i god tid før jeg foretok intervjuene.

I forbindelse med søknad til NSD utarbeidet jeg også en samtykkeerklæring, som jeg kommer nærmere på i neste avsnitt, og denne legger et grunnlag for trygghet både for meg som forsker og informantene som blir intervjuet. Samtykkeerklæringen ligger vedlagt som vedlegg 1.

Prosjektet ble godkjent av NSD og prosjektet var dermed i samsvar med personvernlovgivningen.

### **3.4.1 Informert samtykke og konfidensialitet**

Crang & Cook (2007) trekker fram at det er viktig med ærlighet og åpenhet ovenfor sine forsknings subjekter om formål, metoder og tenkt bruk av forskningen. Det er også viktig å formidle hva informantenes deltagelse i prosjektet innebærer, og eventuelle risikoer det er ved deltagelse. Konfidensialitet og anonymitet bør også tas til følge, avhengig av hva man forsker på (Crang & Cook, 2007). Dette er tatt til følge gjennom samtykkeerklæring som alle deltakerne fikk tilsendt og som ble godkjent ved underskrift. Denne gir meg som forsker og deltagerne en skriftlig avtale, samtidig som det også går fram av avtalen at de når som helst kan trekke tilbake sitt samtykke. Forskningen innebærer å se på entreprenører og deres virksomheter/prosjekter i et lite bygdesamfunn, navn er byttet ut, men ikke type virksomhet/prosjekt vedkommende er en del av. Dette innebærer at informantene kan gjenkjennes, selv om det ikke brukes deres virkelige navn. Full anonymitet er ikke mulig i denne forskningsoppgaven, noe informantene er opplyst om i samtykkeerklæringen og godtas dermed ved signering. I samtykkeerklæringen godtar, eller ikke godtar, de også opptak ved intervju. I tilfeller der full anonymitet ikke er mulig bør man sende de sitatene som skal brukes i rapporten til informantene, slik at de vet hvordan de har blitt referert. Slik får de muligheten til å ta stilling til om de åpent kan stå inne for uttalelsene dersom de skulle bli gjenkjent til tross for anonymisering (Tjora, 2017). For å sikre at informantene kunne stå bak det som ble direkte sitert fra det de hadde sagt, sendte jeg over de sitater som skal brukes i oppgaven for godkjenning.

### **3.4.2 Refleksjon over egen rolle**

Kvalitativ forskningsmetode involverer meg som forsker i ulike sosiale relasjoner og ansvar, derfor er det viktig å reflektere over hvordan min rolle som forsker kan ha påvirket forskningen. Kritisk refleksivitet er den mest hensiktsmessige strategien for å håndtere spørsmål knyttet til subjektivitet i forskningen min og er en viktig indikator for forskningens kvalitet. Det er derfor av betydning å se på min subjektivitet, som innebærer innføring av

mine personlige meninger og egenskaper i forskningspraksisen (Dowling, 2016; Tjora, 2017). Tjora understreker at dette er viktig ettersom empiriske data i seg selv ikke kan være en enkel speiling av virkeligheten. Gode tolkninger på dette området vil dermed øke forskningens troverdighet (Tjora, 2017; Dowling, 2016; Mansvelt & Berg, 2016).

Min evne til å tolke ulike situasjoner avhenger av mine egne egenskaper. Viktig for min oppgave er debatten om de relative fordelene ved å være «insider» eller «outsider». En «insider» er noen som ligner på informantene på mange måter. Et standpunkt i debatten er at for de som er «insider» er både informasjonen man samler inn og tolkninger man får mer gyldige enn for en utenforstående. Det er mer sannsynlig at folk snakker fritt til deg, og du vil sannsynligvis og forstå hva de sier, fordi du deler deres syn på verden (Dowling, 2016). Ettersom jeg forsker på et lokalsamfunn jeg har tilhørighet til kategoriseres jeg som en «insider». Dette gjorde at jeg hadde kjennskap til de jeg tok kontakt med. Jeg presenterte meg uavhengig av hvem av informantene jeg tok kontakt med som en som kom fra bygda, og etablerte derfor tidlig en status som «insider». Dette tror jeg for min del gjorde at informantene sa ja relativt raskt, og at min rolle under intervjuene ble mindre formell, da jeg ikke bare var en forsker, men også en av dem. Det kan også på den andre siden ha gjort at informantene utelot noe informasjon, da de så på det som en selvfølge at jeg visste dette, men det var ingen indikasjon på at noen informasjon ble utelatt. En annen posisjon er min rolle som student ved masterprogrammet innovasjon, entreprenørskap og samfunn. Rollen som student og forsker har gjort at jeg har en teoretisk bakgrunn til temaet som jeg forsker på. Det vil også kunne bety at jeg har en annen vinkling til de tema og spørsmål som ble stilt til informantene enn hva de har til tema som ildsjeler og entreprenører. Selv om jeg og informantene hadde ulike roller opplevde jeg ikke at det påvirket intervjuene i noen grad.

### **3.5 Forskningens kvalitet og begrensninger**

Å formidle kvalitativ forskning handler like mye om hvordan vi vet, som om hva vi vet (Mansvelt & Berg, 2016). Et forskningsprosjekt er aldri feilfritt, og det er derfor viktig å se på hvilke feil eller eventuelle svakheter som kan knyttes opp mot resultatet. I denne sammenheng er det av betydning å se på faktorer som kan ha påvirket og/eller endret innholdet i oppgaven. Tjora (2017) trekker fram at forskning handler om å skape troverdige resultater og at det derfor er viktig at man redegjør for kvalitetsvurderinger i egen forskning. Jeg skal derfor

redegjøre for oppgavens pålitelighet og hvordan jeg kan sikre tillit til oppgaven, samt transparenens og generaliserbarheten til forskningsoppgaven.

### **3.5.1 Pålitelighet og tillit**

Tillit til vårt arbeid er ikke antatt og må fortjenes. For det første må man sikre pålitelighet og for det andre må man dokumentere hver tilstand av forskningen nøye, slik at arbeidet kan rapporteres for kontroll (Stratford & Bradshaw, 2016). Forskeren vil kunne påvirke forskningen, og Tjora (2017) trekker fram at forskerens engasjement i tematikken vil kunne oppleves som støy i prosjektet gjennom at det kan være med på å påvirke resultatene. Derfor er det viktig å gjøre rede for egen rolle i forskningen og hvordan egen rolle og eget personlige engasjement kan prege arbeidet. Dette gjelder også kjennskapet jeg har til tema og forholdet jeg forsker på. Dette er viktig ettersom mye eller lite kunnskap om forholdene før man starter forskningen kan avgjøre hvordan man tolker og analyserer dataene.

Refleksjon over egen rolle var jeg inne på i kap. 3.4.2. Min kjennskap til bygda og informantene som er del av forskningen min har nok også på sin side påvirket arbeidet med oppgaven. Dette gjennom at jeg som forsker har tilknytning til stedet og personene, og derfor har noen meninger om hvordan stedet og entreprenørskapet i bygda er. Dette har jeg vært klar over fra start, men mener dette har vært mer en fordel enn en ulempe, ettersom det har motivert meg til å sette meg inn i relevant teori og tidligere forskning, samt bygdas historikk og brukt det som utgangspunkt før jeg gikk inn i intervjuene. Jeg har vært bevisst på min rolle som «insider» og vært åpen om de valg jeg har tatt underveis. Tjora (2017) trekker fram at man ved kvalitative studier må kunne stille seg selv spørsmålet «ville resultatet blitt det samme dersom en annen forsker gjorde den samme jobben?». Svaret trenger ikke være et klart «ja», men at man redegjør for hvilke faktorer som kan peke mot at disse resultatene framkom fordi det var denne forskeren og disse informantene som var involvert. Det er altså viktig å redegjøre for konteksten til undersøkelsene for å styrke påliteligheten (Tjora, 2017). Min rolle som forsker var preget av mine interesser og min kunnskap, men de valg jeg har tatt er ikke utelukkende unikt for meg. Dersom andre forskere hadde tatt utgangspunkt i samme teorier som meg, og forsket på motivasjon for entreprenørskap på Ekne ville nok også de kunne komme fram til et lignende resultat. Bruk av sitater er også gjort for å synliggjøre informantenes «stemme», og dette vil kunne styrke påliteligheten til undersøkelsen (Tjora, 2017).

### **3.5.2 Transparens og refleksivitet**

Tjora (2017) trekker i tillegg fram transparens og refleksivitet som indikatorer på kvalitet. Transparens er viktig for å oppnå pålitelighet og tillit til oppgaven. Tjora understreker at transparens eller gjennomsiktighet er et av de viktigste kravene til all forskning, særlig til presentasjon av arbeidet. Forskere kan prøve å ta ansvar for sine perspektiver og egen posisjon i forskningen (transparens) gjennom refleksivitet og gjennom å anerkjenne de valgene som har påvirket hvordan undersøkelsene er gjort, hvilke valg som er tatt underveis, problemer som har oppstått og hvilke teorier man har benyttet. Gjennom å belyse dette vil leseren få innblikk i forskningen og dens funn, slik at de selv kan ta stilling til forskningens troverdighet (Tjora, 2017). Dette er gjort løpende gjennom oppgaven, men er særlig gjort rede for i kapittel 3, metode. Her er det lagt vekt på å argumentere for hvilke valg som er tatt og hvorfor de er tatt. Dette for å belyse at de valg som er gjort underveis har vært med bakgrunn i oppgavens tema og problemstilling, og for å komme fram til et best mulig resultat.

### **3.5.3 Generaliserbarhet og overførbarhet**

I kvantitativ forskning snakker man om statistisk generalisering, der man ser på om resultatet fra en utvalgsundersøkelse kan generaliseres til å gjelde for alle enhetene som utvalget er trukket fra (Grønmo, 2021). Etersom kvalitativ forskning tar for seg enkelte personer og deres meninger vil slik generalisering ikke være hensiktsmessig. I kvalitativ forskning handler generaliserbarhet om hvorvidt forskningen og dens resultater er så godt beskrevet at andre forskere og lesere kan vurdere om de funnene som er gjort også kan gjelde for deres arbeid (Baxter, 2016). I dette prosjektet vil dette være motivasjon og faktorer for entreprenørskap på bygda. Thagaard (2018) trekker fram at det er tolkningen av resultatene i kvalitativ forskning som gir grunnlag for overførbarhet, samt at det er sentralt å se på om utvalget man har er representativt for forskningsoppgaven, og også se på hvordan datamaterialet er generert. I min studie har jeg valgt ut de aktørene jeg så som relevante i bygda Ekne. Informantene som er del av denne oppgaven er representative for min studie, og det datamaterialet som er generert med disse aktørene er med på å utvikle pålitelige teoretiske forklaringer som kan bli overførbare i analytisk forstand til andre bygdesamfunn. Det er viktig å presisere at de informantene jeg har representerer den valgte bygda, men at funnene også kan representere andre bygder, men må tilpasses disse bygdenes kontekst. Tjora (2017) mener man må skille på generaliserbarhet og overførbarhet, og at det i begrepet overførbarhet ligger en innsnevring av hva slags form for generalisering man kan tenke seg fra kvalitative studier. Tjora er skeptisk til denne måten å tenke om generalisering på, og mener at det ikke kan forventes at brukere av forskningen har



så god informasjon om alle forutsetningene for et prosjekt at vedkommende skal kunne gjøre vurderingen om generaliserbarhet (Tjora, 2017). I denne forskningsoppgaven har jeg forklart både sted og personer som er involvert i studien så detaljert som hensiktsmessig, slik at både overførbarhet og generaliserbarhet skal kunne avgjøres av leser selv.

#### **3.5.4 Metodiske begrensninger**

Gjennom å se på de vurderingene jeg har tatt i min studie, er det også belyst noen begrensninger som kan ha påvirket forskningsprosjektets resultater. Dette gjelder særlig de punktene ovenfor som går på forskningens kvalitet. I tillegg er det viktig å trekke fram her at jeg, med bakgrunn i prosjektets omfang, har valgt å se nærmere på et bygdesamfunn i Trøndelag, og dermed har tatt kontakt med fem entreprenører/ildsjeler og har foretatt fire intervju. Dette kan være noe lite for å få et bilde på entreprenørskap i lokalsamfunn som jeg skriver om i denne oppgaven, men er nok til å gi et innblikk i hvordan entreprenørskapet er på Ekne i Trøndelag. Selv om det kan være noen metodiske begrensninger i denne oppgaven vil jeg si at den gir et bilde på entreprenørskap på bygda, og motivasjon for dette, og at forskingen derfor kan sies å være av kvalitet.



## 4 Empiriske funn og diskusjon

I dette kapitlet vil jeg presentere hovedfunn fra fire intervjuer som er foretatt med fem entreprenører og ildsjeler i bygdesamfunnet Ekne, for så å diskutere dem i lys av teori og tidligere forskning. Formålet med dette kapitlet er å belyse oppgavens problemstilling:

*”Hva er det som motiverer personer i et lite bygdesamfunn til å starte opp og drive egne virksomheter og prosjekter?”*

Det er gjennom koding kommet fram til tema som vil bli inndelingen for dette kapitlet, og det vil være entreprenørskap og faktorer for motivasjon samt lokalsamfunnet og stedstilknytning. Kapitlet vil bestå av to delkapittel der jeg i delkapittel 4.1 ser på ulike faktorer for motivasjon og egenskaper hos entreprenøren og hvordan dette har vært med å påvirke entreprenørene og ildsjelenes arbeid. Delkapittel 4.2 tar for seg hvordan lokalsamfunnet og bygda har vært viktige for entreprenørene i deres jobb med å starte opp å drive sine virksomheter, hvordan stedstilknytning har påvirket entreprenørskapet deres og hvordan entreprenørskapskulturen på bygda er. Funnene vil bli presentert gjennom gjenfortelling av det informantene trakk fram og ved bruk av sitater. Videre blir også funnene diskutert opp mot teori og tidligere forskning på tema som entreprenørskap, lokalsamfunn og stedstilknytning.

### 4.1 Faktorer som påvirker entreprenørskap og motivasjon hos entreprenørene

Sentralt i denne oppgaven er forståelsen av hvilke faktorer som har påvirket entreprenørskapet og motivasjonen til entreprenørene på stedet der de har sin virksomhet. Det ble derfor i intervjuene stilt spørsmål knyttet opp mot dette for å undersøke hvorfor entreprenørene ønsket å starte, samt drive, sin virksomhet på Ekne. Alle informantene fikk også spørsmål om hva som motiverer og eventuelt demotiverer til å fortsette å drive sin virksomhet eller sitt prosjekt. Det ble gjennom analyse klart at det var flere koblinger mellom motivasjon hos entreprenørene og egenskaper ved dem selv som entreprenører, som jeg skal komme nærmere inn på i dette kapitlet.

Informantene ble i intervjuene stilt spørsmål knyttet til faktorer ved seg selv de så på som viktige for at de har lyktes som entreprenør. Informantene er mellom 40-62 år, og alle har enten jobberfaring eller erfaring med å starte opp eller drive prosjekt eller virksomhet fra før. De ble spurt om de selv følte de passet inn i noen av rollene som entreprenør, etablerer, gründer, ildsjel og/eller samfunnsentreprenør. De tre informantene som har startet egen virksomhet så seg selv i flere av rollene, inkludert som samfunnsentreprenører. Dette kan sees

i lys av det informantene trakk fram om at de ønsket å være med på å utvikle bygda gjennom arbeidet med sin virksomhet, og dette understrekes av Alsos (2010) som trekker fram at entreprenøriell aktivitet på samfunnsnivå kan være veldig viktig for positiv utvikling i et bygdesamfunn. Vedkommende som har startet opp prosjektet med nettsiden var på sin side noe usikker på om han kunne kalle seg for en ildsjel.

**Berit** (50) driver nærbutikken på bygda, og har gjort dette siden 2016. Hun har bodd på bygda siden hun var 19 år, da hun kjøpte og tok over familiegården etter onkelen. Tidligere har hun hatt tilknytning til Ekne gjennom besteforeldre, mens hun de siste årene har oppdratt egen familie på Ekne. Hun har tidligere jobbet som konditor, jobbet med bedriftskundeansvar og vært bonde. Fra tidligere har hun også erfaring med å holde på for seg selv, både gjennom at de har drevet gårdsbruk med gris, skog og korn og gjennom at de har et lite kraftverk der de produserer strøm. Disse foretakene er personlige foretak, så Berit har ikke tidligere hatt erfaring med å ha egne ansatte før hun startet opp nærbutikken. Berit trekker fram at hun ser på seg selv som en samfunnsentreprenør og en ildsjel, som ønsker å utvikle stedet der hun bor. Hun trekker også fram at hun er glad i å arbeide, ikke redd for å ta i et tak og at hun har en stå-på-vilje, som viktige faktorer i arbeidet med å starte og drive virksomheten.

Berit startet butikken etter at den gamle matbutikken ble lagt ned og hun så et behov som, dersom det ikke ble dekket, kunne føre til en negativ utvikling for bygda. Arbeidet Berit gjør som samfunnsentreprenør ligger både i den motivasjonen hun har for å jobbe for seg selv, men også for å være med å utvikle stedet hun bor på. Parkinson & Howorth (2008) trekker fram at en samfunnsentreprenør er forventet å skulle gi noe tilbake til lokalsamfunnet, og at personen i denne rollen er opptatt av lokale spørsmål og om å skape et kollektivt gode for lokalsamfunnet. Dette understrekes også av Berit selv som trekker fram at arbeidet med å starte matbutikken på ny og bygge den opp for lokalsamfunnet har vært viktig, da det er en faktor som kan påvirke om folk ønsker å flytte til bygda, og for trivselen der.

Motivasjon for videre drift hos Berit går på at hun liker arbeidsplassen og at hun trives med sine kollegaer og de varierte oppgavene. Samtidig har Berit et engasjement for bygda si, og hun så nødvendigheten av butikken for å opprettholde et engasjement for Ekne. Hun trekker fram at hun velger å tro at det har mye å si at man har butikk og skole på bygda, både for tilflytting og for trivsel. Viktigheten av nærbutikk i mindre bygdesamfunn blir også tatt hensyn til nasjonalt, der det er etablert et statlig kompetanseprogram, merkurprogrammet

(Halvorsen & Båtevik, 2016). Butikken på Ekne er også tilknyttet dette programmet, og Berit trakk fram at det var en god støttespiller i oppstarten. Ved spørsmål om det er noe som har vært demotiverende underveis eller i oppstarten av virksomheten forteller Berit at det har vært lite demotiverende, at det kan være travelt til tider, men hun forteller videre at ettersom det er noe som det fort blir orden på, er det i grunn og bunn ingenting som virker demotiverende på henne. Hun forteller at hun aldri har angret eller tenkt at hun ikke skulle ha startet opp butikken, og at hun er veldig motivert for videre drift. Berit beskriver seg selv som en bygdepatriot, og nevner dette som en motivasjon for å starte opp butikken igjen. Dette skal jeg komme nærmere inn på i kap. 4.2, der jeg skal se på hvordan stedstilknytning og lokalsamfunnet kan kobles opp mot entreprenørens arbeid på Ekne.

**Jan** (62) er leder av festivalen på Ekne og har vært det siden oppstarten av festivalen i 2013. Han er også leder av styret i småbåtforeninga. Tidligere har han jobbet som avløser, kjørt lastebil og jobbet i butikk før han begynte for seg selv som håndverker. I tillegg til å ha eget foretak innenfor håndverk, har han også erfaring med å starte opp diverse klubber og arrangement, som dykkerklubb, klatreklubb og bygdefester. Jan trekker fram at han identifiserer seg med flere av rollene og understreker at man ikke er bare en ting, men at det underveis blir litt av alle rollene. Samfunnsentreprenør og gründer, men også ildsjel og entreprenør er alle roller som er en del av arbeidet med festivalen. Borch & Førde (2010) poengterer også at samfunnsentreprenører kan skape alt fra nye aktiviteter på kulturområder til næringsvirksomhet. Det Jan trekker fram som særlig viktig er fellesskapet, og poengterer at en ildsjel ikke oppnår noe om han ikke har folk rundt seg som vil det samme. Det Jan belyser her er det samme som Follo & Villa (2010) fant i sitt datamaterialet, der fokuset er på fellesskapet «vi», ikke et «jeg». Fellesskapet trekkes også fram av Spilling (2008b) som understreker at entreprenørskap som kollektiv prosess er svært viktig, ettersom hva slags kontakter man har og i hvilket miljø man jobber innenfor avgjør om entreprenøren lykkes med sin virksomhet. Jan poengterer at det var når en annen person flyttet til bygda, som hadde tidligere erfaring med musikk, at de begge så verdien av å starte en festival, og at prosessen dermed ble startet. Videre poengterer han at styret i småbåtforeninga også har vært viktig, ettersom de har støttet opp og vært med helt fra start. Jan har vært en av flere viktige aktører i arbeidet med festival på bygda, som de første årene ble sett på som et bygdearrangement, før det i senere år også har fått publikum som strekker seg langt utenfor bygda.

Jan forteller om lysten til å skape en festival, samt det å få til noe i bygda som viktig for at han ble motivert til å starte opp virksomheten. Han understreker også at han motiveres av å gjøre folk «happy», og at dette er en stor motivasjon for videre drift. Det understrekes av Jan at det både er for egen del gjennom at han synes det er gøy, samt gleden av å få til ting, men også at det setter Ekne på kartet. Motivasjon hos Jan er koblet sterkt opp mot faktorer hos han selv, gjennom en egeninteresse for å få til noe, samt koblet til bygda og det å få til noe i den. Ved spørsmål om demotivasjon trekker også Jan fram at det er lite som demotiverer, og han mener at det er en tid for alt. Dersom tilslutningen til festivalen skulle synke ville dette kunne være demotiverende, men han forteller at dette ikke er tilfellet enda.

**Kurt** (61) er driver av bygdas interne nettside og tilhørende Facebook-side, der det deles informasjon for innbyggerne og folk med tilknytning til Ekne. Tidligere jobbet han et par år på Ekne Videregående skole, før han tok utdanning og startet å jobbe som journalist, noe han nå har drevet med i 30 år. Fra tidligere har Kurt ingen erfaring med å starte opp lignende prosjekt, og forteller at han ikke var så veldig på internett på den tiden heller:

*Jeg var ikke voldsomt hekta på nettet fordi at jeg, jeg var litt sånn, jeg er av den typen som er redd for at jeg skal skru av internett om jeg trykker feil haha».*

Det som har vært særlig viktige egenskaper for at han har drevet denne i så lang tid har vært det å kunne være kreativ og det å kunne skape for og med innbyggerne og andre som har tilknytning til bygda. Kurt legger ut informasjon, men også bilder og historier som går flere tiår tilbake i tid. På Facebook-siden kan alle innbyggerne dele informasjon eller legge ut innlegg der de spør eller informerer om ting som skal skje eller bilder og historier de ønsker å dele. I dette prosjektet bruker Kurt mye tid, samt egne ressurser, på å holde nettsiden gående, men med spørsmål om han så på seg selv som en ildsjel var han ikke helt sikker på om dette var noe han kunne kalle seg. Han trekker fram det å skape noe for lokalsamfunnet, at han bruker mye tid og egne ressurser på prosjektet og at han inkluderer mange rundt seg for å få det til. En entreprenør er en som utvikler en ny virksomhet, og ildsjel kobles mer opp mot det å skape noe for andre som ikke nødvendigvis er en virksomhet, noe Kurt og hans prosjekt gjør (Alsos, 2010). Kurt sine forklaringer sammenfaller med det Alsos (2010) trekker fram om en ildsjel, og dette kommer særlig godt fram når han beskriver hva som er viktig for han i prosjektet:

*«Så det er en ting som inspirerer meg, og det er det med å skape en forståelse for hvordan det er å bo på bygda. For en bygd kan være veldig levende, og jeg opplever at Ekne er en veldig*

*levende bygd, med veldig mange ildsjeler. Det er neste bare ildsjeler her, mange deltar i mye, og noen deltar i noe, og det er en fin mix. Og derfor har vi fått mange fine arenaer, som havna, som idrettslaget, som idrettshytta, ungdomslaget, nå er jo det nede for tiden, men vi har jo teaterlaget, så det er noe heletiden».*

Den personlige motivasjonen trekkes også fram av Kurt som understreker at en driver for han er at det gir mye glede og kunnskap. På det personlige plan trekker han også fram at det gir han sjansen til å være kreativ, noe som er viktig for han. En annen motivasjonsfaktor for Kurt er at nettsiden betyr noe for folket og bygda. Berit og Jan har flere ganger trukket fram fellesskapet, og også Kurt trekker fram dette i forbindelse med hvorfor han startet nettsiden i 2013:

*«jeg var veldig opptatt av at vi skulle ha et bygdeforum, for da følte jeg at, dette var jo på 2000-tallet at jeg følte at det var vanskelig å få til noe fellesskap eller felles agenda for hva vi skulle gjøre med bygda vår. Butikken slet, skolen slet, ungdomslaget slet, 4H slet. Det var litt sånn halvt, det gikk på halv maskin i flere forum da.... og da følte jeg veldig sterkt for at vi måtte få til et eget forum, så kom denne ideen med ekneinfo.»*

Valestrand (2016) foretok en undersøkelse av lokalsamfunnet i Bjørnevatn i Finnmark, der han fant at en viktig kilde til lokalsamfunnspatrioismen var en egen nettside for bygda. Denne ble flittig brukt av innbyggere og av ildsjelen som sto bak og la ut informasjon, historie, bilder og mye mer. Kurt trekker også fram at blant annet Stod historielag har tatt kontakt for tips til hvordan de også kan få til noe lignende, og at han har bistått dem med hjelp. Dette gir også motivasjon til videre drift av nettsiden, da han ser at flere enn bare eknesbygg er innom nettsiden for å se og bli inspirert. Kurt har ikke opplevd noe som har vært demotiverende, og heller ikke han har tenkt på å slutte eller angret på at han startet med prosjektet.

**Petter (40) og Mari (40)** er gift, og startet i 2020 opp en virksomhet med overnatting i svevetelt i skogen. Virksomheten gjør det bra, og de har videre planer om utvikling og utvidelse av både campen knyttet til overnatting og tilbud de kan tilby sine kunder. Petter er vokst opp på Ekne, og Mari er vokst opp på en liten øy i Tromsø, og er dermed en innflytter til bygda. Petter har jobbet med gården samt at han har jobbet på et innkjøpslag ikke langt fra gården, og Mari har tidligere jobbet i Røde kors. Begge sa opp jobbene sine for å satse på virksomheten. De har begge tidligere bygget opp prosjekt fra bunnen av innenfor de jobbene de har hatt, noe de ser på som viktige egenskaper de har fått bruk for i oppstarten av campen.

Som Jan opplever de også at de fyller flere av rollene som ildsjel, entreprenør, gründer og samfunnsentreprenør, og at de to til sammen utgjør alle de rollene. Mari poengterer at de opplever at deres egenskaper utfyller hverandre, og at det gjør at de har lyktes så godt med sin virksomhet, og også med sitt samarbeid. Det som Petter og Mari trekker fram som viktige egenskaper ved dem er at de har arbeidslyst og stå-på-vilje, og at de har en stor drivkraft gjennom at de er veldig motivert og «gira» på det de holder på med.

Petter og Mari trekker fram at det å tilby noe nytt var viktig for dem og noe som motiverte dem i oppstarten og videre drift av virksomheten. Videre trekker de frem sine egeninteresser som er blant annet menneskemøter, friluftsliv og reiseliv som viktige faktorer for at de startet med virksomhet med overnatting i tretoppene. I tillegg til egeninteresser trekker de også fram ønske om å skape en plass der andre trives å være som en motivasjonsfaktor. Ved spørsmål om noe har vært negativt eller demotiverende, forteller Mari:

*«Det er jo en livsstil, det er jo en hobby, det er jo artig enda».*

Petter skyter inn at papirarbeid er noe som er veldig kjedelig, men begge konkluderer med at siden dette er det eneste negative de kommer på, så er det i grunn ikke noe demotiverende med arbeidet med virksomheten. De trives kjempegodt med arbeidet og har mye motivasjon for videre drift.

Gården og nærheten til naturen gjorde at de også så muligheten til å starte nettopp på Ekne, bygda der de bor. Begge trekker fram engasjement og at de brenner for dette som viktig for at de skal lykkes. Mari trekker også fram gården og skogen rundt som en nødvendig ressurs, ettersom at dette er grunnlaget for deres virksomhet. Hun forteller videre at det var et ønske om å jobbe nært der de bor, og det å kunne jobbe ute som særlig viktig for henne. Både Petter og Mari trekker fram ting som kan knyttes opp mot frihetsmotivet, det og kunne jobbe både ute, nært hjemme, og at de kan bestemme mer over egen arbeidshverdag. Dette kaller Bolkesjø & Brun (2008) for selvrealiseringsentreprenørene, som er entreprenører som ønsker å starte egen virksomhet basert på at de ønsker å ta i bruk egne ressurser og fordi de har tro på markedet for virksomheten de ønsker å etablere. Mari understreker dette og forteller at det å starte noe lokalt var viktig, samt at de hadde tro på markedet, og dersom de hadde sett at markedet var mettet på dette området hadde de ikke startet opp.

Motivasjon hos entreprenørene og ildsjelene ligger blant annet i egenskaper ved dem selv. Dette gjennom at de motiveres av en indre motivasjon som også kan se ut til å motivere dem



til å fortsette videre drift av sine virksomheter og prosjekter. Samlet sett kjente mine informanter seg igjen i rollen som en samfunnsentreprenør, og dette kan kobles opp mot det Parkinson & Howorth (2008) trekker fram, der de belyser at samfunnsentreprenører er forventet at de skal gi noe tilbake til lokalsamfunnet der de opererer. Bolkesjø og Brun (2008) belyser tre ulike grupperinger av entreprenører, der en av dem går under det vi trekker fram over her som samfunnsentreprenør, der det tillegges stor vekt på motiverende lokalt næringsmiljø for oppstart av egen virksomhet. Det å få til noe, og at det gir noe tilbake til entreprenørene er faktorer for motivasjon som trekkes fram av alle fem informantene, men i tillegg trekker også alle fem bygda, det og få til noe på Ekne som motiverende. Dette sammenfaller med de funn som Sve (2010) og Skape (u.å.-a; u.å.-b) belyser som viktige faktorer for at entreprenører ønsker å starte opp for seg selv. Etersom bygda og lokalsamfunnet blir sett på som viktig faktor hos entreprenørene skal vi se nærmere på det, samt stedstilknytning og hvordan det kan ha påvirket entreprenørenes arbeid.

#### **4.2 Lokalsamfunnet og stedstilknytning viktige faktorer for entreprenørskap**

Fellesskapet og samhandling trekkes fram som viktige faktorer i lokalsamfunnet, og at felles problem eller behov i bygda løses gjennom samhandling mellom aktørene lokalt. Ifølge Haugen & Villa (2016) er denne felles problemforståelsen og problemløsningen viktige faktorer dersom man skal kunne karakterisere seg som et lokalsamfunn. Lima & Slagvold (2009) trekker fram at tiden har endret seg, og sosialt fellesskap er ikke lenger nabolagets viktigste oppgave, men likevel er nabolaget viktig gjennom å ivareta felles interesser for dem som bor der. Fellesskapet trekkes fram som viktig av alle informantene og kan utløses av at man ser felles problemer, dette knytter Berg (2016) opp mot at de felles problemene kan oppleves av lokalbefolkningen som at det truer stedets identitet. Dette kapitlet tar for seg betydningen bygda og lokalsamfunnet, samt stedstilknytning, har hatt for entreprenørene og deres arbeid. Etersom kultur for entreprenørskap er sentralt for mulighetsrommet til entreprenørene skal jeg også se nærmere på hvordan entreprenørskapskulturen på Ekne er i delkapittel 4.2.1.

**Berit** understreker flere ganger at relasjoner til bygdefolket er viktig, og ikke minst artig. Dette så hun særlig i oppstarten av sin virksomhet, nærbutikken, hvor mange stilte opp til dugnad for å fikse og gjøre butikklokalene klare til åpning av ny butikk. Berit trekker fram at nettverk og ressurser også var viktig, og at folk hun selv ikke kjente også stilte opp på dugnad,

og at hun dermed fikk etablert nye relasjoner underveis i arbeidet med virksomheten. Nettverk og ressurser er nødvendig i alle former for entreprenørskap, men særlig viktig om man kobler det mot samfunnsentreprenørskap. En samfunnsentreprenør ser og kobler ressurser, men er også avhengig av folk og ressurser hen kan mobilisere for å best få utnyttet disse ressursene (Rønning, 2010).

Videre trekker også Berit fram at bygda er inkluderende, sett særlig i forhold til når det kommer nye innflyttere dit. Videre forteller hun om et par som er nyinnflyttede til bygda som er overrasket over hvor positive folk er og at de synes folk er flinke til å formidle hva som skjer på bygda. En sterk og svak side ved bygdesamfunn trekkes fram av Thorsen & Verstad (2004) som sterke sosiale relasjoner. Disse relasjonene kontrollerer mulighetsrommet for hva som er akseptabelt og ikke i en bygd. Berit opplever god støtte fra lokalsamfunnet både i oppstart av butikken og i videre drift. Hvordan bygda møter tilflyttere styres også av de sosiale relasjonene som befinner seg på Ekne, og sett fra det Berit trekker fram er de sosiale relasjonene gode både for inkludering og for entreprenørskap. Berit synes også det er overraskende hvordan det snakkes om Ekne utenfor bygda og:

*«hvorfor sier alle sånn på Levanger, innpå der ja, der går det bra, der får de til alt på Ekne. Så vi har et veldig godt renommé utenfor bygda har vi hørt, så da er det lett å drive butikk når vi har et positivt rykte på oss. Og ikke bare butikken, men bygda i seg selv. Da er det lett å drive butikk i en bygd som er så positiv».*

Forankring trekkes her fram som et stikkord. Berit forteller at de innbyggerne som er mer forankret i lokalsamfunnet er også de som bruker samt ser nytten av å beholde butikken. Butikken i seg selv trekker Berit fram at er godt forankret i lokalsamfunnet, både fra starten der bygda som et felleskap opplevde at den lokale Coop butikken ble lagt ned, til dugnadsånden som ble skapt når Berit startet opp ny lokalbutikk noen måneder etter. De som sto sammen i dette arbeidet ser hun også er de som er mer forankret i butikken og i bygda. Ikke bare de som deltok på dette arbeidet, men de som bodde på Ekne og engasjerte seg i at butikken skulle åpnes igjen.

Nærbutikkens hovedformål er å være lokalsamfunnets dagligvarebutikk, men Berit trekker også fram cafeen som er tilknyttet butikken som kanskje den viktigste fasiliteten. Det er her innbyggerne møtes og tar en prat, den er lokalsamfunnets sosiale møteplass. Hun forteller at cafeen er selve livsnerven i bygda, og at selv om den ikke gir mest inntjening, er det den som

er det viktigste området på Ekne ettersom den betyr mye for innbyggerne og det sosiale. Nærbutikken fungerer dermed som et kollektivt gode for lokalbefolkningen, gjennom at den fungerer som et multisørvisenter (Halvorsen & Båtevik, 2016). Halvorsen & Båtevik argumenterer for at det er av stor betydning ettersom nærbutikken vil kunne være en viktig samfunnsinstitusjon ettersom butikken gir innbyggerne tilgang til post, cafe, drivstoff og en sosial møteplass, i tillegg til dagligvarer. Da er det også viktig at lokalbefolkningen stiller opp og benytter seg av tilbudene som finnes på butikken og at de legger inn en innsats for at den skal kunne fortsette drift i bygda. Berit forteller at det er mange i lokalsamfunnet, inkludert henne selv, som ser butikken som en gode og som jobber for å bevare den. Innsatsen til lokalbefolkningen avhenger av det Granovetter (1985) kaller for innleiringsperspektiv. Lokalsamfunnet er, ifølge dette perspektivet, avgjørende gjennom i hvor stor grad de er innleiret i sosiale relasjoner til butikken, eller til eier av butikken, og at de dermed velger å handle der ovenfor andre plasser. Halvorsen & Båtevik (2016) trekker også fram, som Berit snakker om, oppslutningen fra lokalsamfunnet, gjennom dugnadsarbeid og at innbyggerne velger å handle der, som viktig. Berit jobber mye med dette, og hun trekker fram at hun både må passe på å være bedre enn de butikkene innbyggerne kjører forbi på vei hjem fra jobb, men også at hun må jobbe med å minne lokalbefolkningen på at de har en nærbutikk der, som ikke kommer til å være der dersom ingen bruker den.

I Oxford Research (2021) sin studie av lokalsamfunn og nærbutikkens tilleggstenester trakk en informant fram at nedleggelse av skole, barnehage eller butikk ville bety et skritt mot en nedleggelse av bygda. Berit så også nedleggelsen av butikken som dårlig for lokalsamfunnet og jobber aktivt hver dag for at dette ikke skal skje:

*«også må du minne på bygda at du har en butikk her, ser vi innimellom. Dersom den ikke blir brukt er den ikke her, så enkelt er det. Så man må minne dem på at, ikke stopp på Levanger, stopp her. Den 1-literen med melk den teller faktisk veldig mye. Så vi jobber veldig mye med å hele tiden være, vi må jo være mye bedre enn de andre, for det er 4-5 store butikker, med mye utvalg, bedre priser, som de kjører forbi før de kommer til meg. Så jeg må egentlig være mye bedre enn de andre».*

Selv om det ikke er andre matbutikker på Ekne, er det stor konkurranse for den lokale matbutikken. Distriktsbutikkene sliter, og de konkurrerer med kjøpesenter og et hav av andre dagligvarebutikker, som ofte ligger på innbyggernes vei hjem fra jobb eller nært nok til at folk kan kjøre til (Halvorsen & Båtevik, 2016). Dette merker også Berit som jobber aktivt for dette

gjennom arrangement og gjennom å knytte kontakter i forhold til dette med salg. Hun trekker fram at jo mer tilknytning folk har til butikken, jo mer bruker de den også, og at dette med kunder er noe de må jobbe med hele tiden for at butikken skal overleve.

Relph (1976) trekker fram at dersom man har en tilknytning til et sted har man en dyp omsorg og bekymring for stedet. Også Berg & Foss (2002) trekker fram at dersom entreprenørene har et følelsesmessig bånd til stedet, vil de også handle på måter som gagnar det. Dette er noe Berit belyser når hun forteller om hvorfor hun ønsker å jobbe for at det skal være bra på bygda:

*«jeg er veldig glad i bygda mi, så jeg jobber veldig for at det skal være bra utpå her».*

Berit opplever at det er en optimisme i forhold til utviklingen på Ekne. Felleskapet og det kollektive trekkes fram som viktige faktorer for motivasjon og drivere for at Berit vil fortsette å drive sin virksomhet på bygda. Motivasjon for oppstart av butikken for Berit sin del, som vi var inne på i kap. 4.1, var hennes engasjement for stedet, og hun kaller seg selv for en bygdepatriot. Videre understreker Berit at hun var veldig interessert i at det skulle foregå noe på Ekne, og at det derfor var meningsløst dersom bygda skulle være uten butikk. I Foss og Berg (2002) sin undersøkelse om lokalisering for bedrift på bygda fant også de at lokal tilhørighet var viktig for at folk ønsket å starte bedrifter på bygda. De fant også at et behov for en viss virksomhet også var motivasjon for å starte og drive virksomhet. Berit trekker fram både det å kunne utvikle bygda si, men også at hun så behovet for nærbutikk for stedets attraktivitet.

Berit trekker flere ganger fram bygda og utvikling av den som viktig, og særlig kommer stedstilhørigheten og stedstilknytning fram når hun forteller at hun ønsker å jobbe for at det skal være bra der, ettersom hun er glad i bygda si. Videre forteller hun også om bygda som sin egen og om folkene som kollektivt jobber sammen for det beste for felleskapet. Woods (2011) trekker fram at dersom man føler seg hjemme i et samfunn vil det påvirke tilknytningen man har til steder. Berit har familie i bygda og har bodd der siden hun var 19. Hun kjenner en sterk bekymring og omsorg for stedet hun bor på og er sterkt tilknyttet Ekne.

I arbeidet med festivalen har **Jan** møtt noen negative røster, men stort sett har lokalsamfunnet vært støttende og av betydning for arbeidet med festivalen, særlig de første årene. Uten støtten fra lokalsamfunnet og oppslutninga fra bygda de første årene forteller Jan at det ikke hadde gått. Jan trekker særlig fram styret i småbåtforeninga som viktig i arbeidet med festivalen og

at det har vært den viktigste faktoren for at de har lyktes på Ekne. Fellesskapet og ikke ildsjelen trekker Jan fram flere ganger, og at nettverk og den felles innsatsen er det som gjør at festivalen har fungert så godt. Fellesskap, sosiale nettverk, verdier og holdninger er begrep som Haugen & Villa (2016) trekker fram som innholdet i et lokalsamfunn. Disse trekker også Jan fram som viktige for særlig oppstarten av festivalen, men også arbeidet med festivalen gjennom det samarbeidet og støtten festivalen får fra bygda. Dette underbygger også at Ekne er og oppleves som et lokalsamfunn. Sosial kapital er den viktigste ressursene samfunnsentreprenører benytter i sitt arbeid, og disse ressursene innebærer fellesskapet og de sosiale relasjonene som Jan trekker fram, samt samfunnsmessige normer og verdier (Nahapiet & Ghoshal, 1998; Rønning, 2010). Det sistnevnte går på hvordan entreprenøren blir møtt og hvordan kulturen for entreprenørskap er i lokalsamfunnet. Dette skal jeg se nærmere på i kap. 4.2.1.

Jan kom flyttende til bygda som ungdom når han jobbet som avløser på Ekne. Jan forteller at han synes stedet er «helt ok pluss». Han fremhever at det er en fin plass og bo på, med nærhet til sjø, skog og fjell, samt at bygda er enkel og oversiktlig. Han forteller mer om folkene og den lokale driven på stedet, samt fellesskapet, og naturen som viktige for sin virksomhet, og ikke bygda eller stedstilknytning. Lokalsamfunnet med de folkene som dette innebærer har vært av stor betydning for festivalen, og lysten til å få til noe samt at området var innbydende trekkes fram av Jan som viktige for at han så muligheten til å starte opp festivalen på Ekne. Jan fokuserer mindre på å få til noe på Ekne basert på tilknytningen til stedet, og mer på faktorer ved sted og egeninteresser som grunnlag for å starte sin virksomhet. Han trekker også fram at festivalen ser ut til å være godt forankret i lokalsamfunnet, og at folket og bygda er svært interessert i den. Dette kan kobles opp mot stedets identitet, som avhenger av lokalbefolkningens forståelse av hvordan stedet er og hvordan det skal være. Dette vil være med å påvirke hva som er mulig å få til på et sted (Valestrand, 2016). Ettersom at festivalen er godt mottatt og godt forankret i lokalsamfunnet har innbyggerne også godtatt at festivalen er en del av bygdas identitet.

Bygdedyret kommer også fram når Jan snakker om hvordan det har vært i arbeidet med festivalen. Han har opplevd at noen få har vært negative knyttet til arbeidet som er gjort, men da poengterer han at disse må man bare overse dersom man har tro på det man holder på med, og at man heller må se på det som en form for konstruktiv kritikk. Nyskapende personer i et bygdesamfunn møter ofte på motstand fra noen individer i lokalsamfunnet, bygdedyret, de

personer som stiller seg negative til det nyskapende, men det kan også sees på som noe positivt (Lima & Slagsvold, 2009; Førde, 2010), noe også Jan trekker fram:

*«ja, men det er jo sånn, sånn er det bare. Så det er jo greit. Det er ikke noe negativt i seg selv, for at folk er kritiske til det du driver med, det er det uansett hva du holder på med. Og slik bør det kanskje også være».*

Relasjoner er noe som understrekes av **Kurt** som viktige faktorer i lokalsamfunnet og som nødvendig for å kunne drive fram prosjektet:

*«Veldig viktig. Det er det som skaper. Det er jo relasjoner med folk som har noe å fortelle og som har ting å kan bidra med som driver prosjektet, det er jo ikke meg alene»*

Lokalsamfunnet er svært viktig og ikke bare som støttespillere, men som bidragsytere og brukere av nettsiden. Kurt trekker fram at innbyggere og andre med tilknytning til Ekne sender over gamle bilder som han kan legge ut ofte, og særlig når folk har ryddet på loftene sine tar de kontakt og sender over bilder slik at han kan legge ut. Lokalsamfunnet er viktige som bidragsytere, men ikke minst er de også målgruppen til Kurt. Kurt startet opp denne nettsiden for eknesbygg og folk med tilknytning til bygda, og han trekker fram lokalsamfunnet når han får spørsmål om det beste med å drive dette prosjektet:

*«Det beste med prosjektet er at jeg føler at siden betyr noe for Ekne, eknesbygg og folk, det synes jeg er artig».*

Identitet og fellesskap trekkes fram av Haugen & Villa (2016) som viktige begrep for innholdet i et lokalsamfunn. Det er også dette Kurt trekker fram, både som viktig for arbeidet med prosjektet, men også formålet med prosjektet. Han ønsket å samle de som hadde en tilknytning og identitet til Ekne, gjennom å skape en arena og et fellesskap på internett der alle kunne dele og følge opp informasjon om bygda.

Nettverk og sosial kapital er særlig viktig i arbeidet Kurt gjør, da han bruker mye informasjon tilsendt av lokalsamfunnet, og andre med tilknytning til Ekne, til å oppdatere nettsiden og Facebook-siden. Foss (2008) trekker fram at et nettverk kan fremme eller hemme handlingsevnen til de som er involvert og som også gir knutepunkter mellom aktørene i nettverket som bidrar til at informasjon og andre ressurser overføres mellom personene. Målgruppen til Kurt er eknesbygg, eller de som har tilknytning til Ekne, og alle de som er i målgruppen kan også bidra inn i prosjektet gjennom å dele bilder og informasjon som Kurt deler videre på nett. Nettverket til Kurt er stort i omfang og er som Foss (2008) trekker fram, en arena for Kurt til å tilegne seg ressurser, som han igjen deler med sin målgruppe. Den

sosiale konteksten er det som muliggjør Kurt sitt arbeid, og avgjør hvilke ressurser han får tilgang på i kontakt med andre personer (Aslesen, 2002).

Kurt er oppvokst på bygda, men det er ikke bare der han føler seg hjemme. Han understreker at det er når han er hjemme i bygda der han har familie at han på ordentlig føler seg hjemme, men at også Ekne er hjemme for han ettersom det er der han har bodd mesteparten av sitt liv. Videre trekker han fram at det er Ekne han er glad i ettersom han har bodd der siden han var fem år, og dermed her han har sine røtter og sin historikk. Dette underbygger perspektivet til Relph (1976) som trekker fram at det er vår tilknytning til et sted som utgjør våre røtter på stedet. Kurt forteller at Ekne betyr veldig mye for han, noe som også kommer godt fram når han snakker om hvor mye tid han har lagt ned i prosjektet, der han forteller at han jobbet med nettsiden hver kveld i startfasen.

**Petter og Mari** trekker blant annet fram de andre tilbudene som finnes på bygda som viktige for dem og deres virksomhet. De er stolte av bygda og synes det er fint å kunne anbefale sine gjester å oppleve mer av Ekne når de er på besøk. De har i den anledning koblet seg opp mot Falstadsenteret og småbåthavna på Ekne i et samarbeid, Opplev Ekne, for å vise fram hva bygda har å by på. Petter og Mari trekker fram at samarbeid for dem er av stor betydning, både for dem selv, men også for resultatet, og at det derfor er viktig for dem å spille bygda god sammen med lokalsamfunnet. Samarbeidet Petter og Mari er en del av baserer seg på at de er del av et nettverk der det også er tillit mellom aktørene. Et samarbeid som fremmer det Ekne har og by på kan også vise til at bygda har selvtillit, tro på seg selv, noe Amdam (2000) trekker fram som viktig for å lykkes. Amdam trekker videre fram at når aktørene i et nettverk stoler på hverandre vil det også kunne bidra til å utvikle nettverket og er en viktig faktor for å lykkes med prosjekter. Begge er enige om at de opplever lite negativitet og motgang, og at det derfor er enkelt å få folk med på ting og be inn folk til campen ettersom at bygda er såpass støttende. Petter trekkes også fram begrepet «levende lokalsamfunn» om Ekne, gjennom at det finnes matbutikk, skole og idrettslag, samt at lokalsamfunnet er støttende, og at dette er viktig for dem.

En annen ting Mari understreker er at hun føler at lokalsamfunnet har god tid og at de tar seg tid, kontra hva hun opplever at folk i storbyer gjør. Dette sammenfaller med det Lima & Slagsvold (2009) fant i sin studie, at flere opplever samhørighet og tillit i nabolag på bygda enn hva man opplever i byen. Petter og Mari understreker at for arbeidet med virksomheten er

det viktig at lokalsamfunnet på Ekne er såpass åpne og støttende som de er. Derfor er det viktig for dem at lokalbefolkningen benytter seg av campen og føler eierskap til den ettersom den er lokalisert i deres bygd. Dersom lokalsamfunnet ikke hadde stilt opp og vist sin støtte ville det virket demotiverende, og det trekkes derfor fram som svært viktig.

Ved spørsmål om lokale ressurser trekker Petter og Mari fram at de har et godt forhold med lignende bedrifter i området, ikke bare på Ekne, men i lokalsamfunn rundt, som driver innenfor reiseliv og opplevelsesnæring. De ønsker å hjelpe hverandre, og samarbeid kommer fram som viktige aspekter i flere sammenhenger. Blant annet kommer det fram at de velger så lokalt som mulig når de skal velge leverandører til virksomheten, der de blant annet benytter naboen, et byggefirma på Ekne, til bygging av noen av hyttene de skal sette opp til campen. De ønsker å fortsette med å spille på lokale ressurser. Det understrekes også at samarbeid med lignende virksomheter rundt i regionen er viktig:

*«det var jo som vi skrev om en del av i søknaden til Innovasjon Norge nå når vi fikk investeringstilskudd, at vi ser ikke på lignende bedrifter i området som våre konkurrenter, men som våre samarbeidspartnere».*

Et kjennetegn ved en entreprenør og hans suksess er de kontakter og det miljø som entreprenøren jobber i (Spilling, 2008b). Petter og Mari har skaffet seg sosial kapital og nettverk både innenfor eget lokalsamfunn, men også innenfor bransjen de driver i. De samarbeider isteden for å se på hverandre som konkurrenter, noe Mari understreker at er viktig for hennes trivsel:

*«jeg mener at dersom vi skal lage det her selv så blir det et halvt godt produkt, at dersom det skal bli bra er vi nødt til å samarbeide med andre. Og det handler om, både for kunden sin del, men det handler også om trivsel. For min trivsel så er jeg nødt til å samarbeide med andre».*

Samarbeid, nettverk og relasjoner mellom entreprenøren og en rekke andre aktører er viktige for å lykkes med entreprenørskap (Austin et al., 2006; Foss, 2008; Spilling, 2008b), og er noe Petter og Mari tillegger stor betydning i sitt arbeid med virksomheten.

I tillegg til å trekke fram lokalsamfunnet som viktig, trekker Petter og Mari fram det å kunne starte noe på stedet der de bor som en viktig faktor. Dette er av stor betydning for Petter, ettersom deres virksomhet går under driften av gården og dermed er tilknyttet stedet Petter vokste opp. Planen for Petter har alltid vært å komme tilbake etter studiene og ta over gården,



og å stifte familie der. Hans tilknytning til bygda utgjør også hans røtter på stedet, og gården og skogen rundt var også grunnlaget og motivasjonen for oppstart av campen (Relph, 1976).

Petter understreker at bygda betyr mye for han:

*«Nei den betyr jo mye, for min del er det jo her jeg har vokst opp og bodd og kommer fra. Så den er jo veldig viktig, jeg har jo hele tiden vært veldig bevisst på at jeg ønsket å ta over gården og bo her videre. Jeg hadde jo hele tiden lyst til å flytte tilbake og bosette meg her med familie og. Så for min del betyr det mye og det er jo viktig, vi er jo stolte av Ekne og det vi har her allerede og har jo sånn sett lyst til å utvikle ting videre og få det enda bedre».*

Mari er tilflytter til Ekne, og trekker fram flere ganger at det er godt å være en del av en bygd der man ønsker å få til gode ting for bygda si, noe de også ønsker med sin virksomhet. Felles identitet på et sted er viktig for motivasjon for å få til ting sammen for stedet man bor og kommer av tilhørigheten man har til et sted (Valestrand, 2016). Mari forteller at det som er viktig for henne er det å skape egen arbeidsplass der de bor, noe som Petter sier seg enig i. Det å vektlegge plassen man bor på som faktor for å starte virksomhet der understrekes av både Bolkesjø og Brun (2008) og Sve (2010) som gjennom undersøkelser fant at tilknytning man hadde til sted var viktig for entreprenører som etablerte virksomhet på bygda.

I alle fire intervjuene ble lokalsamfunnet og fellesskapet trukket fram som viktig, men særlig ble det tatt opp av Berit. Berit startet opp en virksomhet og en tjeneste som innbyggerne på Ekne før hadde hatt, og som de så verdien av å fortsatt ha på bygda. Berit ga lokalsamfunnet muligheten til å ha en butikk og en sosial møteplass, noe som ut ifra Berit sine svar også var veldig viktig for lokalsamfunnet og fellesskapet. I tillegg til dette er også Berit og hennes virksomhet avhengig av lokalsamfunnet gjennom at de må se nytten av nærbutikken å bruke den dersom den fortsatt skal bestå. Overnatting, festival og nettside er på en annen måte knyttet til lokalsamfunnet, gjennom forankring og tilknytning, men de har også kundegruppe utenfor Ekne, noe Berit ikke har i stor grad. Derfor vil også Berit kunne se lokalsamfunnet som svært viktig, og med en gjensidig avhengighet. De individuelle målene til innbyggerne og det kollektive målet for bygda er koblet sterkt sammen og utgjør også et sterkt samarbeid og fellesskap (Førde, 2010).

Lokalsamfunnet som relasjoner, ressurser, kunder, kollegaer og nettverk trekkes fram av aktørene som viktige for deres virksomhet og prosjekt. Det trekkes også fram av alle at det var av stor betydning i oppstartsfasen og videre i utviklingen, og særlig for Berit og Jan var

lokalsamfunnet avgjørende i oppstartsfasen av deres virksomheter. Berit er avhengig av at folk bruker butikken dersom det skal være fortsatt drift, og Kurt er avhengig av at nettsiden er interessant for innbyggerne, og at folk sender inn og melder interesse for å utvikle nettsiden sammen med han. Jan trekker også fram innbyggerne som viktig, og at dersom de ikke hadde vært der som støtte i oppstarten av festivalen så hadde det ikke gått. Petter og Mari trekker også fram at dette er av stor betydning for dem, ettersom det er viktig for dem at lokalsamfunnet er stolte og føler eierskap til deres virksomhet ettersom den ligger i deres bygd.

Alle informantene tillegger stedet betydning når de prater om virksomheten sin, mens enkelte trekker fram tilknytningen til Ekne som viktig i større grad. Berit, Kurt og Petter forteller at bygda betyr mye for dem og at de bryr seg om å gjøre noe for bygda og dens utvikling. Jan og Mari tillegger også bygda stor vekt, og særlig lokalsamfunnet og folkene som støtter opp om arbeidet deres. Stedstilknytning tillegges større vekt i bygdesamfunn enn hva det gjør i byene (Bolkesjø & Brun, 2008), og det kommer klart fram gjennom intervjuene at tilknytning til sted gjelder også for Ekne, innflytter eller ikke. Identitet er også et viktig stikkord, gjennom at stedets identitet og det innbyggerne ser på som stedets identitet vil kunne påvirke hva som godtas av lokalbefolkningen og dermed handlingsrommet som gis til ildsjeler og entreprenører. Alle informantene er blitt møtt med positivitet av lokalbefolkningen allerede fra oppstart, noe som kan vise til at lokalsamfunnet på bygda er åpne for nye ting, og at stedets identitet støtter opp om nytenking. Entreprenørskapskulturen på bygda er også en faktor som kan forme mulighetsrommet som gis lokalt.

#### **4.2.1 Entreprenørskapskulturen**

Informantene ble også stilt spørsmål om entreprenørskapskulturen, og faktorer som støttet opp eller hemmet entreprenørskap i bygda. Entreprenørskapskulturen ble trukket fram som god av tre informanter, men en informant mente at denne kunne blir bedre gjennom at man kunne skapt mer sammen. Borch & Førde (2010) belyser at det er viktig å forstå entreprenørenes handlinger i relasjon til det sosiale, økonomiske og politiske prosessene som man finner på et sted. Ekne og det som foregår der blant annet gjennom andre virksomheter og gjennom de kulturelle og sosiale forhold vil kunne hemme eller fremme entreprenørskapet i lokalsamfunnet, og kan være med å påvirke motivasjonen til entreprenørene for å drive på stedet.

**Berit** trekker fram at hun arrangerte bygdedager, noe som var viktig for å visualisere virksomheter som finnes på bygda. Dette arrangerte de for tre år siden, der de samlet virksomheter på stands for å vise fram det de hadde å by på. I denne sammenheng trekker Berit fram nyinnflyttede, og at det er viktig å kunne vise fram for dem hva som finnes på Ekne. Berit mener også at entreprenørskapskulturen kunne vært bedre, gjennom at bygda kunne samlet seg enda mer, og skapt mer sammen. Det Berit trekker fram her går på et ønske om at entreprenørskapet i større grad skal være en kollektiv prosess der man samler aktører i bygda for å utvikle kulturen for entreprenørskap i større grad. Kollektivt entreprenørskap som prosess kan ifølge Spilling (2008b) deles i to dimensjoner, der det ene går på det med samhandling mellom en rekke aktører og den andre dimensjonen handler om utvikling av et bredere fellesskap rundt entreprenørskap og næringsvirksomhet. Berit forteller om et ønske om å samle aktører til et større fellesskap rundt entreprenørskap der man sammen skaper en større arena for samhandling, hvor det også legges til rette for utvikling av entreprenørskapskulturen på bygda.

**Jan** mener at entreprenørskapskulturen på Ekne er god, og at dette skyldes at mange får det til:

*«Det er jo lett å få til noe på Ekne i og med at de andre også får det til».*

Videre trekker han fram flere arenaer der det går godt. Han forteller at det går godt på havna, at det bygges idrettshus på stadion og at lokalsamfunnet jobbet for at lokalbutikken ikke skulle legges ned. Faktorer for at innbyggerne på Ekne sammen får til alt dette understreker han skyldes en «lokal drive». Denne trekker han fram er til stede på Ekne som følge av at andre får det til, og forteller at det ikke nytter å sitte med hendene i fanget, men at man må være positive og si at dette får man til. Folk sine handlinger må sees i lys av det sosiale, politiske og økonomiske prosessene som foregår på stedet man utøver sine handlinger (Borch & Førde, 2010). Den «lokale driven» som man finner på Ekne underbygger at det finnes prosesser som støtter opp om det som skjer av nye aktiviteter, virksomheter og prosjekt. Både gjennom næringsstrukturen som finnes der, men også de menneskene som står bak, som driver disse virksomhetene og prosjektene. Jan kobler også entreprenørskapskulturen på Ekne med hvor godt bygda er koblet på kollektive entreprenørskapsprosesser. Bolkesjø & Brun (2008) trekker også fram entreprenørielt fellesskap som viktig. Styrken i det entreprenørielle fellesskapet på Ekne avhenger utfra dette perspektivet av hvorvidt det finnes samhandling mellom aktører og hvorvidt man gjennom denne samhandlingen møter positive eller negative

holdninger knyttet til å starte egen virksomhet eller prosjekt. Ut ifra det Jan trekker fram kan man si at Ekne har et sterkt entreprenørielt fellesskap.

At Ekne har god entreprenørskapskultur trekkes også fram av **Kurt**, som mener at folk i bygda er flinke til å finne på ting, både de som driver næring, men også ildsjeler som drar i gang prosjekter for og på Ekne. Kurt trekker fram flere næringsaktører som eksempel på virksomheter som gjør det godt på bygda, blant annet Petter og Mari sin bedrift med overnatting i tretoppene. Videre trekker Kurt også fram dugnadsånden som god, men at denne er preget av en innsats fra de samme personene:

*«Men det skal ikke stikkes under en stol at det på dugnadsprosjekter er litt de samme personene. Det er en hard kjerne på en 20-30 personer som er med på det meste, så vi prøver å hekte på flere da. Pensjonistene på bygda er flinke til å bidra».*

Kurt er ikke den eneste som understreker dette, både Berit og Jan trekker også fram at det i stor grad er den eldre generasjon som stiller opp på dugnadsarbeid, og at dersom dette skulle fortsette vil det være negativt for utviklingen i bygda. Ildsjeler og samfunnsentreprenører er viktige for utviklingen i små bygdesamfunn (Borch & Førde, 2010). Dersom bygda skal fortsette å utvikle seg er de avhengige av dugnadsinnsatsen, og at det legges til rette for at ildsjeler har gode forhold slik at de ønsker å jobbe for å utvikle egen bygd. Dersom det kun er den eldre generasjon som stiller opp vil dette føre til utfordringer videre. Dette understrekes av Jan som trekker fram at dugnadsinnsatsen på Ekne per i dag er grei, men at den er avtagende, og at dette også gjelder engasjementet til fellesskapet. Han også ser at det er den eldre generasjon som er aktiv i frivilligheten og at dette er negativt for bygda. Han ønsker også politisk et større fokus på frivillighet:

*«sånn rent politisk så kunne jo økt fokus på det med frivillighet og frivillighetsarbeid vært en sak som man gjerne kunne løftet frem. Nå klarer man ikke omvende Norge på en dag eller to, det går nok ikke. Men mer fokus på sånne ting det tror jeg er viktig altså, for plutselig en dag er vi 70 alle sammen og da, da blir det ikke noe mer med det».*

Det er mange virksomheter, særlig enkeltpersonsforetak, på Ekne, og dette trekker **Petter og Mari** fram som viktig for at entreprenørskapskulturen er god, samt at virksomhetene varierer i bransje og formål. Også de trekker fram bygdedagene som ble arrangert av Berit som viktige, ettersom at man da får vist fram hva bygda har og by på til alle innbyggerne. De synes at entreprenørskapskulturen er stor, tatt i betraktning at det er en såpass liten bygd. De trekker

fram at det går en del i landbruk på bygda, men at folk utvikler hobbyene sine, leier ut hus eller produserer lokalmat og at det gjennom årene har blitt flere personer som driver med noe i småskala på Ekne. Dette mener Petter understreker at entreprenørskapskulturen på bygda er god, og det er svært viktig for hvilke muligheter man ser og tar lokalt (Borch & Førde, 2010). Etersom denne oppleves som god vil også entreprenørskapskulturen oppleves som god, både for de som allerede driver egne prosjekter og virksomheter, men også for de som ønsker å starte noe på bygda.

Entreprenørskapskulturen i et lokalsamfunn kan sees i lys av hvordan individer handler innenfor rammen som gis av lokalsamfunnet (Bolkesjø & Brun, 2008), og på Ekne oppleves denne som god. Kulturen for entreprenørskap legger til rette for at flere skal kunne opprette og drive egne virksomheter i bygda. At det er flere bedrifter i bygda trekkes fram av informantene som viktige faktorer for at de mener at entreprenørskapskulturen er god, samt at lokalsamfunnet og bygda legger til rette for at det skal være mulig å drive entreprenørskap der. Den kulturelle bagasjen til individer kan sette hinder for entreprenørskap (Borch & Førde, 2010), men dette nevnes ikke av noen av informantene. De trekker derimot fram hvordan bygda sammen får til ting, at man har et støttende lokalsamfunn og hvordan ildsjeler og entreprenører er viktige for at det går godt på bygda. Dette tyder på at det på Ekne er gode forhold for entreprenørskap.



## 5 Konklusjon

Som beskrevet i kapittel 1 er formålet med denne oppgaven å se på faktorer som motiverer enkelte personer i et lite bygdesamfunn til å starte og drive egne virksomheter, og målet med forskningsoppgaven er å kunne besvare følgende problemstilling:

*”Hva er det som motiverer personer i et lite bygdesamfunn til å starte opp og drive egne virksomheter og prosjekter?”*

Motivasjonsfaktorene som var viktige for entreprenørene i deres arbeid var fordelt på en indre motivasjon samt og få til noe på stedet der de bor. Alle fire informantene startet sitt prosjekt og sin virksomhet delvis basert på at det ikke fantes noe lignende på bygda eller lokalt fra før. Faktorer som å skape egen arbeidsplass, jobbe ute, jobbe med det man er interessert i, lyst til å få til noe og det å få utøve seg kreativt var blant faktorene som ildsjelene og entreprenørene trakk fram som viktige for motivasjon i deres arbeid. Dette er faktorer som går på entreprenørenes egeninteresse og indre motivasjon og som ble understreket av alle som svært viktig som motivasjon for oppstart av deres virksomheter og prosjekt. At det skal skje ting på bygda, at det skal være en fin plass å bo på, at det skal være tilgang til attraktive tjenester, og det å skape et fellesskap ble også trukket fram som viktige faktorer for motivasjon som gikk på å utvikle stedet der de bor. Her er det en kobling både mot informantenes roller, samt deres stedstilknytning til Ekne. Fire av fem så seg selv i rollen som samfunnsentreprenør, og en informant passer inn i rollen som ildsjel. Det forventes at samfunnsentreprenører skal gi noe tilbake til lokalsamfunnet de opererer i og at ildsjeler jobber frivillig for å få til noe for lokalsamfunnet (Parkinson & Howorth, 2008; Alsos, 2010). Fellesskapet som belyses kommer også klart til syne gjennom informantenes bruk av ordet «vi». Som Follo & Villa (2010) fant i bygdene de forsket på, ser også jeg at fellesskapet «vi» kommer fram, og ikke «jeg», når det prates om bygdas utvikling, utfordringer og muligheter.

Entreprenørskapskulturen trekkes fram som god spesielt i forhold til størrelsen på bygda. Entreprenørskapskulturen gir rammer for hvordan ildsjelen kan handle på stedet, og at den oppleves som god er derfor viktig faktor for mulighetsrommet som entreprenørene opplever (Bolkesjø & Brun, 2008). At entreprenørskapskulturen på Ekne er god skyldes også at lokalsamfunnet oppleves som støttende. Lokalsamfunnet som ressurs, kunder, kollegaer og nettverk trekkes fram av aktørene som viktige i deres arbeid. For enkelte har det også vært helt avgjørende med et lokalsamfunn som har stilt opp og som har vært støttende, og flere

omtaler lokalsamfunnet som levende. Både gjennom at det skjer ting og prosjekter der, samt at folk stiller opp til dugnad når det trengs. Bygdedyret finnes også på bygda, men er ikke noe som trekkes fram som noe hinder, derimot som noe som alltid vil være til stede. At stedet Ekne har betydning trekkes fram av alle informantene, og noen tillegger det verdi gjennom den tilknytningen de har til bygda. Av informantene er det en innflytter, resten har vokst opp eller bodd store deler av sitt liv der. Det er ingen forskjell på innflytter og de som har bodd på stedet i mange år, omsorg for bygda og et ønske om å utvikle stedet de bor på er gjennomgående for alle informantene. Tilknytning til sted og omsorg for sted er noe som tillegges vekt av alle og er også en kilde til motivasjon (Relph, 1976; Berg & Foss, 2002).

Entreprenørene og ildsjelene på Ekne motiveres til å starte å drive sine virksomheter og prosjekter basert på faktorer som å utvikle bygda, samt å få skape egen arbeidsplass. Ingen kunne trekke fram noe som var demotiverende, verken i oppstarten eller ved videre drift, og ingen hadde noen tanker om å slutte, og flere trakk også fram framtidsplaner de hadde for seg og sin virksomhet. Dette viser også at motivasjonen for å drive på Ekne er stor. Informantene trekker også fram at det går godt på Ekne, og at det skyldes ildsjelene som stiller opp, som hjelper til på dugnad og som er med å starte opp med det som bygda mangler. Dette vil nok ikke fortsette dersom man ikke får med flere av de unge. Tre av informantene trekker fram at det er mange flinke i lokalsamfunnet som stiller opp på dugnad, men at disse personene er av den eldre generasjon. Det går altså godt, men også de yngre må henge seg med dersom en positiv utvikling skal fortsette i kommende generasjoner. Dersom man får med de yngre ser det godt ut for bygda som beskrives som en levende bygd der det skjer ting og der man finner en «lokal drive» for å få til noe. Motivasjonen hos informanten er stor, og dersom man opprettholder iveren som man finner i lokalbefolkningen på Ekne, ligger det også til rette for at flere aktører skal kunne kjenne på glede på å skape i og for bygda.



## **5.1 Forslag til videre forskning**

Med bakgrunn i studiets omfang har jeg måtte begrense meg til å se på entreprenører i en bygd i Trøndelag. Fokuset har vært på bygda, lokalsamfunnet og de lokale ressursene. I arbeidet med studien har jeg møtt på flere områder jeg kunne tenkt meg og sett nærmere på. Blant annet ville det vært nyttig og sett på flere bygdesamfunn der det går godt, for å se om motivasjonsfaktorer hos ildsjelene og entreprenørene er like, og hvordan sted og lokalsamfunn tillegges vekt i disse bygdene. Det kunne også vært nyttig og sett på den andre siden av saken, nemlig bygder der utvikling og befolkningen er kontinuerlig dalende. Slik kunne man sett om faktorer som er til stede i de levende lokalsamfunnene er mangelfulle i de bygdene der det ikke går så godt, og fått en oversikt over hva som må fokuseres på for å skape flere levende lokalsamfunn rundt om i Norge. En siste ting som ville vært nyttig og studert i senere tid er hvordan det om en 5-10 år går i bygda Ekne, for å se hvordan utviklingen er og om det er kommet noen flere virksomheter og prosjekter dit, samt om faktorer for motivasjon hos ildsjelene og entreprenørene på bygda er det samme eller om det er noen endringer.



## Referanseliste

- Alsos, G. A. (2010). Ildsjeler og samfunnsentreprenører. In O. J. Borch & A. Førde (Eds.), *Innovative bygdemiljø - ildsjeler og nyskappingsarbeid* (pp. 27-38). Bergen: Fagbokforlaget.
- Amdam, J. (2000). Confidence Building in Local Planning and Development. Some Experience from Norway. *European Planning Studies*, 8(5), 581-600.  
doi:<https://doi.org/10.1080/713666430>
- Aslesen, S. (2002). Forskning om entreprenørskap og kjønn - en litteraturgjennomgang. In N. G. Berg & L. Foss (Eds.), *Entreprenørskap: kjønn, livsløp og sted* (pp. 55-82). Oslo: Abstrakt forlag.
- Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), 1-22.  
doi:<https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00107.x>
- Baxter, J. (2016). Case studies in Qualitative Research. In I. Hay (Ed.), *Qualitative Research Methods in Human Geography* (4 ed., pp. 130-146). Canada: Oxford University Press.
- Berg, N. G. (2002). Kjønn på landet og kjønn i byen - om betydningen av kjønnete konstruksjoner av ruralitet for urban-rural migrasjon og hverdagsliv. *Kvinneforskning*, 26(1), 67-82.
- Berg, N. G. (2016). Lokalsamfunn som sted - hvordan forstå tilknytning til bosted? In M. Villa & M. S. Haugen (Eds.), *Lokalsamfunn* (pp. 34-52). Oslo: Cappelen Damm Akademisk.
- Bolkesjø, T., & Brun, C. (2008). Entreprenørskap i ulike regionale kontekster. In O. R. Spilling (Ed.), *Entreprenørskap på norsk* (2 ed., pp. 122-146). Bergen: Fagbokforlaget.
- Borch, O. J., & Førde, A. (2010). Innovative bygder - en introduksjon. In O. J. Borch & A. Førde (Eds.), *Innovative bygdemiljø - ildsjeler og nyskappingsarbeid* (pp. 13-26). Bergen: Fagbokforlaget.
- Brøgger, B. (2017). *Sosialt entreprenørskap i Norge*. Oslo: Cappelen Damm Akademisk.
- Cope, M. (2016). Organizing and Analyzing Qualitative Data. In I. Hay (Ed.), *Qualitative Research Methods in Human Geography* (4 ed., pp. 373-393). Canada: Oxford University Press.
- Crang, M., & Cook, I. (2007). *Doing Ethnographies*. London: Sage Publications.

- Douglas, J. D. (1985). *Creative Interviewing*. Beverly Hills: CA: Sage.
- Dowling, R. (2016). Power, Subjectivity, and Ethics in Qualitative Research. In I. Hay (Ed.), *Qualitative Research Methods in Human Geography* (4 ed., pp. 29-44). Canada: Oxford University Press.
- Dunn, K. (2016). Interviewing. In I. Hay (Ed.), *Qualitative Research Methods in Human Geography* (4 ed., pp. 149-188). Canada: Oxford University Press.
- Ekneinfo. (u.å.). Ekne i historien. Retrieved from <http://www.ekneinfo.com/ekne-i-historien.html>
- European Commission. (2021). *Horizon Europe - Strategic Plan 2021-2024*. Retrieved from <https://data.europa.eu/doi/10.2777/083753>
- Falstadsenteret. (u.å.-a). Ekne offentlige skole. Retrieved from <https://falstadsenteret.no/historie/ekne-offentlige-skole>
- Falstadsenteret. (u.å.-b). Falstad skolehjem. Retrieved from <https://falstadsenteret.no/historie/falstad-skolehjem>
- Falstadsenteret. (u.å.-c). Stiftelsen Falstadsenteret. Retrieved from <https://falstadsenteret.no/historie/stiftelsen-falstadsenteret>
- Follo, G., & Villa, M. (2010). Å byggje staden stein på stein. In O. J. Borch & A. Førde (Eds.), *Innovative bygdemiljø - ildsjeler og nyskappingsarbeid* (pp. 121-135). Bergen: Fagbokforlaget.
- Foss, L. (2008). Entreprenørskap og nettverk. In O. R. Spilling (Ed.), *Entreprenørskap på norsk* (2 ed., pp. 193-216). Bergen: Fagbokforlaget.
- Foss, L., & Berg, N. G. (2002). «Det er her jeg skal være...» Betydningen av sted og livsløp for etablerere. In N. G. Berg & L. Foss (Eds.), *Entreprenørskap: Kjønn, livsløp og sted* (pp. 171-191). Oslo: Abstract forlag.
- Førde, A. (2010). Nyskaping, brytningar og samspel. In O. J. Borch & A. Førde (Eds.), *Innovative bygdemiljø - ildsjeler og nyskappingsarbeid* (pp. 155-170). Bergen: Fagbokforlaget.
- Granovetter, M. (1985). Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91(3), 481-510. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/2780199>
- Grønmo, S. (2021). Kvantitativ metode. *Store Norske Leksikon*. Retrieved from [https://snl.no/kvantitativ\\_metode](https://snl.no/kvantitativ_metode)
- Gullestad, M. (1989). *Kultur og hverdagsliv - på sporet av det moderne Norge*. Oslo: Universitetsforlaget.

- Halvorsen, L. J., & Båtevik, F. O. (2016). I samme båt og øser for livet - forholdet mellom lokalsamfunnet og de minste dagligvarebutikkene. In M. Villa & M. S. Haugen (Eds.), *Lokalsamfunn* (pp. 198-215). Oslo: Cappelen Damm Akademisk.
- Haugen, M. S., & Villa, M. (2016). Lokalsamfunn i perspektiv. In M. Villa & M. S. Haugen (Eds.), *Lokalsamfunn* (pp. 17-33). Oslo: Cappelen Damm Akademisk.
- Haugh, H. M., & Pardy, W. (1999). Community entrepreneurship in north east Scotland. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 5(4), 163-172. doi:<https://doi.org/10.1108/13552559910293119>
- Johannisson, B. (1990). Community entrepreneurship - cases and conceptualization. *Entrepreneurship & Regional Development*, 2(1), 71-88. doi:<https://doi.org/10.1080/08985629000000006>
- Kartverket (Producer). (u.å., 13. januar 2022). Ekne. [Kart] Retrieved from <https://www.norgeskart.no/#!/?project=norgeskart&layers=1002&zoom=10&lat=7066218.16&lon=300671.12&markerLat=7069728.770342339&markerLon=304253.13648677786&p=searchOptionsPanel&sok=Ekne>
- Kommunal-og moderniseringsdepartementet. (2019). *Levende lokalsamfunn for fremtiden - Distriktmeldingen*. (Meld. St. 5 (2019-2020)). Retrieved from <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/meld.-st.-5-20192020/id2674349/>
- Lima, I. A. Å., & Slagsvold, B. (2009). Det gode nabolag finnes mest på bygda. *Samfunnsspeilet*, 23(1), 63-68. Retrieved from <http://hdl.handle.net/11250/179008>
- Mansvelt, J., & Berg, L. D. (2016). Writing Qualitative Geographies, Constructing Meaningful Geographical Knowledges. In I. Hay (Ed.), *Qualitative Research Methods in Human Geography* (Vol. 4, pp. 394-421). Canada: Oxford University Press.
- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage. *The Academy of Management Review*, 23(2), 242-266. doi:<https://doi.org/10.2307/259373>
- Noen, A. (u.å.-a). Noen AS bidrar til nasjonal kokebok innen sosialt entreprenørskap. Retrieved from <http://www.noen-as.no/aktuelt/2016/12/6/noen-as-bidrar-til-nasjonal-kokebok-innen-sosialt-entreprenerskap>
- Noen, A. (u.å.-b). Vi kan demens. Retrieved from <http://www.noen-as.no/om-noen>
- NOU 2020: 12. (2020). *Næringslivets betydning for levende og bærekraftige lokalsamfunn*. Retrieved from <https://www.regjeringen.no/contentassets/6e57b898abea46f1bde2108f82ce1796/no/pdfs/nou202020200012000dddpdfs.pdf>

- NOU 2020: 15. (2020). *Det handler om Norge*. Retrieved from <https://www.regjeringen.no/contentassets/3b37c1baa63a46989cb558a65fccf7a1/nou/pdfs/nou202020200015000dddpdfs.pdf>
- OECD. (2019). *RURAL 3.0 - PEOPLE-CENTRED RURAL POLICY*. Retrieved from <https://www.oecd.org/rural/rural-development-conference/documents/Rural-3.0-Policy-Highlights.pdf>
- Olmedo, L., Twuijver, M. v., & O'Shaughnessy, M. (2021). Rurality as context for innovative responses to social challenges – The role of rural social enterprises. *Journal of Rural Studies*. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2021.04.020>
- Oxford Research. (2021). *Tilleggstjenestene i Merkur*. Retrieved from <https://distriktssenteret.no/wp-content/uploads/2021/04/Tilleggstjenestene-i-Merkur-final.pdf#page=49>
- Parkinson, C., & Howorth, C. (2008). The language of social entrepreneurs. *Entrepreneurship and Regional Development*, 20(3), 285-309.  
doi:<https://doi.org/10.1080/08985620701800507>
- Peredo, A. M. (2008). Social Entrepreneurship. In L. P. Dana (Ed.), *The Encyclopedia of Entrepreneurship*. Cheltenham, UK: Edward Elgar.
- Relph, E. (1976). *Place and Placelessness*. London: Pion Limited.
- Rønning, L. (2010). Samfunnsentreprenørskap som initiering av lokal næringsutvikling. In O. J. Borch & A. Førde (Eds.), *Innovative bygdemiljø - ildsjeler og nyskappingsarbeid* (pp. 53-67). Bergen: Fagbokforlaget.
- Skape. (u.å.-a). Fløtre. Retrieved from <https://skape.no/inspirasjon/skapes-utvalgte-etablerer/naturli-vis>
- Skape. (u.å.-b). Matsafari. Retrieved from <https://skape.no/inspirasjon/skapes-utvalgte-etablerer/matsafari>
- Spilling, O. R. (2008a). Entreprenørskap i et dynamisk og strukturelt perspektiv. In O. R. Spilling (Ed.), *Entreprenørskap på norsk* (2 ed., pp. 73-96). Bergen: Fagbokforlaget.
- Spilling, O. R. (2008b). Entreprenørskap i et systemperspektiv. In O. R. Spilling (Ed.), *Entreprenørskap på norsk* (2 ed., pp. 48-72). Bergen: Fagbokforlaget.
- Spilling, O. R. (2008c). Om entreprenørskap. In O. R. Spilling (Ed.), *Entreprenørskap på norsk* (2 ed., pp. 21-47). Bergen: Fagbokforlaget.
- SSB. (2022). Føretak. Retrieved from <https://www.ssb.no/virksomheter-foretak-og-regnskap/virksomheter-og-foretak/statistikk/foretak>

- SSB (Producer). (u.å., 13.jan 2022). Befolkning, etter statistikkvariabel, grunnkrets og år. [Tabell] Retrieved from <https://www.ssb.no/statbank/table/04317/tableViewLayout2/>
- Steinnes, A., & Vandvik, E. (1965). *Latinsk ordbok* (2 ed.). Oslo: Det Norske Samlaget.
- Stratford, E., & Bradshaw, M. (2016). Qualitative Research Design and Rigour. In I. Hay (Ed.), *Qualitative Research Methods in Human Geography* (4 ed., pp. 117-129). Canada: Oxford University Press.
- Sve, K. (2010). Nye handlingsrom i landbruket: Lyngen som døme. In O. j. Borch & A. Førde (Eds.), *Innovative bygdemiljø - ildsjeler og nyskappingsarbeid* (pp. 137-154). Bergen: Fagbokforlaget.
- Teigen, H. (2019). *Distrikspolitikkens historie i Norge*. Oslo: Cappelen Damm Akademisk.
- Thagaard, T. (2018). *Systematikk og innlevelse - En innføring i kvalitative metoder* (5 ed.). Bergen: Fagbokforlaget.
- Thorsen, H. W. E., & Verstad, B. S. (2004). Hva er bygd - egentlig? In N. G. Berg, B. Dale, H. K. Lysgård, & A. Løfgren (Eds.), *Mennesker, steder og regionale endringer* (pp. 169-188). Trondheim: Tapir Akademisk Forlag.
- Tjora, A. (2017). *Kvalitative forskningsmetoder i praksis* (3 ed.). Oslo: Gyldendal Akademisk.
- Twuijver, M. W. v., Olmedo, L., O'Shaughnessy, M., & Hennessy, T. (2020). Rural social enterprises in Europe: A systematic literature review. *Local Economy*, 35(2), 121-142. doi:<https://doi.org/10.1177/0269094220907024>
- Valestrand, H. (2016). Gruvebyen Bjørnevattn: Industrisamfunn, omstilling og lokalsamfunn. In M. Villa & M. S. Haugen (Eds.), *Lokalsamfunn* (pp. 322-344). Oslo: Cappelen Damm Akademisk.
- Winchester, H. P. M., & Rofe, M. W. (2016). Qualitative Research and Its Place in Human Geography. In I. Hay (Ed.), *Qualitative Research Methods in Human Geography* (Vol. 4, pp. 3-28). Canada: Oxford University Press.
- Woods, M. (2011). *Rural*. London & New York: Routledge.
- Aarsæther, N. (2014). Viable communities in the North? *Septentrio Conference Series*, 63-72. doi:<https://doi.org/10.7557/5.3201>

## Vedlegg

### Vedlegg 1: Informasjonsskriv og samtykkeerklæring

#### **Vil du delta i forskningsprosjektet**

*”Hva er det som motiverer personer i et lite bygdesamfunn til å starte opp egne virksomheter og prosjekter?”*

Dette er et spørsmål til deg om å delta i et forskningsprosjekt hvor formålet er å undersøke hva som motiverer mennesker i ei lita bygd til å starte opp virksomheter eller prosjekter. I dette skrivet gir vi deg informasjon om målene for prosjektet og hva deltakelse vil innebære for deg.

#### **Formål**

Problemstillingen er: *”Hva er det som motiverer personer i et lite bygdesamfunn til å starte opp egne virksomheter og prosjekter?”*. Her ønsker jeg å se nærmere på hvilke faktorer som motiverer og fremmer at enkelte ønsker å starte opp egne virksomheter og prosjekter i ei lita bygd, eventuelt hva som hemmer og står i veien for motivasjon. Jeg ønsker også gjennom dette å se på rollen entreprenøren eller ildsjelen, den som driver disse virksomhetene, har og hva som motiverer vedkommende. Oppgaven er en masteroppgave som del av mitt studieløp på masteren innovasjon, entreprenørskap og samfunn ved NTNU. Oppgaven vil bli gjort offentlig gjennom NTNU, dersom man ikke ønsker det, gi beskjed ved signering av denne avtalen.

#### **Hvem er ansvarlig for forskningsprosjektet?**

NTNU er ansvarlig for prosjektet.

#### **Hvorfor får du spørsmål om å delta?**

Som en av de personene på Ekne som har startet egen virksomhet/startet opp egne prosjekter på bygda er det relevant å høre hvordan denne prosessen har vært for deg og hvilken motivasjon som ligger bak. Du er valgt ut basert på min kjennskap til bygda og de personene som driver egen virksomhet der. Jeg vil sende denne henvendelsen til 4-5 aktuelle kandidater som er plukket ut med samme utgangspunkt som deg og som også er fra samme bygd.

#### **Hva innebærer det for deg å delta?**

Dersom du ønsker å delta vil dette innebære et personlig intervju, med et omfang på ca. 1 time. Spørsmålene vil være relatert til deg og din virksomhet, og arbeidet med virksomheten, men også litt om dens forhold til bygda. Jeg vil anonymisere navn, ved å bruke andre navn, men det vil bli nevnt hvilken type virksomhet du representerer. Dersom det er i orden vil jeg ta opptak av intervjuene, som vil brukes til å transkribere intervjuene i etterkant.

#### **Det er frivillig å delta**

Det er frivillig å delta i prosjektet. Hvis du velger å delta, kan du når som helst trekke samtykket tilbake uten å oppgi noen grunn. Alle dine personopplysninger vil da bli slettet. Det vil ikke ha noen negative konsekvenser for deg hvis du ikke vil delta eller senere velger å trekke deg.

#### **Ditt personvern – hvordan vi oppbevarer og bruker dine opplysninger**



Vi vil bare bruke opplysningene om deg til formålene vi har fortalt om i dette skrivet. Vi behandler opplysningene konfidensielt og i samsvar med personvernregelverket. Dataene som samles inn vil oppbevares trygt innenfor passord beskyttet datamaskin, og navn vil anonymiseres løpende i teksten. Data som kan relatere direkte til informantene vil også slettes når oppgaven er ferdig og levert. Disse dataene vil ikke deles med andre, men den ferdigstilte oppgaven vil kunne deles offentlig i etterkant. Informantene vil få andre navn i oppgaven, men vil fortsatt være knyttet til type virksomhet de har.

### **Hva skjer med opplysningene dine når vi avslutter forskningsprosjektet?**

Opplysningene anonymiseres når prosjektet avsluttes/oppgaven er godkjent, noe som etter planen er 15.mai 2022. Masteroppgaven vil fortsatt være lagret på pc, men resterende data som lydopptak og notater vil slettes.

### **Dine rettigheter**

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

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

### **Hva gir oss rett til å behandle personopplysninger om deg?**

Vi behandler opplysninger om deg basert på ditt samtykke.

På oppdrag fra NTNU har NSD – Norsk senter for forskningsdata AS vurdert at behandlingen av personopplysninger i dette prosjektet er i samsvar med personvernregelverket.

### **Hvor kan jeg finne ut mer?**

Hvis du har spørsmål til studien, eller ønsker å benytte deg av dine rettigheter, ta kontakt med:

- NTNU ved Nina Gunnerud Berg. Telefon: 91535526. E-post: [nina.gunnerud.berg@ntnu.no](mailto:nina.gunnerud.berg@ntnu.no)

Hvis du har spørsmål knyttet til NSD sin vurdering av prosjektet, kan du ta kontakt med:

- NSD – Norsk senter for forskningsdata AS på epost ([personverntjenester@nsd.no](mailto:personverntjenester@nsd.no)) eller på telefon: 55 58 21 17.

Med vennlig hilsen

Forsker/veileder:

Nina Gunnerud Berg

Student:

Natalie Pettersen

---

## Samtykkeerklæring

Jeg har mottatt og forstått informasjon om prosjektet «*Hva er det som motiverer personer i et lite bygdesamfunn til å starte opp egne virksomheter og prosjekter?*», og har fått anledning til å stille spørsmål. Jeg samtykker til:

- å delta i intervju
- at det blir tatt opptak av intervju
- at den endelige rapporten kan offentliggjøres, og at jeg som aktør kan gjenkjennes, gjennom at det vil bli opplyst hvilken type virksomhet jeg representerer

Jeg samtykker til at mine opplysninger behandles frem til prosjektet er avsluttet

---

(Signert av prosjektdeltaker, dato)

## Vedlegg 2: intervjuguide

Tema	Spørsmål	Følge opp
<b>Bakgrunnsinformasjon</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alder?</li> <li>• Utdanning?</li> <li>• Yrke?</li> </ul>	
<b>Entreprenør/entreprenørskap</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Har du noen erfaring med å starte en virksomhet/prosjekt fra før? Utdyp</li> <li>• Hvordan opplevde du oppstarten av din virksomhet?</li> <li>• Hvordan har det vært å drive din virksomhet fram til nå?</li> <li>• Hva har vært det vanskeligste og det beste med å starte egen virksomhet/prosjekt?</li> <li>• Hvilke egenskaper ved deg selv har vært viktig for at du har lyktes som entreprenør?</li> <li>• Hvem er hovedsakelig kundegruppen deres?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hvilken rolle innehar du i ditt selskap? (etablerer, gründer, entreprenør, ildsjel, samfunns-entreprenør).</li> </ul>
<b>Bygda og lokalsamfunnet</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hvilken betydning har ditt arbeid hatt for bygda og bygdas utvikling?</li> <li>• Hvilke faktorer har vært avgjørende for at dere har lyktes i å skape noe eget på bygda?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hvordan vil du si din virksomhet/prosjekt påvirker omdømme til bygda?</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hva betyr bygda for deg?</li> <li>• Beskriv Ekne med tre ord</li> <li>• Hvordan er den entreprenørielle kulturen på bygda?</li> <li>• Hvordan har lokalsamfunnet vært viktig for din virksomhet/prosjekt?</li> <li>• Har du møtt motgang fra lokalsamfunnet i arbeidet med din bedrift/prosjekt?</li> <li>• Hvordan er din bedrift forankret i lokalsamfunnet?</li> <li>• Vil du definere deg selv som en lokal utviklingsaktør?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vil du si din virksomhet har påvirket bolyst i bygda?</li> <li>• Hvilken tilhørighet har du til bygda/Ekne?</li> </ul>
<b>Motivasjon</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hva motiverte deg til å starte opp eget selskap/virksomhet/prosjekt på Ekne/bygda?</li> <li>• Hva er det som motiverer og/eller demotiverer deg til å fortsette å drive din virksomhet på Ekne?</li> </ul>	
<b>Nettverk</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Var det noen aktører eller virkemidler som var viktige i ditt arbeid med å opprette og drive din virksomhet/prosjekt?</li> <li>• Hvor viktig har relasjoner og nettverk vært for deg i arbeidet med å opprette og utvikle din virksomhet/prosjekt?</li> <li>• Hvilke lokale ressurser har vært viktige for deg i ditt arbeid for å etablere din virksomhet/prosjekt?</li> <li>• Hvordan har du spilt på andre i lokalsamfunnet i din utvikling av egen virksomhet/prosjekter?</li> </ul>	

