



**Høgskolen i Telemark**

År: 10.01.2008

# **Entreprenører i Vest-Telemark**

Dynamikken mellom entreprenører og samfunn

Stig Høgetveit

Masteroppgåve i kulturstudiar, 60 studiepoeng

Institutt for kultur- og humanistiske fag  
Høgskolen i Telemark



Avdeling for allmennvitenskaplige fag  
Hallvard Eikas plass, 3800 Bø



År: 10.01.2008

## Høgskolen i Telemark

Tittel:	Entreprenører i Vest-Telemark, Dynamikken mellom entreprenører og samfunn
Nøkkelord:	Entreprenørskap
Forfattere/	Stig Høgetveit
Studentnr.:	919138
Fagkode:	H366
Oppgavetype:	Masteroppgåve
Studiepoeng:	60 studiepoeng
Studium:	Kulturstudier, master
Konfidensiell:	



## Forord

Arbeide med denne oppgåva har vore lærerik på mange område. utfordringane som samfunnet står andsynes i ei verd som endrar seg raskt, er mange. Eg har gjennom det at eg er oppvaksen i Vest-Telemark, og virka der i store delar av mitt vaksne liv, sett at endringane som skjer i samfunnet, fører til store utfordringar rundt sysselsetting og verdiskaping i regionen. Mange av dei næringane som tidlegare stod for store delar av verdiskapinga, vert no effektiviserte bort med at marginane stadig vert mindre og lønnsmda dårlegare. Motivasjonen for oppgåva vart difor å sjå etter ein mogleg veg som kan vera med å auka verdiskapinga i regionen.

Eg vil takke familien min og då særskilt kona som har vore ein lyttar gjennom prosessen. Vidare vil eg takke alle respondentane som med bidraga sine gjorde oppgåva mogleg, hovudrettleiaren min, Sture Kvarv og hjelperettleiaren min Per Mangset, for gode innspel og rettleiing med oppgåva. Eg takkar òg far min, medstudentane Thomas Kintel og Jens Olav Eskil, for gode samtaler under studiet og Dag Aanderå som under innspurten kom med gode råd.

Seljord, desember 2007.

Stig Høgetveit

# Innhold

Forord.....	2
1. Innleiing .....	3
2. Teoretiske vurderingar .....	9
Innleiing .....	9
Kvar går vegen vidare ? .....	10
Trong for nyskaping.....	11
Entreprenørskap .....	12
Nyskaping .....	14
Organisering av entreprenørskap .....	15
Creative Man´s - logikk .....	17
Dei tre T`ane .....	19
Livet her og no .....	20
Nettverk .....	20
Kulturens næringsmessige vilkår .....	23
Utfordringane for Vest-Telemark .....	24
Næringar .....	25
Alle kjenner alle.....	28
Problemstilling.....	30
3. Metode.....	33
Innleiing .....	33
Val av framgangsmåte .....	33
Innsamling av data .....	36
Kvar står eg som forskar? .....	39
4. Frå metropol til bygd.....	41
Skildring av Vest-Telemark.....	41
1. Bygdesamfunn på godt og vondt.....	43
Samandrag .....	48
2. Idéskaping.....	49
Kreativiteten byggjer på allmenne eigenskapar.....	51
Individualisme .....	54
Det umoglege er mogleg.....	55
Mellom frigjering og realisme .....	57
Problemløysing i grupper eller individuelt .....	59
Samandrag .....	64
3. Realisering av entreprenørskapa i lokalsamfunnet.....	66
Innleiing .....	66
Kor open bør ein vera for nye idear i lokalsamfunnet? .....	67
Påverknad frå entreprenøren.....	72
Samspelet.....	73
Samandrag .....	75

4. Dei kreative entreprenørane si forvalting av idear .....	77
Innleiing .....	77
Fokusskifte i næringsstrukturen.....	78
Infrastruktur for entreprenørar.....	80
Servicesentral etter samvirkeprinsippet.....	84
Motivasjon for å gje i frå seg idear.....	86
Samandrag .....	88
5. Entreprenørskap i teori og praksis.....	90
Kreativitet, eit dilemma .....	90
Rommet for entreprenørskap .....	91
Fleire former for entreprenørskap.....	92
Auka verdiskaping med prosjekt- eller kreative entreprenørar?.....	94
Servicesentralen si rolle .....	96
Avslutning.....	98
Litteratur:.....	99
Vedlegg .....	104

# 1. Innleiing

Føremålet ved denne undersøkinga har vore å rette søkeljoset mot små entreprenørar og den ressursen som dei kan representera for sysselsetting og verdiskaping i framtida. Det har gjennom alle år vore entreprenørar i samfunnet som har drive med sitt, utan at samfunnet eigentleg har fokusera noko større på kva dei har gjort. Når no samfunnet meir og meir ser verdien av entreprenørskap, vil kunnskap om aktiviteten til entreprenørar verta meir og meir viktig for ei sund næringsutvikling i eit samfunn.

Den største utfordringa for eit samfunn, som gjennom generasjonar har hatt ein filosofi om at enkeltindividida skal tilpassa seg systemet, vert å ikkje drepa entreprenørskapa ved å freiste i for stor grad å styra entreprenørane. Det byråkratiske samfunnet er i utgangspunktet motsetninga til entreprenørskap og vil på grunn av det vera entreprenørskapet sin verste fiende. Det vert difor viktig at samfunnet opparbeider seg nok kunnskap om entreprenørskap, slik at ein på ein best mogleg måte kan leggja betre til rette utan at ein i for stor grad hemmar entreprenørane. Samfunnet ser verdi i entreprenørskap, då må ein vera varsam slik at ein i iveren etter verdiane ikkje ”temmer” vekk dei eigenskapane som har verdi.

Målet for framtida må vera at ein klarar å organisera entreprenørskap på ein slik måte at samfunnet klarar å fange opp meir av verdiane som entreprenørane skapar, utan at ein i for stor grad minskar fridomen som entreprenørane er avhengige av.

For ein distriktsregion som Vest-Telemark, med ein småskala struktur i næringslivet der store delar av sysselsettinga har vore innanfor tradisjonelle næringar som landbruk og industri, har endringane i samfunnet ført til store utfordringar ved lønnsemda i næringane. Små entreprenørskap kan representera ein stor ressurs for regionen, med tanke på framtidig sysselsetting og verdiskaping. Men det føreset at ein klarar å organisera seg slik at entreprenørskapa får rom til å bløme.



”Høtt skø me drive mæ hera no, det er ingen ting som løner seg lengre”. Dette uttala ein kar til meg på ein samankomst på slutten av 90-talet i den bygda eg voks opp. Utsegna er heilt ut treffande for den rådløysa som eksisterte i lokalmiljøet i Vest-Telemark rundt tusenårsskiftet. Mange følte at vegen vidare ikkje var synleg, noko som òg sentrale politikarar i regionen uttala til meg. Endringane i korleis menneska ser på livet, og korleis samfunnet skal organiserast, gjer sitt til at folk får ei kjensle av at dei mistar kontrollen. Det tydelege ljuset som tidlegare viste veg vidare, hadde etterkvart slokna, og folk stod tilbake med ei kjensle av å stå i mørkret utan å vita kvar dei skulle gå.

At det eksisterte ei rådløyse i Vest-Telemark rundt tusenårsskifte, var ei subjektiv kjensle som eg hadde. Men kjensla gjorde meg merksam på at det var omleggingar i samfunnet og i næringsgrunnlaget som greip djupt inn i livet til folk. Rådløysa gjeld ikkje berre for distriktregionar som Vest-Telemark, men er eit problem i alle samfunn. Store byar kjenner på dei same endringane og har store problem med å organisera dei urbane miljøa. Det er klart at utslaga av endringsprosessane kan vera ulike mellom by og land, men det er dei same endringsprosessane som ligg i botnen for både byane og distrikta. No er det mange faktorar som verkar inn på desse endringsprosessane, men ein kan dra fram tre utviklingstrekk som spesielt påverkar utviklinga av samfunnet og næringsgrunnlaget. Det er effektivisering av arbeidsoppgåver som fører med seg ei stadig større frigjering av arbeidskraft, globalisering som gjer at varer, kapital og kunnskap flytter seg meir eller mindre fritt mellom land (Robertson 1992) og individualiseringa som gjer at ein får eit mykje større mangfald i korleis folk vel å leva livet sitt (Giddens 1991).

Effektivisering og globalisering har mange sider ved seg, men i denne samanhengen der utfordringa er kva som er lønsamt, og kva som gjev sysselsetting i samfunnet i dag, er utslaget av desse to faktorane samanfallande. Dei fører begge to til eit fall i sysselsettinga innanfor landbruk og industri i den vestlege verda. Effektiviseringa fører til at maskiner tek over oppgåver som tidlegare vart utførde av folk, noko som gjev mindre og mindre sysselsetting. Kvar person utfører stadig meir ved hjelp av effektiviseringa. Globalisering av varer og tenester fører òg til ein nedgang i sysselsettinga i visse næringar i den vestlege verda. Rimelegare arbeidskraft i område med svakare økonomi gjer sitt til at mange ser nytta av å leggja den arbeidskrevjande delen av produksjonen til desse områda. Effektivisering og globalisering fører med seg ei frigjering av arbeidskraft i den vestlege verda. Denne arbeidskrafta vil samfunnet gjerne utnytte til verdiskaping, men det er ikkje noko eintydig

svar på kva samfunnet treng av tenester. Dermed får ein ei kjensle av rådløyse for det er ikkje store manglar innanfor dei grunnleggande behova i den vestlege verda. Kva skal ein drive med når det verkar som om samfunnet har for mykje av alt?

Svaret på det spørsmålet er ikkje enkelt, og i fyrste omgang kan det verka som svaret er at det ikkje er noko svar. Det kan vera eit greitt svar om ein legg i det at ein finn vegen medan ein går. No vil truleg store delar av sysselsettinga i lang tid vera basert på dei næringar som ein har hatt. Stoda i dag, der ein har stor grad av sysselsetting i heile landet, kan trongen for endring synast heller fjern. Men ein meiner at det vil koma ein overgang der stadig fleire nye arbeidsplassar kjem til å koma gjennom nyskaping. Ein må difor i større grad enn tidlegare fokusera på nyskaping for å sikre sysselsettinga og verdiskapinga i framtida. Innovasjon, som er å utvikle nye produksjonsmåtar og/eller nye produkt, vil spela ei sentral rolle innanfor den nyskapinga ein søker.

Nyskaping for å skape sysselsetting og økonomisk vekst kan skje på fleire måtar. Ein har intraprenørskap, som er nyskaping innanfor eksisterande verksemder. Her vil utvikling av nye produkt og/eller nye tenester som verksemda kan utnytte vera målet. For at det skal reknast som eit intraprenørskap, vil det vera etablerte verksemder som utnyttar nye forretningsidear. Nyskapinga kan òg skje ved eit entreprenørskap, som er å setje saman produksjonsfaktorar, som arbeid, kapital, naturressursar osv. på nye måtar. Nyvinninga vert så utnytta i ein marknad ved å etablere ei ny verksemd. Det er i hovudsak føresetnadene for entreprenørskap denne oppgåva handlar om.

Oppgåva har lært meg at entreprenørskap er meir mangfelt enn det ein kanskje skulle tru. Entreprenørskap, som er eit vidt omgrep der ein femner om all nyskaping som vert forretningsmessig utnytta, vil sjølvsagt vera mangfelt jamført med kva nyskapingane omhandlar. Men det som kom klart fram for meg, er at entreprenørskap òg er mangfelt med tanke på korleis det vert organisert. Det er etter mi meining så store skilnader i organiseringa og motiva for entreprenørskap, at ei felles forståing av entreprenørskap kan vera vanskeleg.

Eg vart merksam på skilnadane i entreprenørskap då eg såg eit fjernsynsprogram. Eg trur det var i serien Fakta på laurdag, som gjekk på NRK, programmet vart sendt. Dette handla om designing av sko der ein fokuserte på han som vert rekna for gurun innanfor skodesign. Skoa hans var særst godt likte og veldig mange av stjernene i verda bruka desse. Han vart spurt kva



det hadde å seie for han. Svaret var at det tenkte han ikkje på, kven som gjekk med skoa hans var ikkje det sentrale. Reporteren spurde så om han ikkje tenkte på marknadsføringsverdien i det. Då svara han at han laga dei skoa som han følte for, utan å tenkje på om folk ville gå med dei eller ikkje. Dette er ein rasjonalitet der det menneskelege står i sentrum, der utviklinga skjer fordi han formar noko ut av sine kjensler her og no. Etterkvart kom det fleire på banen som òg ville utnytta denne marknaden for spesielle sko. Eit av døma var eit selskap som analyserte og la opp strategiar for korleis ein kan få flest moglege folk til å bruke deira sko. Dei såg verdien av at stjerner går med skoa, og retta fokus inn mot nettopp det å få flest moglege kjende folk til å bruke deira sko. Dei planla òg inspirasjonen for nye design med å setje ei ramme for kva som skulle vera tema for den neste kolleksjonen. Når temaet var valt, reiste alle designarar ut for å henta mest mogleg inspirasjon for å designe sko med temaet som grunnlag. Her ser me ein mykje meir styrt prosess der motivasjonen for prosessen i langt større grad er å tene mest mogleg pengar. Det som kom klart fram for meg var at motivasjonen og logikken bak entreprenørskapa i desse to døma var langt i frå kvarandre.

Den svenske professoren i entreprenørskap Bengt Johannisson, meiner at det er tre ulike måtar å organisera entreprenørskapet på. Han meiner at ein har prosjekt, evenement og hending som ulike måtar å organisera entreprenørskap etter (Johannisson 2005). Mykje av forskinga og fokuset i frå samfunnet på entreprenørskap, har vore retta mot entreprenørskap som har prosjekt som organiseringsform. Denne forma for entreprenørskap byggjer på ein økonomisk rasjonalitet, der organisasjons og leiarteori vert målberande. Dette høver godt med selskapet i dømet over, der det økonomiske aspektet var sentralt. Men for gurun innanfor skodesign passar denne økonomiske rasjonaliteten dårleg. Han hadde eit heilt anna fokus for entreprenørskapet, der han let seg inspirera av opplevingane han hadde i livet. Det vert difor ein mykje friare form for inspirasjon, og fokuset mot den økonomiske rasjonaliteten vert tona ned. Han organiserte entreprenørskapet i langt større grad etter det som Johannisson kallar hendingsorganisering. Der ein slepper seg mykje meir "fri" og let spontaniteten og leiken i mykje større grad styra entreprenørskapet (ibin). Dette å lata seg styra av ein meir "kunstnarleg" rasjonalitet, der føringane for entreprenørskapet vert styrt av meir personlege kjensler, gjev desse entreprenørane større utfordringar. Som entreprenør må ein forhalda seg til ein marknad, der den økonomiske rasjonaliteten er aktiv.

Den svenske forskaren Daniel Hjorth meiner at utfordringa for entreprenørane kan sjåast på som ein kamp mellom vatn og varme, ein kamp mellom drukning og brenning (Hjorth 2003:

265). Entreprenørane skal operera mellom næringslivets realitetar med den økonomiske rasjonaliteten som ideal og kreativiteten der leik og kjensler er det styrande. Entreprenørane skal samkøyre homo economicus, det rasjonelle mennesket og homo ludens, det leikande mennesket (Hjorth og Johannisson 1998).

Ut av dette kan ein sjå at ein får ei sone der entreprenørane skal operera. På den eine sida har ein det økonomisk rasjonelle og kontrollerte, relativt stabile område med etablert næringsliv og realistiske planar som det førande. Her vil aktiviteten vera relativt forutsigbar og trygg, mens ein på den andre sida har det spontane og leikande mennesket. Her vil den økonomiske rasjonalismens avgrensingar ikkje ha like mykje å seie. Det spontane og impulsive vil ta over for planar og stabilitet. Entreprenørskap vil difor bløma opp i mange moglege variantar. Ein vil få entreprenørskap heile vegen i frå, dei som har tyngda si ut i frå det etablerte og realistiske med berre eit lite snev av leik og kjensler i seg, over til entreprenørskap som har tyngda si i leik og kjensler med berre snev av realisme. Avstanden mellom prosjekt som organisering, med meir rutine prega handling, over til hendingar som organisering er så stor at ein kan nesten rekne dei for å vera motsetningar. Det skapar store utfordringar for samfunn med tanke på å forstå og leggja til rette for entreprenørskap.

Oppgåva viser på mange måtar at entreprenørane som har hendingar som organiseringsform for sine entreprenørskap, er ei gløymd gruppe entreprenørar både i samfunnet, som tilretteleggjar, men òg i store delar av den forskinga som er gjort på området. Rasjonaliteten hjå entreprenørane, som organiserar seg etter hendingar, har dårlege vilkår innanfor store byråkratiske miljø. Dette er entreprenørar som hellar meir mot ein ”kunstnarleg” rasjonalitet, som let kjensler og leiken i seg leggja grunnlaget for etableringa av verksemder dei brenn for. Dei organiserar seg i stor grad etter ein individualistisk livsstil, der deira eiga overtyding vert retningsgevande. Eg vil i denne oppgåva omtala desse entreprenørane for kreative entreprenørar.

I og med at dei kreative entreprenørane har fått lite merksemd fram til i dag, meiner eg at det kan vera fruktbart for samfunnet å få meir kjennskap til korleis aktiviteten til desse er. Eg vil difor ha ei problemstilling for oppgåva der fokuset vert sett på:

**Korleis er føresetnadene for kreative entreprenørar i Vest-Telemark, med tanke på nyskaping og realisering av verksemder. Og kva skil aktiviteten til dei kreative entreprenørane i frå andre verksemdetableringar.**

## 2. Teoretiske vurderingar

### Innleiing

Å koma på ein ny idé har alltid vore viktig, særleg om ideen viser seg å vera nyttig på ein eller anna måte. I det samfunnet som ein ser er under utvikling, kan det verke som om evna og moglegheita til å koma opp med nye idèar blir viktigare for endå fleire enn tidlegare. Det er særleg to faktorar som gjer at ideane no vert meir sentrale i verdiskapinga. For det fyrste så ser ein at kvar idé ikkje har det same sysselsettingspotensialet som tidlegare. Ein idé fører med seg mange oppgåver, tidlegare kunne dette føre til at ein heil industri vart etablert der ein måtte ha mange tilsette for å realisera ideen. Teknologien har ført til at mange av desse oppgåvene har vorte automatiserte, slik at ein ikkje har trong for like mange hender som tidlegare for å realisera ideen. Framtidsforskar Klaus Æ. Mogensen, tilsett ved Institutt for Framtidsforskning i København, hevdar at teknologien òg fører til at det vert lettare å realisera idèar. Med alt av digitale verktøy som ein no får til ein akseptabel pris, gjer sitt til at alle i prinsippet kan sitje med verktøy for å utføre mange av oppgåvene rundt ein idé heime på sin pc (Mogensen 2005: 91). Sysselsettingspotensialet ut frå kvar enkelt idé har difor vorte monaleg mindre, ein treng difor fleire idèar for å halde oppe sysselsettinga.

Den andre grunnen til at idèar vert meir sentrale, er at ein får ein overgang i frå naturressursar til ideen som ressurs. Tidlegare var utgangspunktet å realisera naturressursar. Då Sam Eide grunnla Norsk Hydro på Rjukan, bygde det på ein idé der han gjorde om ressursane som låg i vassfallet til varer som kunne omsettast i samfunnet. Ressursen låg der, ideen gjekk på korleis ein skulle få utnytta ressursen. I dag vert vassfallet bytta ut mot ein idé, slik at ideen vert ressursen ein må byggje innovasjonen på. Ein må ha både idèar om korleis ein skal få utnytta ressursen, og idèar som ressurs. Dette fører til at grunnlaget for verdiskapinga i ein region ikkje lengre er naturressursar, men kor dyktige dei er til å koma opp med nye idèar. Ressursen i ein region vil dermed verta kunnskapen hjå dei menneska som bur der, ikkje i like stor grad som tidlegare skog og jord.

## Kvar går vegen vidare ?

Eg startar denne delen med eit spørsmål. Kvar går vegen vidare? Dette er eit spørsmål som er særst vanskeleg å svara på. Kva som blir utviklinga framover, er ikkje lett å spå, men eg vil prøva å sjå på kva ein har av meiningar om dette. Mykje av det som blir skriva og sagt om emnet, er kvalifisert gjetting, som byggjer på korleis samfunnet er i dag. Det ein meiner å sjå, er at samfunnet er på veg bort frå industrisamfunnet, der folk arbeidde i frå morgon til kveld i eit fast mønster. Arbeidet var merkt av rutine og var relativt stabilt.

Det som verkar å vera hovudfaktoren hjå dei samfunna som lukkast med auka verdiskaping i dag, er at dei utnyttar dei moglegheitene som individualiseringa av samfunnet opnar for. Individualiseringa har med seg to viktige faktorar som verkar inn på sysselsettinga og verdiskapinga i samfunnet. For det fyrste så vil individets konstruksjon av eige liv (Giddens 1991) opna for ei mengde nye marknader der ein kan utvikle nye næringar. Tidlegare måtte brorparten av folket ha fokus på dei materielle tinga som mat, klede og hus. Når no dei materielle tinga er dekte, vil fokus flytta seg over på andre behov som ein måtte ha. "New Times" er eit omgrep som vert nytta i denne samanhengen (Hall og Jacques 1989). Dette har i seg eit meir fleksibelt produksjonsapparat, ein startar å marknadsføre design og kvalitet som sjølvstendige verdiar på sida av varas bruksverdi. Ein får eit forbruk som opnar opp for individuelle val baserte på eigen smak og stil (Crook 1992). Ikkje alle vil prioritera det same, og ein får difor eit mangfald i nisjar der ein kan utvikla næring.

Den andre faktoren som individualiseringa legg tilrette for, er det skapande mennesket. Alderfers meiner at alle menneske i større eller mindre grad har ein latent trong for vekst (Alderfers 1972). Med dette kan ein forstå at menneske har ein trong til å utvikle seg sjølv og sine omgivnader. Ut i frå dette hevdar Mogensen, at mennesket er eit skapande vesen, og at individualiseringa vil føre til at fleire oppdagar skapartrongen i seg (Mogensen 2005). For denne moglege leietråden kjem det klarare og klarare fram at det handlar om entreprenørskap. Ein må vera kreativ for å finne og utnytte dei nye marknadene som utviklar seg, samstundes som ein får eit auka fokus på skapargleda. Dette legg forholda tilrette for sysselsetting og økonomisk vekst gjennom entreprenørskap.

## Trong for nyskaping.

Entreprenørskapsforskarer Olav R. Spilling hevdar at samfunnsutviklinga i aukande grad vil verta merkt av omstillingsprosessar, og at evna til entreprenørskap difor vil stå svært sentralt (Spilling 1998: 13). Han grunnjev dette synet med at der er stor utskifting av verksemder kvart år. Med utgangspunkt i statistikkar syner det seg at ein i Noreg i dag har ei registrering av 25 000-30 000 nye verksemder kvart år. Ein har samstundes like stort fråfall av eksisterande verksemder i året. Dette tilsvarar omlag ti prosent av alle eksisterande verksemder i Noreg, noko som tilseier at ein har årleg ei utskifting av omlag ti prosent av verksemdene i landet. Sidan mange av dei nye verksemdene representerar noko nytt vil denne utskiftinga vera eit vesentleg tilskot til å fornye næringslivet (Spilling 1998: 11).

Om ein ser på statistikkar over kor stor sysselsetting ein har i ulike næringar, syner det seg at sysselsettinga i industrien og primærnæringane er stadig fallande i den vestlege verda (Florida 2004: 73). Dette gjev mange samfunn som har hatt primærnæring og industri som berebjar i næringsstrukturen sine store utfordringar. Forklaringa til at sysselsettinga innanfor primærnæringane og industrien er fallande, særleg i den vestlege verda, kan vera mange. Men den høge graden av automatisering av manuelle oppgåver innanfor desse næringane saman med globalisering som opnar for å flytte manuelt tidkrevjande oppgåver til lågkostland, fører til at trongen for arbeidskraft stadig vert redusert i desse næringane. Ein får trong for ei endring i næringsstrukturen. Spilling meiner at endringane i teknologi og næringsstruktur (automatisering og globalisering), vil skape endringar i organiseringa av samfunnet. Han meiner at omstillingsprosessane kan vera så djuptgåande at ein kan snakke om eit samfunnsorganisatorisk paradigmeskifte, der ein går i frå arbeidstakarorganisering til entreprenørskap (Spilling 1998: 13).

Denne endringa som ein meiner å sjå at kjem i næringslivet, meiner ein vil få innverknad på korleis sysselsettinga og verdiskapinga vil utvikla seg i samfunnet framover. Utfordringa for samfunn rundt omkring vert å leggja til rette for eit næringsliv der det vert ein monaleg auke i nyskaping og etablering av nye verksemder. Det har den seinare tida vorte sett meir og meir fokus mot utviklinga i næringslivet og kva det vil innebere for samfunnet. Det vert no forska ein god del på temaet og endringsprosessane vert forklara med ulike omgrep. Spilling meiner at me går mot eit meir entreprenørielt samfunn (Spilling 1998: 13). Mens Florida hevdar at

ein får ei utvikling av ei kreativ klasse der individualismen har ein sentral plass (Florida 2004). Mogensen hevdar at samfunn som vil hengje med i denne utviklinga må operera etter fleire logikkar, der han meiner at Creative Man logikken vert sentral for å fange opp nyskapinga. Individualiseringa av samfunnet vil, etter hans meining, leggja grunnlaget for det skapande mennesket (Mogensen 2005). Felles for mykje av forskinga innanfor område, er at dei peikar på at nyskaping i ei eller anna form vil vera sentral for sysselsetting og verdiskaping framover.

## **Entreprenørskap**

Det spesielle med utviklinga i næringslivet som ein kan sjå i dag er ikkje at næringslivet utviklar seg, det har det gjort gjennom heile historia. Det som kan skape større utfordring i dag enn tidlegare er at endringstakten på mange område i samfunnet er aukande (Spilling 1998b: 197). Dette skapar auka trong for stadig nyskaping for at ein skal klare å henge med utviklinga. For næringslivet vil dette i stor grad føre til at trongen for nye tilpassingar er aukande. Verksemdar som ikkje klarar å omstille seg raskt nok, vil fort få vanskar med å klare seg.

Utviklinga innanfor næringslivet vert drive framover av stadige entreprenørskap. Den austerriske økonomen Schumpeter vert vanlegvis rekna for å vera den grunnleggjande teoretikaren på dette området. Han studerte økonomisk utvikling tidleg på 1900-talet og gav då entreprenørskapen eit andlet, der han viste til den sentrale rolla som entreprenørskap hadde for utviklinga innanfor næringslivet. For Schumpeter er det å setja saman nye kombinasjonar av produksjonsfaktorar det viktigaste for utviklinga. Ofte fører utviklinga til ein økonomisk vekst, men for Schumpeter var det endringane i kombinasjonane av ressursar som var det sentrale (Spilling 1998c: 16). Dette vil seia at ein kan forstå entreprenørskap som generatoren for utvikling i næringslivet. Schumpeter definerte entreprenørskap som: å skape utvikling i næringslivet gjennom nye kombinasjonar, som kan skje på fylgjande fem måtar:

1. introduksjon av et nytt produkt eller en ny kvalitet av et produkt
2. introduksjon av en ny produksjonsmetode
3. introduksjon av et produkt på et nytt marked
4. utnytting av en type råvare eller halvfabrikata

## 5. ny organisering av en næring

Entreprenørskap kan også definerast som å gjera noko nytt, eller å gjera kjente ting på nye måtar (Spilling 1998c: 19).

Spilling presiserar at entreprenørskap gjeld sjøve prosessen, det å utvikle ei ny verksemd frå ideen oppstår til verksemda er i gang (Spilling 1998c: 21). Dette tilseier at entreprenørskap er svært tett knytt opp til det å etablere ei ny verksemd, men at ein ved entreprenørskap i tillegg skal ha visse nye element i den verksemda ein etablerer. Vidare så vert det presisert at det er eit skilje mellom entreprenørskap, innovasjon og kreativitet. Zimmerer og Scarborough definerar det slik: ”Kreativitet er evnen til å utvikle nye ideer og oppdage nye måter å se problemene og muligheter på. Innovasjon er evnen til å anvende kreative løsninger på problemene og mulighetene for å forbedre og berike folks liv. Entreprenørskap er resultatet av en disiplinert og systematisk prosess der kreativitet og innovasjon anvendes på behov og muligheter i markedet” (Spilling 1998c: 32).

Det ein her ser er at der er ei gjensidig avhengigskap mellom kreativitet, innovasjon og entreprenørskap. Utan kreativitet og innovasjon vert det ikkje noko entreprenørskap, utan entreprenørskap vert ideane og løysingane frå kreativiteten og innovasjonen ikkje realisert og potensiale til ideane vil ikkje bli utnytta. Utfordringa for ein entreprenør ligg nettopp i dette at ideane og løysingane skal samkøyrast med marknaden.

At ein har vanskar med å forstå entreprenørskap kjem òg fram i den forskinga som er på området. Mykje av den forskinga på entreprenørskap som har vore gjort har hatt utgangspunkt i økonomien og har dermed vore tett knytt opp til etablering av verksemder. Dette kan vera problematisk av di der er ein viktig skilnad mellom etablering av verksemder ut i frå kjente kombinasjonar med etablere marknad, over til etablering av ei nyskapande verksemd som rettar seg mot ein ikkje eksisterande marknad. Nyskapinga, som dei ofte peikar på som ein sentral faktor for entreprenørskap, forsvinn vekk i frå analysane som vert gjort. Fokuset vert sett på sjøve etableringa, noko som er viktig for entreprenørskapet, men det er ikkje det som legg grunnlaget for entreprenørskapet. Faren med denne forma for forskning på entreprenørskap er at ein kan få eit feilaktig syn på kor viktig næringsstrukturar og næringsklynger er for entreprenørskap. T.d. vil ei analyse som tek utgangspunkt i statistikkar over etableringar, stå i fare for å seia lite om entreprenørskap og entreprenørielt klima. Ein får



fram at det er tendensar til at næringsstruktur og næringsklynger har innverknad på etablering av verksemder i eit område, men ein kan ikkje seia at det har like mykje å seie for entreprenørskap. Eit anna problem med denne forma for forskning på entreprenørskap er, at når ein knyter entreprenørskapet så tett opp til vanleg etablering av verksemder, vil ein få vanskar med å skilje mellom kva som er ei vanleg etablering og kva som er entreprenørskap. Det vil vera ein glidande overgang mellom kva som er ei vanleg etablering og kva som er entreprenørskap. Når forskinga set fokus inn i denne gråsona, vil det etter mitt skjønn verta vanskeleg å få fanga opp det vesentlege ved entreprenørskapet. Entreprenørskapsforskninga har i alt for stor grad vorte styrt av tankegods i frå organisasjon - og leiingsteori, og at ein av den grunn ikkje har klart å fange opp kva entreprenørskap handlar om (Hjorth 2003).

## **Nyskaping**

For å få fokuset meir over mot nyskapinga i entreprenørskapet må ein sjå etter kva som ligg bak ei nyskaping. Kreativitet vil i større eller mindre grad vera ein del av ei nyskaping og er utviklinga slik at ein går mot eit meir entreprenørielt samfunn, vil det føre med seg at ein vil få auka innslag av kreativitet. Om ein tek utgangspunkt i Zimmerer og Scarborough: ”oppnår entreprenører suksess ved å tenke og gjøre noe nytt eller ved å gjøre gamle ting på nye måter” (Spilling 1998c: 32). Dette plasserar kreativiteten som eit sentralt omdreingspunkt for nyskaping og utvikling. Såleis vert både kreativiteten, der moglegheitene vert oppdaga og innovasjon, der ideane vert omsette i praksis, viktig for entreprenørskapet.

Florida hevdar at ei allmenn og brei kunnskapsflate favoriserar kreativiteten (Florida 2004: 33). Dette å ha ei brei kunnskapsflate vil vera eit grunnlag for å sjå fleire perspektiv rundt ei problemløysing. Dette nemner Mogensen òg. Han viser til psykologiske studiar, og hevdar det er nærliggande å førestille seg at røynsle og generelt vit gjev den kreative fleire valmoglegheiter i form av fleire mentale representasjonar av eit problem, og dermed også større moglegheit for å finne ei brukbar løysing (Mogensen 2005: 120). Ut av dette kan ein få ei kjensle av at ein framover vil få meir fokus på kombinatorisk kompetanse, i staden for ekspertkunnskapen som har vore den leiande i det seinare. Ein bør nok nyansera dette biletet noko, forskning innanfor psykologi syner at kunnskap er svært sentral ved kreativitet. Professor i organisasjonspsykologi Geir Kaufmann hevdar at kreativitet på eit høgt plan ofte inneber at ein må ha røynsler frå det aktuelle området på opp mot 10 år (Kaufmann 2006: 97).

Kaufmann hevdar vidare at variasjonane ein ser i kreativitet mellom områda, det vil seia at individ som er kreative innanfor eit område ikkje er like kreative innanfor eit anna område, ikkje nødvendigvis skuldast at det er skilnad i dei kreative mekanismane som verkar. Det syner etter hans meining at det er ulike individ som engasjerar seg med kreativitet på ulike område (Kaufmann 2006: 98). Dette syner at kunnskap innanfor det området ein opererer er viktig for å vera kreativ.

Ein kan ikkje ut av dette seia at brei kunnskapsflate er betre enn ekspertkunnskap. Skal ein utvikle eit område må ein ha kunnskap nok om emnet til at ein klarar å sjå nye samanhengar. Sidan entreprenørskap ofte kjem ut av at ein klarar å kombinera fleire fagområde, vil utfordringa til ein dyktig entreprenør vera at ein må ha god fagkunnskap, samstundes som ein må ha ein høg grad av kombinatorisk kunnskap.

## **Organisering av entreprenørskap**

Ved organisering av entreprenørskap kjem det fram mange problem. Det har vore vanleg å fokusera på korleis strukturane påverkar utviklinga i eit område. Ein har hatt teoriar om næringsklynger som skapar grunnlag for innovasjonsprosessar. Fokuset rundt kor viktige næringsklynger er rettar seg mot kva konkuransfortrinn ein får. Fysisk er ei næringsklynge samansett av mange verksemder som opererer innanfor tilnærma samening. Det vil utvikle seg eit miljø der ein har nokre sentrale verksemder som på sett og vis vert motorane for klynga. Rundt desse verksemdene utviklar det seg ofte mindre verksemder som er underleverandørar til dei meir sentrale verksemdene i klynga. Når ein får denne samlinga av verksemder, blir det og skapt eit grunnlag for å utvikle ny kunnskap, som legg grunnlaget for nye verksemder baserte på entreprenørskap.

Eit nærliggjande omgrep til næringsklynger er innovasjonssystem. Spilling hevdar at bruken av næringsklynger og innovasjonssystem i analysar kan liggje svært nære kvarandre (Spilling 2002: 23). Det ein kan seia er at i innovasjonssystemet vert fleire faktorar dregne inn i analysen. Det er ikkje retta så mykje fokus berre mot samspelet mellom verksemder i miljøet. Ein har større fokus mot det innovative føretaket, og plasserer dette i sentrum med dei andre faktorene som verksemda samspekar med. Dette er leverandørar, konkurrentar, kundar og institusjonelle aktørar som bankar og offentlege forskings- og finansieringsinstitusjonar

(Spilling 2002: 22). Den nye verksemda må skaffa seg eit grunnlag for aktiviteten sin i eit samspel med dei andre aktørane. Kva for haldningar det er i det lokale miljøet vil i stor grad avgjera kva som er mogleg og ikkje for etablerarane.

Det vert i desse analysane fokusert sterkt i mot strukturane si rolle for entreprenørskap. Spilling seier: ”Selv om entreprenørskap kjennetegnes av individualisme, er det systemet som bestemmer hvordan denne individualismen skal fungere” (Spilling 2002b: 101). Ein gjev strukturane svært mykje definisjonsmakt over individet. Dette kan ein forstå som om ein har individualisme med avgrensa rom. Slik eg ser det, kan ein spørje om denne forma for analysar fokuserer for mykje på kollektive prosessar. Spørsmålet er om entreprenørane gjev frå seg sin eigen fridom for å etablera ei verksemd. Mykje av det sentrale ved entreprenørskapet er å skape noko, ikkje i fyrste rekke å etablera ei verksemd. Eg stiller spørsmål ved om forskinga som har eit så sterkt fokus mot strukturar, klarar å fanga opp entreprenørar i nokon særleg grad. Det verkar som det passar meir til etablerarar som har som mål å etablera ei verksemd. No skal entreprenørane òg etablera verksemdar, men målet deira er å etablera verksemd ut i frå noko som dei brenn for. Målet for ein entreprenør er nettopp å etablera ny verksemd etter deira overtyding. Difor stiller eg spørsmål om strukturane har like stor definisjonsmakt over entreprenørane som dei har over etablerarar. Eg trur at individualismen er så sentral for entreprenørar, at ein ikkje kan undervurdere krafta i den med å seia at individualismen, slik utan vidare vert styrt av strukturane i samfunnet.

Det har dei seinare åra kome fleire på banen med forskning som set individualismen meir sentralt inn som faktor for korleis entreprenørane opererer i fellesskapet. Den svenske professoren i entreprenørskap Bengt Johannisson kjem i si bok ”Entreprenørskapets vesen” inn på at entreprenørskap har eit større innslag av individualisme enn det ein tidlegare har tatt omsyn til (Johannisson 2005). Eg nemnde tidlegare at entreprenørskap eksisterer mellom to ytterpunkt der det eine er den organiserte verda med planlegging og kontroll, mens ein på den andre sida har leiken, kjensler og spontanitet, som får fram ei meir ukontrollerbar verd, meir over mot kunsten sin rasjonalitet. Denne variasjonen i entreprenørskap definerar Johannisson inn i tre ideale variantar av entreprenørskap som er, prosjekt, evenement og hending.

Prosjektet meiner Johannisson har ein hierarkisk organisasjon, der ein vert styrt av krefter frå utsida og over. Ein oppfattar romet som eit fysisk fenomen der effektivitet og mest mogleg inntening vert målet. Evenement har ei modernisera form for heterarkiorganisering, som i

utgangspunktet er sjølvorganiserande horisontale samarbeid mellom aktørar, vil ein ved evenement la leiarskapet veksla med oppgåvene. Når ein let den som til kvar tid har dei beste føresetnadane for å leia, gjera den jobben, vil ein både vise respekt for kvarandre sin særkompetanse og gjennom det få mest mogleg ut av den kompetansen som er til stades. Vidare ser ein her på romet som meiningsskapande der ein får fram mangfaldet. Hending ser dei entreprenørielle prosessane i det sosiale romet. Entreprenørskapet kjem her ut av at ein opplever saker i det daglege som ein vert dregen inn i. Her er organiseringa at det handlar om å leggja merke til og utnytte dei moglegheitene som kjem fram i dagleglivet. Ein går her inn med heile seg og det vert ei samansmelting av eige liv og entreprenørskapet. Johannisson reknar hending som entreprenørskapetets vogge (Johannisson 2005: 340/347).

Det som Johannisson ser etter er entreprenørskapetets vesen. Det vil seia at han prøvar å lokalisera kva det er som motiverer og korleis ein entreprenør organiserer arbeidet sitt. Han hevdar at det er fyrst når ein vågar å ta steget ut for å sjå på korleis entreprenørar som opererer etter hendingsrasjonaliteten at ein ser kva entreprenørskap er. Det er her han meiner at organiseringa som entreprenørane arbeider etter kjem tydeleg fram. Det vert difor ein kritikk mot den meir vanlege organisasjonsteorien som det har vore vanleg å organisera verksemdar etter. Vanskane er etter Johannisson si meining at prosjekt, som ein kan forstå som organiseringa av nyskaping innanfor ein meir økonomisk rasjonalisme, gjennom sin iver etter kontroll og planlegging tek vekk mykje av den plassen ein har bruk for ved nyskaping.

## **Creative Man´s - logikk**

Det er fleire som kjem med tankar om at utviklinga i samfunnet, mot eit meir entreprenørielt samfunn, vil føre til nye organiseringsformer. Mogensen, tek òg opp utfordringa med auka fokus mot nyskaping i boka Creative Man. Her hevdar han at det framover kjem til å utvikle seg tre ulike logikkar som samfunnet kan innretta seg etter. Logikkane som Mogensen kjem med, passar relativt godt med den delinga Johannisson har ved sine idealtypar for entreprenørskap. Mogensen seier at ein kjem til å ha industrilogikken, dream societys logikk og Creative Man`s logikk (Mogensen 2005). Det sentrale i Mogensen si bok, Creative Man, er at ein får moglege marknader som er tufta på tre ulike logikkar, der industrilogikken står for ein marknad der bruksverdien til produkta er det sentrale. Det vert såleis fokus mot å produsera mest moglege funksjonelle varer på ein mest mogleg effektiv måte. For dream

societys-logikken får varene ein meirverdi. Det vert her ein større fokus på at produkta skal representera noko meir enn berre bruksverdien. Merkevarerbygging og opplevingar kjem her inn som viktige faktorar. Produktas signalverdi om identitet vert her ofte langt viktigare for kundane enn varas funksjonelle verdi. Men Mogensen argumenterar for at utviklinga i samfunnet vil føre til at verksemdene i den vestlege verda får større og større vanskar med å konkurrera innanfor tradisjonell masseproduksjon, både materielle - og kunnskaps produkt. Han meiner difor at ein får ein samfunnsmessig trong for stadig nyskaping, og at Creative Man`s - logikken vert sentral. Det er i den logikken ein skapar rom for sjølvrealisering, kreativitet og skapartrong, som då vert viktige faktorar. Det mest sentrale i Creative Man`s - logikk er at det skal vera rom for å skapa noko nytt ut i frå eigne evner, den byggjer på individualisme og etikk, den har nettverksstruktur der alle i prinsippet er like, og den byggjer på aktiv livsutfalding i staden for passiv underhaldning (Mogensen 2005).

Ein fokuserer på kva individualiseringa i samfunnet har å seia for verdiskapinga i framtida. Vidare hevdar Mogensen at individualiseringa fører med seg at folk i større grad enn tidlegare vil gjera sine eigne val, basert på si eiga overtyding. Den auka kjøpekrafta vil gjera valmoglegheitene større, og dei meiner difor at ein i framtida vil få eit større mangfald i forbrukarmønsteret. Grunnen til dette meiner ein ligg i ei flytting av fokuset hjå menneska. Fokuset vert i større grad retta mot relasjons- og veksttrongen (Alderfer 1972), der individuelle verdier i langt større grad vil styra kvar enkelt sine val. Dette vil då gje eit mangfald i marknader som ein kan drive næring innanfor, og ettersom fokuset aukar mot veksttrongen, meiner Mogensen at menneska si skaparglede vil bløme og gje eit stort mangfald i varer og tenester som vil dekkja det aukande mangfaldet i marknadene. Dette er grunnlaget for Creative Man`s - Logikk som inneheld haldningar og kunnskap, som fører til at ein klarar både å leggje til rette for og utnytte skaparglede som utviklar seg (Mogensen 2005: 26-33).

Ut i frå dette er det i utnyttinga av kreativiteten at individualiseringa gjev rom for at den største sysselsettinga og verdiskapinga kjem til å koma frametter. Grunntanken er at individar får ein større fridom i korleis dei vil leva livet, og kva dei vil bruke tida på. Mogensen seier at: "Creative Man er betegnelsen for mennesker, for hvem kreativitet og innovasjon fyller meget i hverdagen, det være sig på arbejde og /eller i fritiden" (Mogensen 2005: 29).

Dette minner mykje om korleis den amerikanske økonomiprofessoren Richard Florida omtalar personane som tilhøyrer den kreative kjernen i boka hans. ”The rise of the creative class”. Her hevdar Florida at dei samfunna som har flest verksemder med stort innslag av kreativitet, er dei som har den største økonomiske veksten i dag (Florida 2004). Det vil seia at kreativiteten har alt byrja å få mykje å seia for verdiskapinga i samfunnet.

## Dei tre T`ane

Florida har kalla teorien sin for dei tre T`ane. Grunnlaget for denne teorien er at han oppdaga at det var ein større økonomisk vekst på visse plassar. Han har så freista å analysa kva det er desse plassane har, som gjer at dei har ein betre økonomisk utvikling. Det han kom fram til, var at kreativiteten hadde gode livsgrunnlag på dei plassane der økonomien var i størst vekst. Det gode livsgrunnlaget for kreativiteten meiner han at kjem av tre faktorar som må vera på plass og virke saman. Dette har han kalla dei tre T`ane. Den fyrste faktoren er *Toleranse*, som er målt ut frå kor ope samfunnet er. Han har laga seg ulike indeksar som han legg saman verdiane av. For å måla toleransen har han indeksar for kor mange bohemar som bur der, kor mange homofile det er, og kor stor del innvandrara samfunnet har. Ut i frå dette får han graden av toleranse i eit samfunn som syner kor stor aksept det er i samfunnet for at folk lever ulike liv.

Den andre faktoren er *Talent*. Her blir det sett på kor stor del av folka i samfunnet som har bachelorgrad eller høgare. Dette er eit mål på human- kapitalen i eit samfunn. Den tredje faktoren er *Teknologi*, der det er ein indeks for innovasjon som måler graden av patentar som blir tatt ut. Og ein høgteknologiindeks der ein ser på veksten i økonomien innanfor programvare, elektronikk, biomedisin og ingeniørtjenester.

På grunnlag av desse indeksane utarbeider Florida ein kreativitetsindeks for kvart samfunn. Til høgare grad desse tre faktorane er tilstades i eit samfunn, til høgare kreativitetsindeks vil samfunnet få. Han meiner vidare at dei samfunna som har den høgaste kreativitetsindeksen, er dei samfunna som har den største økonomiske veksten i dag.

Florida har nok eit fokus mot intraprenørskap i si bok, men organiseringa av den skapande aktiviteten som han snakkar om vil kunne vera nyttig, òg med tanke på organisering av

entreprenørskap. Det er dreininga over mot den skapande aktiviteten Johannisson (2005) etter mitt skjønn òg meiner er viktig for å skjønna kva verdiar og haldningar som ligg bak eit entreprenørskap.

## **Livet her og no**

Eit av dei sentrale tema som kjem fram ved den skapande prosessen er at arbeid og fritid smeltar saman til det levde livet her og no. Det er i sjølve livet som heilskap, entreprenørane får inspirasjon og motivasjon for skapinga si. Det sentrale dreingspunktet vert rundt dei opplevingar som entreprenøren opplever, og som på ein måte ”bergtek” han. Johannisson seier: ”Begivenheten skapar opplevvelser som først i etterhand kommer medvetandet till del. Når den insikten nås er man redan fångad i, har man sjølv blivit en del av, begivenheten. (.....) Både den egna viljan och etablerade yttre strukturella omstendigheter får då underordna sig det konkreta skeende her och nu” (Johannisson 2005: 341). Det er her motivasjonen, som driv ein entreprenør fram, gjennom vanskar og utfordringar, kjem til syne. Han blir fanga av opplevinga på ein så sterk måte at alt rundt han dreiar seg om denne ”openbaringa”. Denne motivasjonen vert svært sterk og påverkar både livet hans og omgjevnadane. Dette vil innebera at påverknaden frå den lokale næringsstruktur (Spilling 1998b), som ein til vanleg reknar for å vera ganske sterk, ikkje lengre vil ha like mykje å seia. Mogensen seier: ”Creative Man tilpasser ikke sig selv til omverdenen, han tilpasser omverden” (Mogensen 2005: 37). Ein kreativ entreprenør vil i ein slik situasjon ikkje tilpassa seg dei etablerte strukturane, men vil heller søkje å endre dei slik at dei rommar om hans aktivitet her og no. Personlege nettverk er sentralt i denne frigjeringa.

## **Nettverk**

Florida meiner at kreative personar har eit personleg nett som dei nyttar seg av ved nyskaping. Han hevdar at det tidlegare var vanleg å ha sterke sosiale band, med kollegaer, naboar og dei ein var i familie med. I dag meiner han å sjå at det er svake sosiale band ein ser hjå den kreative klassa. Etter hans meining så vel fleir og fleir vekk dei sterke sosiale banda som ein hadde til nærmiljøet (Florida 2004: 269). Den kreative klassa fokuserar meir og meir mot svake sosiale band. På den måten så oppnår den kreative klassa ei form for anonymitet som gjev dei ein sosial fridom. Dei flyt på sett å vis rundt i det sosiale landskapet utan at dei

opprettar nære band til nokon av dei rundt seg. Utan sterke sosiale band vert dei lite stadbundne og har difor ikkje store vanskar med å byte arbeid og buplass. Det som den kreative klassa ser som viktig, er at dei har ei stor kontaktflate som dei kan hente inspirasjon i frå. Barabási hevdar òg at det er dei svake relasjonane som skaper grunnlaget for ei stor kontaktflate, men han meiner at folk framleis har sosiale nett med sterke relasjonar. Dette er nære vener, folk som ein stolar på, og som ein har mykje kontakt med. Barabási meiner at me ikkje kan ha for mange av desse sterke sosiale relasjonane, derfor har ikkje desse så mykje å seia for kontaktflata, utover det at dei verkar som ledd ut til kvarandres svake sosiale relasjonar. Det er gjennom dei svake sosiale relasjonane at kontaktflata vert stor og etter hans meining verdifull. Ein brukar desse relasjonane for å få ting gjort, få seg arbeid osv. (Barabási 2002).

Johannisson seier at det som er eit av kjennemerke hjå entreprenørane er at dei har sterke sosiale band. Han meiner at dei sterke sosiale banda er viktige for at entreprenørane skal kunne klare å realisera ideane dei har. Han påpeikar, i ei samanlikning med nomadane, at familieinstitusjonen er sterk og brer om seg (Johannisson 2005: 336). Vidare meiner Johannisson at ein snakkar om eit personleg nettverk som har sterke sosiale relasjonar. Entreprenøren lever livet sitt gjennom nettverket og får identiteten sin ut av det. Det er spesielt tre funksjonar entreprenøren er avhengig av at nettverket representerer. For det fyrste bør nettet ha i seg sosial og kulturell tilknytning og tryggleik, dette er den delen av nettverket som skapar den trygge hamna som entreprenøren kan arbeida ut i frå. Den andre funksjonen er at nettet må skaffe informasjon om verda, her får entreprenøren inspirasjonen og ny kunnskap som han brukar for å utvikle/sjå nye moglegheiter. For det tredje må det vera moglege relasjonar for å formidle sin eigen visjon, og organisering av utbyte av varer og tenester. Her vert relasjonane bruka for å testa ideane han kjem opp med, og kontaktane for å realisera ideen til eit produkt i marknaden ligg i denne funksjonen. Vidare konkluderar Johannisson med at: ”Personlege nettverk består altså av sterke, stabile relasjonar, ikkje av flyktige sambandar som enkelt kan erstattast” (Johannisson 2005: 59).

Det kan sjå ut som Florida og Johannisson er svært ueinige med tanke på kva for relasjonar ein treng i det personlege nettverket ved nyskaping. No treng det ikkje vera slik at den eine har rett og den andre tek feil. Ein skal hugse på at nyskaping er mangesidig, og at det av den grunn er mange måtar og organisera det på. Det som Florida snakkar om er i stor grad nyskaping innanfor eksisterande verksemder. Det vil seia at det er intreprenørskap han



snakkar om. Den kreative klassa er ikkje nødvendigvis entreprenørar, men er tilsette i verksemdar der dei driv med nyskaping. Dette skapar eit behov som er annleis enn det ein entreprenør treng ved etablering av ei ny verksemd. Johannisson meiner at som entreprenør skal ein vandra ut og skape noko nytt på eigenhand. Det medfører ein risiko som entreprenøren må ta åleine. Dei sterke relasjonane som entreprenøren har til familien sin og andre som står han nær, vert på ein måte sikringsnett. Dei sterke relasjonane legg grunnen for ei trygg hamn som entreprenøren veit at vil vera der når han har bruk for støtte. Dette styrkar entreprenøren sin sjølvtrull og legg grunnlaget til at entreprenøren kan ta risikoane ved entreprenørskapet. Ein som er tilsett og gjennom det driv med intraprenørskap har ikkje sama trongen for dette nettet. Verksemda som ein er tilsett i vil i stor grad verna intraprenøren for store delar av risikoen som kjem med nyskaping. Det vert verksemda som tek den risikoen som kjem med lansering av nyskapinga.

Det som intraprenøren har bruk for i sitt personlege nett er kontakten med omverda, noko som òg entreprenørane har. Her vil truleg lausare relasjonar vera meir aktuelle å nytte seg av. Det ein er ute etter her er inspirasjon og kunnskap for å kunne utvikle nye idear. Kontaktane i eit nett som skal fungera som inspirasjonskjelde vil kunne vera baserte på svakare relasjonar. Her kan det vera nok at du treffer ein person tilfeldig i ein situasjon der ein tek ein prat om laust og fast. Det er nok at det dukkar opp ein setning i samtala, som opnar opp for ny innsikt hjå deg og med det dannar grunnlaget for nyutvikling. Personen som gav deg det nye blikket på verda treng du ikkje møte fleire gonger, han har gjeve deg den inspirasjonen du har bruk for, utan at han sjølv treng vera klar over det. Det vil sjølvsagt vera trong for at personane som møtest har visse felles interesser som dei kan prate om. Mogensen hevdar at Creative Man søkjer kontakt med andre menneske som brenn for det dei driv med, og som har gjennomtenkte og individuelle argument for det dei står for (Mogensen 2005: 132). Det som vert viktig i denne funksjonen av nettverket er at ein har kontaktar som skapar tilgang på stadig ny kunnskap. Men denne inspirasjonen treng ikkje koma frå folk som du er sterkt knytt til. Ein intraprenør kan difor i langt større grad fokusera på svakare relasjonar i nettet sitt, av di det er i hovudsak idéskapinga han er oppteken av.

For entreprenøren som skal etablere ei ny verksemd er det annleis. Han vil òg ha bruk for svakare relasjonar og meir tilfeldige møte for å bli inspirert for vidare utvikling, men ved etablering av verksemdar er sterkare relasjonar viktig. Dette er relasjonar som ein ser utviklar seg godt innanfor eit innovasjonssystem (Isaksen 2002). Ved å vera ein del av ei

næringsklynge vil ein opprette kontaktar innanfor den næringa som verksemdene opererer innanfor. Ein vil då ved ei fartstid innanfor dette miljøet opparbeide seg kontaktar og sterke relasjonar til folk som kan vera til hjelp i etableringa av ei ny verksemd. Ein skulle tru at desse innovasjonssystema skulle vera plassen for entreprenørane. Der ein ville få tilgang til kunnskap og kontaktar for å kunna etablere verksemder. Det som er problematisk for dei kreative entreprenørane i eit innovasjonssystem, er at det vert for låst. Romet for nyskaping vert svært redusert, då det ofte vil dreie seg om nokre få næringar. Det personlege nettverket vert nedtona. Både inspirasjon, ny kunnskap og relasjonar til etablering av verksemder, vert skapte av innarbeidde strukturar innanfor næringsklynga. Innovasjonssystemet vil opptre som ein trygg plass å arbeida.

Johannisson hevdar at entreprenørane må sleppast fri. Difor samanliknar han entreprenørane med nomadane. Dei er stadig på vandring og er ikkje å treffe på same plassen fleire gonger (Johannisson 2005). Det er denne fridomen til å vandra etter kva som til kvar tid skjer i livet dei mistar om dei vert for lenge i eit innovasjonssystem. Då vil innovasjonssystemet fanga dei og systemet vil bli den trygge hamna som ein kan arbeida innanfor. Det blir dermed strukturane som styrer i staden for personlege opplevingar i kvardagen. Mogensen seier at Creative Man vil ikkje la sterke band til spesielle miljø påverka dei slik, at dei ikkje får moglegheita til å tenkja sjølv og vera tru mot si eiga overtyding (Mogensen 2005). For å klara å frigjera seg i frå dei etablerte strukturane, vert fokuset hjå dei kreative entreprenørane retta mot sterke relasjonar i det personlege nettverket sitt. Der då familie og nære venner dannar grunnlaget for den trygge hamna, medan sterke relasjonar til personar med den nødvendige kunnskapen og ressursane for etablering, vert nytta ved oppstart av den nye verksemda.

## **Kulturens næringsmessige vilkår**

I mykje av entreprenørskapsteorien meiner ein at næringsstrukturen som ein region har, er den viktigaste faktoren for næringsutvikling lokalt. Olav R. Spilling hevdar at hovudtendensen er at nyetableringar kjem innanfor dei næringar som allereie dominerer i eit område (Spilling 1996: 61). Vidare vert det hevda at eit samfunn som har ei type næring, vil få nyskaping innanfor den same, eller nærliggjande næringar. Næringsstrukturen i eit samfunn vil generere kunnskap og vilje til å drive vidare innanfor dei næringane ein har tradisjon for. Ein vil ut i frå dette ha ein kunnskapsbase, som gjer at ein vil utvikle nye idèar, og ha den kunnskapen som

skal til for å ta i mot nyskapande verksemder innanfor dei næringane som eksisterer i lokalsamfunnet. Entreprenøren vert her i langt større grad sett på som ei brikke som vandrar i eit innovasjonssystem der dei personlege eigenskapane til entreprenøren vert tona ned. Entreprenørskapet vert styrt av etablerte strukturar som er utvikla gjennom tid innanfor eit geografisk område. I dette perspektivet vert entreprenøren styrt av strukturane lokalt og fridomen til å skape noko nytt på eit fritt grunnlag, vert gjennom dette synet tatt vekk i frå entreprenøren. Dei kreative entreprenørane let seg ikkje i same grad styre av den lokale næringsstrukturen, det dei må forhalda seg til er marknaden, som eksisterer eller realistisk kan skapast, slik at dei får omsett ideane sine.

Mogensen meiner at sysselsettinga og verdiskapinga frametter, kjem til å koma i frå eit mangfald av næringar (Mogensen 2005). Me kan samla desse ved å seia at summen av alle næringar som kulturen har betalingsvilje for, vil vera kulturens næringsmessige vilkår. Kulturen vil heile tida vera i utvikling, noko som vil skapa både utvikling i eksisterande næringar og nye næringar, medan andre næringar fell i frå. Dette gjer sitt til at kulturens næringsmessige vilkår heile tida vil vera i rørsle. Som eit døme kan ein sjå på utviklinga i landbruket, tidlegare var dei mest verdifulle eigedomane i Noreg stort sett på flatbygdene der ein hadde gode moglegheiter for jordbruk. No ser ein derimot at eigedomar med fjell og vidde kan vera mykje meir verdifulle enn dei var tidlegare. Næringsvilkåra i kulturen har endra seg slik at desse to typene eigedomar har bytt plass i høve til kva næringsverdi dei har. I dette dømet vil kunnskapen om jordbruk få mindre å seia, medan kunnskap om hyttebygging og turisme vil få auka innverknad for verdiskapinga i lokalsamfunnet. Samfunn som vil ha størst mogleg vekst må difor arbeida for at kunnskapsbasen dei har samsvarar best mogleg med dei gjeldande næringsvilkåra i kulturen. Får ein eit dårleg samsvar mellom kunnskapsbasen ein har i eit lokalsamfunn og næringsvilkåra i kulturen, vil ein kunne få vanskar med å ta i mot idèar som samsvarar med næringsvilkår i kulturen, noko som på sikt kan føra til at verdiskapinga i lokalsamfunnet vil minke.

## **Utfordringane for Vest-Telemark**

Korleis er så situasjonen for Vest-Telemark når det gjeld å takle dei endringane som er på gang innanfor sysselsetting og verdiskaping. Knut Vareide har utarbeidd ei situasjonsanalyse der han prøvar å få fram relevante utviklingstrekk i Vest-Telemark. Han konkluderer med at

regionen står framfor store utfordringar på fleire felt, mellom anna har regionen ein manko på 1000 arbeidsplassar (status feb. 2004). Næringsstrukturen blir kjenneteikna ved at det er mange som er sysselsette i landbruk, bygg og anlegg og turisme. Det er relativt lite industri og tenesteytande næringer i regionen, samstundes som det er mange tilsette i offentleg sektor. Vidare hevdar Vareide at næringslivet i regionen er lite lønnsamt, og at talet på verksemder som går med underskot, er stort. Det kjem òg fram at mesteparten av nyetableringane i regionen skjer innanfor kjente marknader som bygg og anlegg, industri og handel (Vareide 2004).

Henry Mæland ved Vest-Telemark næringsutvikling hevdar at næringslivet i regionen har ein småskalastruktur. Bedriftene er i stor grad familie -, enkeltmanns - og deltidbedrifter. Etter mi meining kan denne strukturen både vera ein styrke og eit problem. Det er ein styrke om ein har mange bein å stå på, slik at ei nedlegging ikkje får for store konsekvensar. Men om for mange av bedriftene er innanfor same næring vert ein likevel sårbar for endringar i marknaden. Mæland syner òg til ei anna side der småskalastrukturen skapar utfordring. Det er at små einingar har vanskeleg for å nå opp når det gjeld å få støtte til investeringar. Det blir lett at ein overser det viktige i å styrke og sikre næringsgrunnlaget for små einingar. Det er lett å bli blenda av høge tal og store sysselsettingsgevinstar i større prosjekt.

## Næringar

Næringslivet på bygdene har tradisjonelt vore merkt av primærnæringane, der uttak av ressursar frå naturen er basisen. Det har vore bygd opp ein del industri rundt foredling av ressursane som kom frå naturen. Dette har i den seinare tida vorte sentralisert i større anlegg lokaliserte til meir sentrale strøk. Bygdeforskar Dag Jørund Lønning skriv at:

”I mange år no har både utviklingsmål og strategiar vorte definerte utanfor det lokale. I rolla som råvareprodusent har bygda stått meir og meir ribba tilbake, ettersom funksjonar knytt til foredling og omsetting, og ikkje minst makt og styring, har vorte sentraliserte” (Lønning 2003).

Eit landbruk som følgjer ei modernistisk utvikling, vil ha ein stor grad av automatisering i seg. Me kan no sjå at mjølkerobotane stadig grip meir og meir om seg innanfor

mjølkeproduksjonen. Dette er ei automatisering av mjølkinga av kyr som fører til at ein bonde vil kunne produsera like mykje mjølk som opp mot ti bønder gjorde for berre kort tid sida. Ikkje berre fører roboten til at ein effektiviserar bort mange bønder, men den fører òg til at den bonden som er att, får ein arbeidsdag som er meir lik andre yrke. Gevinsten ligg i både tidsforbruk og i at arbeidet vil gå føre seg i stor grad innanfor ei vanleg arbeidstid. Ein bonde som har denne graden av automatisering vil etter mi meining henge godt med utviklinga i næringa. Det som er baksida er at det nesten ikkje kjem til å verta bønder att. Eit slikt bruk vil krevja store areal, og det vil difor bli plass til færre bønder.

Problemet med effektiviseringa i landbruk og industri er stor for distrikta. Ringverknadene i lokalmiljøet kan bli store og gripe godt inn i livsgrunnlaget for eit område. Lønning meiner at endringane ikkje berre kan forklarast med strukturelle endringar. Han meiner at endringane i samfunnet i høgste grad òg er av kulturell karakter, og at me er inne i eit nytt hamskifte, i frå det moderne samfunnet over mot det postmoderne (Lønning 2003b). Endringane fører oss altså meir og meir vekk i frå det moderne samfunnet, med det nøytrale og kjenslelause som ideal. Der effektivisering og standardisering av både materielle og kulturelle verdiar var målet. I staden får me eit samfunn med meir og meir postmoderne verdiar, der individuelle verdiar og val skapar eit mangfald som stadig kjem sterkare fram. Lønning meiner vidare, at landbrukslandskapet i dag produserar eit sett av kulturelle, identitetsmessige og tradisjonelle verdiar, som mange identitetssøkande menneske av i dag er på jakt etter. Konsumet av denne type verdiar og opplevingar knytt til landskap er i stor vekst (Lønning 2003b: 16). Det skjer ein del nyskaping innanfor natur- og kulturbasert næring i Vest-Telemark, der ein ofte tek utgangspunkt i gardsbruka og utviklar varer og tenestar som folk etterspør i dag. Det er no starta eit nytt meieri i regionen. Lokal isprodusent og planar for eit lokalt slakteri er andre prosjekt der ein prøvar å ta tilbake noko av foredlinga som ein tidlegare hadde. Men ein tilpassar dei nye foredlingsverksemdene meir til tida. Ein prøvar å gjera vara lokalt forankra med å knytte ho opp til lokale spesialitetar, som at meieriet og isprodusenten nyttar mjølk i frå Telemarkskyri for at vara skal få ein annan appell inn i marknaden.

Ein har òg den seinare tida fått verksemdar som tek oppatt handverket med å lafte hus og hytter. Det har vorte ein ny trend å byggje hus og hytter i meir tradisjonelle stilar. Dette har dei etter mi meining klara å utnytte på ein god måte i regionen. Mykje av årsaka til at etterspurnaden etter lafta hytter har auka, kan ligge i det som Lønning påpeikar, at endringane fører til at folk etterspør produkt med tradisjonelle verdiar (ibin).

Det har utvikla seg ein marknad for festivalar og mindre kulturarrangement. Det å konstruere sitt eige liv og vera merksam på sine val ser ut for å skape eit mangfald i kva kulturtilbod som vert etterspurde. Gripsrud og Hovden har gjort ei undersøking, der dei såg på kva for kulturelle preferansar studentane som tek høgare utdanning i Bergen hadde. Ein kan her sjå ein tendens til at skilje mellom kultursmak ikkje lengre berre går på om ein har utdanning eller ikkje, men kva utdanning ein har, spelar òg ei rolle (Gripsrud 2003 og Hovden 2002). Svein Bjørkås meiner difor ein får etterspurnad etter eit kulturelt mangfald, og at det er individualiseringa i samfunnet som fører til at ein får ei større spreiding i val av kulturtilbod. Dermed meiner han at dei smalare tilboda som festivalane representerar vil vera viktige framover. Festivalar vert arrangera over heile landet, og i fylgje Bjørkås er folk villige til å flytte seg over store avstandar for å vera med på ein festival. Forklaringa på at festivalane har vorte så populære, meiner Bjørkås kan vere at ein får samla mange folk i eit avgrensa tidsrom, noko som gjer at festivalane kan ta seg råd til eit godt tilbod innanfor ei smal nisje (Bjørkås 2004). Samstundes er noko av festivalane sitt særpreg, nettopp det at ein reiser vekk og har det sosialt i nokre dagar. Den danske forskaren Trine Bille hevdar at der er ein auka etterspurnad etter opplevingar, kultur, hendingar og fritidsaktivitetar, noko som kan forklarast med at den økonomiske utviklinga gjev folk større moglegheit for å etterspørja kultur og opplevingar (Bille 2004). Dette kan òg vera ei side som skaper grunnlaget for at festivalar veks fram rundt omkring.

I Vest-Telemark har ein klart å skapa fleire store festivalar som går føre seg år etter år. I Seljord har ein countryfestival, dansebandfestival og Dyrskuen som det største arrangementet med bort i mot 70 000 besøkande. I Nissedal har ein Treungenfestivalen som har eit veksande publikum for kvart år. Dyrskuen er ei stor husdyrutstilling med landbruksmesse og kulturmønstring. Ein kan difor ikkje rekne Dyrskuen som ein festival, men det er eit stort årleg arrangement med mykje dyr, handelsbodar, kniv- og klokkehandlarar, husflidutstilling og kulturelle innslag. I Seljord vert det i tillegg arrangera fleire mindre arrangement som mellomaldermarknad, jolemarknad og vintermarknad. Ein har òg eit eige selskap som arbeidar med å utvikle fleire årlege arrangement i Seljord, noko som truleg vil bera frukter etterkvart.

Sogelandet er ei rekkje små kulturarrangement rundt i regionen. Det kan vera ein dag der ein tek ein tur ut i skogen og ser på kulturminne, då med ein person som kan fortelja historia om

kulturminna. Det er også kome ein del mindre skodespel med opphav i historiske soger. Desse blir gjerne framførde ute i dei miljøa der saga stammar i frå. Ein ser at desse tilskipingane får eit godt oppmøte og har blitt ein suksess. Det er enkle arrangement som fortel ei historie på ein autentisk måte. Utviklinga med festivalar og mindre kulturarrangement har kome inn som eit friskt pust både i kulturlivet og næringslivet i regionen. Ein må seia at Vest-Telemark dei seinare åra har vore flinke til å utnytta dei næringsssidene som vert skapte av den auka etterspurnaden etter kultur- og fritidsaktivitetar.

Forskarane ved Telemarksforskning i Bø, Torjus Bolkesjø og Per Ingvar Haukeland framhevar, i ein artikkel om entreprenørskap innanfor kulturøkonomien, fleire utfordringar som ein meiner entreprenørar i distrikta møter. Som spesielle utfordringar nemner dei: Liten lokal marknad eller stor avstand til marknaden. Dette skaper problem av di ein må anten levere varer til ein liten avgrensa lokalkmarknad, som ein har nærleik til, eller ut å etablera marknadskontakt utanfor det lokale, noko som kan vera kostnadskrevjande. Vidare meiner dei at eit lite produsentmiljø kan vera hemmande. Entreprenørielle samfunn er ofte merkte av store produsentmiljø innanfor ein spesiell produksjon. Dette kan då vera vanskeleg å utvikle i distrikta, då entreprenørane kan vera lokaliserte langt frå kvarandre. Meir generelt hevdar Bolkesjø og Haukeland at forskinga på entreprenørskap i den seinare tida har fått ei dreining i frå næringsstrukturar over mot nettverk som det førande for entreprenørskapa. Men dei hevdar vidare at produsentmiljø og det lokale miljøet har mykje å seie for kva verksemder entreprenørane etablerer (Bolkesjø og Haukeland 2003). Dette vil seia at den lokale næringsstrukturen etter deira meining framleis er viktig for entreprenørskapa som vert sett i gang lokalt. Ein tredje faktor som kan vera hemmande er lokale konflikhtar og jantelov. Ein meiner at utnytting av naturressursar fort skaper motsetnader og konflikhtar i eit lokalsamfunn. Av di det skapar endringar i nedarva sosiale tilhøve og makttilhøve i lokalsamfunnet (Bolkesjø og Haukeland 2003: 121). For å sjå på dette i høve til entreprenørskap kan det vera fruktbart å sjå litt meir generelt på korleis det sosiale livet er på bygda.

## **Alle kjenner alle**

I mange område på bygda er folketalet så lite at alle kjenner alle, og i eit større geografisk område så veit ein i stor grad kven folk er og kva dei driv med. I frå bygdeforskinga vert det hevda at endringsprosessane i samfunnet, med individualisering og større valfridom, grip om

seg i bygdene på sama måten som i byane. Ein kan ikkje lengre hevda at bygdene har større innslag av primærrelasjonar enn byane har (jamfør Villa 2005). For di om ein på bygda har hatt ein overgang til sekundærrelasjonar på same måten som i meir tettbygde strøk, vil ein likevel i små oversiktelege samfunn ha ei form for sosiale relasjonar som ikkje er tette eller svake. I dei små oversiktelege samfunna vil ein forhalda seg til dei same personane i mange ulike roller. Både på arbeid og i fritid møter ein dei same personane. I og med at ein møter personar, som ein har svake sosiale relasjonar til i mange ulike delar av det daglege livet, vil personar som ikkje er nære deg likevel vera viktige for deg, sosialt sett. Eg vel å kalle dette for middels sterke sosiale relasjonar.

Bolkesjø og Haukeland nemner janteloven som ei spesiell utfordring for entreprenørskap på bygda (Bolkesjø og Haukeland 2003). På bygda kallar ein dette for ”bygdedyret”, som fyrst vart brukt av forfattaren Tor Jonsson rundt andre verdskrig (Jonsson 1949/2000). I realiteten er vel ”bygdedyret” eit omgrep for sosiale sanksjonar på bygda. Folk reagerar når noko utanom det vanlege skjer, og set då i gang ein sladreprosess der dei snakkar saman om ting. Tinga dei byrjar å snakke om, kan vera utanfor den vante kultur og moral på plassen, eller det kan vera noko nytt som kan verke skremmande. Det kan òg koma av missunning osv. Det kan her vera fruktbart å sjå kva Nils Christie hevdar om primærkontroll og sekundærkontroll. Ein kan forstå sekundærkontroll med rettsstaten med ein nøytral og fjern relasjon til dei som vert kontrollert. Mens primærkontroll kan meir sjåast som ein kontroll som skjer mellom likemenn bygd på lokale verdiar (Christie 1982: 126). Vidare hevdar Christie:

”Samfunn hvor partene er meget sterkt synlige for hverandre, og også som personer sterkt avhengige, slike samfunn vil vi i denne bok betegne som tette samfunn. Det er samtidig samfunn hvor den primære kontroll har sterke forutsetninger for å virke. Omvendt vil løse samfunn være slike hvor synlighet og personlig avhengighet er lav og hvor primære kontroll vanskelig får noe tak på partene” (Christie 1982: 30).

Sjølv om dei middels sterke sosiale relasjonane ikkje kan reknast for å vera primærrelasjonar, så kan dei middels sterke relasjonane som ein har på bygda føre til at primærkontrollen får betre tak på folk. Det er gjennom den styrka primærkontrollen at ”bygdedyret” får sin styrke. Desse middels sterke sosiale relasjonane er for det meste fruktbare relasjonar, men kan ved visse høve bli snudde til svært negative krefter. Dette er eit problem som alle samfunn med middels sterke sosiale relasjonar må leva med og prøve å kontrollera.



## **Problemstilling**

Endringsprosessane som går føre seg i samfunnet, med globalisering som fører med seg eit stadig press på effektivisering av næringslivet, skapar store problem for lokalsamfunn. Endringa fører med seg ei utvikling som ein meiner skapar større og større trong for nyskaping. Grunnen for dette kan ein sjå i at endringstakten i næringslivet stadig vert raskare. Dette fører med seg at næringslivet får ein auka trong for entreprenørskap. Denne aukande trongen for stadige entreprenørskap meiner ein er så stor og så sentral for det framtidige næringslivet, at ein snakkar om at me er på veg inn i eit entreprenørielt samfunn.

Ein annan faktor som òg pressar på for eit meir entreprenørielt samfunn er individualiseringa. For det fyrste vil dette med at menneske vert meir aktsame på sine val, der ein får eit større mangfald i etterspurnaden av varer og tenester føre til fleire moglege nisjemarknader. Og for det andre meiner ein at individualiseringa, der menneske vert meir aktsame i høve til korleis dei vil leva liva sine, fører til eit auka fokus på skapartrongen i mennesket. Ein meiner at fleire og fleire menneske vil gjennom konstruksjonen av eige liv få eit fokus mot å utvikle seg sjølv og sine omgjevnader. Presset for eit meir entreprenørielt samfunn kjem både frå næringslivet og i frå fleire og fleire enkeltindivid, som får eit auka fokus mot å realisera eigne draumar. Ein får eit møte, mellom næringslivet sin trong for meir entreprenørskap og enkeltindividida sin trong for å realisera eigne idear. Det er dei kreative entreprenørane som gjennom måten å leva livet på, skapar dette møtet mellom konstruksjonen av eige liv og næringslivet sine moglegheiter. Dei sameinar individas og næringslivets trong. Dette plasserar dei kreative entreprenørane sin aktivitet, som svært sentral for den utviklinga ein meiner er på veg. Hovudproblemstilling vert difor:

### **Kva for potensial er det for entreprenørskap i lokalsamfunnet i Vest-Telemark?**

I Vest-Telemark ser ein at det vert gjort ein god del for å tilpassa den tradisjonelle næringsstrukturen til nye marknader. Eg siktar her til utviklinga av verksemder innanfor foredling av matvarer og aktiviteten ved bygging av tradisjonelle hus og hytter. På kulturfronten har dei òg utvikla seg i mot den nye etterspurnaden etter festivalar og eit mangfelt kulturtilbod basert på små arrangement. For dei kreative entreprenørane vil

aktiviteten innanfor kultursektoren kunne vera ei inspirasjonskjelde. Bille hevdar at kunstnarleg og kulturell aktivitet i eit område omveges kan ha mykje å seie for meir nyskapande næringsutvikling ved, at kreativiteten frå kultursektoren spreier seg over til andre næringsverksemdar (Bille 2004: 173). Om dette er rett vil aktiviteten i kultursektoren vera ei særst positiv utvikling for dei kreative entreprenørane i Vest-Telemark. Som både vil kunne vera eit emne for inspirasjon og gjennom realiseringa av nye former for næring, vera med på å gjera arbeidet for dei kreative entreprenørane lettare.

På den andre sida vert det i frå Bolkesjø og Haukeland reist spørsmål om jantelova/bygdedyret kan vera ein hemske for entreprenørskap på bygdene (Bolkesjø og Haukeland 2003). Bygdedyret vert på ein måte det motsette av Florida sitt toleranseomgrep. Noko som han meiner er ein viktig faktor for kreativitet og nyskaping (Florida 2004).

### **Om bygdedyret framleis har sin styrke på bygda, kan difor vera av interesse når ein vil sjå på korleis føresetnadane for entreprenørar er i eit bygdesamfunn.**

I teorien kjem det fram at entreprenørane har bruk for gode personlege nettverk for å kunne vera entreprenørar. Dei byggjer nettverket opp rundt personlege kontaktar som dei brukar aktivt i ulike fasar av eit entreprenørskap. Det kjem fram at entreprenørane brukar ulike kontaktar ettersom kva for fase dei er i entreprenørskapet. Når me her har som mål å sjå etter føresetnadane for entreprenørskap i eit lokalmiljø, vil det i hovudsak vera korleis ein ut frå det lokale miljøet klarar å opparbeida seg dei kontaktane ein har bruk for ved idégenereringsfasen og ved realiseringsfasen, eg kjem til å fokusera på. Når ein skal sjå på idégenereringsfasen vil det vera naturleg å sjå på korleis dei kreative entreprenørane utviklar nye idear i Vest-Telemark.

### **Kva ligg i botnen for idéutviklinga og korleis meiner dei at tilgangen på inspirasjon for idéutvikling er, når dei arbeider ut i frå Vest-Telemark?**

I realiseringsfasen vil det vera interessant å sjå på dei kreative entreprenørane sin aktivitet jamført med den lokale måten å forvalte idear på. I realiseringsfasen har entreprenørane bruk for kontaktar som kan vera hjelpsame med realiseringa av entreprenørskapet.

**Korleis meiner dei kreative entreprenørane det er å opprette kontaktar for realisering av entreprenørskapa deira i Vest-Telemark?**

Eg har her plassert aktiviteten til dei kreative entreprenørane som svært sentral for den utviklinga ein meiner kjem. Det kan difor vera viktig for samfunnet og vita noko om kva desse entreprenørane meiner er dei største problema for deira aktivitet i lokalsamfunnet.

**Det vil i den samanhengen òg vera av interesse å høyra kva dei kreative entreprenørane meiner ein kan gjera i lokalsamfunnet for å betra føresetnadane for kreative entreprenørar.**

## 3. Metode

### Innleiing

Eg vil her prøva å klargjera korleis eg har samla inn opplysningar som ligg som grunnlag for det datamaterialet eg brukar. Ein kan godt seia at metode dreiar seg om kva for verktøy ein har bruka for å samla inn, analysa og tolke datamaterialet. Fyrst klargjer eg kvifor eg har valt kvalitative intervju som metode, der eg meiner at dei lokale tilhøve og metodens fleksibilitet, talar for at ein metode med kvalitative intervju vil passa for problemstillinga. Vidare så ser eg på korleis eg valde ut respondentar og synleggjer kva eg meiner datamaterialet seier noko om, og kva det ikkje seier noko om, før eg til slutt har eit avsnitt om kvar eg står som person i høve til det emnet som problemstillinga omhandlar. Synleggjeringa av meg som person, med dei røynsler eg måtte ha, kan vera viktige for lesaren si vurdering av truverdet til datamaterialet.

### Val av framgangsmåte

For å finne noko ut om føresetnadane for kreative entreprenørar i Vest-Telemark, meiner eg at bruk av kvalitative intervju vil vera tenleg for dette føremålet. Metoden høver godt til problemstillinga eg har valt, der metodeføremålet og fleksibilitet samsvarar godt med kva eg vil sjå på.

Når målet mitt med studiet er å sjå på føresetnadane for entreprenørskap i Vest-Telemark, vil ei kvalitativ undersøking der ein intervjuar entreprenørar i regionen, kunne vise prosessar og særtrekk ved deira aktivitet. Jette Fog hevdar at den kvalitative metoden sitt føremål er: ”at fremskaffe et empirisk materiale, der består af den interviewedes egne beskrivelser/fremstillinger af sig selv og den livsverden, som han må forholde sig til” (Fog 2004: 11). Eg meiner at entreprenørane i regionen, er dei som best kjenner kvar skoen trykkjer. Å late entreprenørane fortelja om sine røynsler i lokalmiljøet, der dei i størst mogleg grad får fortelja med eigne ord om kva dei meiner er vanskeleg, og kva dei tykkjer er bra, vil vera ein god metode for å få fram flest moglege sider rundt stoda.

Av di eg ikkje ville låsa samtala for mykje til poeng som eg meinte måtte vera sentrale, var intervjuet lite strukturerte på førehand. Eg hadde sett opp ei liste over tema som eg såg som viktig at det blei snakka om, men ho var heilt generell og veldig laus i forma.<sup>1</sup> Styrken ved dette ligg i samtala som grunnlag. Ved å late samtala gå heller fritt innanfor dei tema som ein vil ta opp, vil respondenten kunne vektleggja det som han kjenner er viktig. Det som eg opplevde som problem ved å la samtala gå fritt, var at respondentane då kunne snakka seg noko bort i frå temaet. Det å styra samtala inn att på temaet eller skifte emne kunne vera vanskeleg. I fleire tilfelle måtte eg ta tak i det fleire gonger før samtala kom inn på temaet eg ville snakke om. Det skjedde òg at eg måtte nærast leie dei inn mot temaet, ved å gjera spørsmåla noko meir direkte. Pål Repstad seier at målet med intervjuguiden: ”er bare at den skal fungere som en huskeliste, slik at en får med de temaene som skal dekkes” (Repstad 1998: 65). For meg vart intervjuguiden ei god støtte for å klara å få samtala i størst mogleg grad til å dreia seg om dei tema som var sentrale for studiet. Røynslene frå dei fyrste intervjuet førte til at eg justerte noko på intervjuet. Eg vart då meir medviten om å bruke intervjuguiden meir aktivt, slik at eg i noko større grad klara å styra intervjuet. Dei fyrste intervjuet gav meg òg kunnskap som førte til ei justering av kva som var sentrale tema for studiet. Eg hadde i for stor grad fokusert på samfunnet si rolle, noko som er viktig, men det kom klart fram i dei fyrste intervjuet at dei personlege eigenskapane spela ei større rolle enn det eg hadde rekna med. Dei seinare intervjuet vart difor justerte slik at deira kreativitet og deira måte å forhalda seg til samfunnet på, vart meir fokuserte på. Eg var òg under intervjuet nøye på at om det var ting eg ikkje var viss på at eg forstod rett, fekk eg respondenten til å utdjupe svaret, slik at eg vart sikrere på at eg forstod kva respondenten meinte. Steinar Kvale omtalar jakta på aktørens meining i eit kvalitativt intervju slik:

”(…), søke å formulere det, og «sende det tilbake» til den intervjuede, slik at intervjueren mest mulig umiddelbart kan få avkrefte eller bekrefte sine tolkninger av meningen med det som den intervjuede sier” (Repstad 1998: 74).

Å stille spørsmål tilbake til respondenten der ein ber om ei stadfesting på at ein har forstått kva han meiner, eller ein vil ha ei utdjupeing av emne, fører meg som forskar aktivt inn i intervjuet. Men det er nettopp i det at intervjuaren vert meir aktiv og intervjuet tek meir form

---

<sup>1</sup> Sjå vedlegg 1.

som ei samtale, at det empiriske materialet kjem fram i eit kvalitativt intervju. Steinar Kvale skriv: ”Jeg vil understreke at det er den menneskelige interaksjonen i intervjuet som produserer vitenskapelig kunnskap” (Kvale 2001: 28). Dette understrekar det viktige av å få ein god flyt i samtala under intervju, noko som eg opplevde som vanskeleg til sine tider. Repstad seier: ”Formålet er jo å få folk til å snakke om temaer de er opptatt av og vi som forskere er interessert i”. Men han åtvarar mot å bryte av samtala då dette kan: ”passivisere svarene og gjøre dem usikre på om de har noe interessant å si” ( Repstad 1998: 74). Det er ein balansegang i kor stor grad ein skal styra intervju for å redusera for mykje utanomsnakk, men eg erfarte at ei viss styring var naudsynt for at intervju ikkje skulle verta for lange. Men når eg valde å styra samtala i ei eller anna retning, kunne samtala på ein måte verta litt tyngre ei stund. Svara frå respondentane vart då korte og lite utfyllande. Utfordringa for meg som intervjuar, vart då å få inn att ein god flyt i samtala rundt det nye temaet. Det å halde ei god samtale gåande igjennom intervju er viktig, men òg eit stort problem ved innsamlinga av emperi gjennom kvalitativ metode.

Eg har òg i studiet bruka ei utvida form for dokumentgransking. Eg bruka samfunnsvitenskapleg teori som eit grunnlag for problemstillinga. Dette vil ofte utgjera eit naudsynt ”bakteppe” både for forskar og lesar, før dei dukkar ned i den meir intensive studien (Repstad 1998). Samt at eg har bruka andre empiriske undersøkingar som samanlikningsgrunnlag mot egne data. Føremålet med det er å utdjupe egne data betre slik at dei vert lettare å forstå. Det vil òg i følgje Repstad: ”gi et bedre grunnlag for å vurdere hvor allment gyldige funnene i ens eget prosjekt er” (Repstad 1998: 86). No hevdar Repstad at denne bruken av skriftleg materiale kan i ei utvida form reknast for å vera dokumentgransking. I ein snevrare forstand meiner Repstad at dokumentgransking er ein metode der ein gjev visse tekstar status av kjelder eller data for sjølve undersøkinga (ibin). Noko som eg i liten grad har nytta ved dette studiet.

No kan eg i ettertid ha ei kjensle av at datagrunnlaget kunne vore større for denne undersøkinga. Ein kunne ha samla meir data på fleire måtar, til dømes med ei større dokumentgransking eller ved ei kvantitativ undersøking. Ein ville med grunnlag i data frå den kvalitative undersøkinga kunne utarbeida eit spørjeskjema som var relativt treffsikkert for å hente inn meir data gjennom ei kvantitativ undersøking. Dette ville gjeve meg ei større mengde data for analysa, noko som kunne vore med å styrka truverdet av studiet.

## Innsamling av data

Tankane og interessa for problemstillinga i denne oppgåva har eg hatt lenge. Alt før eg var ferdig utdanna agroteknikar i 1990, fekk eg ei kjensle av at det kom til å verta store endringar i næringsstrukturen i distrikta. Dette har ført til at eg i alle år etterpå har snakka med folk om distriktas næringsgrunnlag og lese mange artiklar om problemet i aviser og bøker. Då eg gjekk i gang med å finne respondentar, som i størst mogleg grad kunne reknast som kreative entreprenørar, tok eg utgangspunkt i at noko av det mest sentrale for desse entreprenørane er at dei ikkje vil la seg påverka i for stor grad av den lokale næringsstrukturen. Eg sette difor som utvalskriterium, at dei skulle vera sjølvstendige næringsdrivande og ha eit fokus i næringa si som ikkje var vanleg i regionen. Det skulle òg vera eit entreprenørskap som hadde ført fram til etableringa av verksemda. For å klare på ein best mogleg måte å sila ut etablerarane, leita eg etter personar som hadde prøva å realisera fleire entreprenørskap. Dette vil seia at dei heilt unge entreprenørane ikkje var aktuelle, heller ikkje entreprenørar som berre har etablert ei verksemd ut i frå eit entreprenørskap. Eg var ute etter entreprenørar som hadde vore igjennom prosessen fleire gonger, anten med hell eller ikkje. For å halda fokuset mot entreprenørskap og ikkje mot spesifikke næringar, sette eg òg som krav at respondentane skulle ha verksemdar frå ulike næringar. Det respondentane då ville ha felles var entreprenørskapet. Det ville òg kunne vise om der er ulikskapar ved realisering av entreprenørskap innanfor ulike næringar. Av di næringslivet i regionen i stor grad er småskala verksemdar vart det naturleg å retta fokuset mot små verksemdar, anten familie- eller enkeltmannsverksemdar. Eg meiner òg at ein ved å fokusera på små verksemdar vil kunne koma nærare entreprenørskapet som fenomen. I større verksemdar vil ofte entreprenørskapet ligge lengre tilbake i tid og av den grunn stå i fare for å vera litt meir ute av fokus. Geografisk ville eg ha respondentane fordelt mellom minst tre av dei seks kommunane som er i Vest-Telemark. Alder sette eg ikkje noko krav om, utover kravet om røynsle som gjorde sitt til at alderen på respondentane vart mellom 40 og 60 år. Om respondentane var innflyttarar eller innfødd vart ikkje lagt vekt på i utvalet, men det fordela seg med ein liten overvekt av innflyttarar. Kva kjønn respondentane hadde vart heller ikkje lagt til grunn i utvalet, og fordelinga med ei overvekt av menn var forventa ut i frå korleis kjønnsfordelinga er innanfor entreprenørskap.

For å koma fram til respondentar så snakka eg med folk i kommuneadministrasjonen eller ordføraren i aktuelle kommunar. Dei kom då med framlegg på moglege respondentar til prosjektet. Eg valde så ut fem personar som eg meinte var dei som passa best til dei føringane som eg hadde lagt for utvalet. Eg tok fyrst ein telefon for å snakka med dei og sende etterpå ein e-post der eg forklara prosjektet og spurde om ei stadfesting av at dei ville vera med.

Eg gjennomførte to rundar med intervju. I den fyrste runden med intervju ville eg snakka med fem personar i fire intervju. Etter å grovt ha sett over det materialet eg hadde samla valde eg å gå ut å gjera intervju med tre personar til. Eg hadde då sju intervju der eg hadde intervjuat åtte personar. Eg hadde ei kjensle av at historia gjentok seg på dei sentrale emna, og stilte meg spørsmålet om dette var nok materiale for den undersøkinga eg skulle gjera. Steinar Kvale svarar på spørsmålet om kor mange intervju ein treng med: ”Intervju så mange personar som er nødvendig for å finne ut det du trenger å vite”. Han seier vidare at ein har: ”loven om avtakende utbytte” (Kvale 2001: 58-59). Eg kjente på at eg hadde så samstemte svar på dei sentrale emna eg tok opp under intervjuet, at eg konkluderte med at fleire intervju ikkje var naudsynt.

Det kan sjølvsagt stillast spørsmål om materialet er breitt nok til å seia noko generelt om spørsmålet eg reiser. Svaret på dette er i to delar, der ein kan seia at respondentane sine haldningar høver godt med delar av det som tidlegare har vorte skrive om entreprenørar. Det vil seia at respondentane kan representera dei kreative entreprenørane sine haldningar på ein generell måte. Eg vil likevel ta nokre atterhald rundt dette. Mengda av forskning som beinveges har fokusert mot kreative entreprenørar, er svært avgrensa, slik at noko særleg generalisering ut av dei resultatane eg har kome fram til ikkje bør gjerast. Haldningane og verdiane som respondentane har, kan sjå ut for å høve nokolunde med det avgrensa materialet som er på området, men ein bør likevel seia at det er respondentane sitt møte med lokalsamfunnet i Vest-Telemark ein snakkar om. Det ein kan sjå ut av materialet, er visse grunnleggjande haldningar og verdiar som går att hjå respondentane. Om det ein her snakkar om er generelle trekk hjå kreative entreprenørar, må eventuelt meir forskning på området dokumentera.



Respondentane som eg intervjuar, arbeider innanfor eit breitt spekter av næringer, som: Foredling av mat, media, helse og IKT. Dei har ingen felles kunnskap om ei næring, anten i utdanning eller i praksis. Fem av respondentane har flytt til regionen i vaksen alder,<sup>2</sup> medan tre har vokse opp i regionen. Alderen varierar frå midten av 40- åra til midten av 50- åra. Det dei har sams, er at dei er entreprenørar og at dei tilhøyrrer nokolunde same generasjon.

Ein kan kanskje få ei kjensle av at det er noko skeivt i materialet, når dei kreative entreprenørane hamrar laus på samfunnet sine representantar, utan at desse får lov til å fortelja si historie. Dette kjem av at oppgåva fokuserar på kva for oppleving dei kreative entreprenørane har av lokalsamfunnet i Vest-Telemark, det er dei kreative entreprenørane sine subjektive kjensler om korleis dei opplever responsen frå lokalsamfunnet på deira aktivitet, eg vil få fram. Framstillinga av lokalsamfunnet må ein difor oppfatte som respondentane si oppleving av situasjonen. Ein kan sjølvsagt stille spørsmål om ein, utan å ta inn lokalsamfunnet sitt syn på saka, kan dra ut noko verdifull kunnskap. Eg vil hevda at ein får fram viktig kunnskap ved å fokusera på dei kreative entreprenørane si oppleving av lokalsamfunnet, av di det er den subjektive opplevinga av lokalsamfunnet hjå dei kreative entreprenørane som gjev rammene for deira aktivitet. Med kunnskap om dei kreative entreprenørane si oppleving av lokalsamfunnet, vil ein kunne seia noko om dei føresetnadene som dei kreative entreprenørane opplever som viktige for deira aktivitet i regionen.

Innsamlinga av empirisk materiale er godkjent hjå Norsk Samfunnsvitskapelige Datateneste. Handsaminga av materialet har, ut i frå godkjenninga hjå NSD, blitt gjort i samsvar med dei gjeldande retningslinene for denne type empirisk materiale. Eg har gjort intervju i eit relativt lite miljø og har i den samanhengen vore særst merksam på at eg ikkje kan utbrodera respondentane sitt liv og virke i alt for stor grad, då det kan medføre fare for at anonymiteten vert svekka. Samstundes må ein for at empirien skal ha nokon verdi, ha nokre greiner å henga den på. Eg håpar at det nivået eg har lagt meg på, tilfredstiller begge delar på ein akseptabel måte.

---

<sup>2</sup> Ein av dei fire innflyttarane, har i skrivande stund flytta vekk att i frå regionen.

## Kvar står eg som forskar?

Når ein skriv ei masteroppgåve, så vil ein som skapar av historia vera aktiv gjennom heile prosessen. Eg vil vera den personen som gjer dei vala ein må ta for at det skal verta ei historie ut av det. Dei haldningar, verdiar og meiningar som ligg i meg, vil vera med på å styre denne prosessen. For at mine egne verdiar og haldningar ikkje skal få verke i det løynde, bør ein i følgje Jette Fog prøve å gjera seg sjølv merksam på sine egne verdiar i høve til emne.

”...forskerens grad af selverkendelse er derfor også en uomgængelig betingelse” (Fog 2004: 192). Forskaren sine egne fordomar og kjensler er produksjonsføresetnader, i følgje Fog. Det er vanskeleg å springe frå seg sjølv, difor kan det vera lurt å vera merksam på seg sjølv, og heller bruke den forståing og dei fordommar ein har til emnet, som eit verktøy i prosessen. Det kvalitative intervjuet er basert på samtala mellom intervjuar og den intervjuua. Mi forståing av emnet vil etter mi meining skape grunnlag for ein best mogleg interaksjon i intervjuet, noko som i følgje Kvale er det som produserar kunnskap (Kvale 2001: 30). At ein er merksam på om ein har særleg sterke meiningar om emnet, og at ein eventuelt då vert merksam på at desse meiningane ikkje får fritt spelerom, vil vera avgjerande. Men den meir nøytrale kunnskapen ein måtte ha om emnet, meiner eg er viktig å bruke som eit verktøy for å skjønna kva respondentane meiner med utsegnene sine.

Den kunnskapen og dei røyntene eg har om emnet i undersøkinga mi, meiner eg difor har vore ein styrke for undersøkinga. Eg har røyntle frå samfunnet ved at eg har vakse opp i regionen og framleis bur der. Eg har som son av ein sjølvstendig næringsdrivande vokse opp med dei problema det er å vera sjølvstendig næringsdrivande. Som vaksen har eg no vore sjølvstendig næringsdrivande i 20 år og har gjennom det vore i kontakt med næringskontoret og Innovasjon Noreg i samband med støtte for nokre av prosjekta mine. Dei har vore baserte på meir vanlege aktivitetar for regionen, slik at møtet med næringskontoret og Innovasjon Noreg var prega av forståing og fin dialog. Eg har gjennom dette ei ganske nær tilknytning til emnet, men likevel ganske fjern, med det at eg ikkje har hatt prosjekt som har vore uvanlege i regionen.

På grunn av at eg har vakse opp i regionen og har virka der store delar av mitt vaksne liv, visste fleire av respondentane kven eg var. Eg vart difor ikkje berre sett på som ein forskar, men òg som ein medborgar og til dels kollega. Dette kan ha gjort utslag på

intervjusituasjonen, der eg nok vart rekna for å vera meir ein av dei enn ein forskar. Det kan vera problematisk, men det kan og vera ei styrking av interaksjonen i intervjuet. Ved at respondentane ikkje berre meiner at eg gjev uttrykk for at eg forstår, men at dei veit at eg forstår, kan føre til at dei opnar seg meir rundt emnet. Om så skjer, vil det føre til at eg oppnår å få meir vitskapeleg kunnskap ut av intervjuet.

Om materialet kan vera påliteleg vitskapeleg når eg som forskar arbeider så tett opp mot eit emne som eg har subjektiv røynsle frå, vil vera avhengig av om eg har vore nok merksam på mine røynsler under prosessen. Jette Fog meiner at ein som forskar skal vise kvar ein står i forhold til det emnet ein undersøker. Ved å gjera dette så meiner Fog at ein gjev lesaren eit grunnlag til sjølv å avgjera om materialet har vitskapeleg truverde (Fog 2004: 193). Eg meiner at eg har passa på at mine erfaringar ikkje direkte har kome fram i undersøkinga, men heller har vore ein styrke for meg i arbeide med å få fram og skjøna respondentane sine utsegner.

## 4. Frå metropol til bygd

### Skildring av Vest-Telemark

Vest-Telemark, som eg har tatt utgangspunkt i, ligg relativt midt i Sør-Noreg. Bergen, Stavanger, Haugesund, Kristiansand og Oslo er byar ein har under 30 mil reiseavstand til. Avstand til næraste by varierar frå 1,5 t til 2,5 t. Området omfattar dei seks kommunane Fyresdal, Tokke, Vinje, Kviteseid, Nissedal og Seljord. Dei har den seinare tida utvikla eit regionalt samarbeid. Dette er kommunar som har relativt få innbyggjarar, men har store areal. Innbyggjartalet i kommunane varierar frå 1300 til om lag 4000. Vest-Telemark er den øvre og vestre delen av Telemark. Ein har område som går inn frå kysten, som har eit relativt godt og mildt innlandsklima. Utover desse dalane, som fører inn til Seljord, Kviteseid og Dalen, er Vest-Telemark lier og heiar som fører opp mot høgfjellet. Området har historisk vore relativt skjerna frå omverda. Telemarkskanalen vart bygd på slutten av 1800-talet, og vegen over Haukelid til Vestlandet kom i 1890-åra. Skal ein koma til Vest-Telemark i dag, så er det med bil eller buss. Landevegen er i realiteten den einaste måten å koma fram på. Ein kan ta båten som går på kanalen om sommaren, men det er meir for turistane.

Regionsamarbeidet er etter måten i startgropa, og kommunane har ein del rivalisering seg i mellom. Førebels ser det ut til at kommunegrensene står godt, og at kvar kommune kjempar for sitt. Alle vil ha sitt kommunesenter sterkast mogleg. Noko regionsenter er dei ikkje einige om. Ein har etablert Vest-Telemarktinget som er samansett av tre politikarar og rådmannen frå kvar kommune. Dei har møte eit par gonger i året, og føremålet er:

”Vest-Telemarktinget skal vera eit samarbeidsorgan for dei deltakande kommunane på alle område og alle plan, og skal vera eit organ for løysing av felles spørsmål og oppgåver for dei same kommunane”.<sup>3</sup>

Vest-Telemarktinget har to styringsorgan, for utanom tinget har dei Vest-Telemarkrådet. Det er samansett av alle ordførarane i dei seks kommunane, og tinget vel ein som leiar for rådet. Tinget vedtek eit arbeidsprogram som skal vera retningsgjevande for rådet sitt arbeid. Gjennom rådet uttalar kommunane seg med ei samla røyst om saker dei er samde om. Tanken

---

<sup>3</sup> Henta frå Vest-Telemarktinget si internettside. [www.vest-telemark.no/vtt/](http://www.vest-telemark.no/vtt/)

er her at fleire saman er sterkare enn at alle står åleine. Vest-Telemark blir sett på som ein region frå utsida, og ein ser det difor som viktig at ein òg ser på seg sjølv som ein region.

Ein har etablert Vest-Telemark næringsutvikling, eit regionalt selskap som skal drive med næringsutvikling i regionen. Dei vil køyre fellesprosjekt som går på tvers av kommunegrensene. Det vil seia at dei tek tak i dei prosjekta som er felles for fleire kommunar, som breibandutbygging, datasamarbeid, prosjekt for å styrke primærnæringane og småskala reiseliv. Selskapet arbeider ut frå at Vest-Telemark er ein region med felles mål på ein del felt. Dei arbeider i desse dagar med ein felles næringsplan for heile regionen. Denne skal omhandle saker som går på tvers av kommunegrensene. Han skal ikkje vera noka erstatning for planane på kommunalt nivå.

Dei fleste kommunane har eigne næringskonsulentar/sjefar som arbeider for næringsutvikling i kommunen sin. Ein har òg i fleire kommunar destinasjonsselskap som arbeider med å marknadsføre handel og turisme i kommunen. Møtestad Seljord er eit døme på eit slikt selskap, som er eit samarbeid mellom kommunen, næringslaget i Seljord og Dyrskun Arrangement.

Næringsstrukturen varierer noko innanfor området. Visse stader er det turismen som er viktigast, medan andre stader har handel vorte ei viktig næring. Ein har industri i heile området, utan at industrien er særskilt stor nokon stad. Primærnæringane har historisk vore store, men vert stadig mindre. På 50- og 60-talet vart utbygginga av Tokkeverka gjennomførte. Dette var ei stor anleggstid som har sett spor etter seg. Denne utbygginga verka som ein magnet på arbeidsfolk. Mange slutta med jordbruk i denne tida. Anlegget får òg skulda for at Vest-Telemark utover 70- og 80-talet hadde relativt få mjølkebruk att. Slik vart sysselsettinga i jordbruket ganske redusert etter anleggsperioden. Det vart òg lagt eit grunnlag for vekependling i anleggstida. Då anlegget var ferdig, var det mange som hadde fått ein kunnskap som relatera seg til anleggsdrift, me får dermed etablert ein pendlarkultur. Folk byrja å pendle til arbeid andre stader. Denne kulturen har halde seg, slik at me òg i dag har ei relativt stor gruppe som pendlar. I dag er det ikkje berre anlegg som det vert pendla til, men òg oljeverksemd og langtransport er viktige innslag.

Landbruket har etterkvart utvikla seg til å få eit stort innslag av deltidsbruk. Dette heng saman med at det er relativt små einingar i regionen, og at tilgangen på anna arbeid i periodar har

vore svært bra. I dag ser me at mange av desse deltidsbruka vert lagt ned, noko som utgjer ein merkbar nedgang i sysselsettinga og verdiskapinga. Fråflyttingstempoet har ikkje vore større enn i dag sidan emigrasjonen til Amerika for 100 år sidan. Dette gjer at utfordringa på næringsutvikling i regionen ikkje nokon gong har vore større enn no.

## 1. Bygdesamfunn på godt og vondt.

Me får i dette kapitlet ein liten presentasjon av respondentane, samstundes som det vert fokusert på korleis dei kjenner på det å bu i eit bygdesamfunn. Det vert snakka om kva fordelar og eventuelle ulemper livet i eit lite samfunn har. Det kjem fram at bygda har mange positive sider, men det vert òg drege fram visse negative sider ved å bu og arbeide i små oversiktelege samfunn. Veggen frå kreativ entreprenør til bygdetulling er kanskje kortare enn me trur.

Det blir understreka at distrikta har andre kvalitetar enn byen. Om ein meiner dei er betre eller ikkje, er ei personleg vurdering. Dette kjem klart fram i materialet der Per og Kari, seier det slik:

”Om dei verdiane og fridomen ein får i distrikta er viktige for deg må ein velja sjølv, men om dei er viktige for deg, vil du vera viljug til å ofre noko for dei”.

Kari seier vidare:

”Eg snakkar med folk som bur her, dei lurar på kva me gjer her. Eg svarar at det er så bra med rein luft, reint vatn og fin natur. Dei ser på meg og seier, det er greitt, men kva med det. Dei klarar ikkje å forstå kva for kvalitetar me ser her”.

Per og Kari har tidlegare budd i byen og hatt faste jobbar båe to. Kari er utdanna lærar og har arbeidd som det i over 20 år, Per hadde arbeidd som leiar i eit internasjonalt optikarselskap. Dei kom til eit punkt der dei ikkje treivst lengre med livet sitt. Dei ville då endra livsstil og med det som motivasjon flytta dei ut i distriktet og starta med eiga næring. For Per og Kari var det ikkje entreprenørskapet som var motivasjonen, men ei endring av livsstilen som heilskap.

Kor mykje vekt ein legg i korleis det er å bu, kan variera etter kva for fase i livet ein er. Ola seier: ”Kva som blir lagt vekt på når ein vurderer å slå seg ned, kjem an på kven dei er. Er det ein familieperson, så vil det å bu bli viktig for han”

Kva som er viktig for kvar enkelt kjem heilt an på kva ein er ute etter. Ola meiner det må vera noko som dreg til ein plass, enten arbeid, butilhøve eller familie. Det er mange stader som er fine å bu, meiner han og ein flyt ikkje utan at det er ein grunn for det. Ola er oppvaksen i området og har drive som fotograf. Han er no i 50-åra og driv som frilansprodusent av dokumentarfilm for næringslivet, organisasjonar og fjernsyn. Mesteparten av kundane har han i Oslo-område, så slik sett skulle han ha budd der. Men for han så er ikkje det å køyre bil noko problem, og han kan eigentleg ikkje tenkje seg å bu i byen. Noko økonomisk tap fordi han bur i distriktet veit han eigentleg ikkje om han har. Det er billigare både å bu og ha lokale for næringsverksemd i distriktet og det veg opp for den tida og kostnaden ein har med meir køyring, meiner han. Det verkar som Ola ikkje har tenkt så mykje over kvifor han bur der han bur, utover det at han trivst og får drive med det han ynskjer.

Morten som er i 50-åra, har vakse opp der han bur. Han driv med datateknologi og har hatt fleire prosjekt med automatisering av ulik art. Han er utdanna innanfor marknadsføring og har arbeidd med det ei tid. Han seier at om ein ser litt kynisk på det, så bur han her av di det er like langt til alle stader. Kundane hans ligg over heile Sør-Noreg, og ut frå det blir bustaden grei nok. Men han har òg røter her som held han att, eit lite småbruk har han òg overteke etter ein onkel. Morten meiner at han vanskeleg kan sjå kva som skulle dra han hit om han var oppvaksen og budde ein anna stad.

Anders er i 40-åra og har kome som innflyttar, han har vakse opp i ein by på Austlandet. Kona hans kjem frå området, og då han fekk arbeid her, så valte dei å flytte hit. Anders gjev uttrykk for at tilboda ein har i byen ikkje blir sakna av han. Mange er opptekne av kor langt det er til byen, men som han seier: ”Eg var til Skien kanskje 5 til 6 gonger i fjor, då spelar det inga rolle om eg brukar 1 eller 3 timar dit. Eg har alt eg treng her, så kvifor skal eg reise til byen så ofte.”

Knut er midt i 40-åra og er oppvaksen i ei grend på Austlandet. Etter at han var ferdig med vidaregåande, flytta han til Oslo og arbeidde der som anleggsarbeidar i nokre år. Der trefte han kona, og etter nokre år fekk dei tilbod om å ta over slektsgarden til kona. Etter ein del

rundar bestemte dei seg for å gjera det. Dei hadde då òg fått ein unge, og dei meinte etterkvart at distrikta var ein betre plass å vekse opp. Knut hadde aldri tankar om å bli verande i Oslo, om dei ikkje hadde fått tilbod om å ta over garden, så meiner han at dei hadde flytta ut av byen likevel. ”Eg følte at tempoet i Oslo var for høgt alt i midten av 80-åra, og eg orkar ikkje å tenkje på korleis det er i dag.”

Han meiner at det å ha ro rundt seg er viktig for å kjenne at ein lever. I byen er der alltid noko som skjer, og folk som driv med eit eller anna. Ein får ei summing rundt seg heile tida. Når Knut tek med seg folk som bur i byen, ut på jakt, ber han dei om å leggja seg ned i lyngen og kjenne på kor stilt det er, høyre at hjarta slår og kjenne at dei er i live. Arbeidet i distrikta kan nok vera like hardt og med like stort tempo som i byen. Men når ein ikkje arbeider, så får ein ro. Dette forstår eg at Knut meiner er ein god verdi som distrikta har. Knut kjem òg inn på den sosiale nærleiken dei har i lokalmiljøet:

”Her i kommunen kjenner alle kvarandre. Av og til kan ein ynskje at ein budde i Oslo og var veldig anonym, av di alle her veit kva du driv med. Men i det store og heile trur eg det er positivt, av di ein får ei kjensle av at ein blir tatt hand om, då får ein heller finne seg i at alle veit kva du gjer”.

Det at bygda har eit levande lokalmiljø blir trekt fram som ein god verdi for distrikta. Stein som no er i 50-åra, har store delar av yrkeslivet arbeidd med prosjekt innanfor film. Han forklarar opplevinga av lokalmiljøet på bygda slik: ”Me ville flytte på landet av di me hadde ei kjensle av at ein ikkje kjenner nokon i byen, det fins ikkje noko lokalmiljø der. På bygda opplevde me eit tett og nært sosialt liv.”

Han gjev klart uttrykk for at han fann noko av det som han sakna. Dette å reise på butikken og treffe folk ein kjenner og kan ta ein prat med, ser han på som ein viktig faktor for å trivast. Dette å treffe folk ein kjenner i mange situasjonar, meiner han at gjev eit tett og nært sosialt liv. Han kallar dette bygdenærleik og meiner at det er ein kjempeverdi, som ein kan og bør marknadsføre. Etter kva eg skjønna, meinte Stein at ein fekk ein sosial tryggleik gjennom dei sterkare sosiale relasjonane. Bygdenærleiken gjev ei kjensle av at andre bryr seg, av di fellesskapet tek meir ansvar for kvarandre. Det fører vidare til at ein føler ein er inkludert i samfunnet, og faren for å verta einsam vert redusert. Når samfunnet vert meir ope, vil ein lettare kjenne at ein har oversyn, særleg når ein har ungar vert dette drege fram som positivt.



Ein veit då i større grad kven ungane er saman med, og foreldra følgjer med ungane i fellesskap. Bygdenærleiken kan gje eit sterkare samhold og eit rikare sosialt liv, etter Stein si meining. Men Stein legg heller ikkje lok over at lokalmiljøet òg har negative sider, noko som han òg har opplevd.

Bygdenærleiken kan me sjå i samband med dei mellomsterke sosiale relasjonane som eg meiner ein har i små samfunn. Ein vil i desse relasjonane få eit breitt forhold til dei menneska ein lever saman med. Men for ein person som går litt på utsida av det aksepterte i lokalsamfunnet kan bygdenærleiken, som Stein meinte gav ein tryggleik, slå motsett og bli den største børa ein har. Morten er den av respondentane som gjev mest uttrykk for at dei sterkare sosiale relasjonane har negative sider ved seg for entreprenørskap:

”Eit lite samfunn har mange uvanar og lita evne for å akseptera ting. Det som er mest typisk når nokon prøvar noko nytt er, ”Ja, gjeng detta då”, og så det neste er, ”Detta gjeng dårleg” og den seiste del av historia er, ”Var det ikkje det eg sa”. Men dei tør aldri opne kjeften når det går motsatt. Dette er eit lite samfunn i eit nataskal.”

Vidare hevdar Morten:

”Når eit lite samfunn som her, ikkje forstår kva du driv med, så stemplar dei deg og seier, Nei, det der er berre ein rørekopp. Du ser vegen frå gründer til bygdetulling er ikkje lang.”

Han aksepterer at dette er noko av det som fylgjer med det å vera gründer i eit lite samfunn. Men han synest det er tungt å få slike ting vert slengt etter ein. Ut i frå det Morten her seier, kan bygdenærleiken føre til ei opparbeiding av urette oppfatningar av ein person i lokalsamfunnet. Dette kan ha mange følgjer, men særleg to sider vil ha negative følgjer for entreprenørskap. Dei urettmessige oppfatningane av personen det handlar om vil i neste omgang hindra personen i sine aktivitetar. Han kan på grunn av desse urette oppfatningane risikera at ein ikkje oppnår den tilliten ein har bruk for ved realisering av eit prosjekt. Den andre sida av dette er, at det kan verta tungt å bera dei urette oppfatningane ein har ei kjensle av at lokalsamfunnet har.

Når me ser kva Morten uttalar, så kan ein vel skjønne at ein kreativ entreprenør lett vil kunne få eit drag mot eit samfunn, der moglegheita for å verta urett stempla, av di ein tenkjer og gjer ein del ting annleis enn andre, ikkje lengre vil vera tilstades. Dette er noko som Morten òg

gjev eit klart uttrykk for: ”Det er røtene som held meg att, slik at eg ikkje gje opp og flyt til byn. Men det er grenser, for kor lenge det held meg att”.

Når Morten seier at han er sliten av desse tendensane i lokalsamfunnet, og at det berre er røtene som held han attende, kan det vera eit døme på at ”bygdedyret” har fått overtaket.

Knut har òg merka at det kostar litt sosialt og sette i gang prosjekt etter prosjekt:

”Dei seier nok rundt på bygda, at no prøvar dei det i dag og så prøvar dei noko anna i morgon, men det er no slik me arbeider og vil arbeide, og me er stolte over det me har gjort, så får folk seia kva dei vil”.

Men han legg til:

”Eg håpar at det bygdedyret som bur i oss alle blir meir og meir borte, det vil nok alltid leva der, men for at ein skal få ei sunn utvikling, så bør det bort i den forma me her ser det. Og det beste våpen ein då kan bruke, er å få opp ein stor optimisme og framtidstru”.

Som materialet syner vil bygdenærleiken ha både sterke og svake sider ved seg.

Entreprenørane vil truleg vera mest kjenslevare for dei negative sidene til bygdenærleiken.

”Bygdedyret” vert drege fram av respondentane som ein negativ faktor for entreprenørskap.

Føresetnaden for ”bygdedyret” er at primærkontrollen (Christie 1982) framleis har ein viss styrke i lokalsamfunnet. Overgangen i frå eit samfunn med primærrelasjonar til eit samfunn

med meir og meir sekundærrelasjonar (Villa 2005), vil vera eit viktig tilskot til å svekka

styrken til primærkontrollen. Den stadige urbaniseringa av bygda fører til at fleire og fleire får

eit sosialt liv som ikkje på same måten er lokalt tilknytt. Til dømes så får ein sosiale relasjonar

gjennom særinteresser over eit større geografisk område, dette fører til at dei lokale

relasjonane vert svekka. Som følgje av dette misser primærkontrollen mykje av styrken sin.

Knut syner på sett og vis at denne samfunnsutviklinga etterkvart grip om seg. Han har fristilt

seg så mykje i frå lokalmiljøet at han ikkje bryr seg om kva som vert snakka om. Morten

meiner derimot at trykket frå primærkontrollen er ubehageleg. Dette kan koma av at han

kjenner seg meir knytt til lokalmiljøet og dei sosiale relasjonane han har der, enn kva Knut

gjer. I dette biletet skal ein ta med seg at Knut er innflyttar, medan Morten har vakse opp i

lokalmiljøet. Det vil ikkje vera unaturleg at Morten av den grunn har sterkare sosiale band i

lokalsamfunnet, noko som då gjer sitt til at primærkontrollen vert styrka mot Morten.

## Samandrag.

Me har i dette kapittelet sett på korleis det er å bu og leva i Vest-Telemark. Respondentane dreg fram nokre faktorar som dei meiner er verdier ein får når ein bur i ei bygd. Butilhøva og eit tettare sosialt liv, som vart kalla for bygdenærleik, var faktorar som dei meinte at bygda skilde seg klart i frå tilhøva i ein by. Det er spesielt bygdenærleiken som kan ha spesiell tyding for entreprenørskap. Mykje av oppfatninga av bygdenærleiken var positiv, men det kom fram at den hadde sider ved seg som ikkje utan vidare kan reknast for å vera positive.

Det vert i materialet gjeve uttrykk for at bygdenærleiken gjev sterkare sosiale relasjonar. Desse sterkare sosiale relasjonane vil føre til at primærkontrollen vert styrka. Ein styrka primærkontroll vil fort opplevast som ein brems for ein entreprenør. Men gjev bygdenærleiken reelt noko sterkare sosiale relasjonar på bygda? Når ein meiner at utviklinga på bygda har gått i frå primærrelasjonar over mot meir sekundærrelasjonar, vil det føre til at bygdenærleiken er i ferd med å minke som fenomen på bygda. Den eine av respondentane uttalar heilt klart at han ikkje tek praten på bygda noko særleg alvorleg. Opplevinga av at bygdenærleiken gjev sterkare sosiale relasjonar, som nokre av respondentane gjev uttrykk for, kan vera meir ei historisk oppfatning av livet på bygda, enn den er reell i dagens bygdesamfunn. Materialet som eg har samla inn gjev ikkje noko grunnlag for å konkludera i denne samanhengen. Men på grunn av utviklinga i samfunnet vil både dei positive og dei negative resultata av bygdenærleiken verta reduserte. Ein kan difor stilla spørsmål om bygdedyret i realiteten, kjem til å skapa vanskar for entreprenørskap på bygdene i framtida.

## 2. Idéskaping

”Ein god idé kan du ikkje tinge, den kjem. Den kan koma når som helst, men den dukkar opp i samband med noko du ser eller høyrer. Det kan vera ein god eller dårleg idé, er den dårleg så forsvinn den att, men er den god, så festar den seg litt,” forklarar Ola og legg til: ”Ideane kjem ikkje heilt i vilkska, du må ikkje forstå meg slik, dei kjem ut av det du driv med og tenkjer på”.

Kva er det som gjer at nokre personar stadig får idéar til å dukke opp. For å sjå på det vert det naturleg å sjå mot kreativitet som nettopp handlar om å utvikle nye idéar. Geir Kaufmann, hevdar at skal noko verta rekna for å vera kreativt, må det vera både originalt og ha ein verdi på ein eller annan måte (Kaufmann 2006). For at ein skal koma opp med noko som er originalt føreset det ofte at ein må bryta med det vante, ein må ha vilje og styrke til å tenkja i nye og ukjente banar. For at konklusjonen ein kjem fram til skal reknast for kreativ må han anten ha ein materiell verdi (teknologisk) eller ein menneskeleg verdi (kunstnarleg).

Ein kan sjå på kreativiteten som ein prosess, der ein delar kreativiteten opp i fire fasar. Den fyrste fasen kallar ein *førebuingsfasen*, som er organisering av det spørsmål/ utfordring ein ser. Ein lagar så nærmast ei problemstilling som ein samlar informasjon om. Den andre fasen kallar ein *inkubasjonsfasen*, dette er der både medvitnet og undermedvitnet arbeider med ei løysing. Når løysinga er mogen, får ein så *illuminasjon*, som er den tredje fasen. Her kjem svaret fram og løysinga som du har trua på, står då klart for deg. Når ein har den nye løysinga, så kjem *verifikasjon* eller *revisjonsfasen*, som er den siste fasen, og som inneber alt arbeidet som måtte koma ut av den løysinga ein har kome fram til (Florida 2004: 33). Dette er ein prosess som ein kan læra, men er denne prosessen nok?

Me har alle ei slags meining om at nokre personar er meir kreative enn andre. Men kva er det som er karakteristisk for dei kreative personane? Innanfor psykologiforskinga har dei leita etter kreativiteten sin essens. Teresa Amabile meiner at kreativitet ikkje er det same som intelligens. Det blir hevda at ein bør sjå på kreativitet skilt frå andre mentale evner, og då spesielt dei som høyrer inn under intelligens. Men intelligens har å gjera med evna til å analysa mengder med data, som med det påverkar det kreative potensialet. Men det er ikkje synonymt med kreativitet. Det blir hevda her at kreativ kan ein vera med den intelligens ein måtte ha, men kompleksiteten i arbeidet kan variere ut frå intelligensen (Amabile 1989). Dette

seier ikkje at dei intelligente er meir kreative enn andre, men dei kan behandle større mengder med data. Og med det sjå på andre meir kompliserte problemstillingar

Kaufmann kjem med eit framlegg der han hevdar at det kan hende det er slik at kognitive prosessar, og personlege eigenskapar opererar saman og føreset kvarandre i dei utprøvingane som fører til kreativ yting og kreativt produkt. Ein meiner at ved å sjå etter kva for trong, haldningar, interesser, verdiar, mål og emisjonar den kreative har, kan ein finne visse personlege trekk som kjem spesielt fram hjå kreative personar (Kaufmann 2006: 64-65).

I daglegtala vert det ofte bruka kreativitet om to ulike tydingar, det vart bruka både for det ein kan kalla kunstnarleg og vitskapleg kreativitet. I ei undersøking der målet var å koma nærast mogleg grunnfjellet i kreativiteten, meinte ein at det beste var å finne personar som hadde innslag av båe desse typane kreativitet. Valet vart då arkitektar som både må ta omsyn til vitskapen og teknologiens krav, samstundes som dei må ta omsyn til visuelle og estetiske prinsipp. Det vart selektert ut 40 arkitektar som ein samanlikna med to kontrollgrupper. Resultata vart at dei kreative arkitektane markerte seg særleg sterkt på følgjande personlege drag:

Høg sjølvtilitt, aggressiv og pågåande, fleksibel, sjølvaksepterande, lite påverka av sosiale barrierar og andres meiningar, sterkt prestasjonsorientert, låg konformitet, uavhengige og standhastige, introversjon og intuitiv grunnhaldning (Kaufmann 2006).

På spørsmålet om dette berre gjeld for arkitektar, eller om det har ein meir generell karakter, hevdar Kaufmann at ein ved andre undersøkingar av kreative forfattarar har funne liknande tendensar (Kaufmann 2006: 66-67). Sjølv om ein skal vera varsam med å generalisera, kan ein ut i frå kvar forskinga står i dag, kanskje gå ut i frå at dei personlege draga som er nemnde over kan vera knytte til kreative personar meir generelt.

Som me ser over så er kravet for at ein idé skal verta rekna for kreativ at han er original og ny i den forstand at det ikkje har vore gjort eller tenkt før. Dette kan verta ein noko stram definisjon av kva eg meiner med idéskaping i denne oppgåva. Ein idéskapar er ein person som er idérik både med originale idear (alfakreativitet), men òg med idear som er mindre originale (betakreativitet). Det kan vera at dei ser nye utveggar lokalt, men som ikkje er nye andre stader. Ein kan tenkje seg at ein vil utnytte storviltjakta kommersielt, dette kan vera nytt, og bryte

med det som lokalt er vanleg, men kommersiell jakt har ei lang historie mange stader i verda slik at ein kan ikkje rekne det for å vera særleg kreativt ut i frå kravet om originalitet som definisjonen av kreativitet krev. Det kan sjå kreativt ut og det er noko nytt sett ut i frå den lokale konteksten, men det er ikkje kreativt, det er meir å rekne for ei lokal nyskaping. Idéskaping vil i denne samanhengen verta definert litt annleis enn kreativitet, fordi ein har ein annan definisjon av originalitetskravet, for idéskaping vil det vera nok at ideen representerer noko nytt i den lokale konteksten.

### **Kreativiteten byggjer på allmenne eigenskapar.**

Kva som gjer personar kreative, har det vore fleire forklaringar på gjennom tida. I kunstverda har ein hatt eit omgrep der dei kreative på ein måte har blitt tileigna eit talent i frå fødselen av. Gjennom omgrepet karismatisk kunstnar har dei definert dei kreative inn i ei rolle som dei meir eller mindre har vorte fødte til (Mangset 2004). Ein kunne ikkje ved hardt arbeid trene seg opp for å fylle denne rolla.

I den seinare tida har fleire kome til den erkjenninga at det ikkje er noko eksepsjonelt ved kreativiteten. Boden meiner at om ein trur på den romantiske myta om *the creative genius*, der ein anten har evnene eller ikkje, vil føre til at det ikkje vil vera noko fornuft å ta utdanning o.s.v. fordi ein aldri vil kunne nå målet likevel (Boden 1991: 255). Om ein har ei anna haldning vil det sjå annleis ut. Ho seier: "A very different attitude is possible for someone who sees creativity as based in ordinary abilities we all share, and in practised expertise to which we all aspire" (Boden 1991: 256).

Under intervjuet snakka eg med respondentane om kva dei trudde var grunnen til at dei hadde vorte kreative. Stein meiner kreativiteten han har kan ha samanheng med oppveksten. Han fortel at han voks opp i ein heim der mor hans var særst initiativrik, og at nei ikkje var ein opsjon hjå dei. Mange av dei tinga mor hans fekk til når Stein var liten, imponerte han: "Mi mor hadde handlekraft, ein tenkjer, ein handlar og det nyttar". Dette livsmottoet verkar det som om Stein har teke med seg frå mor si.

Stein definerar seg sjølv som ein drøymar. Han meiner at det òg kan ha noko med kreativiteten å gjera. I dette så ligg det, seier han: "Ein drøymar torer å drøyme dei tankane

andre ikkje torer å drøyme”. Han meiner at dette gjer sitt til at han torer å tenkje tankane, og gjennom det får han ideane.

Morten meiner at kreativiteten er lært. Han seier: ”Måten ein veks opp på, har nok mykje å seia for kor kreativ ein blir. Det er lært i tidleg alder”. Vidare meiner han at måten ein er nyfiken på, og gjennom det utviklar evna for å løyse ting som liten og ikkje slutte med det, er viktig for kreativiteten. Han fortel at på heimvegen frå skulen så plukka han med seg all verdas ting. Motorar til motorsyklar og alle andre ting det gjekk ann å skruve frå kvarandre blei med heim. Etter at han hadde demontert for å sjå kva som løynde seg inni alt saman, hugsar han at mor hans klaga på alt rotet, men ho let han få drive på med sitt. Han meiner det er dette som er grunnen til at han no som vaksen stadig har lyst til å finne ut korleis ting fungerer, og at han gjennom det skapar grunnlaget for å få nye idèar.

Me ser her at både Stein og Morten meiner kreativiteten er noko dei har frå barndomen av, og at takhøgda og fridomen dei fekk i heimen, kan vera ein av grunnane til at dei har vorte kreative. Stein fekk lov til å setje idèar ut i livet utan at det heile tida vart avgrensa av dei vaksne. Dette er noko Morten òg viser til, han fekk lov til å sjå og finne ut korleis ting fungerer, og det meiner han var viktig for å utvikla evna til å sjå nye samanhengar.

Knut uttalar seg litt meir tvisynt om dette, han seier: ”Det trur eg ligg i noko nedarva”, og forklarar: ”Både far min, onklane mine og bestefar min har alltid vore veldig søkjande og kreative.” Han fortel at han stadig får nye idèar, og når han har ein ny ide vil han ha den ut i livet fortast råd for å teste den ut. Om Knut meiner det er biologisk nedarva eller miljømessig tileigna kjem ikkje klart fram, men det kjem fram at Knut har vakse opp i ein familie der kreativiteten har stått sentralt. Ut av dette så må ein ha lov til å tru at han har fått rom for å vera kreativ under oppveksten.

Ola meinte kreativiteten hadde vore der i alle år, og at han har drive med så mykje rart, at ein ikkje kunne gjort det om ein ikkje var litt galen (i tyding at ein er uregjerleg). Han har alltid vorte dregen mot nye ting og har hatt eit drag mot å setje nye idèar ut i livet. Det er òg mange idèar som har forsvunne i lufta, seier han: ”Slik må det berre bli når ein er kreativ og nyfiken på ting. Ein kan ikkje slå av kreativiteten, anten er ein det eller ikkje, trur eg”, og han avsluttar med: ”Eg trur ikkje at ein kan lære å bli kreativ, anten har du det i deg eller ikkje”.

Med fyrste augekast kan det sjå ut som om Ola meiner det er medfødd. Det kan vera at kreativiteten har vore så naturleg for han, at han aldri har tenkt over kva som kan vera grunnen til kreativiteten hans. Det kan ikkje ha vore noko som tydeleg har stimulert kreativiteten hjå han, då ville eg tru han hadde hugsa det. Ein kan velja å tolka dette som ei røyst for at kreativiteten er eit medfødd talent. Men eg vil heller tolka det dit, at det er ingen som har motarbeidd det nyfikne i han som liten.

Skal me finne ein fellesnemnar hjå respondentane, må det vera at ingen gjev uttrykk for at dei har vorte avgrensa i søking og nyfikenskap då dei voks opp. Det kjem ikkje fram eigenleg noko som talar for at dei har vorte stimulerte til å verta kreative. Me kan tenkja oss at Knut og Stein kan ha fått noko inspirasjon på grunn av handlekraft og kreativitet i familien, men dei gjev ikkje uttrykk for at dei beinveges har vorte stimulerte til kreativitet.

Det ser etter mi oppfatning ut til at det handlar om nok rom i oppveksten for å ta i bruk eigenskapane me alle har. Om kreativiteten er lært, må han byggje på allmenne eigenskapar, som ein då har lært seg til å bruke på ein måte som gjev kreativitet. Boden hevdar: "Creativity draws crucially on our ordinary abilities. Noticing, remembering, seeing, speaking, hearing, understanding language, and recognizing analogies: all these talents of Everyman are important" (Boden 1991: 245).

Me ser her at Boden meiner at vanlege allmenne eigenskapar ligg i botnen for kreativiteten. Kaufmann støttar langt på veg Boden sin påstand, men legg til at sjølv om dei kognitive prosessane som er i bruk er av ein allmennkarakter, som ein òg har i rasjonell-analytisk og heuristisk-intuitiv problemløysing, viser ein del forskning på området at kreativ problemløysing synes i mykje større grad å bygge på implisitte, umedvitne prosessar, og at den er meir sensitiv for intuisjon og inkubasjon. Kaufmann kjem fram til at ein ut i frå forskinga på feltet ikkje kan hevda at kreativ problemløysing har ei heilt særeigen form, men at ein kan sjå på kreativ problemløysing som spesiell i si kognitive prosessfil (Kaufmann 2006: 58).

Ut i frå dette kan ein forstå det slik at det er måten ein brukar dei allmenne eigenskapane, som er spesiell. Ein kan då forstå respondentane dit, at dei har lært å bruke dei allmenne eigenskapane i barndomen på ein slik måte at dei utnyttar det kreative potensialet sitt.



## Individualisme

Dei kreative entreprenørane, som gjev uttrykk for at dei forstår verda ut i frå egne overtendingar, har mykje individualisme i seg. For ein skilde kan det verke som individualismen har samanheng med egoisme. Mange meiner at individualismen kan føra til eit meir egoistisk samfunn. Særleg i psykologisk litteratur blir individualismen sett på som om individa søker isolerte mål og skilt i frå fellesskapet (Mogensen 2005: 120). Dette vil seia at individa har nok med seg sjølv og meiner dei ikkje er avhengige av andre for å nå måla sine.. Dette synet på individualismen er merkt av at der er eit stort innslag av egoisme i han.

I materialet mitt finn eg at respondentane er opptekne av korleis det går med menneska kring seg. Knut reknar seg sjølv som individualist og samanliknar individualismen med ein egoisme i positiv retning. Han seier: ”Det er greitt å seia at ein er egoist, så lenge den ikkje fører til at ein berre tenkjer på seg sjølv. Ein må gjera noko ut av egoismen sin, ein må bruke egoismen for å utvikle seg sjølv”.

Hjå Knut handlar individualismen om å utvikle seg sjølv gjennom aktiv handling.

Individualistar treng tre fridomar for å fungere. 1) Økonomisk fridom, dette får ein gjennom eige arbeid. Om ein blir forsørgja av andre, vil ein ikkje ha denne fridomen. 2) Sosial fridom, det vil seia at ein ikkje er knytt opp mot grupper med sterke overtendingar. 3) Politisk fridom, her er det ein fungerande rettsstat som er grunnlaget. Ein stat der yringsfridomen står sentralt og ulike politiske og ideologiske overtendingar vert tolererte (Mogensen 2005: 141).

Fyrst når alle desse vilkåra er på plass, har ein eit rom som individualistar kan verke i. For Knut sin del, så har han klara å opparbeide desse fridomane og meiner at han får handle relativt fritt i det daglege. Han likar å styre seg sjølv, og gjennom det få utvikle både seg sjølv og næringsverksemda si. Etter kva eg kan forstå, så er det hugen til å utvikle seg sjølv Knut ser som egoisme. Han gjev klart uttrykk for at han ikkje kan nå måla sine åleine. Han seier: ”Me har gjensidig nytte av kvarandre sin aktivitet. Me sit på same toget, kanskje i same vogna. Me må dra lasset i saman og då helst i sama retning”.

Eg meiner me her ser at Knut har ei haldning, som seier at det er gjennom fellesskapet ein kan lukkast. Ein kan seia at han vil realisera seg sjølv i fellesskapet, ikkje på sida av det. Dette høver dårleg med at individualismen skal føre til eit meir egoistiske samfunn, der ein ser på

egoisme som om ein berre tenkjer på seg sjølv. Mogensen meiner at den individualismen som dei meiner å sjå hjå Creative Man, ikkje må samanliknast med egoisme. Han hevdar:

”Creative Man kan hjelpe, ære og respektere et væld af mennesker. Forudsætningen for at handle etisk er nemlig, at man er klar over, at ens handling udspringer af ens individuelle vilje, som man selv kan stå inde for. Uden selvstændige individuelle mennesker ville der ikke eksistere nogen etik. Uden etisk bevidste mennesker ville begrebet ansvar slet ikke eksistere. Handler et menneske ikke du af en selvstændig overbevisning om, at det han gør, er rigtigt, er han upålidelig og derfor ikke i stand til egentlig at hjælpe andre. Individualisme forstået på den måde, som Creative Man er eksponent for, er derfor forudsætningen for, at egoismen overhovedet kan overvindes” (Mogensen 2005: 132).

Dette stemmer betre med den individualismen som kjem fram hjå respondentane. For det er meir ein individualisme der ein ikkje har desse egoistiske tendensane, der ein berre tenkjer på seg sjølv. Fokuset er meir at ein som enkeltindivid handlar saman med og er avhengig av fellesskapet. Å sjå individualismen på denne måten, fører til at me kan seia at individualisme og fellesskapet gjeng hand i hand mot felles mål.

Me skal no sjå litt på kva respondentane mine meiner motiverar dei til å utvikle idear og korleis får dei inspirasjon i Vest-Telemark til å utvikle nye idear.

### **Det umoglege er mogleg.**

Det verkar som dei kreative entreprenørane har ei haldning som gjer at dei trur på at ting som verkar umogleg er mogleg. Det verkar som dei har ein god porsjon med nyfikenskap i seg, som gjev dei motivasjon til å søkje etter nye løysingar.

Joel Mokyr ser på kreativitet som eit opprør mot det gjeldande. Han seier:

”Economists and historians alike realise that there is a deep difference between homo economicus and homo creativus. One make the most of what nature permits him to

have. The other rebels against nature`s dictates. Technological creativity, like all creativity, is an act of rebellion” (Mokyr 1990).

Me ser her at Mokyr meiner at dei kreative personane opponerar mot det som naturen tillet. For å få noko ut av det må me sjå om me kan finne ut kva det er naturen tillet. Fyrst då kan me finne ut kva det er dei kreative ikkje vil la seg avgrense av. Kva naturen tillet vert avgrensa av den kunnskapen som er i det aktuelle samfunnet. Om me ser på dette i ljøs av kva Nietzsche hevda, så meinte han at kunnskap ikkje bygde på sanne oppdagingar, men på konstruksjonar av tolkingar av verda som vert tekne for å vera sanne (Barker 2000: 144). Denne kunnskapen avgrensar kva naturen tillet og ikkje tillet i eit samfunn. Ein kan difor hevda at det er kunnskapsbasen i eit samfunn som dei kreative opponerar mot.

Under intervjuet snakka eg med respondentane om kva dei meinte var grunnlaget for deira idéskaping. Det dei gav uttrykk for var at dei braut med noko, dei gjekk utover det vante på ein eller annan måte.

Stein har drive med mange prosjekt opp gjennom åra. Han har følgd undervisninga i fleire fag på universitetet, men ville ikkje ta eksamen. Dette av di han meiner det ikkje er noko papir som skal vise kven han er, men kva han har av kunnskapar som er det viktige i denne samanhengen. Han valde tidleg å bli med i, òg å tru på ideane til idealistiske organisasjonar. Han seier det slik: ”Eg er ein idealist, fordi eg tidleg valde å tru at det umoglege var mogleg”.

Han meiner vidare at noko av det meir sentrale i det å vera idealist er at det ligg eit ynskje, eller kanskje òg ein vilje til endring. Hjå Stein verkar det som om idealismen gjev han ei evne til å stå på, og ikkje miste trua på det ein trur på, sjølv om det kan sjå nyttelaust ut.

Stein meinte at hans val av å tru på at det umoglege er mogleg, gjev han ei opning for å sjå nye samanhengar. Han frigjer seg på sett og vis frå røyndomen, og gjennom det gjev han seg lov til å sjå samanhengar utover kva ein ser som mogleg i dag. Stein understrekar at han meiner det er trua på at det er andre måtar å løyse ting på, som er drivkrafta for idéskaping hans.

Denne trua på at det er andre, gjerne betre, måtar å løyse ting på, gjev òg Knut uttrykk for. Han seier: ”Eg søkjer alltid etter betre løysingar på det eg driv med. Ingen ting blir så bra at

det ikkje kan gjerast betre, og for meg er det ingen ting som er umogleg, det tek berre litt lengre tid.”

Etter mi meining så gjev dette uttrykk for at dei har ei grunnleggjande haldning i seg, der dei stiller spørsmål med det dei møter i livet. Dei møter verda med eit kritisk blikk og godtek ikkje verda slik ho er utan eigen refleksjon. Ein må ikkje tolka det dit at dei møter verda med ei negativ haldning. Dei møter etter kva eg skjønar, verda med optimisme og tru på at ting kan løysast. Gjennom refleksjon over verda kring seg får dei stadig nye spørsmål som dei søker svar på.

Stein og Knut har etter mi meining ei grunnhaldning i seg, som gjer at dei er merksame og gjennom det oppdagar ting dei meiner kan gjerast eller forståast på ein anna måte. Ein kan gjennom Nietzsche si tolking av ”sann” kunnskap, forklara deira syn på kunnskap. Nietzsche seier at sanning ikkje er ei samling av fakta, fordi det berre kan eksistera tolkingar, og det er ingen grenser for kor mange måtar ein kan tolka verda på (Barker 2000: 144). Dei kreative aksepterar ikkje verda slik ein ser den, dei stiller spørsmål om tolkingane er rette. Om dei ikkje vert overtydde om at dei gjeldande tolkingane er haldbare, leitar dei etter nye tolkingar, som dei då meiner er meir haldbare ut frå deira synsstad.

Skilnaden mellom det som vert oppfatta som mogleg å gjennomføra, og det som vert oppfatta som umogleg å gjennomføra, vil her vera at det moglege kan forklarast med den kunnskapen som til kvar tid er gjeldande i samfunnet, medan det umoglege ikkje kan forklarast ved hjelp av denne kunnskapen. Ein kan difor hevda at ein ting vert umogleg fordi ein ikkje har kunnskap til å gjera det mogleg. Stein og Knut vil ut i frå sine utsegner, ha tru på at det finst løysingar som vil gjera det som var umogleg i går mogleg i dag. Dei vil gjennom trua på at der finst andre løysingar, få ein motivasjon for å søkje etter desse løysingane.

## **Mellom frigjering og realisme**

Det å vera fri i tanken ser ut til å vera sentralt for kreativitet. I materialet kjem det fram at realismen vert sett på som ein bremsekloss for å utvikle nye idéar. Det kan til dømes vera at ein møter vanskar med å sjå korleis ein skal løyse tekniske utfordringar ved ein idé. Ein opplever at ein pr. dags dato ikkje ser nokon realistisk måte å løyse desse utfordringane på.

Det vil då vera lett å avslutte heile tankerekka og konkludera med at ideen ikkje var realistisk. Når ein skal vera kreativ, er det slike hinder ein ikkje må ta for tungt, ein må frigjera seg i frå alle moglege faktorar som kan sjå vanskeleg ut i dag. Evna til dei kreative entreprenørane ser ut til å vera at dei ikkje gjev opp, men heller prøvar å finne løysingar på alle utfordringane ein møter ved utvikling av ein ny idé. Utfordringa ser ut til å vera, i kor stor grad kan ein frigjera seg i frå gjeldande realitetar og likevel koma opp med ein idé som kan realiserast.

Morten har fleire gonger hatt idear og prosjekt som har kome for tidleg. Han fortel at han i 1980 laga strekkodar i forretninga baserte på pc-teknologi. Det var berre ei forretning i USA som var før han på dette i verden, meiner han. Dette vart ikkje noko vellukka prosjekt for han, men me veit alle korleis det ser ut i dag. Men for di om han har oppdaga at ideane hans kan vera litt framfor si tid, vil han ikkje la seg ”temme” av den grunn. Han meiner at skal ein vera innovatør og liggje i front av utviklinga, så må ein strekke realismen litt, og forklarar det slik:

”Det er ikkje alltid så lurt med for mykje realisme. Fordi sluttar du å høyre på magen din, så har det gått gale. Ein del folk får for store bremsklossar med å vera for realistiske. Eg har lært mykje opp gjennom åra, så ein skal ha kunnskap, men ein må stola på seg sjølv også.”

I den meininga at ein må tora å trø opp vegar ingen før har tråkka.

Det same meiner Knut, som seier at ein må vera viljug til å kaste seg ut på djupt vatn og lata realismen liggje. Alt kan ikkje vera trygt til kvar tid, meiner han og seier:

”Realist må ein vera innimellom”. Han har ei klar meining om at ein ikkje heile tida kan avgrense seg sjølv med realismen: ”For å nå nokre mål, må ein spela poker med seg sjølv”, hevdar han.

Stein peikar på kor viktig det er at ein person som skal vera kreativ, må få vera ein fri person. Di meir fristilt ein person er i frå krav i samfunnet, di meir kreativ har ein moglegheit til å vera. Etter Stein si meining er ei av føresetnadene for å klara å frigjera seg, at ein får lov til å vera urealistisk.

Respondentane meiner at dette å sleppa seg fri frå realismen er viktig om ein skal koma opp med nye idèar. Det vert viktig at ein ikkje stoppar ei tankerekkje av di det verkar urealistisk,

ein må la tanken få renne vidare. Å stå i mot realismen ser dei som ein sær s viktig faktor for kreativiteten. Kva for stengsel me snakkar om at realismen står for, vil variera i takt med kva ideen dreiar seg om. Ein kan tenkje seg at ein ikkje ser det som økonomisk realistisk å realisera ein idé, medan ein annan idé kan omhandle organisering av ei teneste der organiseringsmetoden ikkje verkar realistisk. Ein kan tenkje seg at same kva ideen omhandlar, vil den møte utfordringar frå realismen, for det som vert rekna for å vera realistisk av samfunnet, er ting som passar inn i den definera ramma som samfunnet har. Det vil seia at når ein idé vert realistisk, så kan ein forstå ideen innanfor den kunnskapen som samfunnet har. Dei kreative entreprenørane vil gå utover dei rammene som alt ligg der, og må difor gå utover det som samfunnet reknar for realistisk. Difor ser dei på realismen som eit stengsel for utvikling av nye idèar.

Mest mogleg hinder og stengsel må fjernast og tanken må få størst mogleg rom å leike i. For at tanken skal få mest mogleg rom, må ein difor fjerne seg frå dei sanningar som samfunnet rundt ein har. Ein må tora å vandra ut i si eiga definerte sanning, og som Stein sa: ”Ein må tora å tenkje dei tankane ingen andre torer å tenkje”.

## **Problemløysing i grupper eller individuelt**

Ut av det Florida hevdar i si bok, der han meiner at kreativitet er ein fråvikeleg, sosial prosess, og at det ofte skjer i kreative grupper (Florida 2004: 34), trudde eg kreativt miljø ville vera eit sagn i distrikta. Svara eg fekk overraska meg, det var ingen av respondentane som sakna eller ville ha ei kreativ gruppe kring seg for å hjelpa med å koma fram til nye idèar. Knut meinte at når han skal koma fram til nye idèar, må han ha fred og ro for å søke den informasjonen som han kjenner er rett for den tankerekkja han er på. Han vil ikkje ha innblanding som han ikkje sjølv bed om. Etter kva eg skjønar på Knut, så meinte han at ei kreativ gruppe heller ville uroa han i prosessen. Morten var òg heilt klar på, at eit kreativt miljø for å få fram nye idèar hadde han ikkje bruk for: ”Ideane pønskar eg ut sjølv”, sa han.

Men Morten legg til: ”For å koma fram til ein ny idé, må ein både ha kunnskap og lytte til andre, men ein må stole på seg sjølv og dei tankane ein sjølv gjev seg”.

Dette er gjennomgåande hjå alle respondentane eg har. Det ser ut til at dei kjem opp med mykje idèar. Men ikkje nok med det, dei framhevar at det er ein prosess der dei vil gå åleine.

Det ser ut til at det er deira egne tankar og vurderingar dei vil følgje, og meiner at det er viktig for å koma fram med nye idèar.

Me ser no at mine respondentar helst vil arbeide med problemløysing på individuell basis, mens Florida har ein sterkare tru på problemløysing i grupper. Usemja er kanskje meir naturleg enn det eg hadde forventa på førehand. Kaufmann hevdar, at kreativitet i grupper kan vera eit tveigga sverd. Han meiner at ei gruppe inneheld både positive faktorar som fremjar kreativiteten, men at der òg er negative faktorar som hemmar kreativitet. Han framhevar fem faktorar som er positive og fem faktorar som har ei negativ innverknad på kreativitet (Kaufmann 2006: 115).

Som positive faktorar framhevar Kaufmann: 1)Heterogenitet gjev gruppa eit potensiale til større variasjon i perspektiv og problemløysingsstrategiar. Ein motverkar faren for at ein låser seg fast i eit spor som ikkje fører fram til løysing. 2)Kognitiv konflikt kan gjera det nødvendig å søkja alternative løysingar på problemet. For at ein konflikt der ein set fleire idear opp mot kvarandre skal vera positiv, må ein sjå til at konflikten ikkje vert emosjonell, men vert halden på eit strengt rasjonelt plan og er av rein intellektuell karakter. 3)Ein kan få auka motivasjon og meistringsskjensle. Mangfaldet av evner, kunnskap og ferdigheitar gjer at ein kan utfylle kvarandre på ein positiv måte i gruppa. Det kan gje ein sterkare motivasjon hjå deltakarane enn tilfelle ville vore på individuell problemløysing. 4)Risikotoleransen kan auke i gruppa. Individ som støttar seg på kvarandre vil lettare ta større risiko enn om ein står åleine. 5)Akseptering av løysinga ein kjem fram til vil verta lettare. Aksepteringsnivået aukar tydeleg som følgje av deltaking i løysingsprosessen. Dette gjeld for gjennomføringa av løysinga ein har kome fram til, ikkje idégenereringsfasen der denne faktoren har gjennomgåande motsett effekt.

Dei negative faktorane er: 1)Sosialt trykk og konformitet som kan oppstå i grupper fører fort til klare grenser for kva for idear som vert målborne. Ein vil lett tilpasse si eiga åtferd og meiningar til andres åtferd og meiningar, dette vil så avgrensa kva for idear som vert lagde fram i gruppa. Ein kan òg få gruppepress, der ein aktivt prøvar å forma åtferda til den enkelte i retning av den åtferda gruppa meiner er ynskjeleg. 2)Gruppetenkningsfenomenet dreiar seg om ein systematisk tendens til å overprioritera konsensus i gruppa framfor kvalitet i problemløysinga. 3)Skeiv deltaking i gruppa kan òg vera eit problem. Ofte vil ein person leie arbeidet, noko som ser ut for at kan vera forankra i personlege trekk, det verkar ikkje som det

er forankra i evna til å løyse den konkrete utfordringa gruppa står over. Ein kan difor lett få ein leiar i gruppa som ikkje har den kompetansen som skal til for den aktuelle problemløysinga. 4) Valens dreiar seg om at ein idé får tiltru i gruppa. I startfasen vert det fremja mange idear til løysing, ideane vert vurderte av medlemmene, og når ein idé overstig eit visst minstemål for positiv valens vil det i dei fleste tilfeller vera vanskeleg å koma med andre løysingar. Ein kan seia at den første ideen som får eit visst tilslag hjå medlemmane i gruppa vil ofte låse arbeidet vidare og løysinga vil då koma ut i frå den ideen som fyrst fekk positiv valens. 5) Storleiken på gruppa bør ein òg ta omsyn til. Det viser seg at effekten av å auke talet på medlemmar er avtakande etter tre medlemmar. Det er liten effekt å henta ved å auke talet på medlemmar til meir enn åtte, ofte bør ein ikkje vera meir enn fem til seks medlemmar i ei gruppe.

Kaufmann seier til slutt at det ikkje er grunnlag for å seia at grupper berre byr på positive fordelar samanlikna med problemløysing på individuell basis. Han meiner at kanskje det på idégenereringsfasen kan vera mest effektivt med individuell problemløysing, mens den vidare diskusjonen og dei endelege avgjerslene vert gjort i grupper. Men han understrekar at grupper har eit stort potensiale som effektiv problemløysar, føreset at ein styrer unna dei verste fallgruvene (Kaufmann 2006: 115f).

Me kan ut i frå Kaufmann sine argument hevda at kreative miljø eller grupper ikkje utan vidare er berre positive for kreativitet. At respondentane vel å løyse problema på ein individuell basis kan ein ikkje rekne for å vera verken uvanleg eller spesielt negativ faktor for kreativiteten.

Ola meinte at forklaringa på at kreative grupper hadde eit slikt fokus som ein ser i dag kom av at ein no skulle ha fleire til å vera kreative. Han hevda: "Det er skilnad på å vera kreativ ut av lyst og det å vera kreativ ut av tvang". Han meinte vidare at om ein fyrst har blitt kreativ, så vil ein vera det heile tida, uavhengig av kvar ein er. Men dei som får i oppdrag å løyse eit problem, og som i utgangspunktet ikkje er kreative ut av lyst, vil nok ha meir bruk for ei gruppe for å finne løysinga. Han hevdar her at det er skilnad på kva for motiv som ligg bak den kreative prosessen.

Me kan tenkje oss at ei bedrift skal ha ein ny design på eit produkt. Dei gjev då ei gruppe av medarbeidarar i oppgåve å koma fram med ei ny løysing. Gruppa av medarbeidarar kan då



bruke ulike teknikkar for å koma fram til eit nytt design. Dei vil då arbeide systematisk for å finne ei løysing saman. Dei som er med i denne gruppa, treng ikkje vera kreative ut av lyst, fordi dei ved hjelp frå andre i gruppa og ved bruk av teknikkar får god hjelp til å vera kreativ.

Eg forstår Ola dit at han meiner at dei som er kreative ut av lyst, får nye idear heile tida om alt rundt seg, som dei er opptekne av. Dei er meir sjølvmotiverande for kreativitet og definerer problemstillingane i stor grad sjølve. Dei har lært seg å stille spørsmål for så å søkje svaret og får dermed idèar langt utover det dei har bruk for. Knut meiner at ein kreativ person tenkjer på ein annan måte enn andre. På grunn av det får dei inspirasjon av alt rundt seg. Når dei er på ferie eller andre reiser, så legg dei merke til ting som andre ikkje gjer. Dei leitar etter svar på spørsmål dei har i hovudet heile tida, og på vegen får dei nye spørsmål og kanskje svar på andre spørsmål. Ola fortel at ein aldri får slå av denne søkinga etter nye løysingar. Har ein fyrst blitt kreativ går den utan stopp.

Teresa Amabile har gjort nokre observasjonar rundt kva for motivasjonar ein har for kreativitet, ho hevdar:

”Intrinsic motivation is conducive to creativity, but extrinsic motivation is detrimental. It appears that when people are primarily motivated to do some creative activity by their own interest and enjoyment of that activity, they may be more creative than when they are primarily motivated by some goal imposed upon them by others” (Amabile 1996: 15).

Amabile hevdar at det kan sjå ut til at folk er meir kreative når dei har ein indre motivasjon for å utføre den aktiviteten dei gjer, mens det kan sjå ut for at ein ved ytre motivasjon vil ha ein lågare kreativitet. Ein kan tolke utsegna til Ola som om han meiner at til mindre kreativ ein person er til meir utbytte har ein av ytre motivasjon og gruppearbeid. Mens dei som er kreative ut av lyst, som i større grad har ein indre motivasjon, ikkje vil ha sama utbytte av gruppearbeid.

Knut gav til dels uttrykk for nokolunde same synspunkt. Han fortalde at hans røynsle med grupper i idégenereringsfasen ikkje gav han ei kjensle av motivasjon, det gav han heller ei kjensle av å vera demotiverande for kreativiteten hans. Det er vanskeleg å finne argument for

at grupper ikkje skal vera effektive for personar med eit høgt kreativitetspotensiale. Som me såg tidlegare så framheva Kaufmann at grupper har eit stort potensiale for å generera gode løysingar. Slik at ein skulle tru at godt organisera grupper vil kunne ha ein positiv effekt same kor stort kreativitetspotensiale ein person skulle ha.

Ola hevda at personar med eit tilsynelatande lågare kreativitetspotensiale hadde betre utbytte av grupper. Ut i frå kva Kaufmann hevda om faktorar som var viktige for at gruppene skulle fremja kreativitet, vert det nærliggjande å sjå i den retninga. Det kom fram at gruppene lett kunne få ei organisering som gjorde at kreativitetspotensiale i gruppa vart hemma. Kan det her vera snakk om at personar med eit høgt kreativitetspotensiale er meir sensitive for negative faktorar i gruppa enn kva personar med lågare kreativitetspotensiale er? Eg har ikkje kome over forskning som tek opp denne problemstillinga direkte, men det er gjort studiar over korleis arbeidsklimatilhøve påverkar kreative og mindre kreative personar.

Samfunnsforskaren Frank Andrews såg på kva slags arbeidsklimatilhøve som karakteriserte kreative og produktive forskings- og utdannings institusjonar, og kva for miljøfaktorar som motvirka kreativitet. Han ville òg sjå etter kva effekt arbeidsklimatilhøve hadde på kreative og mindre kreative personar. Resultata som han kom fram til viser at dei med det største kreative potensialet var dei som var mest kjenslevare for arbeidsklimatilhøve. Vidare såg det ut for at dei mest kreative var spesielt kjenslevare for negative arbeidsklimaforhold, og når dette fungera dårleg for dei, så skjer det seg heilt (Kaufmann 2006: 124-127).

Om ein kan seia at desse resultata som kjem fram her òg kan seia noko om korleis det verkar i grupper er vel ikkje visst. Men det gjev oss ei relevant problemstilling som nokon kunne sjå nærare på. Men om det skulle vera slik at der er ein samanheng mellom kreativitetspotensialet hjå personar og kor sensitive dei er for negative faktorar som verkar i gruppa, vil Ola si forståing av situasjonen sjå fornuftig ut. Då vil ein kunne hevda at effektiviteten av ei gruppe som verktøy for problemløysing, vil minke i takt med eit aukande kreativitetspotensiale hjå medlemmane. Grunnen til dette vil vera at ettersom kreativitetspotensialet hjå medlemmane i gruppa aukar, vil gruppa verta meir og meir sensitiv for negative faktorar som kan oppstå. Byrjar dei negative faktorane å verke i gruppa, vil effekten av gruppa fort verta negativ med tanke på problemløysingspotensialet. Dette vil i så fall seia at gruppa som verktøy for problemløysing vil ha den største effekten når medlemmane har lågt kreativitetspotensiale, medan problemløysing på individuell basis vil i mange samanhengar vera mest effektivt når

personane har eit høgare kreativitetspotensiale. No må eg understreke at eg ikkje kan avkrefte eller stadfeste at ein har den same tendensen i grupper, som ein ser at dei fann når det gjeld arbeidsklimatilhøve, difor må argumenta over vurderast med det i tankane.

Ut i frå det som har kome fram her kan ein ikkje hevda at grupper berre er positive for kreativiteten. Grupper har eit stort potensiale for kreativitet under gjevne tilhøve, men som det kjem fram, så er der faktorar som kan koma fram som ikkje er fremjande for kreativitet. Individuell kreativitet kan vera effektiv i mange samanhengar og som ein konklusjon kan ein vel seia at både kreativitet i grupper og individuell kreativitet vil vera effektive for problemløysing og idégenerering, men at det vil kanskje vera situasjonsavgjerande om det er gruppe- eller individuell kreativitet som vil vera mest effektivt.

## **Samandrag**

Som eit samandrag av dette kapittelet kan me seia at, for å koma i gang med å tenkje ut nye idear frigjer dei kreative entreprenørane seg i frå andre sine konklusjonar. Dei let ikkje det gjeldande i samfunnet avgrense kvar tanken deira får gå. Dei er kreative ut av lyst, ikkje ut av at dei må. Det ser ut for at når dei er kreative ut av lyst, så vert dei sjølvmotiverande. Dei vil helst ha fred og ro under den kreative prosessen, slik at dei får gjera eigne vurderingar og søkje den informasjon dei sjølve meiner er rett. Aktiviteten deira blir meir ein livsstil for dei, som ser ut til å gje dei inspirasjon same kva dei gjer, og kvar dei er.

Den sjølvtiliten som det verkar til at dei har, fører til at dei får mykje individualistiske haldningar i seg som ikkje bør samanliknast med egoisme. Dei har etter kva eg skjønar, ei haldning der dei meiner dei som einskildindivid lukkast saman med fellesskapet. Men dei er individualistar i den forstand at dei ikkje meiner eller tar noko for å vera rett berre av di fleire andre meiner det er rett. Dei stolar nok på seg sjølve til å ta eit kvart argument opp til refleksjon, for så å finne ut kva dei meiner om saka. Men dei er alltid opne for argument frå andre som kan gje dei ny kunnskap, som vert grunnlaget for å tenkje ut nye samanhengar og utvikle nye idèar. Dei gjev uttrykk for at dei ikkje har vanskar korkje, med å få nok inspirasjon eller kunnskap for å utvikle idear. Dei får inspirasjon og ny kunnskap både i lokal miljøet gjennom livet deira der, men òg meir globalt ved at dei reiser på fagmesser og bruker internett aktivt. Det er difor ingen av dei kreative entreprenørane som gjev uttrykk for at

føresetnadane for idéutvikling skapar vanskar for deira entreprenørskap. Dette vil ikkje seia at ingen andre stader har betre føresetnader for idéutvikling enn det ein har i Vest-Telemark, men dei kreative entreprenørane, som held til i Vest-Telemark, har ei kjensle av at dei får nok inspirasjon til å utvikle idear for entreprenørskapa sine.

Når dei kreative entreprenørane har ei grunnhaldning som seier at det umoglege er mogleg, frigjer dei seg frå kva som vert sett på som realistisk og ikkje, i samfunnet. Når denne haldninga vert utgangspunktet for idéskapinga deira, fører dette til at dei ofte utviklar idear som bryt med det vanlege i samfunnet. Sagt på ein annan måte, så vil ideane føre til endring i samfunnets kunnskapsbase. Kor stor denne endringa vert vil variera frå idé til idé. Schumpeter omtala at ein hadde gradar av entreprenørskap (Spilling 1998c). Noko som ein òg kan sjå på som eit mål for kor mykje ideen bak entreprenørskapet bryt med det vante.

I det neste kapittelet skal me sjå, at kor mykje ideane bryt med den lokale kunnskapsbasen, har mykje å seie for utfordringane ein møter ved realiseringa av entreprenørskapa. Fokuset er korleis dei kreative entreprenørane opplever at den lokale forvaltninga av idear fungerer i dag.

### 3. Realisering av entreprenørskapa i lokalsamfunnet

#### Innleiing

I dette kapitlet skal me sjå på korleis idéskaparane opplever at lokalsamfunnet i Vest-Telemark tek imot ideane deira. Det er med andre ord realiseringsfasen av entreprenørskapa til respondentane me no skal sjå på. Schumpeter definerte entreprenørskap med krav om at det skulle etablerast ei ny verksemd, og at det skulle i organiseringa av verksemda eller i produksjonen liggje ein ny kombinasjon av produksjonsfaktorar, det vil seia at det skal vera noko nytt på ein eller annan måte som ingen før har gjort (Spilling 1998c: 22). Dette gjer, i følge Spilling, at det lett er mange nye etableringar som vert sett på som entreprenørskap, men som i realiteten er ei imitativ etablering (Spilling 1998c). Ein kan så spørja seg om dette skiljet er relevant. Eg meiner at det er det, og at ein i etableringa kan rekne med stor skilnad på kva for problem ein møter. Eg tolkar Schumpeter slik at det sentrale for eit entreprenørskap er at det skal drive utviklinga i samfunnet vidare. Schumpeter meiner vidare at ein har gradar av entreprenørskap. Dettar syner til kor radikal nyvinninga i etableringa er for samfunnet. Når nokon har klart å koma fram med ei radikal nyvinning innanfor eit område vil andre, så kalla epigonar, følgje etter og gjera mindre endringar, og gjennom det vera med på prosessen av teknologisk og kommersiell omorganisering av dette feltet. Dette vil då halda fram til det heile stabiliserer seg i ein ny likevektstilstand (Spilling 1998c: 29). Denne likevektstilstanden vil då verta oppretthalden av imitative etableringar innanfor dette området, heilt til eit nytt entreprenørskap kjem inn og startar ein ny omorganiseringsprosess. Slik vil dette halde fram innanfor alle tenkjelege område, og ein får med dette ei gradvis utvikling av samfunnet.

Denne prosessen eller syklusen vil og vera grunnlaget for lokal utvikling. Om ikkje den første store radikale nyvinninga skjer i den lokale næringsstrukturen, vil etableringar som er tufta på den større nyvinninga med små tilpassingar til ei ny næring eller eit lokalmiljø, vera entreprenørskap heilt til nyvinninga er godt innarbeidd i kulturens næringsvilkår. Då vil ein oppnå likevektstilstand som vert ført vidare av imitative etableringar. Det vil vera ein glidande overgang der graden av entreprenørskap stadig vil verta mindre, heilt til ein ikkje kan rekna det for noka nyvinning ved ei etablering lenger, ein får då imitative etableringar. Ein kan sjå på entreprenørskap som å kasta ein stein i eit stille vatn. Steinen som treffer eit roleg vatn vil representera den første radikale nyvinninga. Steinen vil skape bølger på vatnet som då representerer alle entreprenørskapa som byggjer på den første nyvinninga, og som

spreier seg i alle retningar i samfunnet. Bølgjene vil verta mindre og mindre og tilslutt er det berre stille vatn att. Vatnet vil då liggje stille til den neste steinen vert kasta og ein ny runde med entreprenørskap vert sett i gang.

Dette syner utviklinga av næringsvilkåra i kulturen. Slik eg forstår Schumpeter må ei nyetablering føre til utvikling av næringsvilkåra i kulturen for at det skal kunne reknast for eit entreprenørskap. Graden av entreprenørskap (Spilling 1998c: 29), kan ein forstår som eit mål på kor stor endring entreprenørskapet har på næringsvilkåra i kulturen.

Ut i frå denne tolkinga av entreprenørskap vil det i den lokale næringsstrukturen kanskje ikkje vera like mange entreprenørskap som ein skulle tru. Utviklinga av dei lokale næringsstrukturane vil kanskje i større grad vera tufta på imitative etableringar. Det vil seia at den lokale utviklinga skjer gjennom ei imitering av løysingar som er kjende i næringsvilkåra i kulturen, men ikkje utnytta lokalt. Desse imitative etableringane vil føre til endring lokalt og kan difor lett oppfattast som entreprenørskap. Når ein ser på kva som driv utviklinga av den lokale næringsstrukturen framover, skal ein ikkje utelukka entreprenørskap, men innslaget av imitative etableringar vil kanskje vera større enn ein trur.

### **Kor open bør ein vera for nye idear i lokalsamfunnet?**

Ein idé som innfører noko nytt i den lokale næringsstrukturen, same om den er imitativ eller nyvinnande (entreprenørskap), vil kunne føre til større eller mindre endringar i kunnskapsbasen i lokalsamfunnet. Ola har etterkvart fått noko meir respekt for kor mykje endring ein idé kan ha: ”Ein kan ikkje setje alle ville idèar ut i livet, det er eit skjeringspunkt der du passerer realismen”. Han har hatt mange gode prosjekt, men det har òg vore mange prosjekt som ikkje har gått bra. ”Eg har nok passert dette skjeringspunktet nokre gonger”, seier han. Ola meiner at han tidlegare låg heilt i skjeringspunktet for realismen, og at han tippa over av og til. Han har no lagt seg noko under skjeringspunktet, noko han meiner kan ha både med røynsla og alderen hans å gjera. Han understrekar kor viktig det er å ikkje passera skjeringspunktet for realismen for mykje, med å seia: ”Dei som set i gang alle ville idèar, går det gale for, det er det ikkje tvil om. Det handlar om å finna denne grensa, og då vera merksam på kor langt ein torer å strekkje realismestrengen med ville idèar”.

Ola hevdar her at samfunnet vil vera med på endring innanfor visse grenser, men vert endringa for stor, vil det bli vanskeleg å få samfunnet til å godtaka ideen. Når samfunnet avviser ein idé, vil ideen vera verdiløus for både samfunnet og entreprenøren. Ola har etterkvart tilpassa kreativiteten sin til det som han kjenner at samfunnet vil godtaka. Haldningane vil føre til ei avgrensing av kreativiteten hans, men kreativiteten hans vil bli verdifull av di den vert realisera.

På grunn av at ein har ei pågåande utvikling vil ein få ei stadig rørsle i næringsvilkåra i kulturen. Dette vil då syne kva kunnskap ein må ha for å utnytte næringsvilkår i kulturen stadig vil endre seg. Eit lokalsamfunn som ikkje klarar å følgje med utviklinga av næringsvilkåra i kulturen med næringsstrukturen sin, vil over tid opparbeida eit dårleg samsvar mellom kunnskapsbasen dei har i samfunnet, og næringsvilkåra i kulturen. Tidlegare har eg hevda, at kunnskapsbasen i eit samfunn avgrensar kva ein ser som realistisk og ikkje i samfunnet. Ut i frå dette vil lokalsamfunnet gjera seg ei meining om kva for idear som er realistiske og kva for idear som er urealistiske. Men for at ein i det heile skal få noko utvikling, må samfunnet akseptera noko endring. Ola forklarar aksepten for endring, med at samfunnet har ein realismestreng som ein ikkje må strekkjast for langt, om ein vil få realisera ideen sin. Sagt med andre ord så vil aksepten for idear i samfunnet vera noko tøyeleg.

For at ein idé skal verta realisert, vil ein vera avhengig av at ideen og kunnskapsbasen hjå samfunnet samsvarar nokolunde. Om det ikkje er samsvar, kan entreprenøren påverka den aksepten hjå samfunnet. Materialet syner at entreprenørane ved rett framferd, kan auka mogleghetene for at eit samfunn vil akseptera ideen deira. Klarer ikkje entreprenøren å få aksept for ideen sin i samfunnet, er ideen verdiløus.

Om eit samfunn har lite endringsvilje, vil det ofte kunne føre til at nye idèar vert møtt med stor skepsis, og idéskaparen vil ofte kjenne at han møter motstand. Mogensen hevdar at ein i framtida vil få ei utvikling der fleire og fleire personar i eit samfunn går frå å vera fortidsorienterte, til å verta meir framtidsorienterte (Mogensen 2005: 166). Dei ser på framtidsorientering som det same som endringsvilje. Det vil seia at di meir framtidsretta personane er, di større endringsvilje vil dei ha. Ser dei derimot samfunnet gjennom fortidas briller, vil endringsviljen vera låg.

Respondentane gjev uttrykk for at dei har vanskar med å få aksept for nye idèar i

lokalsamfunnet. Graden av motstand vil, etter kva respondentane seier, henge saman med kva ideen handlar om. Knut seier at visse område i heimbygd hans er heilt verna for nye tankar. Han har merka at om ideen bryt for mykje med inngrrodde tradisjonar, så er det vanskeleg å koma gjennom og få aksept for ideen. Nokre tradisjonar, som til dømes jakt og fiske, er så verna at ein ikkje kan nærme seg med nye tankar i det heile, har han røynt. Viljen til å få ei endring er då ikkje til stades i det heile.

Knut hevdar at for mange er for opptekne av korleis bestefar gjorde ting: ”Dei må snu Felleskjøpsluva bak fram og opne gluggane litt meir”, seier han. Det verkar som det einaste dei ser fram til er oppgjeret i frå slakteriet. Sjølv om dei ser at oppgjeret vert mindre og mindre for kvart år, er dei ikkje viljuge til å vera med på endringar som kan hende kan vera med på å betre situasjonen, meiner Knut og viser til eit framlegg som han la fram for to andre bønder i 1994. Han ville då at dei skulle slå seg saman og byggje eit stort fellesfjøs for 800 vinterfora sau. ”Dette var så tidleg at dei trudde eg var klin idiot”. Knut meiner det no er bygd fleire slike fjøs i landet, og at han difor kan påstå at dette var ein god idé, og at avvisinga bygde på at ein i lokalsamfunnet var lite framsynte.

Stein har òg vore ute med nye idèar og gjev uttrykk for at det ikkje berre er enkelt. Han gjev uttrykk for at ein vert møtt med for mykje skeptiske haldningar når ein kjem med ein idé, han meiner særleg at responsen burde vera betre på næringskontora: ”Skepsisen hjå dei som var skeptiske, var stor ute på bygda”, seier han. Stein flytta ut i distriktet for å prøve å realisera ein idé om ein landsby. Den skulle byggast opp heilt frå grunnen av. Denne landsbyen skulle byggjast slik at ein kunne velje om ein ville vera sosial eller ikkje. Fokuset skulle vera å leggje til rette for ein god plass å bu. Stein prøva å få realisera denne ideen i fleire kommunar, men klarte det ikkje. Stein innser at denne ideen var litt for ambisiøs, og at samfunnet ikkje var klart for eit så spenstig prosjekt. Grunnen meiner han kan ligge i at personane som arbeider i næringssetaten, ikkje klarar å sjå kva som er mogleg, eller at dei ikkje vågar å ta utfordringa som ligg i ideane hans. Som enkeltmannsverksemd kjenner han det som svært frustrerande, av di han er avhengig av hjelp frå lokalsamfunnet for å realisera ideen.

Stein forklarar vidare at det ikkje er berre frå næringskontora han får ei kjensle av at ideane hans ikkje vert tekne på alvor. Han gjev uttrykk for at det i lokalsamfunnet er sterke krefter som har ei negativ haldning til idèar, særleg om ideane er kritiske til det som er. På eit møte



om skulen i bygda hugsar han at innspelet hans vart teke ut av referatet: ”Eg hevda at skulen hadde ei visuell forureining, den likna meir på eit fengsel enn ein skule. Eg meiner at landskapet ein lever i, har meining for oss menneskje, slik at eg meinte ein burde skape eit trivelegare fysisk miljø på skulen”.

At denne ideen vart teken ut av referatet, gjev Stein ei kjensle av å verta totalt oversett. Han meiner at det er ei real sak å vera ueinig i ei sak, men ein må ta andres idèar på alvor sjølv om ein er ueinig i dei: ”Ein kjempar mot ei maktelite som vil definera kva som er rett. Når ein då kjem på utsida av toleranseområdet deira, får ein kjenne stor motstand. Dei vil ikkje høyra på andre tankar i det heile”, seier han.

Stein meiner at samfunn som ikkje er viljuge til å endre seg, vil få store problem med å klara seg frametter. Dette er noko som Morten òg gjev uttrykk for: ”Samfunnet her er for lukka og statisk, med ein elite som tviheld på makta. Dette er svært negativt for eit samfunn, av di denne eliten seier at nye idèar er bra, berre eg sjølv har kome på dei. Dette skapar stagnasjon i samfunnet”.

Etter kva eg forstår, siktar Stein og Morten her til personar i posisjonar som gjev dei makt til å akseptera eller forkaste idèar innan ulike område. Det er mange personar som utøvar denne makta. På eit område kan det vera eit politisk organ, medan det på andre område kan vera einskildpersonar som i kraft av stillinga si kan avvisa eller akseptera ein idé. Stein gjev uttrykk for at det ikkje berre er eliten som bremsar, han har ei kjensle av at lokalsamfunnet som heilskap er litt for traust. Det fører etter hans meining til at dei ikkje vert opne nok til å fange opp utfordringane som ligg i nyvinnande idèar. Han meiner at skal ein få til endring, så må ein få ei anna haldning i lokalsamfunnet.

Ola meiner han ser ei haldningsendring i lokalmiljøet, der han meiner at viljen til endring er aukande. Dette meiner han kjem på grunn av at regionen no er så pressa, at folk ser at endring må til om det skal vera liv der. Utsegna til Ola kan ein tolke som om det er ei endring frå fortidsorientert haldning i lokalsamfunnet over til ei meir framtdorientert. Mogensen viser til ei undersøking gjort om dette temaet i 2004. Her vert det hevda at samfunnet i Danmark er i endring, frå eit fortidsorientert fokus over mot eit meir framtdorientert samfunn (Mogensen 2005: 166). Dei urbane strøka ser ut for at har dei sama endringsprosessane som Ola meiner han ser i Vest-Telemark.

Kvifor ein avviser ein idé, kan ha ulike grunnar. Som Knut seier, så er ofte endringsviljen låg når det gjeld jakt og fiske. Me kan tenkja oss ein diskusjon i eit jaktlag. Dei er ein gjeng som har jakta i saman i mange år og trivast med det. Ein dag så kjem det eit framlegg om at dei burde ta med seg gjestejegerar i jaktlaget. Det skulle vera ein eller to gjestejegerar som skulle betale for å vera med å oppleva elgjakta. Dei skulle ikkje få kjøtt, og det skulle heller ikkje gjerast noko tiltak for at jakta skulle tilpassast gjestejegerar.

Jaktlaget vil kunne avvise denne ideen på fleire ulike måtar. Den eine måten ein kan avvise ein idé på er med haldbare argument. Det vil alltid vera mange gode grunnar for å avvise ein idé, noko som er legitimt å gjera. Det sentrale ved å avvise ein idé med grunnlag i argumentasjon er at ein då skjønar ideen og gjennom det kan byggje opp ein argumentasjon mot ideen. Som eit døme kan ein tenkja seg at dei avviser tanken om å ta inn gjestejegerar med at dei ikkje er motiverte for endring på dette område. Dei ser at dei kunne ha tatt med gjestejegerar på denne måten, men dei er ikkje motiverte for det. Dette er område som bøndene ofte bruker som rekreasjon, og dei har difor ikkje motivasjon for å endre på det. Å avvise ein idé på grunnlag av at ein ikkje har trong for endring, er etter mi meining ei ærleg sak. Ein kan òg avvise ideen med grunnlag i at jakta vil få ein annan karakter, om ein tek med seg gjestejegerar. Ein vil ikkje verta like fri i jakta, ein vil få eit visst ansvar for at gjestejegerane får oppleva det dei har betalt for. Det vil føre til at opplevinga som jakta er vil verta endra. Det er sikkert mange fleire gode grunnar for at ein ikkje vil ha med seg gjestejegerar inn i jaktlaget, det sentrale er at avvisinga byggjer på haldbare argument.

Det andre måten vil vera at ein ikkje har haldbare argument for avvisinga. Dei manglar då kunnskap om kva som er realistisk og ikkje i næringsvilkåra i kulturen, og vil då avvise ideen på eit manglande grunnlag. Med gjestejegerar kunne ein her tenkja seg at dei ikkje har noko tru på at der er nokon, som vil vera viljuge til å betale for å vera med på jakta på den måten. Jaktlaget vil konkludera med at ideen ikkje er realistisk. Om me her tenkjer oss at det innanfor næringsvilkåra i kulturen faktisk er ein marknad for å selja jakt på denne måten, vil avvisinga til jaktlaget vera tufta på ikkje haldbare argument.

Når ein får avvising, som er tufta på ikkje haldbare argument, kan det koma av at ein i den lokale kunnskapsbasen ikkje har kunnskap om kva som er realistisk og ikkje, innanfor det aktuelle temaet i næringsvilkåra til kulturen.

Vert ideen deira avvist med god argumentasjon, vil høvet til å realisera han vera svært låg, men entreprenørane vil då forstå avvisinga og lettare akseptera denne. Om avvisinga skjer utan haldbar argumentasjon, sit entreprenørane fort att med ei kjensle av at dei ikkje vert tekne på alvor og vil i mykje større grad ha vanskar med å respektera avvisinga. Men me skal òg sjå at om entreprenørane er aktsame på at ideen deira bryt mykje med den lokale kunnskapsbasen, har dei høve til aktivt å påverka realiseringsmoglegheitene for ideen.

## **Påverknad frå entreprenøren**

Entreprenørane kan gjennom ei medviten haldning om skilnaden på den oppfatninga ein sjølv har av ideen, og korleis andre vil oppfatte ideen, klare å påverke moglegheitene for realisering av ein idé i monaleg grad.

Både Knut og Ola legg vekt på korleis dei møter andre med ideane sine. Ola presiserer at ein må vera offensiv, men ikkje aggressiv. Då meiner han ein fort skræmer vekk dei personane ein skulle ha med seg for å realisera ideen. Slik eg skjønar Ola, så er den offensive haldninga viktig for å syna at ein har tru på ideen, men vert ein overivrig i måten ein legg fram ideen på, vil denne offensive haldninga virke motsett.

Knut meiner at ein ved påverknad av lokalmiljøet gjennom å vera meir open og gje folk meir kjennskap til det ein driv med, vil minke faren for å verta totalt avvist og sett på som ein idiot: ”Ein må ta for seg dei største skeptikarane og lirka og lura litt, slik at dei skjønar kva du driv med, og korleis du tenkjer.”

Både Ola og Knut seier at målet i denne dialogen er å få personane ein bør ha med seg, til å forstå korleis ein tenkjer. Ein må klara å få mottakarane til å verta trygge på tanken ein har. Det sentrale vert her, i følgje Ola, at mottakaren får høve til å fordøye og forstå kva ideen handlar om. Ein må sleppe litt og litt og vera viss om at mottakaren klarar å hengje med. Fell mottakaren av, vil han fort mista interessa for ideen. Ein må på sett og vis fyrst få mottakaren på kroken, så må ein klare å hale dei inn til land.

Denne påverknaden som entreprenøren har høve til, vil særleg vera viktig når ein vil realisera

ein idé i eit lokalsamfunn som ikkje har tradisjon for næringsutvikling innanfor det aktuelle området. Eller kanskje i endå sterkare grad, om ideen representerer ein høg grad av entreprenørskap. Som då fører til endring innanfor næringsvilkåra i kulturen. Entreprenørane må då, med god argumentasjon og framferd, strekkje realismestrengen så langt at ein får andre sentrale aktørar til å tru på ideen. Gjennom dette vert grunnlaget for realisering av ideen skapt.

## **Samspelet.**

Det er samsvaret mellom den lokale aksepten og ideen som avgjer i stor grad om ein får realisera idèar i eit samfunn. Når den lokale aksepten og ideen har eit godt samsvar, vil samspelet mellom entreprenøren og samfunnet fungera, slik at ideane vert forstått, og høvet for å få realisera ideane vert stort. Samfunnet vil truleg ha dei beste føresetnadane for verdiskaping når både den lokale aksepten og ideen er godt synkroniserte med dei gjeldande næringsvilkåra i kulturen.

Når samsvaret mellom den lokale aksepten og ideen vert dårleg, kan det skuldast at ein av dei ikkje er godt nok synkroniserte med dei gjeldande næringsvilkåra i kulturen. Den lokale aksepten kan vera for låg (sjå døme tidlegare om å ta inn gjestejegerar i jaktlaget) eller ideen kan ha ein for stor grad av endring. Til dømes kan ein seia at ideen til Morten der han i 1980 laga strekkodar på varene i butikken, var ein idé som hadde for stor grad av endring. Utviklinga i næringsvilkåra i kulturen hadde på dette tidspunktet ikkje kome langt nok, til at denne ideen kunne la seg realisera gjennom eit entreprenørskap. Ideen var her ikkje godt nok synkronisert med næringsvilkåra i kulturen.

Kva innverknad samsvaret mellom den lokale kunnskapsbasen og ideen har på realiseringa av ein idé vil variera. Knut sin idé om eit stort fellesfjøs, stoppa på grunn av manglande lokal aksept for ideen. Han var avhengig av ein aksept for denne ideen lokalt, for at den kunne realiserast. Denne aksepten fekk aldri Knut for ideen sin, som han då måtte gje opp. Det vert no bygd fleire slike fjøs rundt i landet. I ettertid viser det seg at dette var ein idé som var godt synkronisert med kulturens næringsvilkår, men den braut for mykje med tankane lokalt, til at Knut fekk støtte for å realisera ideen på midten av 90-talet.

Ola fortalte om dei haldningane han opplevde frå lokalsamfunnet, då han ville realisera ein idé om å produsera innslag for fjernsynet: ”Det var ingen som trudde at ein her i frå kunne drive å laga film. Det måtte han berre ikkje tru at gjekk”.

Men Ola gjorde det likevel og har klart å få ei næring ut av det. Eg vil hevda at dette kan vera døme der lokalsamfunnet avviser idèar på grunn av at den lokale kunnskapsbasen, innanfor dei aktuelle områda, er dårleg synkroniserte med næringsvilkåra i kulturen. Dei hadde ikkje kunnskapen som skulle til for å sjå at ideane var tilpassa kulturens næringsvilkår og gjennom det var mogleg å realisera. Men Ola var ikkje på same måten avhengig av den lokale aksepten for å realisera sin idé. Han kunne med sin idé sjå vekk i frå den manglande aksepten i lokalsamfunnet og realisera ideen likevel.

No syner andre kjelder som omhandlar samfunnet sin kontakt med nyskapande verksemder, at næringskontora får skryt frå etablerarane. I Vest-Telemark Blad viser dei til ei undersøking som viser at heile 78% av etablerarane som hadde vore i kontakt med Vest-Telemark næringsutvikling, var nøgde med den hjelpa dei fekk.<sup>4</sup> Dette samsvarar lite med det respondentane eg har snakka med gjev uttrykk for. Det kan vera fleire årsaker til den usemja me her ser.

Om ein ser på usemja i ljøs av kunnskapen hjå Vest-Telemark næringsutvikling og ideane, kan ein kanskje finne ei forklaring. Dei fornøgde etablerarane har idèar som samsvarar med kunnskapen hjå Vest-Telemark næringsutvikling. Av den grunn vil dei få full forståing av dei planar dei har ved ideane sine og vil naturleg nok ikkje kjenne at dei ikkje vert forstått. Respondentane eg har snakka med, kan ha idèar som ikkje samsvarar med kunnskapen hjå dei tilsette på næringskontora, og vil difor ha ei kjensle av at dei ikkje får den rette responsen.

Det verkar som ideane deira vert oppfatta av dei tilsette på næringskontora som urealistiske, og difor vekkjer dei lita interesse. Ein kan òg hevda at grunnen for at respondentane mine har ei kjensle av at dei ikkje får god støtte, er at ideane deira bryt i for stor grad med det som er, slik at dei ikkje er moglege å realisera i dag. Svaret på det er vanskeleg å gje, men ut av materialet meiner eg å sjå at mykje av problema respondentane meiner dei har, kan forklarast med at kunnskapsbasen i lokalsamfunnet og ideane deira ikkje samsvarar.

---

<sup>4</sup> Vest-Telemark Blad, 20/07-2006 s. 8

## Samandrag.

I dette kapittelet har me sett på møtet mellom entreprenør og samfunn. For at ein idé skal verta realisert må ein få til ei forståing mellom kva ideen dreiar seg om og samfunnet si oppfatning av ideen. Samfunnet vurderar ideen ut i frå den kunnskapsbasen det har, om ideane ikkje samhoever med kunnskapen i lokalsamfunnet, vil ein møte problem med realiseringa av ideen. Det vert stadig lagt fram idear som eit samfunn må forhalda seg til. Difor vert ideane vurderte gjennom seleksjonsprosessar der ein får tiltru til nokre idear, medan andre vert forkasta. Det som er utfordringa er om samfunnet har nok kunnskap, slik at dei får tiltru til dei ideane som har det beste potensialet innanfor næringsvilkåra i kulturen. Kunnskapsbasen er det grunnlaget som samfunnet har til å selektere ut frå, vert det derfor viktig at kunnskapsbasen i eit samfunn er godt synkronisert med næringsvilkåra i kulturen. Om kunnskapsbasen i eit samfunn ikkje er godt nok synkronisert med næringsvilkåra i kulturen, vil grunnlaget for å gjennomføra ein god nok seleksjonsprosess verta for dårleg. Resultatet av det vil vera at ein får vanskar med å skilja mellom kva for idear som bør realiserast, og kva for idear som ikkje bør verta realiserte. Samfunn som har ein kunnskapsbase som er dårleg synkronisert med næringsvilkåra i kulturen, vil kunne oppleva at dei får vanskar med at dei ikkje gjev støtte til idear som burde verta gjennomførte, dei vil òg kunne oppleva at dei gjev støtte til idear som ikkje burde realiserast. Seleksjonen av ideane vil då skje på eit for dårleg grunnlag, og samfunnet vil ha vanskar med å argumentera for vala dei gjer. Resultatet av ein slik situasjon vil vera at samfunnet vert ein dårleg støttespelar og tilretteleggjar for utvikling av eit bærekraftig næringsliv.

Om ein ser på kva respondentane hevda, så er ikkje motstanden dei møter noko urovekkande. Det kan sikkert vera rett at nokre av ideane deira bryt i for stor grad med det som er og av den grunn ikkje bør realiserast. Det urovekkande er måten dei opplever at dei vert avviste på. Dei hevdar at dei ikkje vert forstått eller tekne på alvor. Det ser ut som om avvisinga skjer utan haldbare argument, noko som kan vera eit teikn på at kunnskapsbasen i lokalsamfunnet, på visse område, ikkje er godt nok synkronisert med næringsvilkåra i kulturen. I praksis vil dette seia at føresetnadane for dei kreative entreprenørane til å finne personar i lokalsamfunnet med rett kompetanse for å realisera ideane deira, ikkje er god nok. Om me ser på dette i ljøs av kva Johannisson (2005) meinte at det personlege nettverket av tette relasjonar burde innehalde.

Kan det sjå ut for at det er relasjonar for testing og realisering av ideane dei kreative entreprenørane i Vest-Telemark har vanskar med å opparbeida i sine personlege nettverk.

No har entreprenørane høve til å påverka lokalsamfunnet slik at dei forstår ideen, med det kan ein få støtte til å realisera ideen sjølv om den lokale kunnskapsbasen og ideen i utgangspunktet ikkje var samstemte. Entreprenørane må då ha haldbare argument for at ideen er realistisk ut i frå dei føresetnadene som ligg i næringsvilkåra i kulturen. Me skal i neste kapittel sjå på kva respondentane meiner samfunnet bør gjera, om dei vil stimulera til meir verdiskaping i frå kreative entreprenørar.

## 4. Dei kreative entreprenørane si forvaltning av idear

### Innleiing

Kari seier at ein må sjå framover, ikkje bakover. ”Ein må læra av det som er gjort for å utvikle noko nytt. Det er det som er kultur. Me vil ikkje ha noko bygdeliv utan kontakt med resten av verda. Det må vera ei utvikling her også”, seier ho. Då ho og mannen kom til bygda, skjedde det ingen ting der, alt gjekk ved det same. Ho fekk eit inntrykk av at heile samfunnet sov ein Tornerosesvevn. Men for nokre år sidan fekk dei nytt blod inn i dei politiske organa i kommunen, og etter det har det byrja å hende ting, hevdar ho. ”Om det er rett det som hender, veit eg ikkje, men det er rørsle, og det er det som er viktig”.

I førre kapittelet såg me på kva for vanskar dei kreative entreprenørane meinte dei hadde når dei ville realisera ideane sine. Det kom fram at mange av vanskanane låg i å få aksept for ideane i lokalsamfunnet, slik at ein kunne få den hjelpa ein trong for å realisera ein idé. Dei gjev òg uttrykk for at heller ikkje det etablerte støtteapparatet som ein har lokalt, med dei kommunale næringskontora og Vest-Telemark næringsutvikling, gjev dei den støtta dei ynskjer. Ein kan stille spørsmål om det etablerte støtteapparatet i for stor grad er retta inn mot etablerarar, der målet er å hjelpa enkeltpersonar og verksemder med finansane, som skal til for å etablere eller utvide verksemder innanfor næringar, som er etablerte i den lokale næringsstrukturen. Medan ein då har større vanskar med å få tiltru til idear innanfor næringar som ikkje eksisterar i den lokale næringsstrukturen, og kanskje endå vanskelegare om ideen i tillegg inneber ein viss grad av entreprenørskap. I dette kapittelet vil det handle om kva respondentane meiner kan gjerast for at ein kan få utnytte den eksisterande idéskapinga, og stimulera til meir entreprenørskap, som kan føre til auke i verdiskapinga og sysselsettinga i regionen. For å klara dette meiner dei at ein må få eit miljø som kan ta imot ideane deira. Klarar ein det, vil ein kunne få realisert fleire entreprenørskap og dermed hente ut dei verdiane som ideane representerar.



## Fokusskifte i næringsstrukturen

I Vest –Telemark har ein tradisjon for at utnytting av naturressursar er det som gjev grunnlag for næringsutvikling. Kommunane har hatt godt utbygde landbrukskontor som har hjelpt personar med å koma vidare med produksjon i skog og i husdyrhald. På dette feltet har kommunane hatt ein brei og fagleg god kunnskapsbase. Det som kjem fram av materialet som eg har samla inn er at det vert reist spørsmål ved om denne kunnskapsbasen har mista mykje verdi for sysselsetting og verdiskaping i regionen.

Eg hadde ei samtale her om dagen med ein kar. Me snakkar om laust og fast, men kjem og inn på korleis det er med utviklinga i regionen. Mellom anna kjem me inn på kva landbruk og primærnæringane har å seie for busettinga. Han fortel at i den bygda i Vest-Telemark som han bur, er det 700 personar, men det er berre sju som har husdyr. Etter hans meining er det ikkje landbruket som opprettheld busettinga bygda hans. Pendlinga til anlegg og ut i Nordsjøen er etter hans meining det som er livsgrunnlaget der.

Anders meiner at det offentlege ikkje har lagt merke til korleis utviklinga er, der landbruket, etter hans meining, har mindre og mindre å seia for sysselsettinga. Han seier: ”Landbruk er ikkje næring lenger. Då kan ikkje den kunnskapen brukast til å utvikla distrikta lenger. Det ser dei ikkje her. Me manglar kompetanse, det er eit stort problem i distrikta”.

Han meiner ein har for mykje fokus på kunnskap som høyrde gårsdagen til, og at anna kunnskap ikkje får sleppe til. Eg tolkar han dit at landbruk ikkje er næring lenger, for di det ut av naturgjevne føresetnader ikkje lenger greier å vera effektivt nok, og at det på grunn av den høge effektiviseringa som landbruket har vore gjennom dei siste hundre åra, ikkje lenger har den sysselsettingsverdien det ein gong hadde. Ein ser ut av statistikkar at landbruk og industri er på vikande front når det gjeld sysselsetting (Florida 2004: 75-77). Det er ikkje i desse næringane ein har auke i sysselsettinga i den vestlege verda.

Om Anders har rett i at for mange i det offentlege har ei utdanning, og ein fokus på at primærnæringane framleis er grunnlaget for sysselsetting og busetting i regionen, korleis vil det verke på utviklinga lokalt i det storsamfunnet me meiner utviklar seg?

For at sysselsettinga i landbruket ikkje skal halda fram med nedgang, må ein eventuelt stoppe den pågåande effektiviseringa i næringa. Det som etter mitt syn er den største faren med ein slik politikk, er at næringa ikkje vil tileigna seg den kunnskapen som utviklinga i næringsvilkåra i kulturen krev. Ein vil lokalt i næringa opparbeide ein ubalanse mellom kunnskapsbasen og dei gjeldande næringsvilkåra i kulturen. Ein kan då utvikle eit kunnskapsetterslep i næringa. Kva vil så utfordringa verta for ei næring som lokalt utviklar eit kunnskapsetterslep?

Eg trur at til større etterslepet vert, di verre vil det vera å rekruttera unge personar inn i næringa. Om me tenkjer oss at utviklinga hadde vorte stoppa eller bremsa i landbruket i mellomkrigstida, då ville næringa ikkje ha utvikla seg i takt med resten av samfunnet på 70 år. Ein skulle då i dag rekruttera unge folk til å handmjølka, fire geiter og to kyr kvar morgon og kveld. Me ser alle at det ville verta vanskeleg å klara, no er det rett nok eit stort etterslep i dømet mitt, men det er berre for at eg vil tydeleggjera kva eg snakkar om. Ei bremsing av utviklinga i ei næring lokalt, vil etter mi meining kunne føre til at ein på sikt raserer heile næringa. Ein slik politikk kan sjå forlokkande ut i dag, men den vil ha eigenskapar i seg som på lang sikt ikkje vil gagne korkje næringa eller lokalmiljøet. Mogensen seier: "Vækst kommer ikke ved at forsøge at stoppe en uundgåelig udvikling, men med at forberede sig på dens komme" (Mogensen 2005: 65).

Ein må difor etter mi meining la landbruket utvikle seg i takt med utviklinga i næringsvilkåra i kulturen. Sysselsettinga vil stadig falle, men ein vil halde næringa sund og spanande for komande generasjonar. Anders sitt argument om at fokuset i næringsutviklinga ikkje bør, i for stor grad, vera retta mot primærnæringane, kan sjå rett ut. Ein skal ha fokus på primærnæringane òg, men søkjer ein etter vekst i sysselsettinga, ser det ut for at ein bør fokusera på at all næringsverksemd i regionen heile tida prøvar å vera best mogleg synkronisert med utviklinga i næringsvilkåra i kulturen. Ein vil då få overføringsvinstar ved at ein frigjer arbeidskraft gjennom effektiviseringa til andre næringar, som kan nytta arbeidskrafta meir produktivt, det kan gjera verksemdene i regionen meir robuste og gjennom styrken i sysselsettinga og auken i verdiskapinga.

## **Infrastruktur for entreprenører.**

Det respondentane understreka, at var den største problemet var å få frigjort seg, slik at ein kan få driva med det ein er best på. Dei meiner alle dei ville få gjort mykje meir om dei hadde meir hjelp til å organisera aktiviteten sin. Som me har sett gjev respondentane uttrykk for at dei kommunale næringskontora og Vest-Telemark næringsutvikling ikkje fyller den rolla som dei kunne ha ynskt seg.

No skjer det ein del ting på denne fronten rundt om i landet. Det har vorte sett fokus på innovasjon som ein viktig del av næringsutviklinga. Ein har frå statleg hald klart å utvikle SIVA til ein organisasjon som aktivt er ein pådrivar for etablering av regionale institusjonar for innovasjon rundt i landet. Siva vart etablert i 1968 som eit selskap med kommunaldepartementet som eigar. Rolla til selskapet var då og byggje industrivekstanlegg, slik at verksemdene i distrikta kunne konsentrera seg om å utvikle og marknadsføre produkt. Utover i 1980 åra forma det seg ein idé om at Siva burde få ei utvida rolle. I dag vert deira aktive rolle i utviklinga av lokalt næringsliv, med kombinasjon av fysisk og organisatorisk infrastruktur, rekna for å vera deira kjerneidé. Resultatet av denne aktiviteten ser ein i nettet av forskingsparkar, kunnskapsparkar og næringshagar rundt om i landet. Ein har og etablert inkubatorar som i hovudsak er tilknytt forskings- og kunnskapsparkane (Kaltenborn 2002).

Siva har frå 1990 og frametter etablert ulike institusjonar for regional innovasjon. Desse institusjonane er tilpassa ulike lokale miljø. Forskingsparkane er knytte tett opp til universitetsmiljø i dei større byane. Her står innovasjon og kommersialisering av forskingsresultat i fokus. Det vert difor naturleg at slike parkar vert etablerte i nærleiken av universitetsmiljøa. Kunnskapsparkane har noko av det same i seg som forskingsparkane, men dei er mindre i omfang. Dei er etablerte i tilknytning til høgskulane i mindre og mellomstore byar. Ein har her eit litt breiare fokus som gjer at kunnskapsparkane òg rettar seg inn mot andre kunnskapsmiljø i regionen. Ein har òg utvikla ein institusjon som vert kalla inkubator. Denne institusjonen har som oppgåve å nærast vera ein verksemdsakselerator. Dette inneber at personar som vil starte ny verksemd får tilbod om lokale for eit avgrensa tidsrom og ulike former for rettleiing, samt at dei får nytta godt av inkubatoren sitt nettverk. Det kan òg utvikle seg miljø der læring går føre seg i samspel med andre etablerarar. Inkubatorane har ofte vorte etablerte i nærleiken av forskning – eller kunnskapsparkane (ibin).

For Vest-Telemark vil både forskings- og kunnskapsparkane vera lite aktuelle. Som me ser over er deira oppgåver i stor grad knytte opp mot forskning og større miljø enn det ein har i Vest-Telemark. Siva utvikla konseptet med næringshagar på slutten av 1990-tallet som då kunne vera ein institusjon for plassar som ikkje var store nok for forskning - og kunnskapsparkane. Tanken bak næringshagane er å samla verksemder som driv innanfor kunnskapsintensive næringar. Næringshagane skal òg rette merksemda mot meir tradisjonelle næringar som har eit utviklingspotensiale. Vidare er tanken at små verksemder i distrikta òg må utvikla seg, ein meiner at det vert lettare for verksemdene om ein etablerar utviklingsaktivitetar saman. Ein kan òg gjennom næringshagane opparbeida ein kompetanse som gjer det lettare å utnytte forsking- og utviklingsmiljø (Kaltenborn 2002).

Ut i frå kva som her kjem fram av moglege institusjonar, som kan vera pådrivarar for innovasjon, vil det for Vest-Telemark sin del vera næringshagen som kan vera aktuell. Aktiviteten som inkubatorane gjer vil òg vera viktig for regionen, men grunnlaget for ein frittstående institusjon for denne aktiviteten kan nok vera litt liten. Men ein kan tenkje seg at ein inkluderar noko av inkubatoren sin aktivitet i næringshagen. Om ein ser på næringslivet under eitt i regionen, vil nok ein lokalt tilpassa næringshage vera ein styrke for utviklinga av næringspotensiale som er i regionen. Men lat oss no vende blikket mot dei kreative entreprenørane, og kva for ynskje dei har til ein institusjon som skal vera til meir hjelp for deira aktivitet.

Alle respondentane mine gjev uttrykk for at dei saknar roa og konsentrasjonen ein bør ha for å utvikle nye idèar. Når dei må administrera ei verksemd, som dei har etablert på ein tidlegare idé, får dei ei kjensle av at dei brenn inne med mange gode idèar. Dei får på ein måte ikkje teke steget ut og kome seg inn i den kreative kjernen, som Florida kallar den gruppa av personar som har høve til å vera kreative heile tida (Florida 2004: 69). Fordi me her snakkar om enkeltmannsføretak, vil dei måtte gjera alt saman sjølve. Dei må difor hoppe litt fram og attende mellom ulike oppgåver. Dei gjev klart uttrykk for at visse oppgåver likar dei ikkje i det heile. Det dei eigenleg ynskjer seg, er å få frigjera tid, så dei kan tenkja ut nye idèar.

Stein meinte at samfunnet måtte få ei haldning der ein såg så mykje verdiar i at det blir produsert idèar, at dei var viljuge til å ofre noko for det. Det sentrale ville vera at ein fekk eit apparat som var hjelpsame og gav entreprenørane fridom til å utvikle nye idèar.

Stein oppsummerar med å seia at samspelet mellom entreprenøren, som for å fungera best må vera ein fri person som ikkje skal ta ansvar for vidareføring av verksemdene, og dei som skal fanga opp entreprenørskapa, vert sentralt for at entreprenørane skal skape meir verdiar. For at ein skal få mest mogleg ut av entreprenørskapsaktiviteten, vil det difor vera sær viktig at samfunnet er ope nok, slik at det klarar å fange opp dei mest nyvinnande entreprenørskapa. For å klara det meiner Stein at samfunnet må prøva å leggje alle krefter inn på å forstå kva for tanke som ligg bak ideen. Det kallar han å ta ideen på alvor.

Morten seier det på denne måten: ”Me blir ikkje store nok til at me kan få skapt eit støtteapparat rundt oss. Me må gjera alt sjølve, og det fører til at me ikkje får vera nok i sandkassa”. Han meiner dei treng folk som kan administrera og styra dei etablerte verksemdene vidare, så entreprenørane kan gå vidare og utvikle nye idèar. Han kjem med eit framlegg på korleis han ser for seg at dette kan løysast. Han tenkjer seg ein servicesentral som kunne hjelpa til med alt kring ”sandkassa”. Denne servicesentralen skulle vera ein plass der ein fekk hjelp til å administrera verksemdene, og samstundes så måtte dei som arbeidde der, vera så opne at entreprenørane ikkje var redde for å koma fram med nye idear. Oppgåva skulle vera å diskutera ideen og vera hjelpsam med entreprenørskapet. Morten meinte vidare at om ideen førte fram til ei ny verksemd/nytt produkt, så skulle servicesentralen administrera den vidare aktiviteten. Han avsluttar med: ”Det er det dei har i større bedrifter, dei får leika og konsentrera seg om å utvikla nye produkt heile tida der. Det kan ein ikkje når ein driv meir eller mindre åleine i distrikta”.

Dette støtteapparatet skulle etter hans meining vera ei erstatning for den administrasjonen som intraprenørane har kring seg i større bedrifter. Det var særleg her han meinte vanskane kom for dei som dreiv i distrikta. Servicesentralen burde byggjast opp som ein plass der ein kunne koma med ideane ein har, om dei er store eller små, realistiske eller ikkje. Her skulle alle kunne koma med alle slags idèar og vera viss om at ein vart teken på alvor. Meininga med denne sentralen skulle vera at den kunne hjelpe alle dei små verksemdene som ikkje er store nok til å ha ein slik service sjølv.

Ut frå kva eg skjønar, ligg det to element i framlegget frå Morten. Det eine er at denne sentralen skal verke som ein støttespelar for entreprenøren, der entreprenørane som har ein idé kan koma og diskutere ideen, og eventuelt få gode råd om korleis entreprenørskapet kan gjennomførast. Tanken må vera at servicesentralen skal ha som mål at dei skal innhente den

kunnskapen som til kvar tid er naudsynt for å forstå kvar einskild idé. Etter kva eg forstår, meiner Morten det er mange idèar som ikkje kjem fram, fordi folk er redde for ikkje å bli tekne på alvor. Ein kunne òg tenkja seg at ein på ein slik stad kunne utvikle eit miljø der fleire entreprenørar kom saman, og seg i mellom kan snakka om kvar einskild sin idé.

Sentralen skulle òg hjelpe til med å administrera verksemdene. Ut frå kva eg skjønar, så er det dette arbeidet respondentane ser som svært tungt å drive med. Ut av respondentane forstår eg at dei ikkje vil selje rettane til produktet/verksemda, men berre ha hjelp til å drifta den i det daglege, slik at dei kan få meir tid til å utvikla nye idèar.

For meg verkar det som ein då må tenkja litt i banar mot ei organisering som set delar av verksemda vekk til andre. På ein måte som å ha underleverandørar, men i ei noko meir utvida form. Verksemdene set då bort så å seia alt, som produksjon, lager, marknadsføring og økonomi. Det dei har att i verksemda er den skapande delen, den kreative kjernen, som utviklar nye idèar/produkt for verksemda.

Ein vil med ei slik organisering koma unna oppbygginga av ein stor administrasjon med dei kostnadane det inneber. Særleg når verksemdene er så små som me her snakkar om, vil det ikkje vera mogleg å halde dette apparatet i gang åleine. Men når fleire entreprenørar vert knytt opp til ein servicesentral, vil grunnlaget for å bera kostnadane verta mykje betre.

Entreprenørane ville nok med ein god nok service frå ein slik sentral, kunne få meir tid til å konsentrera seg om å utvikle nye idèar, og gjennom det leggje eit grunnlag som ein kan skapa meir verdiar for samfunnet ut av. Morten meiner at dette burde vera av interesse for kommunane: ”Dei bør ta litt ansvar og støtte opp om ein slik sentral”, sa han.

At entreprenørane meiner så sterkt at dei har trong for hjelp til å administrera verksemdene sine kan kanskje verka litt rart. Dei har ei kjensle av at dei vert låst av å sitja å administrera ei verksemd. Om me ser på dette i ljøs av kva Johannisson hevda, at ein entreprenør er å samanlikne med nomadane, ein møter dei aldri to gonger på same plassen (Johannisson 2005). Av di entreprenørane vert motiverte gjennom det livet dei lever, vil dei stadig få impulsar til nye idear. Johannisson hevdar vidare at entreprenørane har motivasjonen for entreprenørskapet gjennom at dei let det verta ein del av livet sitt, dei konstruerer identiteten sin gjennom entreprenørskapet (Johannisson 2005). Administrasjon av den daglege drifta i ei etablert verksemd, vil då kjennast som ein bremsekloss, av di det hindrar dei i å leva det livet

dei kjenner for. Ola hevda tidlegare at har ein fyrst vorte kreativ ut av lyst, så er ein kreativ heile tida. Dei klarar ikkje å skru av denne søkinga, og når det vert motivert ut av at dei identifiserer seg med ideane dei utviklar, vert det vanskeleg å ikkje ha tid til å realisera draumane dei måtte ha.

Dette vil ikkje seie at ein entreprenør ikkje kan etablere ei verksemd og arbeida der resten av livet. Men for at entreprenøren skal trivast med det, må verksemda ha utviklingspotensiale slik at entreprenøren meir kan fylla ei rolle som ein intraprenør. Det er nettopp dette Morten seier at ein har vanskar med som enkeltmannsverksemd. Ein vert ikkje stor nok til at ein kan tilsetje folk til å drifta verksemda. Difor er saknet etter ein servicesentral stor for desse entreprenørane.

### **Servicesentral etter samvirkeprinsippet.**

”The most important ideas of all are meta-ideas”, which are: ”ideas about how to support the production and transmission of other ideas” (Florida 2004: 48).

Kanskje ein servicesentral kunne føre til at det vart realisert fleire entreprenørskap i regionen. Men utfordringane for ein slik sentral kan bli store. Deltakarane i servicesentralen vil ikkje ha eit felles mål. Det vil ikkje vera ei samkøyrte gruppe med dei utfordringar det vil gje. Dei vil kunne koma med idèar innanfor alle slag næringar og kunnskapen deira vil sprika i alle retningar. Det dei vil ha felles er at dei alle saman er entreprenørar. Ein må då kanskje tenkja seg denne sentralen meir som ein organisasjon som har eit breitt nettverk av kontaktar, slik at dei kan handtera entreprenørskap innanfor mange næringar. Fokus hjå dei som arbeider der, må vera å skaffe kontaktar og gjera avtaler med underleverandørar og salsapparat, slik at dei klarar å vera hjelpsame med alle deltakarane.

Verdien av nettverk og kontaktar i dagens næringsliv vert stadig peikt på som særskild viktig. Men det å byggje opp eit nettverk ein kan utnytte, tek mykje tid. Om ein fekk til eit samarbeid gjennom ein servicesentral om bygging av nettverk og kontaktar for etablering og drifting av verksemdene, ville ein få utnytta desse kontaktane betre. Sjølv om ideane sprikar i alle næringar, vil mykje av den servicen som denne sentralen skulle utføra, vera den same for mange av verksemdene. I staden for at kvar enkelt sit og driftar verksemda, ville ein med eit

samarbeid kunne ha profesjonelle folk som utførte denne delen av næringa på ein effektiv måte. Ein ville få ei effektiv bygging av nettverk, samstundes som nettverket ville bli brukt av mange fleire. Kvar kontakt i nettverket ville slik kasta meir av seg.

Så langt er mykje av innhaldet i servicesentralen likt det ein kan tenkja seg at ligg i botnen for ein næringshage. Men servicesentralen er meir å sjå på som ei enkeltstående verksemd. Ynsket var at servicesentralen òg skulle drifte verksemdene vidare. Om ein hadde ein næringshage ville servicesentralen kunne gå inn i næringshagen på lik linje med andre verksemdar. Den vil ikkje kunne erstatta ein næringshage, men den ville koma som ei eiga eining der entreprenørane samarbeidde for å leggja betre til rette for meir nyskaping i aktiviteten sin. Den vil gå endå meir direkte inn i drifta av verksemdene enn kva ein næringshage har som mål. Hovudmålet for ein servicesentral vil vera, at ein ved å hjelpe til i realiseringsfasen og ta den daglege drifta etter realisering, skapar ein fridom for entreprenørane slik at dei kan rette aktiviteten sin inn mot det dei kan best, som er å utvikle idear for nye entreprenørskap.

Det skjer mykje i samfunnet i dag med tanke på å leggja betre til rette for entreprenørskap. Det som ein kanskje kan samanlikne mest med servicesentralen er Partus, som er ei verksemd på Sørlandet med fokus på å vera ein møteplass mellom idear og kapital. Arbeidsområdet for Partus er i frå idé til marknadsaksept (Bergersen 2002). Dette vil seia at Partus er ei verksemd som arbeider profesjonelt med realiseringsfasen i entreprenørskapa. Dei har eit fokus på at døra inn skal både vera høg og vid, der idéutviklaren skal kjenne seg trygg. Dei innehar eit stort nettverk av kontaktar som vert nytta for å innhenta kunnskapen som skal til for å kunna gjennomføra ein god nok seleksjonsprosess av ideane. Dette vil langt på veg vera ein modell for korleis servicesentralen kan organiserast for å hjelpa dei kreative entreprenørane ved realisering av entreprenørskapa. Men Partus etablerer nye selskap som seinare vert sjølvstendige einingar. For Morten var det eit mål at servicesentralen skulle drifte verksemdene som dei eig i det daglege. Det er òg eit problem for ein servicesentral i eit bygdesamfunn at entreprenørane vil koma med idear innanfor alt mogleg. Partus har innskrenka arbeidsområdet til å gjelda teknologibaserte idear som er eigna for eksport (Bergersen 2002). For ein servicesentral som skal etablerast i eit bygdesamfunn, som i hovudsak skal hjelpa entreprenørane i lokalmiljøet, vil eit innskrenka arbeidsområde skapa problem. Det vil truleg ikkje vera mange nok entreprenørar i lokalmiljøet for ein servicesentral som rettar fokus mot spesifikke næringar. At ein kanskje må ha eit breiare



fokus av næringar ein skal arbeida med, vil nok i praksis vera ei stor utfordring for servicesentralen.

Ein ser at utfordringa kan vera stor ved etablering av ein servicesentral, dette gjeld òg for korleis ein skal organisera sentralen. Morten meiner at ein bør ta eit blick mot bøndene. Han sa: ”Me har mykje å læra av bøndene. Sjå kva dei har fått til. Dei er utruleg flinke til å organisera seg”. Det er kanskje ikkje så gale å tenkja seg at denne servicesentralen skal fungera for entreprenørane på same måte som landbrukssamvirket fungerer for bøndene. Slik eg forstår landbrukssamvirket, set bøndene bort all marknadsføring og foredling av produkta sine til samvirket, og får gjennom det konsentrera seg om å produsera best moglege råvarer. Dei får frigjort seg slik at dei kan konsentrera seg om det dei er mest opptekne av, og dermed dyktigast på. Etter mi meining, fekk bøndene gjennom samvirket eit profesjonelt foredlings- og salsapparat, noko som kvar enkelt ikkje hadde moglegheit til å sitje med. Gjennom dette samarbeidet klarte bøndene å spesialisera seg, sjølv om dei var små. Eg vil tru ein gjennom ei tilsvarande organisering for kreative entreprenørar, kunne oppnå at dei òg hadde fått frigjort seg frå mykje av ”papirmølla”, som Ola kalla det. Då ville dei få frigjort seg til å vera meir i ”sandkassa” og utvikle nye idèar og produkt. Ein ville då få spesialisert dei, og gjennom det få teke ut det kreative potensialet dei har.

Om samvirkemodellen er rett måte å gjera det på, er ikkje sikkert. Men ein har i regionen tradisjon og kunnskap om samvirke, slik at ein organisasjon bygd på den lesten ville virke kjent for alle. Og det verkar som entreprenørane i dag har det same målet som bøndene hadde då dei starta samvirket, nemleg det å spesialisera seg sjølv om ein er liten.

### **Motivasjon for å gje i frå seg idèar.**

Ei anna side som Knut meiner vert viktig for samfunnet, er å motivera entreprenørane, slik at dei vil gje frå seg idèar. Han seier at det er så mykje arbeid og tankar som ligg bak ein idé, at ein ikkje på sikt kan forvente at ein vil ause rundt seg av idèar. Han tykkjer han ikkje er like motivert for å gje frå seg idèar no, som det han var tidlegare. Dette vert eit problem framover, trur han.

Mogensen meiner at noko av motivasjonen for å gje i frå seg idèar er at ein får eit visst omdøme ut av det (Mogensen 2005: 83). Ut av det som Knut seier, kjem det fram at han tidlegare hadde vore meir viljug til å dela ideane med andre. Kan det vera ein her ser ein tendens til at ein i ein oppbyggingsfase vil ha ein motivasjon og vinst ut av å dela idèar med andre, men når ein har kome i gang, så vil denne motivasjonen minka. Alle døma som Mogensen har for denne motivasjonen, er folk som prøvar å skape seg noko. Dei prøvar å koma seg opp, slik at dei får høve til å drive med ei form for skapande verksemd. For ein som alt har ei skapande verksemd, kan det hende vinsten ved å gje i frå seg ein idé verta liten, omdømet som entreprenør vil han òg truleg allereie ha.

Florida delar den kreative klassa i to, der han har ei gruppe han kallar ”creative professionals”. Desse arbeider i kunnskapsintensive næringar som finans, helse og høgteknologiske verksemdar. Dei er kreative problemløysarar og innehar høg kompetanse. Deira arbeid er ikkje å koma opp med nye produkt, sjølv om dei av og til gjer det. Dei skal meir løyse konkrete problem for å halda hjula i gang. Dei mest kreative i denne gruppa freistar å koma seg inn i den andre gruppa, som Florida kallar ”The super creative core”. Her er arbeidet å koma opp med nye produkt som er nyttige for samfunnet. Utvikling av nye idèar vert her arbeidet deira (Florida 2004: 69). For dei i den kreative profesjonelle gruppa som gjerne vil koma inn i den superkreative kjernen, vil det å gje i frå seg idèar vera motivera av at dei då kan få omdøme nok til å bli med i den super kreative kjernen.

Knut, som ein må rekna med at tilhøyrrer den superkreative kjernen, vil ikkje lengre kjenne nokon motivasjon i å få betre omdøme. Men Knut sit med mange idèar som han ikkje har realisert, og som han kanskje ikkje kjem til å få tid til å realisera heller. Desse ideane ville vera verdifulle for andre som hadde tid og høve til å realisera dei. Men dei idédugnadane han har vore på, har ikkje gjeve han den rette motivasjonen. Utfordringa vert då korleis får ein ideane ut av ein røynd entreprenør?

Kanskje svaret ligg i servicesentralen til Morten. Ein måtte då organisera sentralen på ein måte som ville gje entreprenøren ein vinst for arbeidet med å utvikla ideen. Då ville kanskje Knut få ein ny motivasjon for å koma fram med idèar. Korleis dette kan løysast har eg ikkje nokon betre idé om, men ein kan ta med seg at Florida hevdar den kreative klassa er opptekne av, at dei vert rettferdig handsama i høve til innsatsen.

## Samandrag

Problemet for respondentane ligg i å få aksept for ideane sine i lokalsamfunnet. Utan aksept frå lokalsamfunnet vert det vanskeleg å få realisert ideane, og verdiane som dei representerer vert ikkje utnytta. Ut av materialet kan det sjå ut til, at ei mogleg forklaring kan vera at dei kreative entreprenørane får ein større risiko for å operera utanfor den lokale næringsstrukturen. For at idéskaparane ikkje skal avgrensa kreativiteten sin i for stor grad, meiner Morten at ein servicesentral kan løysa litt av problema.

Servicesentralen må då ut i frå argumentasjonen her, ha eit breiast mogleg nettverk for å innhenta nødvendig kunnskap. Nettverket må femne om flest moglege næringar, slik at ein ved trong for kunnskap kan aktivisera kontaktar i nettverket med den rette kunnskapen. Ein vil då få ein seriøs seleksjonsprosess av idéar innanfor eit breitt spekter av moglegheiter.

Sentralen vil òg kunne verka som ein endringsgenerator på den lokale næringsstrukturen. Ved å auka realiseringsmoglegheitene for ideane, vil ein syna potensialet i aktiviteten hjå dei kreative entreprenørane. Det kan føre til at ein får ei rørsle i næringsstrukturen, slik at ein over tid kan utvikla ein næringsstruktur som har eit aukande potensial innanfor næringsvilkår i kulturen.

Skal ein få full nytte av dei kreative entreprenørane, må servicesentralen òg klara å reisa kapital for idear som utnyttar meir ukjente markadar. Det kan fort verta vanskeleg å reise kapital for slike prosjekt innanfor dei etablerte institusjonane. Tidlegare rektor ved BI, Jørgen Randers seier:

”Jeg har ikke noe bedre forslag enn å benytte den individuelle investor som ikke behøver å bevise for noen at han tror på den langhårete, ubehøvlete diskjockeyen som står i beit for et par millioner, men som virkelig skjønner hva de internasjonale forbrukerene ønsker seg. For hvis du omsetter i en lånesøknad hva den langhårete prøver å fortelle deg, forvitrer det ofte til noe enhver finansinstitusjon ville avvise” (Kaltenborn 1996: 38).

Det som Randers etter mi meining påpeikar her, er at når ideane fører til for store hopp vekk i frå det vante, same om ein bur i Vest-Telemark eller i Oslo, vil det vera vanskeleg å få andre

til å forstå realismen i ideane. Det er nettopp dette Hjorth peikar på i analysen sin av den historiske diskursen som set grenser for næringsutvikling og entreprenørskap. Han hevdar der at vanskane kjem av di tankegangen og måten å sjå på næringsutvikling, berre tillet ganske trygg hopping i frå stein til stein i vasskorpa (Hjorth 2003). Det fører til at dei ideane som vert sedde på som realistiske berre representerar minimal endring av det noverande. Dette kan vera forklaringa på at den lokale næringsstrukturen har ein tendens til å kopiera seg (Spilling 1998b).

Hovudmålet med servicesentralen er eigentleg å få ei rask endring av næringsstrukturen, eller sagt på ein annan måte, målet vil vera å byggje opp ein eigen organisasjon som opererer litt på sida av samfunnet. Slik at ein i staden for å arbeida med å endra den lokale næringsstrukturen, som normalt er ein svært tung prosess, vil ein kunna opparbeida eit miljø som kan vera hjelpsam med å realisera idèar, som ikkje utan vidare let seg realisera i dei vanlege kanalane i lokalsamfunnet. Servicesentralen må tillata at ideane representerer større endring av det noverande, enn kva som er vanleg i samfunnet i dag. Ein må difor i langt større grad frigjera seg i frå det noverande for å vurdere kva for idèar som bør realiserast.

## 5. Entreprenørskap i teori og praksis

### Kreativitet, eit dilemma

Utgangspunktet for denne oppgåva har vore endringsprosessane ein meiner å sjå i samfunnet i dag. Ein meiner at desse endringane for næringslivets del for alvor vart starta av oljekrisa i 1972 (Barker 2000: 101). Ein får då starten på at produksjonen av varer dreiar over i frå nøytrale og standardiserte varer, til ein produksjon med større variasjon som vert retta inn mot ein nisje marknad. Dette gav verksemdene store problem i og med at marknaden vart meir ustabil. Det vil seia at tida som av eit produkt var ei god salsvare vart kortare, noko som verksemdene måtte ta omsyn til. Dette skapte trong for ei ny organisering av verksemdene, der dei raskare kunne skifta over i frå eit produkt til eit anna. Ein får organisering av verksemdar, der dei i stor grad set framstillinga av produkta vekk til underleverandørar, og konsentrerer seg sjølv meir om sal og utvikling av nye produkt.

Om denne nye forma for organisering av verksemdar, der ein får auka fleksibiliteten ved at ein knyter saman fleire einingar i eit nettverk som raskt kan omstillast, er den einaste løysinga, kan diskuteras. Men ein meiner at der er omfattande strukturelle endringar på gang der fleksibilitet er eit viktig kjenneteikn (Spilling og Kaltenborn 1996: 175).

At ein har fått ein marknad som stadig endrar seg, skaper trong for nyskaping. Ein viktig føresetnad for nyskaping er kreativitet, men oppgåva viser at kreativiteten kan vera eit dilemma for både entreprenørane og samfunnet. For dei kreative entreprenørane sin del, står dei i fare for å utvikle idear som representerar for stor endring av det noverande. Når dei frigjer seg i for stor grad frå kva samfunnet ser som mogleg, vil dei få vanskar med realiseringa av entreprenørskapa. På den andre sida så vil ei for stor binding til kva ein i dag ser som mogleg sperra mykje av moglege entreprenørskap.

I kor stor grad entreprenørane let seg avgrensa i sin kreativitet, kan ha med kva for identitet dei vil synleggjera. Dei kreative entreprenørane er skapande menneske med eit fokus mot entreprenørskap. Om identiteten deira set mest fokus på rolla som det skapande menneske, og verdien av å utvikle nye idear, vil dei ikkje la seg styre i same grad av kva samfunnet ser som mogleg. Om dei derimot har ein identitet, som plasserer dei meir mot entreprenørrolla, vil dei

i større grad ha fokus mot at ideane kan realiserast og gjennom det la seg styra litt meir av kva samfunnet kan sjå som realistisk.

## **Rommet for entreprenørskap**

Ofte når ein stiller spørsmål om utviklinga i distrikta, vert byen dregen inn som ein motpol til utfordringane. Nokre av respondentane gjev uttrykk for at dei opplever at regionen verkar litt for traust. Dei får ei forståing av at regionen ikkje klarar å utvikle seg i takt med resten av samfunnet. Ein kan tolka denne kjensla av at motstanden i eit bygdesamfunn er større enn i byen som ein kulturell klisje, som har vorte skapt oppgjennom historia gjennom skjønlitteratur og myter. Men det kan, for entreprenørane vera meir strukturelle tilhøve som skaper denne kjensla av at motstanden mot nyskaping er større på bygda enn i byen. Ut i frå entreprenørskapsteorien vil utviklinga i eit samfunn ofte koma innanfor den lokale næringsstrukturen (Spilling 2002: 28). Det vil seie at det den lokale næringsstrukturen femner om, vil ha mykje å seie for kor stor endringsvilje ein vil oppleva i lokalsamfunnet. Ein kan tenkja seg at den lokale næringsstrukturen ein har i ein by vil femne om fleire ulike næringar, enn det ein lokal næringsstruktur i ein distriktsregion vil klara. Det vil seia at ein i ein distriktsregion vil få ein smalare næringsstruktur enn kva ein normalt vil ha i byane (Spilling 1998b). Når då den lokale næringsstrukturen vert smalare, vil det føra til at endringsviljen vil opplevast som mindre.

Vest-Telemark må ein kunna hevda at har ein relativt smal næringsstruktur, og vil av den grunn opplevast som traust og lite open for nyutvikling i mange samanhengar. Ut i frå denne synsvinkelen vil regionen ikkje vera traust av di innbyggjarane er meir trauste, men av di næringsstrukturen i regionen omfamnar færre næringar. Talet på næringar som lokalsamfunnet har evne til å fanga opp nyskaping innanfor, vert dermed mindre. Sagt med andre ord så vil moglegheita for at dei kreative entreprenørane utviklar idèar som ikkje samsvarar med den lokale kunnskapsbasen auke.

Når dei stadig opplever at ideane deira vert avviste på grunn av manglande forståing, vil det gje entreprenørane ei kjensle av at dei ikkje vert verdsette for den aktiviteten dei driv med. Skal samfunnet og dei kreative entreprenørane få glede av aktiviteten deira, må den lokale kunnskapsbasen og ideane synkroniserast betre. Dette kan skje ved at entreprenørane

avgrensar kreativiteten sin inn mot den lokale næringsstrukturen, eller at lokalsamfunnet vert meir aktsame på å søkja etter nødvendig kunnskap innanfor dei aktuelle områda som ideane dreiar seg om.

## **Fleire former for entreprenørskap**

Utfordringane som respondentane mine møter, ser ut for å stamme i frå at dei har idear som går utanfor den lokale næringsstrukturen. Som me har sett tidlegare, vil den lokale næringsstrukturen ofte reprodusera seg sjølv (Spilling 1998b). Det kan difor verka som det er reproduksjonen av den lokale næringsstrukturen som skapar vanskane for respondentane.

Daniel Hjorth har sett på kva som har styrt entreprenørskapstanken fram til i dag. Han kjem gjennom ein diskursanalyse fram til at entreprenørskapsforståinga i for stor grad er skriven inn i ein historisk økonomisk diskurs om leiing og organisering. Vidare seier han at entreprenørskap som einsidig er styrt ut i frå den økonomiske diskursen, korkje vil drukna eller verta solbrent, fordi ein ikkje får rom til å flyga. Entreprenøren må hoppa mellom godt definerte plassar der ein søkjer strategiske mål og landar etterpå trygt i nettet av driftsplanar. Han meiner at ein må opna seg meir opp og gje meir rom for kjensler og leik i entreprenørskapet. Meir på line med det han meiner ein har innanfor litteraturen, kunsten og musikk (Hjorth 2003: 265-266).

Slik eg ser det er poenget til Hjorth at entreprenørane må få rom til å flyga mellom vatnet og himmelen, ikkje berre hoppa trygt frå stein til stein i vasskorpa. No må ein ikkje tenkja på dette som eit spørsmål om anten det eine eller det andre. Det vil vera ein glidande overgang, men ytterpunkta vil markera ein vesentleg skilnad. Entreprenørane sitt verkeområde vil vera mellom det noverande og det nye. Det vil her danna seg eit skilje mellom entreprenørane i høve til kor dei har fokus i idégenereringa. Med dette meiner eg at nokon vil la det noverande avgrensa tankane, mens andre vil rive seg laus i frå det noverande og la tankane leika meir fritt. Eg meiner difor at det kan vera fruktbart å nytte Johannisson sine omgrep der han skil mellom prosjekt og hending (Johannisson 2005), som to ulike måtar å organisera entreprenørskap på. Eg har gjennom oppgåva brukt kreative entreprenørar for dei entreprenørane som organiserar seg etter hendingsrasjonaliteten, når eg no skal fokusera meir mot ulikskapen mellom prosjekt og hendingsrasjonalitetane, vil eg kalla entreprenørar som

opererer etter prosjektrasjonaliteten for prosjektentreprenørar. Begge formene for entreprenørskap fører til nyskaping, men det er store grunnleggjande ulikskapar på dei både i graden av nyskaping og på realiseringsmoglegheitene i lokalsamfunnet.

Prosjektentreprenørane let i langt større grad den lokale næringsstrukturen avgrensa entreprenørskapa. Det vil seia at ein leitar etter nye løysingar innanfor dei rammene som dette gjev. Inspirasjon for å nå målet kan hentast fleire stader, og ein kan ha ytre motivasjon eller indre motivasjon for kreativiteten, men resultatet ut av den kreative prosessen vil større grad vera tilpassa den lokale næringsstruktur. Dette har to sider ved seg, der den eine er at entreprenørskapa vil ha større moglegheiter for å verta godtekne i lokalsamfunnet. På den andre sida vil det noverande i samfunnet avgrensa entreprenørskapet.

Grunnen for at entreprenørskapa i frå prosjektentreprenørane har store realiseringsmoglegheiter, ligg i at dei sjeldan resulterer i store endringar av det noverande. Lokalsamfunnet vil ha god kunnskap om næringane i den lokale næringsstrukturen. Dei vil difor vera godt rusta for å ta i mot nyskaping innanfor den lokale næringsstrukturen. Entreprenørskapa vil utvikle det lokalt noverande, og vil difor sjeldan føre til store omveltingar i den lokale kunnskapsbasen. Ein vil av den grunn oppleve utviklinga som relativt stabil, og realiseringa av entreprenørskapa vil i det store og heile gå stille for seg.

På den andre sida så vil entreprenørskapa verta avgrensa av det noverande i samfunnet. Den lokale næringsstrukturen vil i stor grad avgrensa kva område entreprenøren får operera innanfor. Dette vil stenge ute brorparten av moglege idèar som kan realiserast. For dei kreative entreprenørane skal me no sjå at avgrensinga ein her ser, ikkje vil ha like mykje å seie.

Dei kreative entreprenørane vil i langt større grad basera entreprenørskapa på eigne vurderingar av omverda. Aktørane vil her ikkje på same måten la realismen i samfunnet avgrensa entreprenørskapa deira. Difor vil dei i mykje større grad vera kritiske til det noverande, noko som fører til at dei stiller spørsmål til alt rundt seg, og vil søkje etter nye svar på dei områda dei meiner det noverande kan forbetrast. Sagt med andre ord, vil dei ikkje la seg styra av den lokale næringsstrukturen, dei vil heller omforma næringsstrukturen.



Dette fører til at måla for entreprenørskapa ofte ikkje har noko med den lokale næringsstrukturen å gjera. Resultata kan då verta idèar som representerer store endringar av det lokalt noverande. Entreprenørskapa vil difor fort representera ei brå og stor endring i den lokale kunnskapsbasen. Ein vil difor fort oppleva at ein får vanskar med å få aksept for entreprenørskapa i lokalsamfunnet og realiseringsmoglegheitene vil verta mindre.

I materialet eg har samla, kjem det fram at respondentane mine har klare drag som tilseier at dei har hovudtyngda av fokuset sitt mot hendingsrasjonaliteten. Dei vanskane dei kjenner dei har, med å få aksept for entreprenørskapa sine i lokalsamfunnet, kan då ha si forklaring i at dei utviklar idèar som representerar for stor endring i kunnskapsbasen i lokalsamfunnet. Dei vil difor kjenne at lokalsamfunnet ikkje forstår dei og vil få ei kjensle av at dei vert totalt avviste.

Både Knut og Ola gjev uttrykk for at dei er klar over problematikken rundt korleis samfunnet oppfattar entreprenørskapa deira. Dei prøvar difor å vera aktive brubyggjarar mellom ideen og lokalsamfunnet. Ola seier òg at han dei seinare åra har justert entreprenørskapa sine inn slik, at dei lettare vert aksepterte av samfunnet. Det vil seia at han har vorte meir aktsam på kor stor endring han klarar å få samfunnet til å akseptera. Han avgrensar dermed sin kreative fridom, men med det oppnår han at entreprenørskapa vert lettare å realisera. Ola har med andre ord flytta fokuset noko i frå hending- over mot prosjektrasjonalitet. Spørsmålet vert då om det er det mest samfunnstenlege at dei kreative entreprenørane flyt fokus frå hendingsrasjonaliteten over mot prosjektrasjonaliteten.

## **Auka verdiskaping med prosjekt- eller kreative entreprenørar?**

Eg har hevda at ein kan dela entreprenørane inn i to ulike grupper i høve til kva dei fokuserar mot i idégenereringsfasen. I motsetnad til prosjektentreprenøren, så vil dei kreative entreprenørane i større grad frigjera seg i frå den lokale næringsstrukturen, ein hentar inspirasjon i alt rundt seg, og det er personlege verdiar som avgjer kva for næring ein prøvar å utvikle nyskapande idèar innanfor. Ved å frigjera seg i frå det lokalt noverande, vil ein naturleg nok kunne koma fram med idèar innanfor næringar som ein ikkje har tradisjon for i lokalsamfunnet. Prosjektentreprenøren vil i større grad henta motivasjonen sin i den lokale næringsstrukturen og vil gjennom det ha som mål å utvikla det noverande, i denne

samanhengen, den lokale næringsstrukturen. Ein vil då utvikla nyskapande idèar innanfor dei næringane ein har tradisjon for i lokalsamfunnet.

Både desse formene for entreprenørskap har potensiale i seg til å leggja grunnlaget for auka sysselsetting og verdiskaping. Men etter mi meining så har dei grunnleggjande ulikskapar, slik at potensialet i dei vil variera etter kva for næringsstruktur samfunnet har. Om me fyrst tek for oss prosjektentreprenørane, så vil dei i større grad utvikle den lokale næringsstrukturen vidare, og gjennom det generera sysselsetting og verdiskaping. Kor stort potensialet denne forma for entreprenørskap har, vil difor vera tett knytt opp til kva potensialet er for den lokale næringsstrukturen.

Eg har tidlegare i oppgåva hevda at næringar oppstår og næringar døyr ettersom næringsvilkåra i kulturen utviklar seg. Ein vil difor få næringsstrukturar som har aukande potensiale for sysselsetting og verdiskaping, medan andre næringsstrukturar vil ha eit minkande potensiale for sysselsetting og verdiskaping innanfor næringsvilkåra i kulturen.

Ut i frå dette kan ein hevda at lokalsamfunn som har ein næringsstruktur med aukande potensiale, vil gjennom prosjektentreprenørskap få ein vekst i sysselsetting og verdiskaping ved å utvikla det noverande. Så lenge ein ikkje får store endringar i næringsvilkåra i kulturen, vil prosjektentreprenørskapa vera dei som truleg genererar mest sysselsetting og verdiskaping for samfunnet. Dei er lettare å realisera og når då næringsstrukturen har vekstpotensiale, vil nyskaping innanfor den lokale næringsstrukturen skape auke i sysselsettinga og verdiskapinga.

Men for samfunn som har ei negativ utvikling i potensialet i sin næringsstruktur, så vil prosjektentreprenørskapa ha mindre å seia for sysselsetting og verdiskaping. Utviklinga av det noverande vil her fort effektivisera bort sysselsetting på grunn av at næringsstrukturen vil få mindre og mindre å seia for verdiskapinga i næringsvilkåra i kulturen. Om samfunn i ein slik situasjon vil ha ei positiv utvikling i sysselsettinga og verdiskapinga, må dei få endringar i næringsstrukturen sin. Her vil dei kreative entreprenørane kunne vera løysinga. Fordi dei i større grad frigjer seg frå den lokale næringsstrukturen, utviklar dei entreprenørskap innanfor næringar som ein ikkje har i lokalsamfunnet. Gjennom det vil ein kunne utvikla næringar som på sikt vil kunna auka potensialet i den lokale næringsstrukturen.

Tidlegare i oppgåva har me sett at mange av nyetablerarane i Vest-Telemark etablerer seg innanfor næringar som har dalande sysselsetting i den vestlege verda. Dette kan ein tolke som, at det er visse tendensar til, at næringsstrukturen i Vest-Telemark har eit minkande potensiale. Ut av argumentasjonen over vil prosjektentreprenørane ikkje ha det største potensialet i regionen. Det største potensialet for å få vekst i sysselsetting og verdiskaping ser ut for å liggja hjå dei kreative entreprenørane.

Aktiviteten til dei kreative entreprenørane vil ut i frå argumenta over kunne spela ei viktig rolle for utviklinga av verdiskaping og sysselsetting i regionen. utfordringa ligg i korleis ein skal få organisert seg slik at ein får realisert fleire entreprenørskap.

## **Servicesentralen si rolle**

Respondentane mine og Daniel Hjorth møtest på sett og vis her i organiseringa av servicesentralen. Hjorth hevdar at samfunnet må gje entreprenørane lov til å flyga, medan respondentane mine har lært seg til å flyga. utfordringa som både Hjorth (2003) og respondentane peikar på er å få den meir trauste personen, som ser verda frå sin ståstad nede på steinen i vasskorpa, til å ta ein robåt og ro over til steinar og holmar som ligg utanfor hans synsvinkel, som den flygande kreative entreprenøren med falkeblikk har observert.

Entreprenørane treng kapital for å visa realismen i entreprenørskapa sine. utfordringa vert då, korleis kan dei kreative entreprenørane få tilgang på kapital, slik at dei får realisera entreprenørskapa sine så langt at realismen i dei vert synlege for fleire.

Dette handlar etter mitt skjønn om samsvaret mellom ideane og kunnskapen i lokalsamfunnet. Når ideane byggjer på kunnskap som ikkje er kjent i lokalsamfunnet, vil ein få vanskar med å skilja gode og dårlege idear i frå kvarandre. Om ein gjennomfører ein seleksjonsprosess utan å innhenta nødvendig kunnskap, vil det vera som å skyta i blinda. Det vil vera ein særskild dårleg utnytting av kapitalen. Ein må difor ha eit organ der seleksjonsprosessen vert kvalitetssikra, slik at ein får eit godt nok grunnlag til å skilja gode og dårlege idear frå kvarandre. For å vurdera idear frå kreative entreprenørar, må ein ofte klare å sjå verda i eit nytt perspektiv. Dei som vil vera best rusta for dette er kan hende andre kreative entreprenørar, som gjennom aktiviteten sin aktivitet har lært seg til å frigjera seg frå det noverande. Ut i frå denne

synsvinkelen vil eit organ samansett av kreative entreprenørar vera best kvalifiserte til å avgjera kva for idear servicesentralen skulle engasjera seg i.

Korleis finansane skal ordnast for ein slik sentral, kan vera eit problem, noko som eg ikkje skal dvele for mykje med i denne oppgåva. Men det kan sjå ut for at servicesentralen, med organet av kreative entreprenørar som kvalitetssikring, på ein eller annan måte må få fritt spelerom i prioriteringa av midlane dei eventuelt skulle ha. Det vil med andre ord seia at servicesentralen måtte få midlar som dei fritt kunne bruke utan å måtte forklare prioriteringane. Dei måtte få operera som ein individuell investor og samfunnet måtte syne tålmod, og vente på avkastinga frå aktiviteten det ville skapa. Servicesentralen må på ein måte fungera som eit armlengdsorgan, der samfunnet går inn med midlar, men let organisasjonen få prioritera bruken etter eige skjønn.

## Avslutning

Ein må sjå på entreprenørskapa hjå dei kreative entreprenørane, som del av deira livsprosjekt. Det at entreprenørskapa vert ein del av livsprosjektet, gjev dei kreative entreprenørane ei form for motivasjon med ein sær stor styrke. Det vert ein så stor del av livet deira, at heile deira kvardag kan verta retta mot entreprenørskapet. Dette gjer sitt til at dei langt på veg, formar omgjevnadene etter kva som kan gagna entreprenørskapet. Dei får òg ein ”drive” i handlingane sine som gjer sitt til at dei ikkje vert redde for å gå sine eigne vegar. Det fører til at dei ofte kan koma framfor resten av samfunnet, dei vert på ein måte ”avantgarden” i næringsutviklinga.

Utfordringa for dei kreative entreprenørane ligg nettopp i at dei ofte er motorane i utviklinga. Dette fører til at dei frå tid til annan tek litt større hopp enn kva samfunnet kjenner er godt. Dei kan gjennom sin måte å organisera entreprenørskapa på, verta endringsgeneratorar for den lokale næringsstrukturen. Samfunn som har ein næringsstruktur med eit dalande potensiale i næringsvilkåra i kulturen, kan ha stor nytte av dei kreative entreprenørane sin aktivitet. Men det føreset at ein klarar å organisera aktiviteten deira på ein slik måte, at ein får ta ut dei ressursane som dei kreative entreprenørane kan produsera. Servicesentralen, som ein organisasjon, utvikla for å forvalta entreprenørskap utvikla av kreative entreprenørar, vil kunne få ei viktig rolle som tilretteleggjar for ein framtidsretta næringsstruktur for desse samfunna.

Den framtidsretta næringsstrukturen, vil ut i frå dette synet, vera ein som har endring og nyskaping som fokus. Det vil seia at fokuset vert flytta frå spesifikke næringar over til nyskaping innanfor alle moglege næringar. Den felles kunnskapsbasen i lokalsamfunnet vil då handla meir om entreprenørskap enn spesifikke næringar.

## Litteratur:

**Alderfer, P. Clayton (1972):** *”Existence, Relatedness, And Growth: Human Needs in Organizational Settings”*, The Free Press, New York Collier-Macmillan Limited, London 1972.

**Amabile, M. Teresa (1989):** *”Growing Up Creative: Nurturing a Lifetime of Creativity”*, New York, Crown Publishers, Inc. 1989.

**Amabile, M. Teresa (1996):** *”Creativity in Context: Update to The Social Psychology of Creativity”*, Oxford, Westview Press, 1996.

**Barabási, Albert-László (2002):** *”Linked: The New Science of Networks”*. Cambridge, Massachusetts: Perseus Publishing 2002.

**Barker, Chris (2000):** *”Cultural Studies: Theory and Practice”*. London: SAGE Publication Ltd, reprinted 2002.

**Bergersen, Hilde (2002):** ”Partus: En møteplass for ideer og kapital”, i Olav R. Spilling (red): *NyskappingsNorge*. Bergen: Fagbokforlaget Vogmostad & Bjørke AS.

**Bille, Trine (2004):** ”Kultur i urban og regional utvikling – økonomisk set”, i S. Røyseng og D. Solhjell (red): *Kultur, Politikk og Forskning: Festskrift til Per Mangset på 60-årsdagen*, Telemarksforskning-Bø, 2004.

**Bjørkås, Svein (2004):** ”Et Timbuktu For Moderne Mellomlag”, i S. Røyseng og D. Solhjell (red): *Kultur, Politikk og Forskning: Festskrift til Per Mangset på 60-årsdagen*, Telemarksforskning-Bø, 2004.

**Boden, Margaret A. (1991):** *”The Creative Mind: Myths & Mechanisms”*, New York, Basic Books 1991.

**Bolkesjø, Torjus og Haukeland, Per Ingvar (2003):** "Entreprenørskap innafor kulturøkonomien", i Dag Jørund Lønning (red): *Den Norske Bygda og Den Store Verda, Om lokal utvikling i ei global tid*. Forskningsprogrammet Trademark Telemark, Telemarksforskning-Bø 2003.

**Christie, Nils (1982):** "Hvor tett et samfunn?", Oslo: Universitetsforlaget, 1982.

**Crook, S., Pakulski, J. og Waters, M. (1992):** "Postmodernization", London and Thousand Oaks, CA: Sage.

**Florida, Richard (2004):** "The Rise of The Creative Class: And how it's transforming work, leisure, community, & everyday life". Cambridge MA, USA: Basic Books, paperback 2004.

**Fog, Jette (2004):** "Med samtalen som utgangspunkt: Det kvalitative forskningsinterview". 2.rev. udg. København: Akademisk Forlag, 2004.

**Giddens, Anthony (1991):** "Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age", Cambridge, Polity Press.

**Gripsrud, Jostein (2003):** "Hva er kunst?", i B. Hodne og R. Sæbøe (red): *Kulturforskning*, Universitetsforlaget, Oslo 2003.

**Hall, S. og Jacques, M. (red.) (1989):** "New Times: The Changing Face of Politics in the 1990s". London: Lawrence & Wishart.

**Hjort, Daniel (2003):** "Rewriting Entrepreneurship, for a new perspective on organisational creativity". Oslo: Abstrakt Forlag AS.

**Hjort, Daniel og Johannisson, Bengt (1998):** "Entreprenørskap som skapelseprocess och ideologi", i Barbara Czarniawska (red): *Organisationsteori på svenska*. Malmö: Liber AB.

**Hovden, J. F. (2002):** "Arvingane: Studentar og kulturinstitusjonane", i S. Bjørkås (red): *Individ, identitet og kulturell erfaring*, Kristiansand, Høyskoleforlaget.

**Isaksen, Arne (2002):** ”Innovasjonssystemer og kollektive prosesser”, i Olav R. Spilling (red): *NyskapingsNorge*. Bergen: Fagbokforlaget Vogmostad & Bjørke AS.

**Johannisson, Bengt (2005):** ”*Entreprenørskapets veasen*”. Lund, Sweden: Studentlitteratur.

**Jonsson, Tor (2000):** ”*Blant bygdedyr og vestkantkrokodiller, prosa i utval ved Ingar Sletten Kolloen*”. Det Norske Samlaget, 2000.

**Kaltenborn, Otto (1996):** ”Epokeskifte og næringsutvikling: - noen refleksjoner omkring forutsetninger for det fremtidig næringsliv”, i Olav R. Spilling (red.): *Perspektiver på næringsutvikling*, Bergen, Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS.

**Kaltenborn, Otto (2002):** ”Regionale innovasjonssystemer og institusjonelle aktører”, i Olav R. Spilling (red): *NyskapingsNorge*. Bergen: Fagbokforlaget Vogmostad & Bjørke AS.

**Kaufmann, Geir (2006):** ”*Hva er kreativitet*”, Oslo: Universitetsforlaget A/S

**Kvale, Steinar (2001):** ”*Det kvalitative forskningsintervju*”. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag AS, 1. utgåve 1997, 8. opplag 2006.

**Lønning, Dag Jørund (2003):** ”Føreord”, i Dag Jørund Lønning (red): *Den Norske Bygda og Den Store Verda, Om lokal utvikling i ei global tid*. Forskingsprogrammet Trademark Telemark, Telemarksforsking-Bø 2003.

**Lønning, Dag Jørund (2003b):** ”Det nye hamskiftet. Frå moderne industrisamfunn til postmoderne opplevingssamfunn”, i Dag Jørund Lønning (red): *Den Norske Bygda og Den Store Verda, Om lokal utvikling i ei global tid*. Forskingsprogrammet Trademark Telemark, Telemarksforsking-Bø 2003.

**Mangset, Per (2004):** ”*Mange er kalt, men få er utvalgt: Kunstnerroller i endring*”. Rapport nr 215 Telemarksforsking-Bø 2004.



**Mogensen, Klaus Æ. (red.) (2005):** "Creative Man". Instituttet for Fremtidsforskning, København: Gyldendal, printed 2005.

**Mokyr, Joel (1990):** *"The Lever Of Riches, Technological Creativity and Economic Progress"*. New York: Oxford University Press, Inc.

**Repstad, Pål (1998):** *"Mellom nærhet og distanse: Kvalitative metoder i samfunnsfag"*. 3. utgave. Oslo: Universitetsforlaget AS, 1998.

**Robertson, R. (1992):** *"Globalization"*, London and Newbury Park, CA: Sage

**Spilling, Olav R. (1996):** "Struktur og dynamikk: Små bedrifter i næringsutviklingen" i Olav R. Spilling (red.): *Perspektiver på næringsutvikling: Handelshøyskolen BIs årbok 1997*, Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS.

**Spilling, Olav R. (1998):** "Entreprenørskap på norsk", i Olav R. Spilling (red): *Entreprenørskap på norsk*. Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS.

**Spilling, Olav R. (1998b):** "Strategi for entreprenørskap", i Olav R. Spilling (red): *Entreprenørskap på norsk*. Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS.

**Spilling, Olav R. (1998c):** "Om entreprenørskap", i Olav R. Spilling (red): *Entreprenørskap på norsk*. Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS.

**Spilling, Olav R. (2002):** "Hva er nyskaping?", i Olav R. Spilling (red): *NyskapingNorge*. Bergen: Fagbokforlaget Vogmostad & Bjørke AS.

**Spilling, Olav R. (2002b):** "Nyskaping gjennom entreprenørskap", i Olav R. Spilling (red): *NyskapingNorge*. Bergen: Fagbokforlaget Vogmostad & Bjørke AS.

**Spilling, Olav R. og Kaltenborn, Otto (1996):** "Mot det entreprenørielle samfunn?", i Olav R. Spilling (red.): *Perspektiver på næringsutvikling: Handelshøyskolen BIs årbok 1997*, Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS.

**Vareide, Knut (2004):** "*Vest-Telemark Situasjonsanalyse 200*". Arbeidsrapport nr 11/2004  
Telemarksforskning-Bø 2004.

**Villa, Mariann (2005):** "*Bygda som bustad*", Trondheim: Rapport no 1/05 Norsk senter for  
bygdeforskning.

# Vedlegg

## Intervjuguide

### Intervjuguide for samtaler med entreprenører i Vest-Telemark.

#### Personleg:

Alder.

Utdanning.

#### Butilhøve:

Kvifor bur du i Vest-Telemark.

Innflyttar/innfødd.

Kva kvalitetar får ein ved å bu i distrikta.

Kva for utviklingspotensiale har distrikta.

#### Idéskaping:

Reknar du deg sjølv som kreativ.

Eventuelt, kva er grunnen, trur du, for din kreativitet.

Er her eit kreativt miljø i lokalsamfunnet.

Kor viktig er eit kreativt miljø for utvikling av idear.

#### Entreprenørskap:

Kva driv du med i verksemda di.

Tidlegare arbeidserfaring.

Kva er det som motiverar/inspirerar deg til å gjennomføre entreprenørskap.

Korleis vert entreprenørskapa tekne i mot i lokalsamfunnet.

Kva er dei største utfordringane når ein skal realisera eit entreprenørskap.

Kva for fordelar og ulemper har ein som entreprenør i distriktet.