

Hvorfor vokser steder?

Knut Vareide



KAPITTEL 6

Veien videre

Attraktivitetsmodellen er et forsøk på å svare på følgende to spørsmål: *Hvorfor vokser noen steder mer enn andre, og hvordan kan et sted påvirke egen vekst?* Et fundamentalt grep i modellen er å skille mellom strukturelle forhold (som stedene vanskelig kan påvirke) og det som stedene kan påvirke (attraktivitet). De strukturelle trekkene forklarer til dels hvorfor noen steder vokser mer enn andre på generelt grunnlag. Vekst som avviker fra forventet vekst ut fra de strukturelle forholdene, skyldes da spesielle forhold og egenskaper ved stedet. Etter vår mening er denne prinsipielle tilnærmingen nyttig både rent teoretisk for å forstå utviklingen og nyttig for dem som arbeider konkret med regional utvikling.

Attraktivitetsmodellen slik vi har presentert den i denne boka, kommer ikke til å være den endelige versjonen av attraktivitetsmodellen. Vi er sikre på at modellen blir videreutviklet og forbedret de neste årene. Det er noen overordnede prinsipper i denne modellen som vi tror blir beholdt i framtidige modeller. For det første må en modell som skal forklare steders vekst, ta høyde for både at arbeidsplassvekst påvirker flytting og befolkningsvekst, og at befolkningsveksten påvirker arbeidsplassvekst. Begge disse mekanismene er høyst reelle, og analyser som bare baserer seg på det ene årsaksforholdet, vil øve for mye vold på virkeligheten. For det andre må en modell som skal forklare arbeidsplassvekst på et sted, ta opp i seg betydningen av bransjesammensetningen på stedet. For det tredje må variabler som bakes inn i modellen, ha en signifikant forklaringskraft for historiske data. Det er ikke nok at det finnes teori eller forskningsresultater fra andre land som viser variabelenes betydning. Det bør være et krav at variablene har en klar betydning for utviklingen på norske steder.

Disse tre overordnede prinsippene vil bli videreført i våre framtidige versjoner av modellen. Samtidig kan vi være nesten sikre på at det er mulig å lage en enda bedre modell. Det er nærmest uendelig mange måter å konstruere og

spesifisere en slik modell på selv om antall variable så langt er få. Så langt har vi bare forsøkt og testet et lite antall mulige modellmuligheter.

Selv om vi lager en best tenkelig modell av denne typen, vil en slik modell ikke svare direkte på hvordan et sted kan påvirke egen utvikling. En perfekt modell av denne typen viser bare hva som er forventet utvikling på et sted ut fra de strukturelle forholdene. Det spørsmålet som alle som arbeider med regional utvikling, stiller seg, er hvordan de kan påvirke veksten på stedet. Vi tror ikke dette spørsmålet kan besvares av statistiske modeller av denne typen. Modellen svarer på *om* et sted har påvirket veksten positivt, men ikke *hvordan*. Framtidige attraktivitetsmodeller bør kunne gi mer detaljerte beskrivelser av vekstprosessene på attraktive steder. For steder med høy attraktivitet som bosted, vil det være verdifullt å kunne vite mer om *hvem* de har vært attraktive for. Har det vært for folk fra andre steder i regionen eller for folk langveisfra? Har det vært for personer i spesielle aldersgrupper eller utdanning? For steder som har vært attraktive for næringsliv, vil det være interessant og nyttig å vite mer om hva slags type næringsliv som har skapt veksten, og hvorvidt veksten har vært konsentrert til få eller mange bedrifter. Mens denne boka skrives, arbeider vi med nye versjoner av attraktivitetsmodellen som kan svare på dette.

For å finne ut av *hvordan* steder kan påvirke egen vekst, må vi gå dypere inn i faktiske caser med mer kvalitative studier. Som vi viste i det siste kapitlet i denne boka, finnes det ingen generell oppskrift på å skape attraktivitet på et sted. Hva som skaper attraktivitet, endrer seg over tid, kan være forskjellig fra sted til sted og er alltid avhengig av hva andre steder til enhver tid gjør. I dag er det mange steder i Norge, både små kommuner og større byer, som arbeider aktivt og systematisk for å bedre sin attraktivitet. Noen av disse vil lykkes. Erfaringer fra slike steder vil kunne gi flere nøkler til å forstå hvordan steder kan skape vekst.

Ordliste og forklaring

Begrep:	Forklaring
Bostedsattraktivitet	Faktisk nettoflytting fratrukket forventet nettoflytting
Næringsattraktivitet	Faktisk vekst i antall arbeidsplasser i næringslivet fratrukket forventet vekst i næringslivet
Forventet nettoflytting	Arbeidsplassseffekt + naboveksteffekt + størrelseseffekt + effekt av arbeidsmarkedsintegrasjon

(Fortsatt)

Begrep:	Forklaring
Forventet arbeidsplassvekst	Bransjeeffekt + befolkningseffekt
Arbeidsmarkedsintegrasjon, ekstern	Utpendling/sysselsetting + innpendling/arbeidsplasser
Arbeidsmarkedsintegrasjon, intern	Gjennomsnitt av verdier til kommunene av: utpendling til resten av regionen/sysselsetting + innpendling fra resten av regionen/ arbeidsplasser
Nabovekst	Relativ arbeidsplassvekst i kommuner det pendles til, vektet med andelen som pendler til kommunene
Relativ nettoflytting	Nettoflyttingen fratrukket landets nettoflytting
Relativ arbeidsplassvekst	Arbeidsplassvekst fratrukket arbeidsplassveksten i landet
Bransjeeffekt	Avvik fra landets gjennomsnittlige arbeidsplassvekst og beregnet arbeidsplassvekst dersom alle bransjer vokser som landsgjennomsnittet
Befolkningseffekt	Endring i forventet arbeidsplassvekst som følge av at befolkningsutviklingen avviker fra landsgjennomsnittet
Strukturelle flyttefaktorer	Summen av arbeidsplassseffekt, naboveksteffekt, størrelseseffekt og effekt av arbeidsmarkedsintegrasjon. Samme som forventet nettoflytting.
Strukturelle arbeidsplassfaktorer	Summen av bransjeeffekt og befolkningseffekt. Samme som forventet arbeidsplassvekst i næringslivet.

Referanser

Creamer, D.	1942	<i>Shifts of manufacturing industries</i>	Industrial locations and natural resources
Espon	2013	<i>The attractiveness of European regions and cities for residents and visitors</i>	ESPON & University Rovira i Virgili
Etzkowitz, H. & Leydesdorf, L.	1995	<i>The Triple Helix: University - Industry - Government Relations: A Laboratory for Knowledge-Based Economic Development</i>	Minerva 31
Florida, R.	2002	<i>The rise of the creative class</i>	New York: Perseus Book Group
Glaeser, E.L.	2004	<i>Review of Richard Florida's The Rise of the Creative Class</i>	Regional Science and Urban Economics
Krugman, P.	1991	<i>Geography and Trade</i>	MIT Press

(Fortsatt)

KAPITTEL 6

Niedomysl, T. & Clark, W.A.V.	2014	<i>What matters for internal migration, jobs or amenities?</i>	Migration letters
Regjeringen SE	2015	<i>Nationell strategi for tillväxt och attraktivitet 2014-2020</i>	Regeringskansliet
Regjeringen SE	2007	<i>Flyttning och pendling i Sverige</i>	SOU 2007:35
Tillväxtanalys	2014	<i>Varför är vissa platser mer attraktiva för boende än andra?</i>	PM 2014:13
Ullman, E.L.	1954	<i>Amenities as a Factor in Regional Growth</i>	<i>Geographical Review</i>
Vareide, K.	2013	<i>Programteori for attraktivitet</i>	Telemarksforskning
Vareide, K.	2014	<i>Hva betyr en fast forbindelse over Oslofjorden?</i>	Telemarksforskning
Vareide, K. & Nygaard, M.O.	2015	<i>Hva betyr det for et sted å ha en høgstole?</i>	Telemarksforskning
Vareide, K. & Kobro, L.U.	2012	<i>Skaper kultur attraktive steder?</i>	2012