

Samhandling mellom omlandskommunene Lurøy, Nesna, Hemnes og regionsenteret Mo i Rana

– en kvalitativ og kvantitativ analyse



Aina Winsvold
Henrik Almaas

RURALIS - Institutt for rural- og regionalforskning
Universitetssenteret Dragvoll
N-7491 Trondheim

Telefon: +47 73 82 01 60
Epost: post@ruralis.no

Rapport 11/2018

Utgivelsesår: 2018

Antall sider: 110

ISSN 1503-2035

Tittel: Samhandling mellom omlandskommunene Lurøy, Nesna, Hemnes og regionsenteret Mo i Rana – en kvalitativ og kvantitativ analyse

Forfatter: Aina Winsvold og Henrik Almaas

Utgiver: RURALIS Utredning

Utgiversted: Trondheim

Prosjekt: Samhandling mellom omlandskommunene Lurøy, Nesna, Hemnes og regionsenteret Mo i Rana – en kvalitativ og kvantitativ analyse

Prosjektnummer: 7208.00

Oppdragsgiver: Indre Helgeland Regionråd

Kort sammendrag

Denne rapporten undersøker hvordan befolkningen i Rana-regionen, med kommunene Rana, Hemnes, Lurøy og Nesna, opplever samhandling og tjenesteyting i regionen. Rana-regionen har siden 2014 deltatt i Byregionprogrammet for å øke samspillet mellom by og omland, samt for å styrke regional vekstkraft og attraktivitet gjennom felles tiltak innen næringsutvikling og omdømmebygging. Vi har undersøkt hvordan regionens befolkning benytter regionsenteret og omlandet, hvordan ansatte på ulike nivåer i kommunen vurderer og jobber med samhandling og interkommunale samarbeid, samt hvordan næringslivet og regionens næringsfora vurderer hva som er hensiktsmessig å jobbe med fremover. På bakgrunn av dette diskuterer vi hva som kan være hensiktsmessig, fremtidig samhandling innenfor regionen.

Stikkord

Samhandling, Byregionprogrammet, Kommunereform, Rana-regionen, Hyttebefolkning

Forord

Denne rapporten er skrevet av Ruralis – Institutt for rural- og regionalforskning på oppdrag fra Indre Helgeland Regionråd som en del av fase 2 av Byregionsprogrammet. Fire av Ranaregionens kommuner har siden 2014 deltatt i Byregionsprogrammet; omlandskommunene Lurøy, Nesna og Hemnes, samt Rana med regionsenteret Mo i Rana. Hensikten med å delta i programmet var å øke samspillet mellom by og omland og å styrke regional vekstkraft og attraktivitet gjennom felles tiltak innen næringsutvikling og omdømmebygging. I fase 2 har deltakerne ønsket å utvikle felles innsatser innenfor **Nettverk og samarbeidsarenaer, Profilering og attraktivitet og Infrastruktur og samferdsel**. Det har vært helt essensielt at denne utviklingen skal gagne alle de inkluderte kommunene.

I undersøkelsen har vi sett på hvordan regionens befolkning, ansatte på ulike nivåer i kommunene, samt næringslivet og regionens næringsforeninger vurderer hva som er hensiktsmessig å jobbe med, og hvilke utfordringer og muligheter man ser for vekst og samhandling.

Rapporten er skrevet av prosjektleder Aina Winsvold og Henrik Almaas. Henrik Almaas har hatt ansvar for fremstillingen av den kvantitative delen av spørreundersøkelsen og bidratt til tekst og analyse av materialet. Aina Winsvold har gjort de kvalitative intervjuene, hoveddelen av analysene og hatt ansvaret for gjennomføring og tekst.

Tusen takk til de mange informantene som stilte opp og ikke minst til oppdragsgiver Indre Helgeland Regionråd og Rana Utviklingselskap og prosjektgruppen for uvurderlig hjelp med å sette meg i kontakt med et veldig variert utvalg av informanter, samt lose meg rundt i kommunene: Ole Petter Rundhaug, Jenny Sofie Kjempehei Larsen, Arne Langset, Eli-Anne Hauknes, Marit Valla, Halvor Hilmersen og Gro Sæten. De bidro til å gjøre feltarbeidet på vakre Helgeland til en uforglemmelig opplevelse. Forfatterne tar alt ansvar for eventuelle feil i rapporten.

Prosjektleder Aina Winsvold

Oslo, februar 2019

Innholdsfortegnelse

Forord.....	3
Innholdsfortegnelse	5
Figurliste.....	6
Sammendrag	7
Summary	9
1. Innledning.....	11
1.1 Om oppdraget og rapportens gang	11
1.2 Regionen, kommunene	12
1.3 Metode.....	27
2. Innbyggernes bruk av regionens tilbud	29
2.1 Resultater fra surveyen	29
2.2 Bruk av omlandet i rekreasjons- og fritidssammenheng.....	37
3. Ranaregionen i et fugleperspektiv.....	41
3.1 Omlandets betydning	41
3.2. Omlandskommunenes tilretteleggerrolle	45
3.3. Regionsenterets betydning	58
4. Samfunnsutvikling med regionalt perspektiv	61
4.1 Dagens arbeid med å etablere et regionalt perspektiv og regionale strategier for samfunns- og næringsutviklingen.....	61
4.2 Kommunenes samhandling i regionen	68
5. Utfordringer og muligheter for Ranaregionen (for omlandet og regionsenteret).....	71
5.1 Innenfor profilering og attraktivitet	71
5.2 Innenfor nettverk og samarbeidsarenaer.....	73
5.3 Innenfor samferdsel og infrastruktur	75
5.4 Felles strategiske utfordringer som regionen bør ta tak i	78
6. Oppsummering og konklusjon.....	83
Referanser	91
Vedlegg 1.....	93
Vedlegg 2.....	101

Figurliste

Figur 1: Ranaregionen. Foto: Google maps.....	13
Figur 2: Flerdimensjonal modell over distriktsituasjoner Frisvoll 2018	14
Figur 3: Rana kommune. Foto: Norkart AS.....	16
Figur 4: Mo i Rana. Foto: Filip Olsen, Air Photo	17
Figur 5: Hemnes kommune. Foto: Norkart AS	18
Figur 6: Hemnesberget. Foto: Fabrice Milochau	19
Figur 7: Nesna kommune. Foto: Norkart AS	20
Figur 8: Nesna. Foto Ukjent	21
Figur 9: Lurøy kommune. Foto: Norkart AS	22
Figur 10: Lurøy. Foto: Far Out Fokus.....	24
Figur 11: Respondenter etter kommune.	30
Figur 12: Hvor ofte respondentene har reist til de andre kommunene utenom i jobb-sammenheng i løpet av de siste 12 månedene.	30
Figur 13: Hvilke aktiviteter respondentene typisk benytter seg av utenfor egen kommune i løpet av sommerhalvåret.....	31
Figur 14: Hvilke aktiviteter respondentene typisk benytter seg av utenfor egen kommune i løpet av vinterhalvåret.....	32
Figur 15: Hva skal til for at respondentene benytter seg av aktiviteter utenfor sin hjemkommune innad i regionen, evt. gjøre det enklere å oppsøke slike aktiviteter.....	33
Figur 16: Hvor interessert er du i å bruke penger på følgende aktiviteter?	34
Figur 17: Hvor fornøyd er du med følgende forhold?	34
Figur 18: Fritidsboliger i Ranaregionen	35
Figur 19: Hvor ofte bruker respondenten fritidsboligen?	36
Figur 20: Hvor fornøyd er du med ... når du bruker fritidsboligen?	36
Figur 21: Bruk av lokale tjenester i forbindelse med fritidsboligen	37
Figur 22: Bilde fra Lurøy. Foto: Kristin Nordhus Karlsson.....	43
Figur 23: Det er mange muligheter for fritidsaktiviteter i regionen. Foto fra Lurøy: Kristin Nordhus Karlsson.....	57

Sammendrag

Denne rapporten undersøker hvordan befolkningen i Rana-regionen opplever samhandling og tjenesteyting i regionen. Rana-regionen har siden 2014 deltatt i Byregionprogrammet for å øke samspillet mellom by og omland og for å styrke regional vekstkraft og attraktivitet gjennom felles tiltak innen næringsutvikling og omdømmebygging. Den overordnede målsettingen har vært å få regionens kommuner og nærings- og utviklingsaktører til å samarbeide om hele regionens utvikling og vekst, herunder å få etablert varige strukturer for samarbeid. Det har også vært essensielt at denne utviklingen skal gagne alle de inkluderte kommunene: omlandskommunene Lurøy, Nesna og Hemnes, samt Rana med regionsenteret Mo i Rana.

Vi har gjort undersøkelser ut ifra tre ulike perspektiv: 1) Hvordan regionens befolkning, det vil si både fastboende og fritidshuseiere, benytter regionsenteret og omlandet, hvordan de vurderer og opplever utfordringer og muligheter, og hva de tenker er viktige satsninger fremover. 2) Hvordan ansatte på ulike nivå i kommunene vurderer og jobber med samhandling og interkommunale samarbeid. Det er vanlig at kommunene har flere parallelle samhandlings- og samarbeidsprosjekter gående, og at det kan være tilfeldig hvilke konstellasjoner som oppstår. 3) Hvordan næringslivet og regionens næringsfora vurderer hva som er hensiktsmessig å jobbe med, og hvilke utfordringer og muligheter man ser for vekst og samhandling.

For å få svar på dette har vi kombinert kvalitativ og kvantitativ metode. Vi har benyttet flere allerede eksisterende datakilder, blant annet materiale produsert innenfor Byregionprogrammet, kommunenes og regionrådets dokumenter, samt tidligere utredninger og forskning fra Rana-regionen spesielt, og om samhandling mellom kommuner generelt. Vi har gjennomført en spørreundersøkelse rettet mot innbyggere og hytte- og fritidshuseiere i regionen. Vi har også gjennomført semi-strukturerte intervjuer og fokusgruppeintervjuer med representanter for kommuner, næringsliv og diverse utviklingsaktører i de aktuelle kommunene i Rana-regionen. For å få utdypet enkelte spørsmål har vi til slutt gjennomført noen oppfølgende intervjuer med næringsaktører.

I analysen har vi vurdert både hvordan befolkningen i omlandet opplever og bruker regionsenteret, og hvordan befolkningen i regionsenteret opplever og bruker omlandet. Vi har gjennomgående hatt fokus på samhandling og hvordan denne kan styrkes slik at regionen kan bli mer samordnet og stille strategisk sterkere. Vi har også vurdert hvordan kommunene kan komplementere hverandre og ha utbytte av hverandre for å få til et konstruktivt samspill og best mulig vekst for hele regionen.

En tredjedel av innbyggerne i undersøkelsen disponerer fritidsboliger i regionen, og av de som har benytter nesten tre av fire fritidsboligen minst en eller flere ganger i løpet av en måned. Innbyggerne i omlandskommunene reiser i stor grad til regionsenteret for å handle, for underholdning og for bruk av offentlige tjenester. Innbyggerne fra Rana

oppsøker først og fremst kafé- og restauranttilbud som finnes i omlandskommunene, samt driver med jakt og fiske og annet friluftsliv. Besøkende til omlandskommunene er mest fornøyd med friluftsmulighetene der, og er mest interessert i å bruke penger på lokalmat og barneaktiviteter i tiden fremover. Bruk av kafé- og restauranttilbud er også gjerne en av flere aktiviteter på reiser med andre formål. Samtidig finnes det i regionen eksempler på at et genuint spisested kan være selve formålet med reisen.

Samlet sett ønsker næringslivet generelt både flere regelmessige møter og kontinuerlig dialog med kommunene. I små kommuner har man naturlig nok færre personer til å jobbe med næringsutvikling enn i større kommuner, samtidig er det avgjørende at de som jobber med dette bruker tid og ressurser på å gi tilbakemeldinger samt på en aktiv kommunikasjon med næringslivet. Hvordan bygdeutvikleren og næringsutvikleren jobber mot næringslivet, og ikke minst fungerer som et bindeledd mellom bedriftene og kommunen, er meget viktig. Tillit og kommunikasjon er avgjørende her.

De lokale næringsforeningene kan ha mye å vinne på felles samhandling med hverandre, flere aktører fra næringslivet peker på nødvendigheten av å både ha et lokalt og et regionalt perspektiv i næringsutviklingen. I arbeidet med omdømmebygging av både regionen og næringslivet er det en fordel å samhandle, samt utnytte de fagspesifikke nettverkene.

I dag er det etablert mange tiltak, prosjekter og satsinger som skal bidra i å skape en regional utvikling, med fokus på nettopp det regionale. Mange har utgangspunkt i Rana, men skal være tilgjengelige og til nytte for omlandskommunene og for hele regionen. Hensikten med samhandlingen må i enda større grad være klargjort for de involverte, videre bevisstheten om at det man kan tilby i felleskap bidrar til å styrke omdømmet til både kommunene og næringslivet, skape vekst og gjøre regionen attraktiv for tilflyttere. Det er viktig for omlandskommunene å bli trygg på at de Rana-tunge aktørene tenker og handler ut i fra hva som er det beste for hele regionen. Det er mange lojalitetshensyn å ta, lojaliteten til sin egen kommune er viktig da man stiller som representant for denne, samtidig som denne lojalitetsfølelsen kan og bør utvides gjennom samhandling for regionen. Det er avgjørende å bygge opp relasjoner, skape en felles identitet og tillit til hverandre - at man utvider sitt arbeidsfelt til å omfatte flere, at vi'et blir større. Denne vi-følelsen er helt vesentlig for samhandlingsmotivasjonen.

Summary

This report investigates how the people in the Rana region experience interaction and service in the region. Since 2014, the Rana Region has participated in the Development Programme for City Regions (the City Region Programme – CRP). The programme's main aim is to contribute to strengthening the growth potential for the participating municipalities as well as to increase the knowledge about the impacts of interaction between the city-regions and their hinterlands. We have investigated how residents and visitors use the regional center and the hinterland, and what they think are important investments in the future. We have also investigated how different levels within the municipalities interact with industry associations and private traders, and how they include them in the development of the region. Furthermore, we have examined how the region's industries work with regional cooperation and what challenges and opportunities they see for growth and interaction.

To find answers we have combined qualitative and quantitative methods. We have used existing data sources, and also conducted a survey including residents and those who have access to cottages / seasonal dwellings in the region. We have also conducted semi-structured interviews and focus group interviews with representatives of municipalities, business and various developmental bodies in the Rana region.

In the analysis, we have considered both how the inhabitants of the area experience and use the regional center, and how the population in the regional center experiences and uses the surrounding hinterland. We have consistently focused on interaction and how it can be strengthened so that the region can be more coordinated and strategically stronger.

One third of the inhabitants have cottages/seasonal dwellings in the region, and almost three out of four make use of these at least one or more times in a month. The inhabitants of the surrounding communities travel largely to the regional center for shopping, entertainment and the use of public services. The inhabitants of the regional center Rana primarily seek out cafes and restaurants that exist in the surrounding municipalities, as well as using the outdoor facilities such as hunting and fishing and other activities. Visitors to the surrounding municipalities are most pleased with the outdoor opportunities, and are most interested in spending money on local food and child activities in the future.

Overall, the business in general would prefer both more regular meetings and continuous dialogue with the municipalities. In small municipalities, there are naturally limited resources for business development, but investing in feedback and communication contributes strongly in a positive direction. This builds trust which is decisive to achieve successful cooperation. Local industry associations can have a lot to win on joint interaction with each other, several business actors point out the need to have both a local and a regional perspective in business development. In the work on

reputation building both for the region and for the business community, it is advantageous to interact and utilize the specialist networks.

Today, many projects and initiatives have been established in order to facilitate regional development. Many of these have a starting point in Rana, but are available and useful to the surrounding communities and to the whole region. The purpose of the interaction must be further clarified for the involved parts. It is crucial to build relationships, create a common identity and to develop mutual trust.

1. Innledning

1.1 Om oppdraget og rapportens gang

Det er et generelt ønske og i mange tilfeller nødvendig at mindre kommuner skal samarbeide med andre kommuner for å fremme utvikling, kunnskap og vekst (Frisvoll m.fl. 2017). Et slikt samarbeid blir ansett både som å styrke de enkelte kommunene og regionene. Med Indre Helgeland Regionråd som prosjekteier har Rana-regionen siden 2014 deltatt i Kommunal- og moderniseringsdepartementet (KMD) sitt Utviklingsprogram for byregioner, også kalt Byregionprogrammet. Fokuset har vært på å øke samspillet mellom by og omland, samt på å styrke regional vekstkraft og attraktivitet gjennom felles tiltak innen næringsutvikling og omdømmebygging. Den overordnede målsettingen med programmet har vært å få regionens kommuner og nærings- og utviklingsaktører til å samarbeide om hele regionens utvikling og vekst, herunder å få etablert varige strukturer for samarbeid. Det har vært essensielt at denne utviklingen skal gagne alle de inkluderte kommunene. Indre Helgeland regionråd, Ranaregionens Næringsforening og næring- og utviklingsledere fra de fire kommunene har fungert som prosjektgruppe. Rana utviklingsselskap AS har som Rana kommunes næringsetat vært prosjektleder. Kommunene Rana, Hemnes, Lurøy og Nesna har deltatt, mens de tilgrensende kommunene Grane, Hattfjelldal, Træna og Rødøy ble invitert til å delta i programmet, men takket nei på grunn av kapasitetsmangel. Programmet ble avsluttet i september 2018. Hensikten med dette oppdraget er å analysere hvordan kommunene kan komplementere hverandre og få til et konstruktivt samspill som gagnar innbyggerne og gir best mulig vekst for hele regionen. Et mål har vært å styrke kunnskapen om innbyggers og fritidsbefolkningens ønsker og behov, og finne ut hva de ønsker å utvikle i regionen i tiden fremover. Denne kunnskapen skal være et verktøy for ulike handlingsaktører når de planlegger for aktiviteter og tjenester. Med handlingsaktører mener vi både det private næringslivet, kommunale og statlige organer og tjenesteytere generelt. En felles forståelse i kommunene av hvilke utfordringer og muligheter som finnes i regionen vil være en stor styrke, og underlette et målrettet arbeid mot en god utvikling av hele regionen.

Oppsummert er oppdragsgivers målsettinger formulert som følger:

- 1. Å framskaffe et faktagrunnlag for og om egen region som kan bidra til bevisstgjøring rundt omlandets betydning i regionen, kommunenes tilretteleggerrolle og regionsenterets sterke og svake sider.*
- 2. Å styrke kunnskapsgrunnlaget om regionens samhandling, innbyggernes daglige bruk av regionens tilbud og bruken i rekreasjons- og fritidssammenheng.*

3. *Å synliggjøre og øke bevisstheten om betydningen av det regionale perspektivet innenfor samfunns- og næringsutvikling, og kommunenes gjensidige påvirkning på hverandre og regionen.*

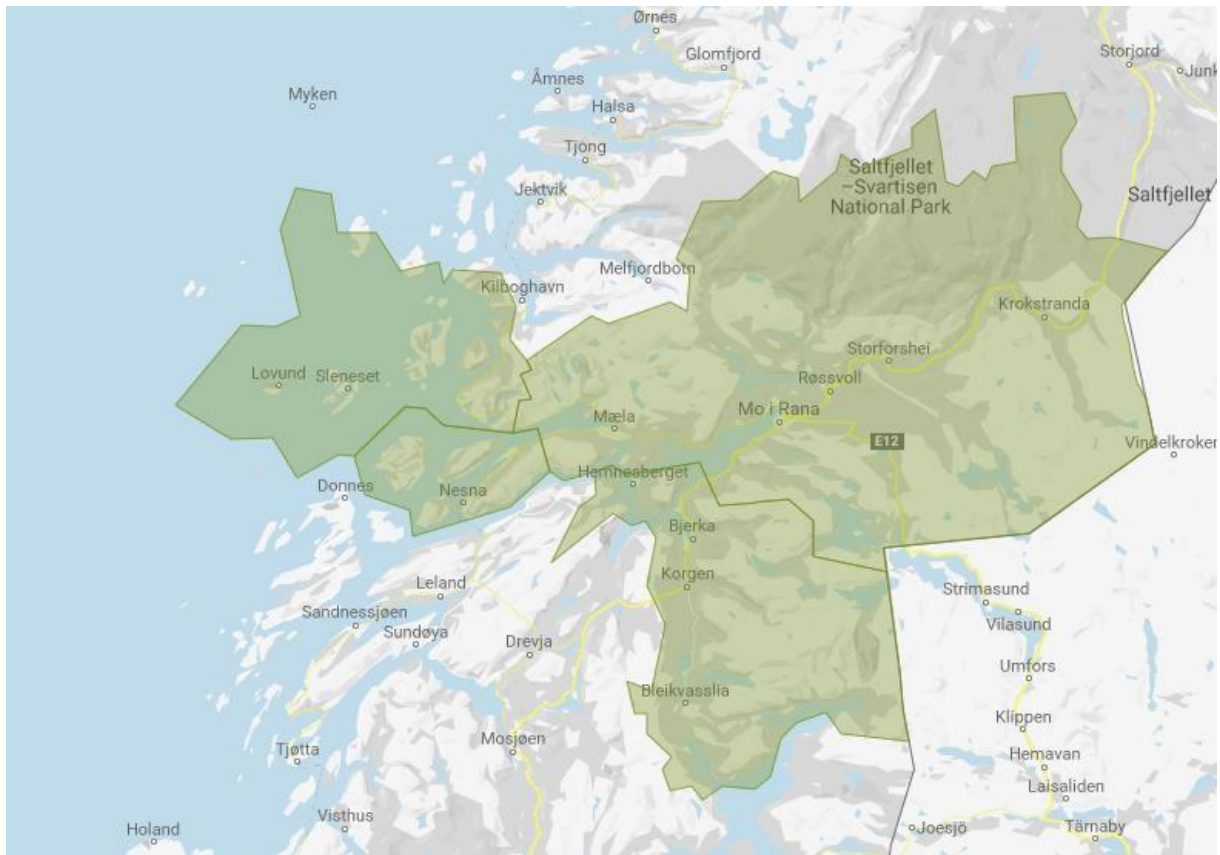
4. *Å peke på utfordringer og muligheter for både omlandet og regionsenteret og identifisere felles strategiske utfordringer av betydning for vekstkraft og attraktivitet som regionen bør ta tak i.*

Oppdraget ble gjennomført i løpet av tidsperioden oktober 2018 –februar 2019.

I denne rapporten vil vi først gi en kort redegjørelse for oppdragets bakteppe, både om Ranaregionen og tilhørende kommuner, samt om Byregionprogrammet, før vi gir en beskrivelse av metodene vi har brukt for å løse oppdraget. I kapittel to presenteres resultatene fra surveyen til innbyggere og fritidshuseiere om bruk av regionen, både den daglige bruken av regionens tilbud og bruken i rekreasjons- og fritidssammenheng. I kapittel tre presenteres Ranaregionen i et fugleperspektiv, der vi tar opp omlandets betydning, kommunenes tilretteleggerrolle og regionsenteret. I kapittel fire tar vi opp samfunnsutvikling med regionalt perspektiv, i hvilken grad finnes et regionalt perspektiv på samfunns- og næringsutviklingen og i hvilken grad påvirker kommunene hverandre gjensidig i regionen. Kapittel fem tar for seg utfordringer og muligheter for Ranaregionen, både for omlandet og regionsenteret, samt identifiserer felles strategiske faktorer som har betydning for vekstkraft og attraktivitet. Kapittel seks presenterer en oppsummering og konklusjon.

1.2 Regionen, kommunene

Ranaregionen, som vi definerer den her med de fire inkluderte kommunene, ligger nord på Helgeland i den sørlige delen av Nordland fylke (se figur 1), og har cirka 34 500 innbyggere. Regionen har en betydelig del av Helgelands befolkning på cirka 78 600 innbyggere. Byen Mo i Rana i kommunen Rana fungerer som det regionale senteret. Med bil eller tog tar det 3-4 timer til Bodø og 6-7 timer til Trondheim. Stortinget har nå vedtatt å bygge en ny storflyplass i regionen med direkteruter til Oslo og det er store forventninger om at dette vil gi positive ringvirkninger for hele Helgeland. Mo i Rana er en av fire byer på Helgeland, de andre er Brønnøysund, Sandnessjøen, og Mosjøen. Det er knyttet en god del utfordringer til lokaliseringsspørsmål mellom disse byene.



Figur 1: Ranaregionen. Foto: Google maps

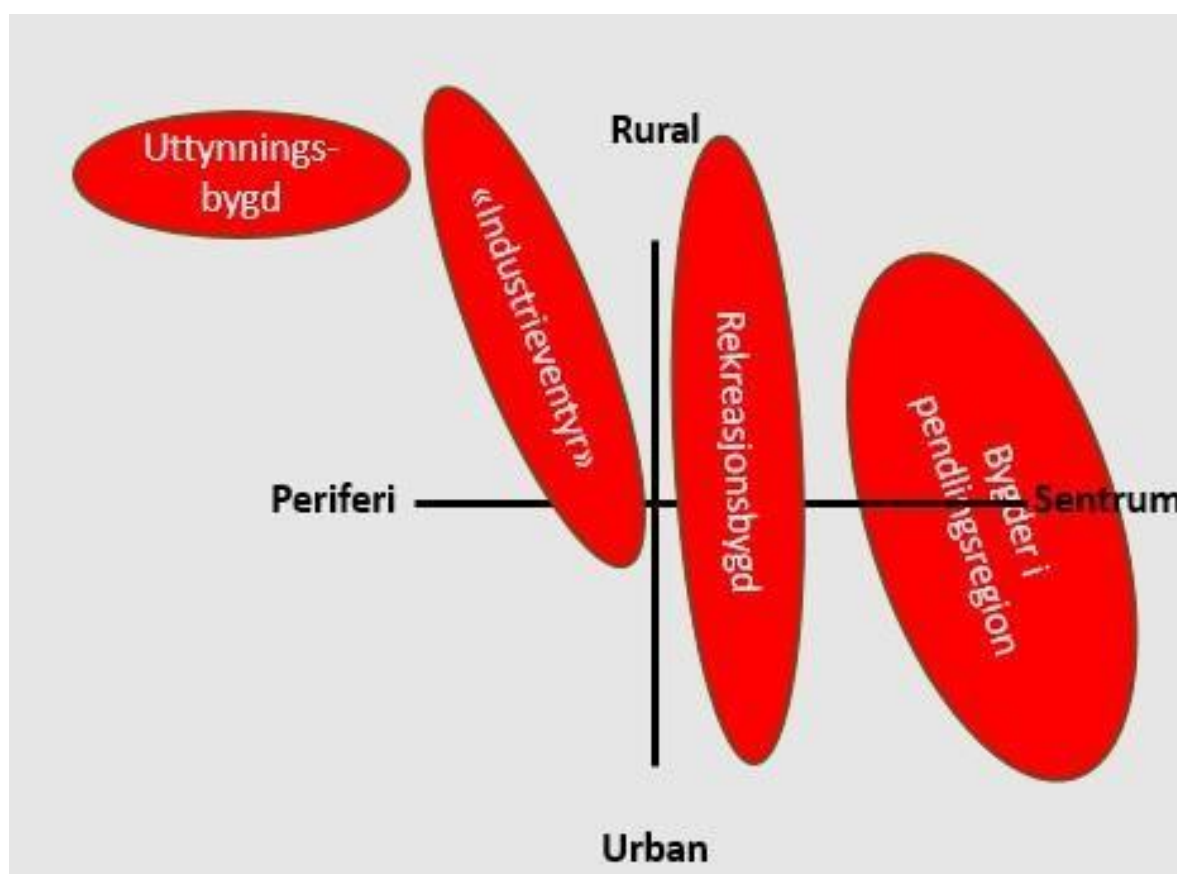
I Ranaregionen finner man store regionale, nasjonale og internasjonale selskaper med verdensledende teknologi. Den økonomiske veksten i regionen er betydelig og man har en av de største industriparkene i Norge. Verksteds- og prosessindustrien er sammen med fiskeoppdrett de største næringene i regionen og omsetter for mange milliarder årlig. De har også tilgang til verdifulle naturressurser som vannkraft, mineraler, fisk, olje og gass. Industrien jobber aktivt opp mot olje- og gassnæringen og ser et stort potensial i at denne kan skape flere positive ringvirkninger i regionen.

Næringsforening, utviklingsmiljø, og næringsliv ønsker å satse stort på grønn sirkulær økonomi framover. Det har også blitt etablert samarbeid med flere forskningsinstitusjoner som SINTEF, NTNU og andre universiteter med tanke på å utvikle dette feltet. Oppdrettsnæringen med tyngdepunkt langs kysten har opplevd en formidabel vekst.

I Rana kommune har man opplevd en vekst i sysselsettingen hvis man ser i et lengre perspektiv, fra 2000 frem til i dag (SSB). Men denne veksten i sysselsettingen har ikke ført til vekst i befolkningen. Årsaken til at ikke folketallet har vokst i takt med sysselsettingen har vært økende innpendling, mindre utpendling, økt yrkesaktivitet og fordi folk i yrkesaktiv alder blir stadig eldre og får færre barn. Uten innvandring fra utlandet hadde det vært en markant nedgang i befolkningstallet. Utviklingen er imidlertid den samme i øvrige deler av Nordland og i distriktsregioner generelt i Norge

(Sand m.fl. 2015). Befolkningsveksten avtar på hele Nord Helgeland. Veksten avtar også når det gjelder antall flyktninger og arbeidsinnvandrere som bosettes eller bosetter seg (Rana Utviklingsselskap 2018). Hvis man tar utgangspunkt i estimerte tall for Norge som sådan, kan det forventes at også veksten i antall arbeidsplasser de neste ti årene vil avta (reduseres til cirka halvparten av veksten som har vært de siste ti årene). Dette er beregnet på bakgrunn av at veksten i folketallet i Norge er antatt å bli lavere, og at andelen av befolkningen som er i aldersgruppene med høyest sysselsettingsandel går ned (Vareide 2018: 166).

Ranaregionen omfatter samtlige av de ulike distriktskategoriene som presenteres i figuren under (figur 2), med områder som kan karakteriseres som uttynningsbygder; Lovund i Lurøy med deres «oppdrettsindustrieventyr»; det finnes også et «omland Rana» som i stor grad fungerer som et rekreasjonsomland med et stort potensial i kraft av sine naturressurser, og hvor en del av innbyggere ser nye muligheter for utvikling; samt områder både innenfor og utenfor pendlingsavstand til regionens sentrale arbeidsmarked.



Figur 2: Flerdimensjonal modell over distriktsituasjoner Frisvoll 2018

Hver av disse arketyperne representerer ulike situasjoner mht. kapasitet, det vil si deres evne til å vurdere, planlegge og gjennomføre tiltak som er nødvendig for å håndtere en utfordring eller gripe en mulighet for å styrke kommunenes økonomiske utvikling og attraktivitet. Frisvoll peker på at arbeidskraft, institusjonelt overskudd, adgang til nettverk og ressurser som kan mobiliseres gjennom dette nettverket, også er en viktig del av tilgjengelig kapasitet (Frisvoll 2018).

I 2016 vedtok Nordland fylkesting en regional plan for by- og regionsenterpolitikk¹. Ti byer og tettsteder i Nordland har status som regionsentra: Brønnøysund, Sandnessjøen, Mosjøen, Mo i Rana, Fauske, Bodø, Narvik, Leknes, Svolvær og Sortland. Den regionale planen har som mål styrke byenes vekstkraft og attraktivitet, og både fylkeskommunen og de ti regionsenterkommunene arbeider med å følge opp planen i praksis. Oppfølgingen av tiltakene i handlingsprogrammet er godt i gang. Den regionale planstrategien tar utgangspunkt i Fylkesplan for Nordland 2013-2025. Her angis mål innen tema som livskvalitet, livskraftige samfunn, verdiskaping og kompetanse, kjøpesentre og arealpolitikk. Blant målene er at regionsentrene skal være lokomotiver i livskraftige regioner, og at det må jobbes både med å utvikle arbeidsplasser og tiltrekke seg kompetent og ung arbeidskraft. Et regionsenter skal være et senter med betydning for flere kommuner i regionen, og skal ha de fleste vanlige offentlige og private servicefunksjonene som dekker handels- og tjenesteområdet til en eller flere kommuner. Videre skal de ha kultur-, underholdnings- og rekreasjonstilbud, samt kollektivtilbud og skal fungere som knutepunkt i regionen (Fylkesplan for Nordland 2013: 15/16). Videre poengterer fylkesplanen at «*Utviklingen i Nordland er avhengig av at vi har et variert og kunnskapsbasert næringsliv som bidrar til sysselsetting og økonomisk vekst. Store deler av næringslivet i fylket har de siste årene hatt god omsetningsutvikling og lønnsomhet, men det er ikke alle sektorene som bidrar like sterkt til økt sysselsetting. Nordland er et av de største eksportfylkene i landet, og den internasjonale satsingen gir gode muligheter for utvikling. Tjenesteytende næringer og kompetansearbeidsplasser i Nordland ligger lavt i forhold til landsgjennomsnittet. Det skal derfor legges til rette for at omfanget av disse næringene øker i fylket. Det vil også legges vekt på at kompetansen om nordområdene styrkes innenfor offentlig sektor og de kunnskapsnæringene hvor dette er relevant*» (ibid.: 18). Dette er viktige målsetninger når man skal diskutere felles planer for Ranaregionen, og det involverer alle kommunene i regionen.

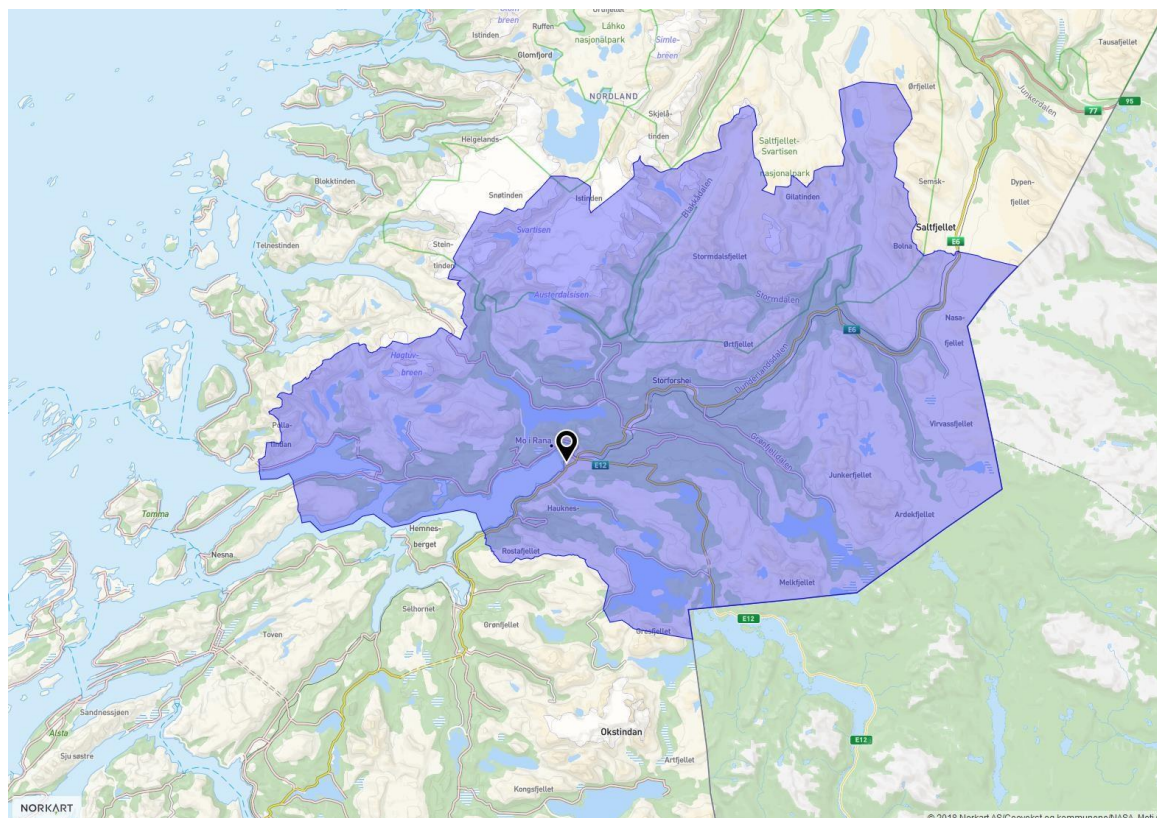
Det er også viktig å nevne hva som er de mest etterspurte yrkene i Nordland i 2018. Innen yrker med universitets- og høyskoleutdanning er dette sykepleiere, legespesialister, revisorer og grunnskolelærere. Innen praktiske håndverksyrker med fagutdanning er det lastebil- og trailersjåfører, helse- og omsorgsarbeidere, tømrere, snekkere, rørleggere, elektrikere, kokker og renholdere. Når det gjelder praktiske yrker i industrien der det kreves fagbrev er de mest etterspurte yrkene sveisere,

¹ <https://www.nfk.no/tjenester/regional-utvikling/by-og-regionsenterpolitikk/>

bilmekanikere, automatikere, overflatebehandlere, betongarbeidere mv (Rana Utviklingsselskap 2018).

Regionsenteret i Ranaregionen er altså Mo i Rana. Mo i Rana sin rolle som et slikt lokomotiv er utfordrende, og vi vil belyse en del forhold knyttet til dette senere i rapporten. Her følger en kort presentasjon av kommunene, de vil bli beskrevet mer utdypende senere i rapporten.

Rana kommune



Figur 3: Rana kommune. Foto: Norkart AS

Rana kommune er arealmessig den fjerde største kommunen i Norge og har 26 315 innbyggere pr 1. januar 2019 og har nå passert toppen fra 1.1.1974 som var 26 296 innbyggere (Statistisk sentralbyrå). Mo i Rana var tidligere omtalt som «Jernverksbyen», der Norsk Jernverk var en hjørnesteinsbedrift. Byen hadde også flere andre større industribedrifter, og det meste av industrien i dag er sentrert i Mo Industripark, med Celsa Armeringsstål og Elkem som sentrale bedrifter. Stortinget vedtok i 1946 etableringen av AS Norsk Jernverk i Mo i Rana og produksjonen kom i gang i 1955. Dette fikk stor innvirkning på utviklingen av Mo som et regionsenter. Mo i Rana er opprinnelig en industriby, og fremdeles er det betydelig industri der. Samtidig har byen en relativt høy andel statlig og fylkeskommunal tjenesteyting tatt i betraktning at kommunen ikke har fylkeshovedstaden. Campus Helgeland, som blant annet huser Nord Universitet, åpnet i Mo i Rana i 2013 og har samlet cirka 800 hel- og deltidsstudenter. Dette har ført til at det er en del studenter som flytter til Mo i Rana.

Majoriteten av innbyggerne er bosatt i kommunesenteret Mo i Rana, som er den tredje største byen i Nord-Norge og et viktig knutepunkt i regionen. Både E6 og Nordlandsbanen passerer Mo i Rana og byen har den nest største havnen i Nord-Norge. Offentlige virksomheter i Mo i Rana er blant annet Nasjonalbiblioteket, Statens innkrevingsentral, NAV servicesenter, NAV økonomi, og en avdeling av Helfo (Helsedirektoratets ytre etat)². Per dags dato er det kortbaneflyplass i kommunen, men som nevnt er det vedtatt å bygge en ny regional flyplass her. Vurderinger tilsier at Rana kommune har gode muligheter for vekst, spesielt med tanke på utviklingen i Mo Industripark (MIP) som er en av Norges største, og sysselsetter et par tusen innbyggere (Sand m.fl. 2015).

Rana har høyere andel sysselsatte innvandrere i alderen 20 – 66 år enn både resten av Nordland og landet for øvrig (67,7 prosent versus henholdsvis 65 og 64,2 prosent). Samtidig har kommunen en lav andel innvandrere sammenlignet med andre kommuner på samme størrelse. Andelen var pr. 1.1.2018 i Rana 7%, i Nordland 9,1% og i landet som sådan 14,1%.

I Rana var den registrerte arbeidsledigheten i prosent av befolkningen (i alderen 15-74 år) på 1,2 prosent (SSB 2018³). I aldersgruppen 20 – 29 år er kjønnsfordelingen kvinner og menn 131 versus 178, og for aldersgruppen 30 – 54 år er kjønnsfordelingen 423 kvinner versus 480 menn. Det må ses i lys av at blant arbeidsinnvandrere er det flest menn i aldersgruppa 20-50 år.

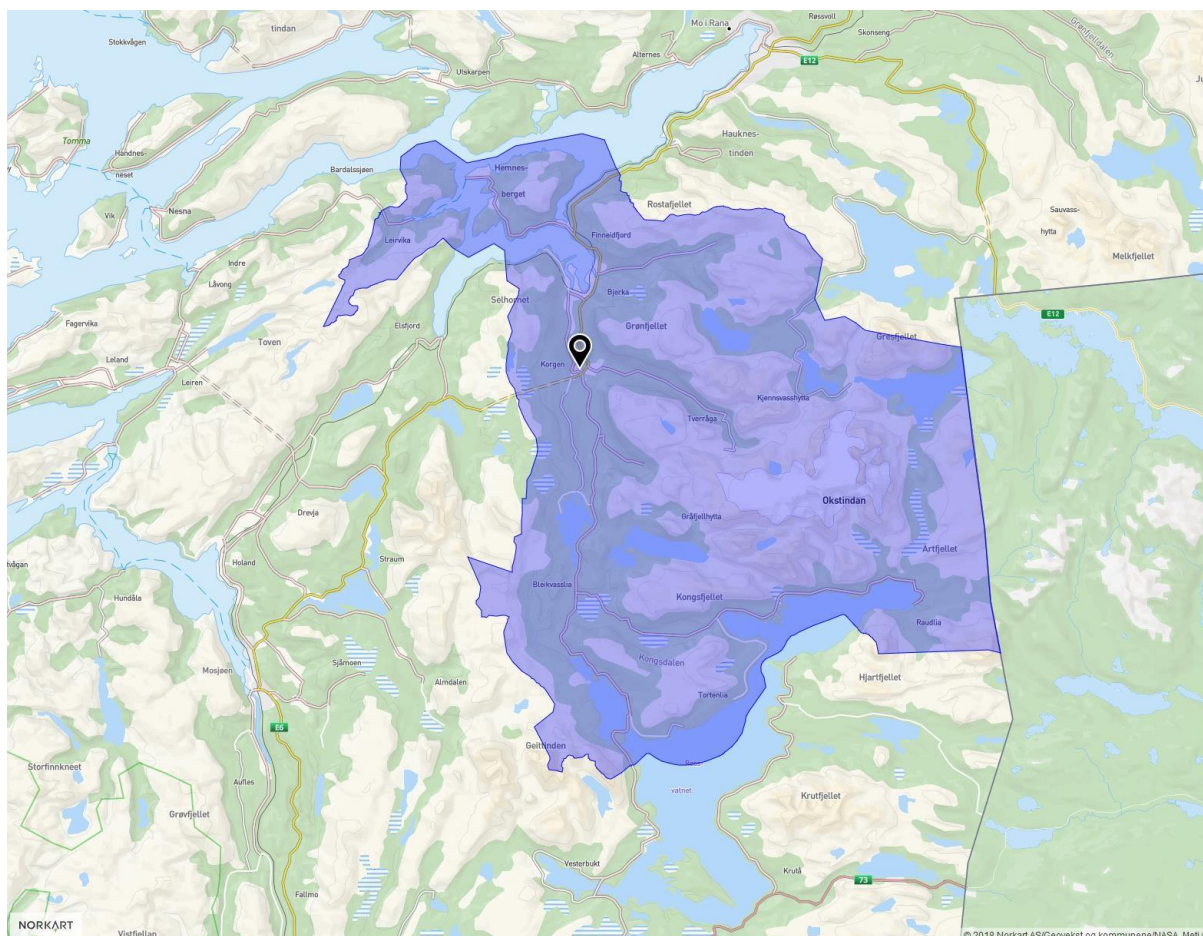


Figur 4: Mo i Rana. Foto: Filip Olsen, Air Photo

² Offentlig sektor er en viktig arbeidsgiver generelt, og dekker cirka en tredjedel av arbeidsplassene totalt i Norge.

³ SSB befolkningsstatistikk. Seneste tall er fra desember 2018.

Hemnes kommune



Figur 5: Hemnes kommune. Foto: Norkart AS

Hemnes kommune har i dag 4 500 innbyggere og kommunegrensen ligger cirka 17 km fra sentrum i Mo i Rana langs E6. Kommunesenteret Korgen ligger cirka 40 km fra sentrum av Mo i Rana.

Flesteparten er bosatte i tettstedene Hemnesberget, Finneidfjord, Bjerka, Bleikvasslia og kommunesenteret Korgen (Statistisk sentralbyrå 2018). Hemnes er en kraftkommune med et av Statskrafts største kraftverk i Nord-Norge, og har også en driftssentral for alle kraftverk i Nord-Norge. I tillegg ligger Norturas eneste slakteri i Nordland i kommunen. Hemnes er en pendlerkommune hvor i overkant av 25 prosent av innbyggerne har arbeid utenfor kommunen (Sand m.fl. 2015). Noe av årsaken til dette skyldes Hemnes geografiske posisjon midt mellom regionsentrene Mo i Rana og Mosjøen, og til dels Sandnessjøen. Det er dermed pendlingsmuligheter i flere retninger, men det er mest pendling inn til Rana. I likhet med Mo i Rana er det en utfordring å få unge voksne og barnefamilier til å bosette seg i kommunen (Sand m.fl. 2015). Det har vært en nedgang innen primærnæringer de siste årene, men samtidig har landbruksproduksjonen i Hemnes økt. Den registrerte arbeidsløsheten er lav, og ligger på 0,9 prosent (SSB 2018). Innvandrerdelen i befolkningen har økt sakte og var i desember 2017 på cirka 6,6

prosent, noe som er en betydelig lavere andel sammenlignet med andre i samme kommunegruppe, der andelen er 11,9 prosent. De fleste kommer fra Sverige, Litauen og Eritrea (SSB⁴). I kommunen er det 1896 eneboliger og 46 leiligheter, og over 80 prosent av befolkningen eier sin egen bolig. De fleste jobber i dag innenfor sekundærnæringer, helse og omsorg og varehandel.

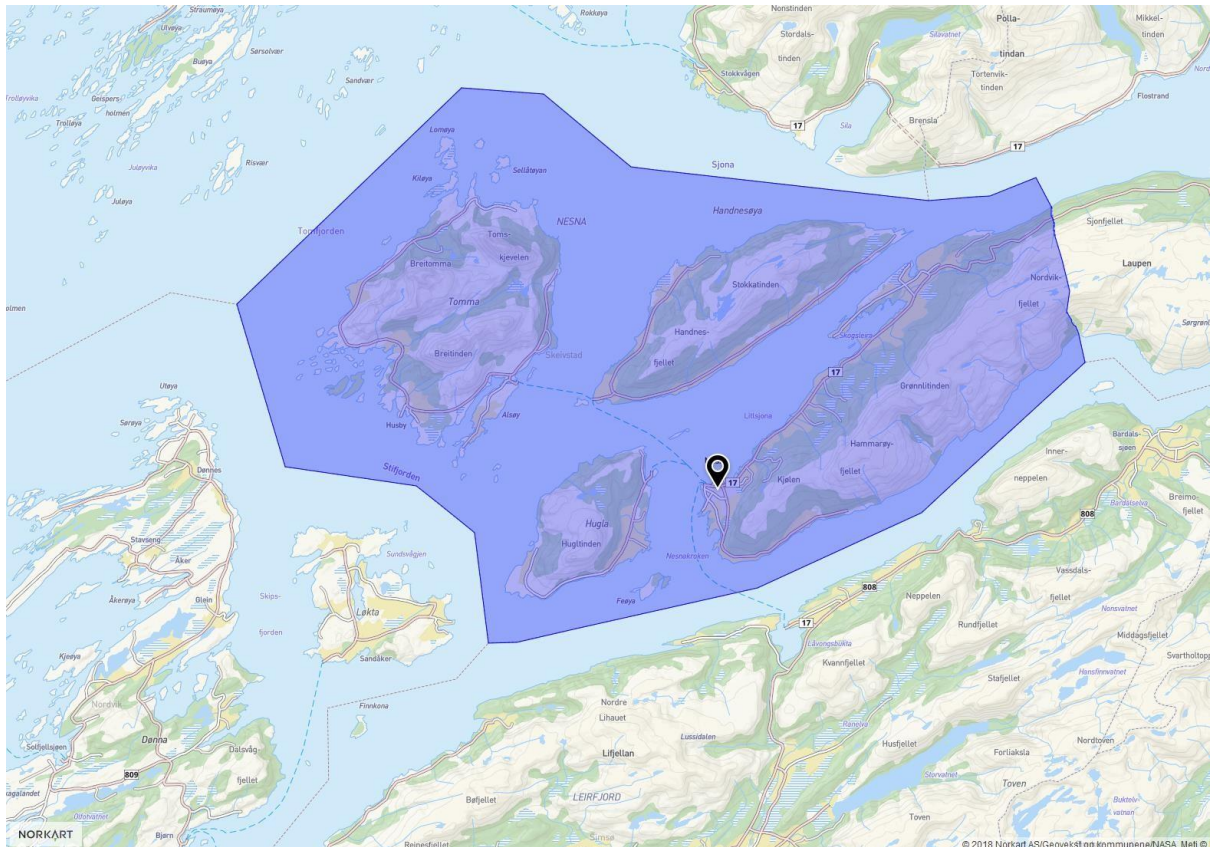
Landskapet i Hemnes består av fjell, fjorder, flere vassdrag og store landbruksområder. Med tilgang til lakseelver, Nord-Norges høyeste fjellområde med fire DNT-hytter og stort løypenettverk, samt idylliske Hemnesberget, ser man store muligheter til å øke besøksnæringen i kommunen. Okstindan natur- og kulturpark er i ferd med å bli etablert, og vil være en meget viktig aktør for videre utvikling av kommunen og reiselivet.



Figur 6: Hemnesberget. Foto: Fabrice Milochau

⁴ SSB befolkningsstatistikk

Nesna kommune



Figur 7: Nesna kommune. Foto: Norkart AS

Nesna kommune ligger i underkant av 7 mil fra Mo i Rana og er en kystkommune med 1 805 innbyggere (SSB 2018). Majoriteten av befolkningen er bosatte i kommunesenteret Nesna som ligger på fastlandet, mens om lag 20 prosent er bosatt på de tre øyene Tomma, Hugla og Handnesøya. Innvandring har bidratt til å opprettholde folketallet, og personer fra Polen er den største gruppen som har etablert seg i kommunen. Andelen innvandrere i Nesna er høy sammenlignet med de andre kommunene i regionen og lå i 2018 på 15,3 prosent. Andelen er mer enn dobbelt så høy som det man ser hos de andre kommunene. Kommunen har jobbet aktivt med å være attraktiv for arbeidsinnvandrere og flyktninger. Nesna har med sin bakgrunn som studiested tilgang til en god del leiligheter, 265 stykk, mens det finnes 758 eneboliger. Nesna hadde tidligere en egen høgskole (Høgskolen i Nesna), som nå har fusjonert og blitt en Campus innenfor NORD Universitet. Nord universitet valgte etter fusjonen å legge ned flere utdanningstilbud på studiested Nesna. Dette ble et tilbakeslag for kommunen da utdanningsmiljøet i lang tid har vært en stor ressurs for og i lokalmiljøet. Høgskolen i Nesna drev blant annet it-studier ved Campus Helgeland og sykepleieutdanning i Sandnessjøen. Studenter ved disse utdanningene ble registrert som studenter ved studiested Nesna. Etter fusjonen har studentene på Mo og i Sandnessjøen blitt registrert der, og den relative studentmassen som soknet til studiested Nesna har gått ned. I dag har man noen

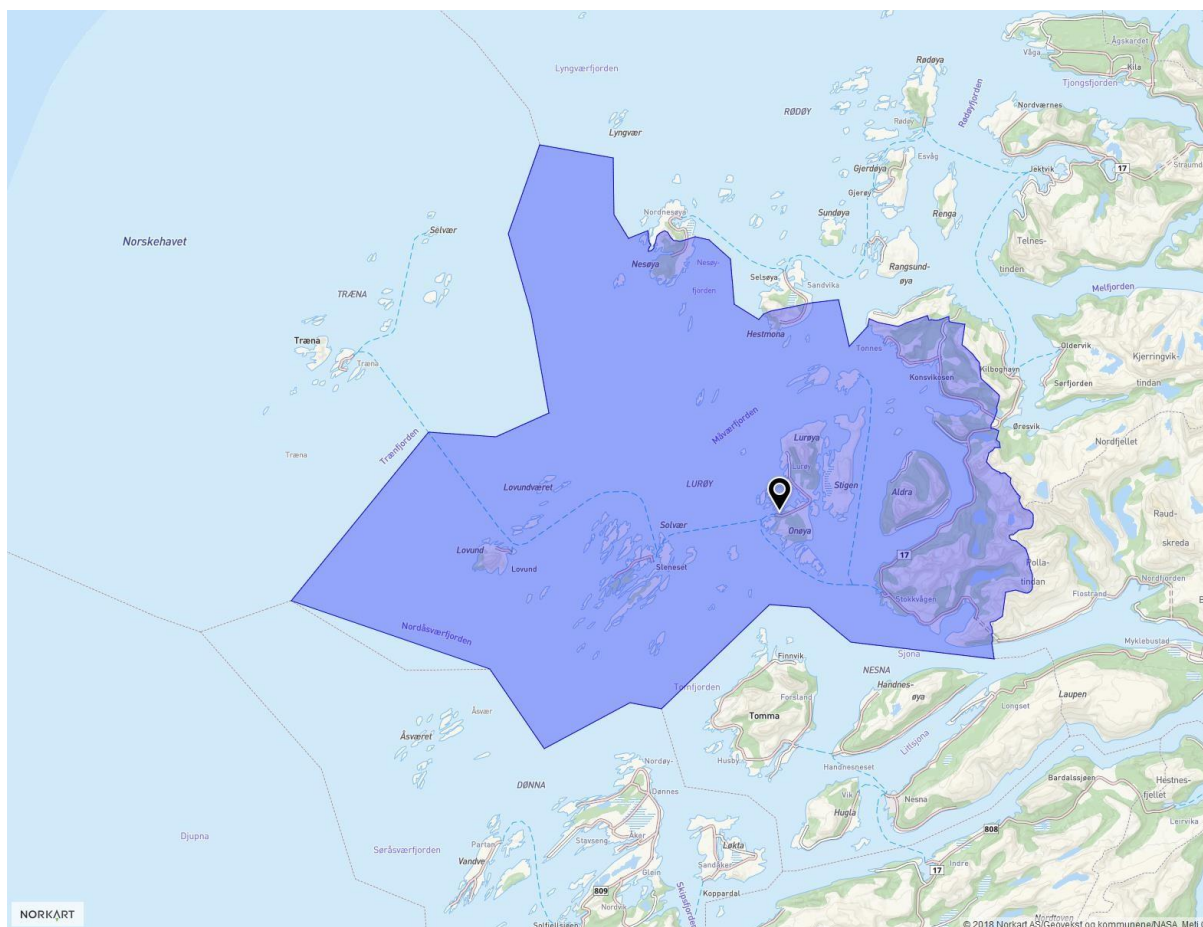
utdanningslinjer innen lærerutdanning og pedagogikk, og en jobber i dag aktivt med å få reversert konsekvensene av å ha «mistet» et stort antall studenter. Majoriteten av befolkningen jobber innen helse og sosialtjenester, undervisning, bygg og anleggsvirksomhet samt varehandel som også inkluderer hotell og restaurant, ol. I dag er det litt over 100 personer som jobber innen landbruk, skogbruk og fiske, nesten det samme antallet som jobber innenfor sekundærnæringene.

Kommunen ser med optimisme på de nye mulighetene man nå får i og med at Mo Industripark investerer i kommunen, og tror dette vil bli et løft for industriutviklingen. Videre har bedriften Westcon Helgeland hatt solid utvikling med oppdrag for olje og gassnæringen, samt skipsreparasjoner og riggvedlikehold. Det er også en positiv utvikling på øya Tomma. De største bedriftene i Nesna kommune ligger på Tomma, med Gabbro Nor, Tomma Laks og Tomma Utvikling i spissen. Et positivt tegn er at Nesna kommune har startet opp barnehage igjen på øya. Det er også en spennende utvikling med blant annet lokalmatprosjekt på Hugla og Handnesøya, samt turisme på Hugla og Tomma, i tillegg til satsninger i resten av Nesna. Landbruket er også viktig, og kommunen jobber i dag med et nasjonalt/regionalt tilbud om kvalifisering innen landbruket på Handnesøya. Videre ser man store muligheter for å utvikle besøksnæringen i kommunen, samt at man ser på mulighetene for å få flere utdanningslinjer her igjen.



Figur 8: Nesna. Foto Ukjent

Lurøy kommune



Figur 9: Lurøy kommune. Foto: Norkart AS

Lurøy kommune ligger i overkant av 7 mil fra Mo i Rana og består av både fastland og et antall øyer. Lurøy er Norges mest desentraliserte kommune i bosetting og i tjenestestruktur. Rådhuset ligger på Onøy og kommunen har 6 større kretser med 76 til 600 innbyggere. Kommunens desentraliserte bosetting gjør at man med en befolkning på 1 902 innbyggere (SSB 2018) i dag har 6 barnehager, 6 skoler (fordelt på 212 grunnskoleelever) og 5 omsorgssentre. Tre kretser i Lurøy (Hestmona, Nesøy, Tonneshalvøya) er delt mellom Lurøy og Rødøy. Her er det inngått samarbeid mellom kommunene blant annet innen skole og helse. Lurøys geografi gjør at næringslivet, i stor grad, er begrenset til de spesifikke øyene/kretsene der de er lokalisert. Grunnen til dette er i stor grad vanskeligheten med pendling (utover i kommunen). Kommunen oppgir imidlertid at de opplever en økende pendling innad i kommunen. Cirka to tredjedeler av de sysselsatte i kommunen arbeider i privat næringsliv. Næringslivet i Lurøy er preget av mange små og noen mellomstore bedrifter. Nova Sea er unntaket, med over 100 sysselsatte. Angell og Grimrud (2017) pekte på at Lurøy er en lite typisk distriktskommune fordi den preges av et veldig aktivt, lønnsomt og svært eksportrettet næringsliv. Lurøy har tre oppdrettsselskap med både hovedkontor og produksjonslokaler i kommunen: Nova Sea AS (som er en av de største nordnorske

produsentene av oppdrettslaks) og Lovundlaks AS, begge på Lovund, og Kvarøy Fiskeoppdrett AS på Kvarøy. Havbruksnæringen på øya Lovund, med Nova Sea AS, Lovundlaks AS, og Aquarius AS, har en omsetning på flere milliarder i året og krever en omfattende infrastruktur. I kommunen finnes det et relativt stort behov for arbeidskraft innen havbruksindustrien, men også flere andre næringer, både privat og offentlig, har behov for arbeidskraft. Den største næringen er innenfor sekundærnæringene, og blir etterfulgt av varehandel, hotell og restaurant. Cirka 150 personer jobber innenfor kategorien jordbruk, skog og fiske i dag (SSB Kostratall 2019). I statistikken fra Nordland Fylkeskommune er det ikke registrert noen sysselsatte innenfor skogbruk, de har en annen inndeling enn SSB og skiller mellom tradisjonell fiske, skogbruk, landbruk og havbruk. Det er relativt mange som er registrert innenfor havbruksnæringen i Lurøy. Det finnes også en del virksomheter som har fritidsbefolkningen som en stor kundegruppe. Som i andre typiske distriktskommuner har innbyggerne i Lurøy en høy gjennomsnittsalder. Unntaket er på Lovund, der gjennomsnittsalderen er betydelig lavere enn i resten av kommunen. Lokaliseringen av de mange hovedkontor for havbruksnæringen i samme kommune er unikt, og selskapene engasjerer seg aktivt i den lokale utviklingen av Lurøy. Havbruksnæringen tilfører kommunen høy verdiskaping, samt erfaring og kompetanse. I dag er det registrert 868 eneboliger i kommunen og ingen leiligheter (SSB Kostratall 2019). Samtidig finnes det registrerte borettslag i kommunen, med leiligheter. Hvorfor dette ikke er registrert i Kostra er usikkert. Informantene i undersøkelsen gir uttrykk for et stort behov for bygging av nye leiligheter og utleieboliger, og dette er gjeldende for alle kretser i kommunen. Over halvparten av befolkningen i kommunen bor på øyene, reisetiden for dem til regionsenteret er betydelig lengre sammenlignet med befolkningen for de to andre omlandskommunene. De som bor på øyene er avhengig av fungerende samferdselstilbud. Endringer i samferdselsstrukturen gir utfordringer for næringsliv og innbyggere. Næringslivet på øyene er avhengig av å få varer og personell inn/ut, og innbyggere har behov for forutsigbarhet. Og som Sand m.fl. påpekte i sin undersøkelse, så er det nødvendig med langt bedre samferdselsløsninger mellom øyene og fastlandet for å sikre akseptable levevilkår for øybefolkningen (Sand m.fl. 2015). Den aller største gruppen innvandrere til kommunen kommer fra Sverige, etterfulgt av Polen og Litauen.



Figur 10: Lurøy. Foto: Far Out Fokus

Regionale aktører i regionen som jobber med samhandling

Det finnes flere regionale aktører i regionen som jobber med samhandling. *Indre Helgeland regionråd* er et regionalpolitisk samarbeidsorgan for kommunene Hattfjelldal, Hemnes, Lurøy, Nesna og Rana. De er i dag, sammen med Rana Utviklingsselskap AS og Kunnskapsparken Helgeland, den fremste pådriveren for å etablere regional samhandling i regionen. Rådet fungerer som styre for samarbeidet og har en funksjonstid på fire år, basert på kommunestyrets valgperiode. Rådet velger leder og nestleder blant ordførerne, de velges for to år siden leder- og nestledervervet skal rotere mellom deltakerkommunene. I rådet møter hver deltakerkommune med to representanter valgt av og blant medlemmene i kommunestyret, hvorav den ene er ordføreren. I tillegg møter administrasjonssjefene (rådmennene) fra de deltakende kommunene. Rådet har et fast sekretariat som skal ivareta de løpende administrative oppgavene for rådet og arbeidsutvalget. Rådet har i sin strategiske plan for 2019 -2023 løftet fram fire satsingsområder for det regionale samarbeidet, og har nå etablert Regionutvikling AS som skal fungere som et felles utviklingsmiljø. De skal ha ansvar for å utføre og koordinere deler av tiltakene i planen, i tillegg til å styrke regionrådets sekretariat. *Rana Utviklingsselskap AS (RU)* er Rana kommunes sin næringsetat med en visjon om å være regionens fremste ressurs for næringsutvikling. RU jobber for å forbedre rammebetingelser for næringslivet i regionen, samt med å stimulere til nyetablering og bedriftsutvikling. RU har etablert en etablererservice som er et lavterskeltilbud til gründere og bedrifter i Rana og regionen. RU etablerte i 2011

næringsnettverket Indre Helgeland, ett samarbeidsnettverk mellom næringsutviklere i førstelinjetjenesten på Indre Helgeland.

Andre sentrale aktører er *Kunnskapsparken Helgeland* som er en del av Nordland fylkeskommunes innovasjonssystem, og som skal fungere som et regionalt verktøy for innovasjon og utvikling med Helgeland som geografisk kjerneområde. De har ansatte i Mo i Rana, Mosjøen og Sandnessjøen, og oppdraget er å være en pådriver for økt innovasjon, verdiskaping og vekst gjennom å øke kompetanse, skape nettverk, og legge til rette for innovasjon. Man har videre *Inkubator Helgeland* som er et støtteapparat for bedrifter i utvikling og som nå er fusjonert med Kunnskapsparken.

Det finnes også en *Kystinkubator* på Lovund med den primære funksjonen å identifisere forretningsideer, finne ressurspersoner og følge opp bedriftsutviklingen. Tilstedeværelsen av kystinkubatoren er viktig for Lurøy, som for Helgelandskysten. Kystinkubatoren er eid av Nova Sea, Siva, Aquarius, Bur Holding og Lovundlaks og får årlige tilskudd fra Lurøy kommune til å jobbe med næringsutvikling. Kystinkubatoren har stor kompetanse om havbruksnæringen og jobber direkte med å fremme havrelaterte bedrifter. En viktig aktør for besøksnæringen er *Helgeland Reiseliv* som er et destinasjonsselskap for de 18 kommunene på Helgeland med kontor i Sandnessjøen, Mo i Rana, Brønnøysund og Mosjøen. Man har også prosjektet *Vefsna Regionalpark* der kommunene Vefsn, Grane og Hattfjelldal siden 2012 har samarbeidet for å utvikle livskraftige bygdesamfunn og vertskap for besøkende og turister. Vefsna Regionalpark samarbeider med åtte andre parker i nettverket Norske Parker, hvor også Okstindan Natur- og kulturpark (Hemnes) er med. Norske Parker har som mål å øke lokalsamfunnets verdsetting og ivaretaking av natur- og kulturverdier, og at dette skal kunne bidra til bred verdiskaping (www.norskeparker.no/om/).

En svært viktig aktør er *Mo Industripark* som i stor grad bidrar til økt samhandling mellom kompetansemiljøer, næringsliv og kommuner. Det finnes også et flertall næringsforum i regionen, med *Ranaregionen Næringsforening* som den fremste pådriver for regional samhandling. Kommunene samt deler av næringslivet i Rana, Hemnes, Lurøy og Nesna er medlemmer i Ranaregionen Næringsforening. En annen aktør er *MidtSkandia* som er et interregionalt samarbeid med formålet å utvikle næringsliv og samferdsel på akse Helgeland- Västerbotten. *Innovasjon Norge*, som bidrar både med finansiering og kompetanse for å øke vekst i næringslivet, er også en viktig aktør i regionen og har en ansatt med kontor i Rana. Videre er flere universitetsmiljøer representert, blant annet UiT, Nord og NTNU, og som tidligere nevnt er flere av disse med i ulike utviklingsprosjekt sammen med kommuner og bedrifter. Videre kan tiltak som *VÆXT*, som er et coworkingmiljø med nettverk av gründere, frilansere og entreprenører med blant annet avdelinger i Mo, Mosjøen og Hattfjelldal, bidra betydelig til økt samhandling og samhandlingskompetanse. *Helgeland Museum* er en annen regional sammenslutning og en viktig samarbeidspartner for alle kommunene.

Byregionprogrammet

Det har lenge vært et fokus på å øke samhandlingen i regionen, og Byregionprogrammet ble sett på som en mulighet til å utvikle samspillet mellom by og omland. Dette skulle gjøres ved å styrke regional vekstkraft og attraktivitet gjennom felles tiltak innen næringsutvikling og omdømmebygging. Byregionprogrammet har vært et nasjonalt utviklingsprogram styrt og finansiert av Kommunal- og Moderniseringsdepartementet (KMD). Gjennom programmet ønsket departementet å legge til rette for økonomisk utvikling og vekst i byregioner i hele landet, og totalt 37 byregioner med til sammen 213 kommuner deltok. Programmet tok utgangspunkt i et regionforstøringsperspektiv, hvor man blant annet skulle bedre rekruttering av arbeidskraft til virksomhetene i regionen, og skape vekst i omlandet gjennom en sterkere kobling mellom by og omland. Den overordnede målsettingen for prosjektledelsen i Ranaregionen var å utvikle regionens vekst og attraktivitet, og at denne utviklingen skulle gagne alle de inkluderte kommunene. For å gjøre dette skulle man etablere varige strukturer av samarbeid, samt styrke felles tiltak innen næringsutvikling og omdømmebygging.

Byregionprogrammet har vært inndelt i to faser. I den første fasen ble det etablert samhandlingsrutiner mellom deltakerkommunene. Videre har man gjennomført en samfunnsanalyse som skulle gi en oversikt over hvilke utfordringer og muligheter regionen står overfor. Dette arbeidet skulle gi et grunnlag for å velge hvilke prosjekttiltak regionen skulle prioritere og jobbe videre med i fase 2 av programmet.

Samfunnsanalysen av Ranaregionen ble gjennomført i 2015 av *Trøndelag Forskning og Utvikling* og presenterte et generelt kunnskapsgrunnlag om regionen, men analysen vurderte i liten grad samhandlingen mellom by og omlandskommunene. Rapporten vurderte en del tiltak som ville være positive for veksten i hele regionen, blant annet større flyplass, bedre infrastruktur og samferdsel, bedre vilkår for fiskenæringen, oljeutvinning i nord-områdene, og økte oppgaver innen statlig tjenesteyting. Rapporten anbefalte at de deltagende kommunene skulle utarbeide en felles strategisk næringsplan, men dette ønsket ikke kommunene å gå videre med på daværende tidspunkt (Rana Utviklingsselskap 2018). Dette kan sees i lys av at arbeidet med Byregionprogrammet i 2014 overlappet med kommunereformen.

En felles næringsplan for kommunene kunne tolkes som et steg i retning av kommunesammenslåing, noe som særlig omlandskommunene oppfattet som negativt. Den økte arbeidsmengden ble også for ressurskrevende for de mindre kommunene, noe som var en utfordring under arbeidet med fase 1 av Byregionprogrammet (Rana utviklingsselskap 2018). Utfallet av fase 1 var at tre samfunnsområder ble trukket fram som ønskede prioriterte områder for videreutvikling i fase 2 av programmet. I fase 2 ønsket man å gå videre med **Nettverk og samarbeidsarenaer**; **Profilering og attraktivitet**; og **Infrastruktur og samferdsel** (Rana Utviklingsselskap 2018). Ved oppstarten av fase 2 ble det gjennomført møter i hver kommune hvor det ble utarbeidet

prosjektplaner for de prioriterte områdene, aktivitetsplaner og milepælsplaner. Dette vil vi komme tilbake til i kapittel 4.

I regionen arbeider man nå med en felles strategi for nærings samarbeidet mellom kommunene. Målene og prioriteringen av arbeidet er godt forankret i strategiske planer.

1.3 Metode

Regionrådet er prosjekteier for utredningen. Faktagrunnlaget er fremskaffet gjennom en dialog med innbyggere, hytteeiere og næringsliv i kommunene Lurøy, Nesna, Hemnes og Rana, samt diverse næringslivsutviklere og andre utviklingsaktører i regionen. Her har vi intervjuet blant andre rådmenn, ordfører, regionråd, Rana Utviklingsselskap, nærings- og bygdeutviklere i kommunene, tekniske planleggere, representanter for store og små bedrifter og ledere for ulike næringsforum / foreninger.

For å kunne få både bredde og dybde i utredningen har vi anvendt fire ulike metoder. Det ene er gjennomgang av kommunenes og regionrådets egne tilgjengelige dokumenter, regionalstatistikk, samt relevant forskning om regionen og generelt om interkommunalt samarbeid. Vi har benyttet tre metoder for å samle inn egne data, både kvalitative semi-strukturerte intervjuer, fokusgruppeintervjuer og en kvantitativ survey. For å gjennomføre surveyen rettet mot befolkningen ble Sentio Research Norge AS leid inn. Surveyundersøkelsen har blitt gjennomført via telefon til 500 respondenter. Telefonintervjuene varte i gjennomsnitt 9 minutter. Surveyen er basert på et randomisert utvalg med både innbyggere og hytte/fritidshuseiere fra de fire aktuelle kommunene i Rana-regionen. De som svarte at de har hytte i regionen ble bedt om å besvare ekstra hytteeier-spesifikke spørsmål. Fokus i undersøkelsen var på hvordan befolkningen (både fastboende, næringsutviklere og fritidshuseiere) vurderer og opplever utfordringer og muligheter i sin region, hvordan de bruker både regionsenteret og omlandet, samt hva de tenker er viktige felles satsninger fremover.

I forkant av surveyen til innbyggerne har vi foretatt semi-strukturerte intervjuer og fokusgruppeintervjuer med relevante informanter innenfor visse utvalg; med representanter fra regionråd og kommuner, nærings- og utviklingsaktører, samt representanter for næringsliv og næringsfora. Fordelen med å foreta intervjuer med nøkkelinformanter før surveyen ble gjennomført, var å bli bedre kjent med aktuelle forhold i regionen, slik at vi kunne utforme et mest mulig relevant og treffsikkert spørreskjema. Dette bidro til å gi oss et overblikk over status og over hva som er på gang i regionen. For å finne relevante informanter til de kvalitative intervjuene har vi fått god hjelp av Regionrådet i Indre Helgeland, prosjektgruppen for Byregionsprogrammet, de ulike næringsforaene og ansatte i kommunene.

De semi-strukturerte intervjuene fulgte en tematisk intervjuguide, hvor spørsmålene var åpne og hvor det var mulig å følge opp temaene som kom opp i løpet av intervjuet. Vi hadde også fokus på å høre om eksempler på tilfeller av velfungerende nettverk og

samhandling, samt vellykket lobbyvirksomhet. Både 1.linjenettverket og oppdragsgiver har gitt gode og forklarende tilbakemeldinger som har vært meget nyttige under utformingen av rapporten.

Innsamling av data og informasjon fant sted i løpet av høsten 2018.

2. Innbyggernes bruk av regionens tilbud

2.1 Resultater fra surveyen

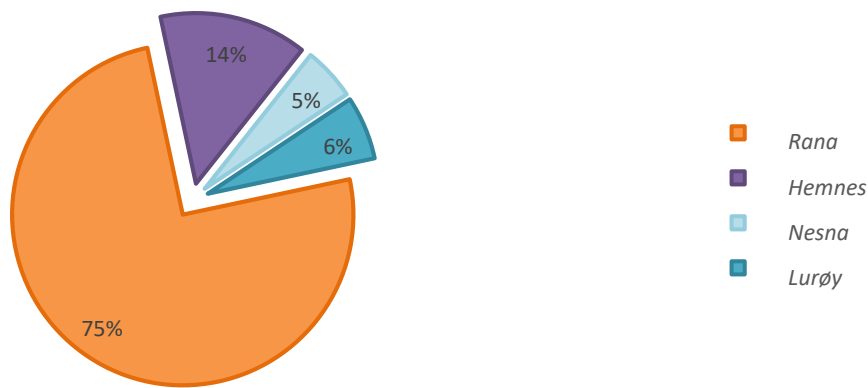
Hensikten

Hensikten med surveyen var å finne ut hvordan befolkningen som bor i regionsenteret vurderer og benytter omlandet, og hvordan befolkningen i omlandet vurderer og benytter regionsenteret. For å få svar på dette stilte vi blant annet følgende spørsmål: Reiser de ofte ut til de andre kommunene? Benytter de seg av tilbud i omlandskommunene? Hvilke tilbud er det de eventuelt benytter seg av i omlandskommunene? Bruker de omlandet i rekreasjons- og fritidssammenheng? Hva er bra og hva er mindre bra i omlandet? Hva kunne blitt gjort bedre, og på hvilken måte? En viktig problemstilling er hvordan hytte- og fritidsboligeiere opplever omlandet og tilbudene der. Det ble også stilt spørsmål om hvor ofte folk i omlandskommunene benytter seg av/besøker regionsenteret, og hva som er bra og mindre bra, samt hva som kan bli bedre. Alle kommunene i Ranaregionen er del av samme «fritidsregion» og samtlige har et høyt antall hytter i forhold til innbyggertall.

Til hytte- og fritidsboligeiere stilte vi spørsmål både om hvordan de opplever at kommunene tilrettelegger for dem, og hva som avgjør hvor de handler i forbindelse med oppholdet på hytta/ i fritidsboligen. Vi stilte også spørsmål om hva de gjør samt ønsker å gjøre når de er der, om servicetilbudene samsvarer med de behovene de har, og hva de tenker burde utvikles videre. Videre spurte vi om på hvilken måte regionsenterets tjenester kan tilrettelegges og gjøres mer tilgjengelig for omlandsbefolkningen og vice versa. Målet har vært å få frem kunnskap om hva regionens ulike aktører bør satse på fremover, basert på befolkningens erfaringer.

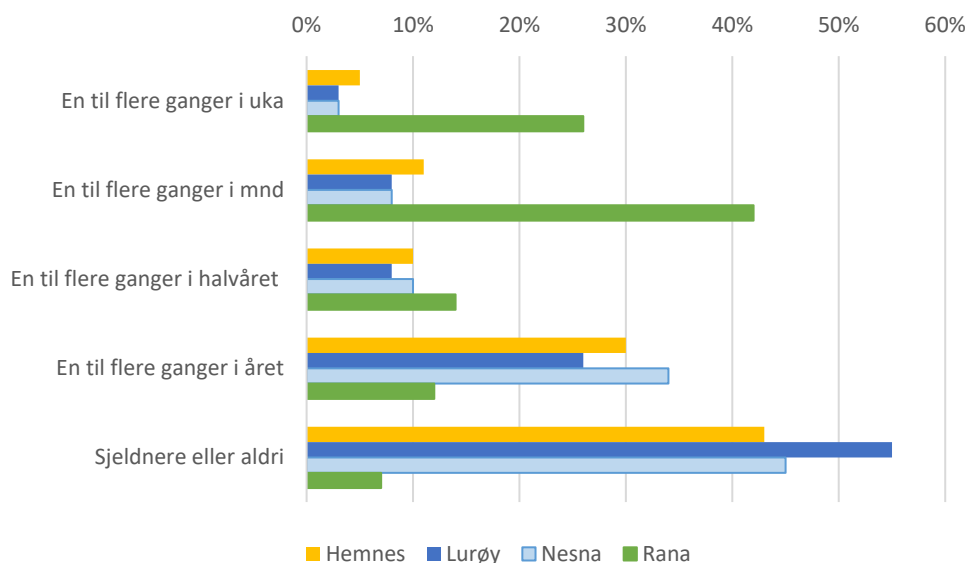
Demografi

Tallene som presenteres her baserer seg på 500 telefonintervju av innbyggere i Ranaregionen i 2018. Gjennomsnittsalderen på respondentene er 44 år, hvor 44 prosent er kvinner og 56 prosent er menn. Respondentene er trukket fra alle de fire kommunene og antallet per kommune er representativt for befolkningen i regionen. Representativiteten er også ivaretatt statistisk ved bruk av en statistisk vekt som demper eller forsterker besvarelser der hvor datasettet er ujevnt fordelt med tanke på kjønns- og alderssammensetningen i kommunenes befolkning (se figur 11).



Figur 11: Respondenter etter kommune.

Figur 12 nedenfor viser hvor ofte respondentene besøker de andre kommunene utenom i jobbsammenheng. Som vi ser er Rana kommune den desidert mest besøkte kommunen. Hele 26 prosent av respondentene oppgir at de besøker Rana en til flere ganger i uken, mens 42 prosent sier de besøker Rana flere ganger i måneden. Når det gjelder Hemnes, Nesna og Lurøy har de forholdsvis like besøkstall, men Hemnes ser ut til å ha noe flere besøkende. Lurøy virker å være den minst besøkte kommunen, og 55 prosent oppgir å besøke kommunen sjeldnere enn en gang i året eller aldri.

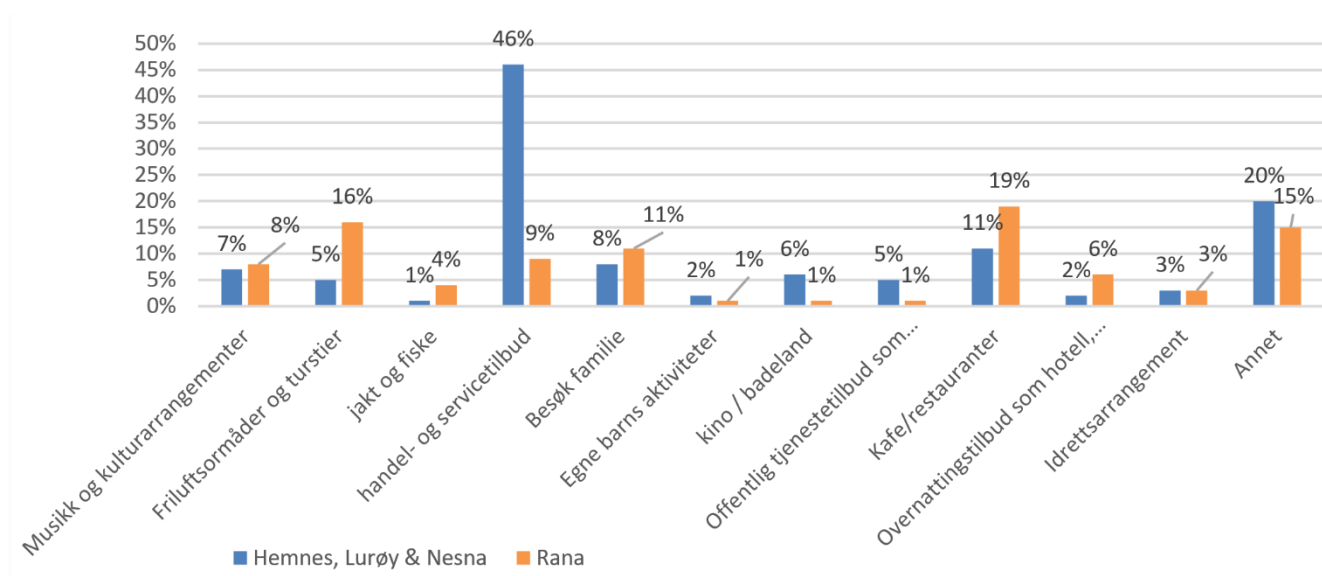


Figur 12: Hvor ofte respondentene har reist til de andre kommunene utenom i jobbsammenheng i løpet av de siste 12 månedene.

Aktiviteter

Figur 13 viser hvilke aktiviteter respondentene oppgir at de typisk oppsøker utenfor sin egen kommune i løpet av sommerhalvåret. Figuren skiller også mellom respondenter fra Rana og respondenter fra Hemnes, Lurøy og Nesna. I underkant av halvparten av

respondentene fra Hemnes, Lurøy og Nesna oppgir at de benytter seg av handel- og servicetilbud utenfor egen kommune, mens i underkant av 10 prosent av respondentene fra Rana gjør det. Dette er ikke spesielt overraskende, og kan forklares med at tilbudet av handel- og servicetjenester er større i regionsenteret Mo i Rana. Det er derfor naturlig at innbyggere i omlandskommunene reiser til regionsenteret for å handle varer og tjenester som ikke tilbys i deres egen kommune. Det er også verdt å merke seg at respondenter i omlandskommunene i større grad benytter seg av kino, badeland og offentlige tjenester som leger og tannleger utenfor egen kommune sammenlignet med respondentene fra Rana. Derimot ser det ut til at respondenter fra Rana i større grad enn respondenter fra omlandskommunene oppsøker fritidstilbud utenfor egen kommune. 16 prosent av respondentene fra Rana oppgir at de benytter seg av turstier utenfor kommunen og 19 prosent oppgir at de benytter seg av kafé- og restauranttilbud i de andre kommunene. Det er også en høyere andel respondenter fra Rana som driver med jakt og fiske og som bruker overnattingstilbud utenfor egen kommune sammenlignet med omlandskommunene.

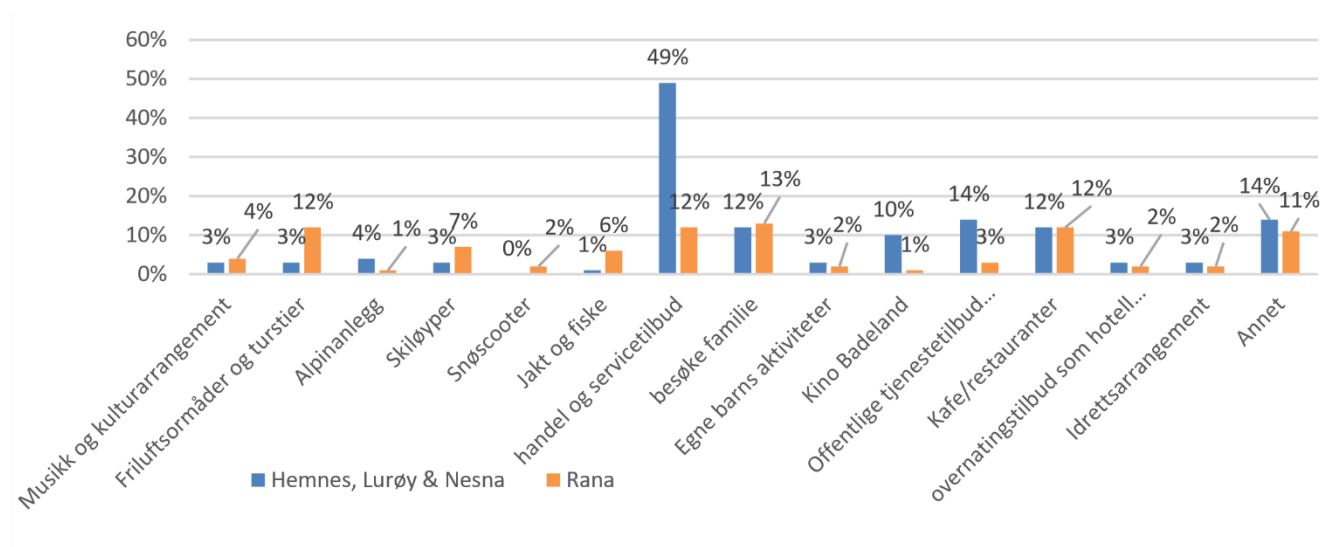


Figur 13: Hvilke aktiviteter respondentene typisk benytter seg av utenfor egen kommune i løpet av sommerhalvåret.

Figur 14 viser det samme som figur 13, men for vinterhalvåret. I likhet med sommerhalvåret oppgir i underkant av halvparten av respondentene fra omlandskommunen at de benytter seg av handel- og servicetilbud utenfor egen kommune. Det er også verdt å merke seg at respondentene fra omlandskommunene i større grad benytter seg av kino, badeland og offentlige tjenestetilbud i vinterhalvåret sammenlignet med sommerhalvåret. Når det gjelder respondentene fra Rana, ser vi at de også på vinteren i større grad enn omlandskommunene oppsøker fritidsaktiviteter i

nabokommunene. Andelen som benytter seg av turstier er 3 prosent lavere sammenlignet med sommerhalvåret, men dette må antakeligvis ses i lys av at turstier og friluftsområder er mindre tilgjengelige på vinteren. Vi ser også at 7 prosent oppgir at de benytter seg av skiløyper i nabokommunene, noe som også kan bidra til å lette trykket på turstiene. Til forskjell fra sommerhalvåret er det mange færre fra Rana som benytter seg av kafeer og restauranter i nabokommunen.

Omlandskommunene ser ikke ut til å ha denne forskjellen. Kategorien for «andre aktiviteter» har høy oppslutning både i figur 13 og 14, noe som vitner om at det foregår mye som ikke spesifikt er blitt fanget opp i surveyintervjuene. Det er betraktelig færre som oppgir at de gjør andre aktiviteter på vinterhalvåret. Dette kan skyldes et dårligere tilbud, men også være en indikasjon på et generelt lavere aktivitetsnivå på vinteren.



Figur 14: Hvilke aktiviteter respondentene typisk benytter seg av utenfor egen kommune i løpet av vinterhalvåret.

Kort oppsummert, og ikke så overraskende, ser det ut til at omlandskommunene først og fremst benytter seg av regionsenteret og nabokommunene i forbindelse med handel og service, offentlige tjenestetilbud, kafé og restauranter og kino/badeland. Når det gjelder respondentene fra Rana kommune benytter de seg i større grad av fritidstilbud som turstier, skiløyper, jaktmuligheter og kafeer og restauranter i nabokommunene i regionen. Med andre ord fungerer omlandskommunene som en viktig rekreasjons- og fritidsarena for de sentralt bosatte i regionen, og Rana som handels- og servicesentrum for omlandskommunene.

Etterspørsel etter andre tilbud

Under intervjuene ble respondentene spurt om hva som skulle til for å øke eller lette deres bruk av aktiviteter i regionen utenfor deres hjemkommune. Som vi ser av figur 15 mente et overveldende flertall at det var behov for bedre tilbud. En betydelig andel

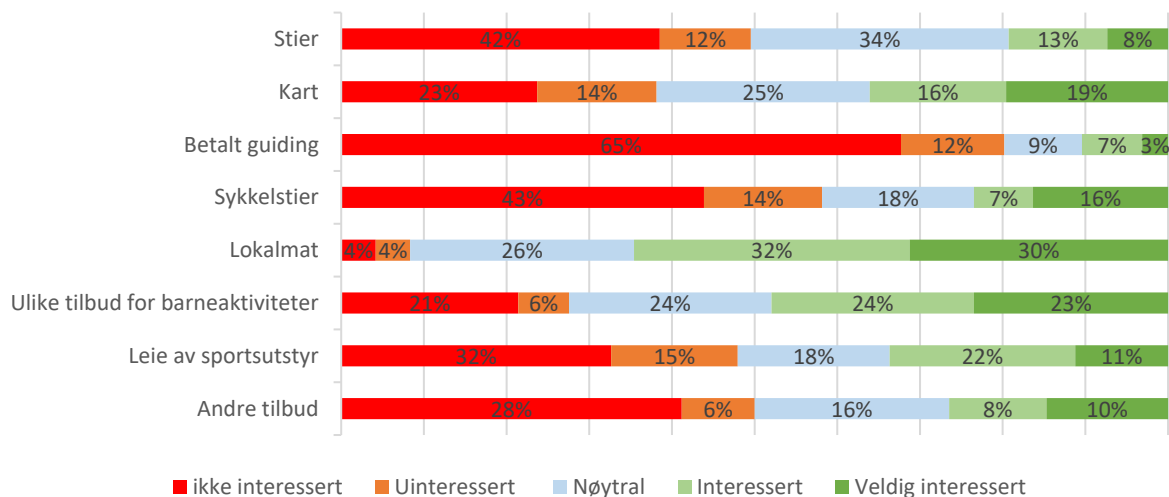
mente også at det var for liten informasjon om de eksisterende tilbudene. Her finner vi ingen betydelige ulikheter mellom respondentene fra Rana kommune og respondentene fra Hemnes, Lurøy og Nesna.



Figur 15: Hva skal til for at respondentene benytter seg av aktiviteter utenfor sin hjemkommune innad i regionen, evt. gjøre det enklere å oppsøke slike aktiviteter.

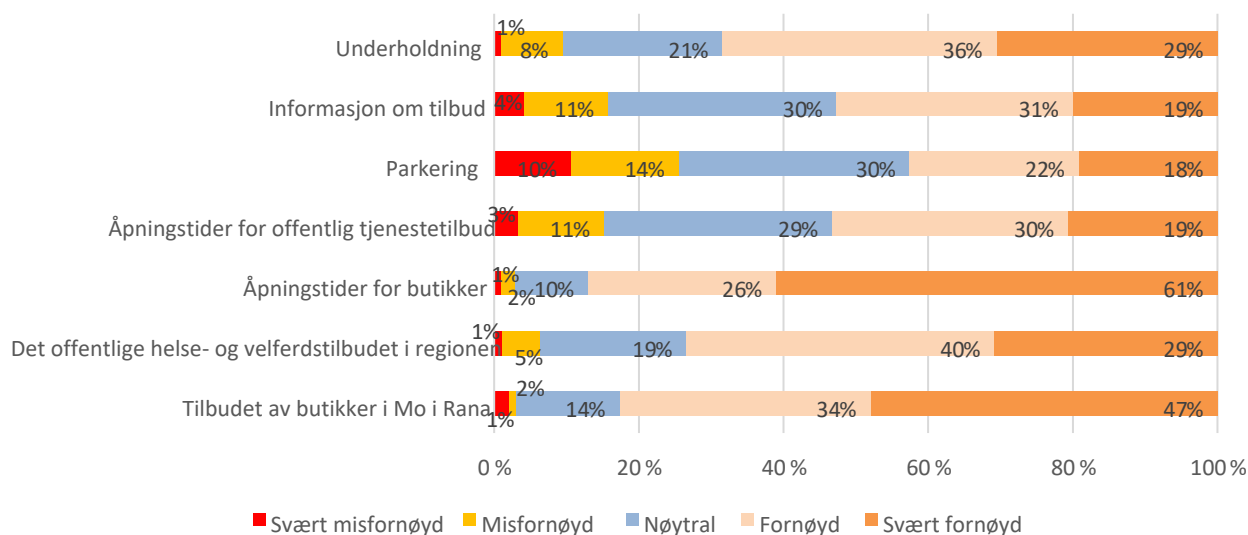
Hva er de interesserte i å bruke penger på?

Som vist i figur 15 er det tilsynelatende et stort forbedringspotensial når det kommer til tilbudet av aktiviteter i regionen, men hvilke type aktiviteter er innbyggerne i regionen interesserte i å bruke penger på? Figur 16 viser hvor interesserte respondentene er i å bruke penger på utvalgte aktiviteter. Av disse aktivitetene ser vi at lokalmat kommer best ut. Over halvparten av respondentene er positive til å bruke penger på lokalmat, mens kun 8 prosent er negative. Her kommer det også fram at i underkant av 50 prosent av respondentene er interesserte i å bruke penger på barneaktiviteter, mens 27 prosent er ikke interessert i det. Det kan dermed virke som det er etterspørsel etter flere/bedre aktiviteter rettet mot barn i regionen. Et bredere tilbud av slike aktiviteter vil også kunne være et ledd i å tiltrekke seg flere barnefamilier og unge voksne til regionen. Det at såpass mange av respondentene er negative til betalt guiding kan bero på at mange er lokalkjent i området allerede. Samtidig vil det antakeligvis komme en større andel turister i fremtiden som vil være interessert i å benytte guidede turer. En forholdsvis stor andel er interessert i å bruke penger på kart over områdene, dette vil i stor grad handle om tur- og løypekart. Når det gjelder spørsmålet om å bruke penger på stier, ser vi at innbyggerne er lite interessert i å bruke penger på dette i dag. I Norge er det vanlig at kommunene eller frivillige vedlikeholder stiene uten at det koster noe. Samtidig er det viktig for besøksnæringen at kommunene ivaretar stiene blant annet når det gjelder tilgjengelighet, dofasiliteter og hvilemuligheter. Andre undersøkelser har vist at det oppfattes som positivt med bålplasser og opplysnings-skilt langs stiene. Det er ikke så mye interesse for å bruke penger på sykkelstier i dag. Ny forskning viser at sykling, både el-sykling og annen sykling, er noe man regner med vil få en sterk økning blant dem som ønsker friluftsfrier i tiden fremover (Stensland m.fl.2018).



Figur 16: Hvor interessert er du i å bruke penger på følgende aktiviteter?

Figur 17 viser hvor fornøyde respondentene er med en rekke utvalgte forhold, og som vi ser er det få ting de er direkte misfornøyde med. Det forholdet som stikker seg mest ut er det generelle parkeringstilbudet, hvor 24 prosent av respondentene er misfornøyde eller svært misfornøyde. Et stort flertall av befolkningen er fornøyd med både tilbud av butikker i Mo i Rana, åpningstider for butikkene, samt med helse- og velferdstilbud og underholdning. Informasjonen om tilbudene kan bli bedre, og omtrent halvparten kan tenke seg mer tilgjengelige åpningstider for offentlige tjenestetilbud. I hovedtrekk gir dette inntrykk av at befolkningen i regionen er ganske så fornøyd med de tilbudene som tilbys i regionen.

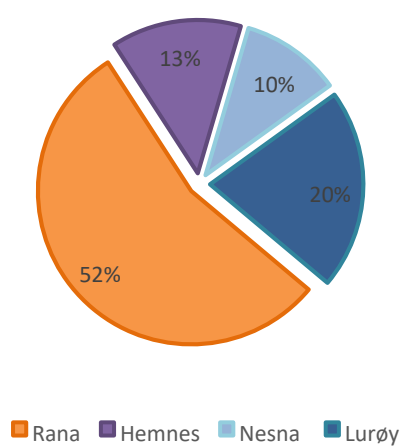
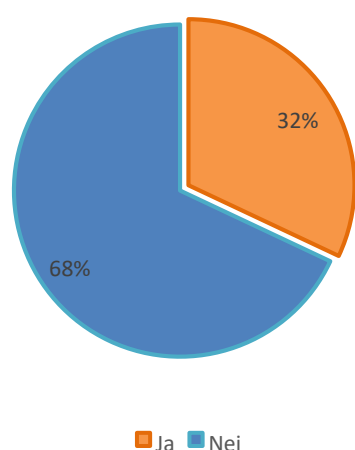


Figur 17: Hvor fornøyd er du med følgende forhold?

Fritidsboliger

32 prosent av respondentene oppgir at de selv, eller en i husholdningen, disponerer en fritidsbolig. Begrepet fritidsboliger inkluderer i tillegg til hytter også leiligheter, eldre boliger og hus, stasjonerte campingvogner, bobiler og båter for overnatting. I antall registrerte hytter per 2018 har Hemnes 899 hytter, Nesna har 265 hytter, Rana har 2024 hytter, mens Lurøy har 569 hytter. Vår definisjon av «fritidsboliger» er bredere enn SSBs definisjon når det gjelder registrerte hytter. Antallet fritidsboliger vil da være betydelig større. Av respondentene som er bosatte i Rana kommune disponerte 38 prosent en eller flere fritidsboliger, mens kun 16 prosent av respondentene totalt bosatt i Hemnes, Nesna og Lurøy disponerte fritidsboliger. Til høyre i figur 18 ser vi at om lag halvparten av fritidsboligene til respondentene i undersøkelsen ligger i Rana kommune.

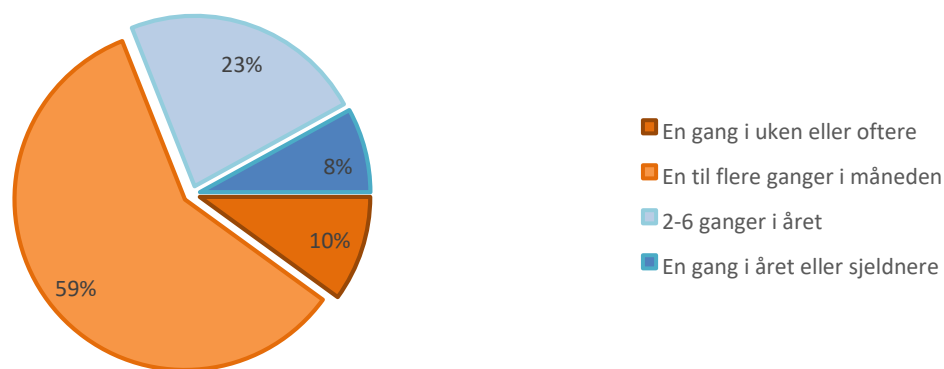
Disponerer du en fritidsbolig?



Fordeling av fritidsboliger etter kommune

Figur 18: Fritidsboliger i Ranaregionen

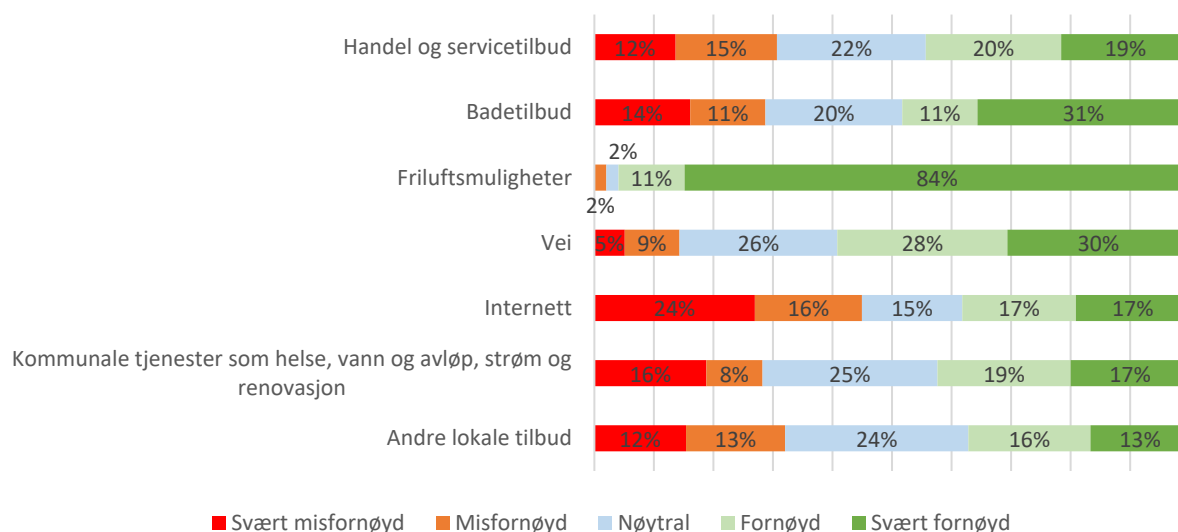
Når det gjelder bruk av fritidsbolig, viser figur 19 at rundt 70 prosent benytter seg av fritidsboligen minst en eller flere ganger i løpet av en måned, mens i overkant av 30 prosent sier de bruker fritidsboligen fra en til seks ganger i løpet av året.



Figur 19: Hvor ofte bruker respondenten fritidsboligen?

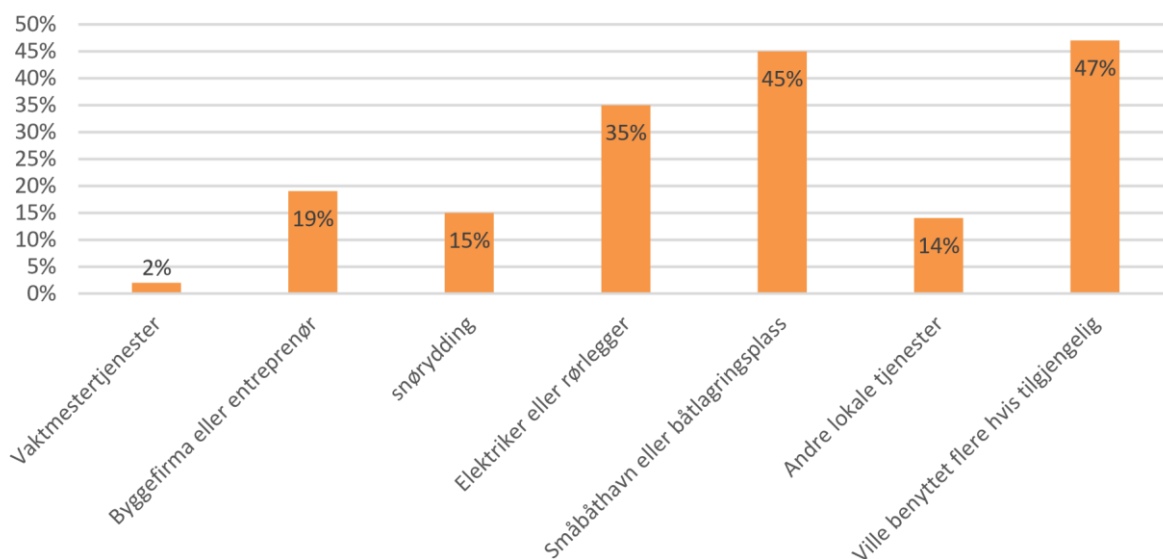
Aktiviteter og lokale tjenester tilknyttet fritidsboliger

Når det gjelder aktiviteter og tilbud tilknyttet bruken av fritidsboliger, ser vi i likhet med figur 17 at de fleste respondentene er fornøyde. Respondentene er spesielt fornøyde med friluftsmulighetene nær fritidsboligene sine. Kun 2 prosent oppgir at de er misfornøyde. At de er misfornøyde kan henge sammen med at enkelte har snøskuterløyper tett på hyttene sine, noe som man vet kan skape konflikter mange steder. 40 prosent av respondentene med fritidsboliger er misfornøyde med internetttilbudet når de bruker fritidsboligen sin. Samlet sett kan man lese av figuren at det ligger et forbedringspotensial her både når det gjelder badetilbud, handels- og servicetilbud, kommunale tjenester som helse, vann og avløp, samt for andre lokale tilbud. De med fritidsboliger er også stort sett fornøyde med veiene, under 15 prosent er misfornøyde.



Figur 20: Hvor fornøyd er du med ... når du bruker fritidsboligen?

Figur 21 viser hvilke lokale tjenester respondentene har brukt i forbindelse med fritidsboligene sine. 47 prosent har benyttet seg av småbåthavn eller båtlagingsplass. Mange har også benyttet seg av entreprenører, elektriker- og rørleggertjenester. Det er spesielt interessant at nesten halvparten av respondentene ville benyttet seg av flere tjenester dersom de var tilgjengelige. Det virker derfor som at det er etterspørsel etter et bedre tilbud av tjenester.



Figur 21: Bruk av lokale tjenester i forbindelse med fritidsboligen

2.2 Bruk av omlandet i rekreasjons- og fritidssammenheng

Av surveyundersøkelsen kan man lese at potensialet for hva som kan tilbys befolkning og fritidsbefolkning i regionen er langt større enn det som er tilfelle i dag. Et overveldende flertall mente at det var behov for bedre tilbud. En betydelig andel mente også at det var for liten informasjon om de eksisterende tilbudene. Her finner vi ingen særlige ulikheter mellom respondentene fra Rana kommune og respondentene fra Hemnes, Lurøy og Nesna.

Vi ser at bysenteret kan øke sin attraktivitet ved å tilby relevante tjenester og legge til rette for aktiviteter som omlandets befolkning og andre gjester har behov for. På samme måte kan det bli en mer spisset tilrettelegging for vekst i besøksnæringen i omlandet.

Undersøkelsen viser også at respondentene kan tenke seg å bruke penger på utvalgte aktiviteter. Av disse aktivitetene ser vi at lokalmat kommer best ut. Over halvparten av respondentene er positive til å bruke penger på lokalmat, mens kun et fåtall er negative. Det er også en god del interesse for å bruke penger på barneaktiviteter, vi går ut i fra at

mange av disse har barn selv og at en del av befolkningen som ikke har barn i denne alderen naturlig nok ikke er så interessert i det. Et bredere tilbud av slike aktiviteter vil også kunne være et ledd i å tiltrekke seg flere barnefamilier og unge voksne til regionen.

Representanter fra næringslivet vurderer at man ser forskjeller når det skjer endringer i tilgangen til butikker i områdene rundt fritidsboligene. Tilgang til vinmonopol, ferskvaredisker og utvidede åpningstider blir vurdert til å øke attraktiviteten og handelen. Et senter der man kan få tak i flere typer varer, og at kunden dermed får gjort unna handlingen relativt raskt, er en fordel. Når handelsstanden går sammen, så opplever man en økning i vareomsetningen.

Det står ikke i kommuneplaner at man skal legge til rette for hytte- og fritidsbefolkningen, men ofte legger kommunene ned et betydelig beløp i å drifte blant annet havnetilganger, brøyting og lignende. Tilgang til scooterløyper kan gagne turister, men det kan også være mange som reagerer negativt; her kan det være ulike interesser.

Under intervjuene har det blitt sagt at det kan være mindre konflikt mellom innbyggere og næring enn hytteeiere og næring, og at det lettere kan oppstå konflikter mellom hytteeiere og kommune enn mellom fastboende og kommune. Dette begrunnes med at fritidshuseiere gjerne stiller andre krav. Det vises til undersøkelser hvor stillhet og utsyn rangeres svært høyt blant fritidsbefolkningen, og at dette lett kan komme i konflikt med næringsvirksomhet. Inntrykket fra en av kommunene var at fritidshuseiere har blitt mye mer aktive i samfunnet der de har fritidsboligen enn det de var tidligere. Det som blir prioritert blant nordmenn som ønsker naturbaserte opplevelser generelt, rangeres i denne rekkefølgen: Stillhet, utsyn og sansekvaliteter; spesielle naturtyper og unike landskap; mulighet for fri ferdsel; lokale fortellinger; historiespesifikke arter; villmarksområder; og stier, løyper og tråkk (Stensland m.fl. 2018).

Ranaregionen har store muligheter for å kunne tilby naturopplevelser innenfor alle spektre, og Nordland er den regionen i landet som innehar størst andel av naturbaserte opplevelsesbedrifter; 13,5 prosent (BIOTOUR 2018). Her er det også et stort potensial for videre utvikling, blant annet innenfor kulturbaserte opplevelser som musikk, kunst, lokalmat, og ikke minst historiefortelling. Den samiske historiefortellingen vil også være høyaktuell her.

Forskningsprosjektet BIOTOUR i regi av NMBU har undersøkt hva slags kommersielle trender som vil være mest aktuelle innenfor den naturbaserte turismen i løpet av de neste ti årene i Norge, og det som var rangert høyest på en skala fra -3 til +3 var å oppleve lokal kultur (ratet 2,53). Deretter fulgte: Kommersielle guidede aktiviteter og kurs i natur (2,24); Bærekraftig og ansvarlig reisevirksomhet (2,18); Enkle og tilgjengelige aktiviteter, såkalt «soft adventure» (2,18); Autentiske natur- og kulturaktiviteter (2,18); Læring i naturopplevelser (2,06); Fysiske aktiviteter som fremmer helse og «fitness» (2,0); samt Kvalitetsprodukter og tjenester (2,0). For de internasjonale trendene, målt i samme prosjekt som ovenfor, var det imidlertid litt annerledes. Rangeringen her baseres på undersøkelser i Norge Sverige, Finland, Alpene og USA, med en skala fra 0-6.

Terrensykling ble ratet høyest med en score på 4,68, deretter fulgte bruk av elektriske sykler (4,56), naturfotografering (4,54), fotturer og «backpacking» (4,51), viltsafari; se på ville dyr (4,47), sportsevenement i naturen som maraton, stiløping, triatlon, orientering og lignende (4,24), sykling på vei/sti (4,18), samt kajakk, kanopadling og/eller båt på flatt vann (4,15)

Trendanalysene viser at det ligger kommersielt potensial i det å tilby opplevelser med lokal kultur, guidede aktiviteter, kurs i natur, bærekraftig reiseliv, og å kunne tilby enkle aktiviteter som autentiske natur- og kulturopplevelser. Aktiviteter med et kommersielt potensial kan blant annet være viltsafari, sykling, naturfotografering, samt tilrettelegging for fotturer/toppturer/randonee (Stensland m.fl. 2018). Hos de naturbaserte bedriftene i Norge i dag er følgende aktiviteter mest utbredt: fiske, vandring, båt uten motor, arrangement, jakt, båtsightseeing/ fjordcruise/havrafting, sykling på vei, naturfotografering, fuglekikking, og nordlysturer.

For dem som driver innenfor besøksnæring er det lønnsomt å attrahere flest mulig besøkere, ikke bare fordi det genererer penger, men også fordi besøksnæringene generelt vil bli direkte stimulert av en økning i antallet besøkende. Dermed vil steder som får bygget mange fritidsboliger, få en økning i besøkende, som igjen gir større etterspørsel til de ulike besøksnæringene (Vareide 2018:187). Tilgang til fritidsboliger og overnattingssteder øker besøksattraktiviteten, det vil si at det øker antall besøkende til kommunene eller regionen. Økt antall besøkende gir ringvirkninger og har stor betydning for etterspørselen rettet mot bedriftene i besøksnæringene i kommunene; det vil si for handel, servering, aktiviteter og overnatting. Næringslivet i Ranaregionen ser et stort potensial her.

Den unike naturen gir også mange muligheter for aktiviteter i friluft. Vareide (2018) peker på at kommuner kan øke sin attraktivitet for besøk gjennom at det bygges og legges til rette for nye fritidsboliger. I en undersøkelse så man at i ni av de ti kommunene med høyest antall nye fritidsboliger per innbygger så hadde man en positiv besøksattraktivitet (Vareide 2018:192). De som har fritidsbolig er en gruppe som generelt sjelden blir involvert i endringsprosesser på et sted. Det finnes noen tilfeller der kommuner har forsøkt å opprette økt kommunikasjon og tiltak rettet mot fritidsboligeiere. Dette er ofte en ressurssterk gruppe som kan tenkes å ha interesse av at stedets attraktivitet utvikles av flere grunner. Det vil da blant annet være flere aktive tilbud som de kan velge å benytte seg av. Dette kan være slike forhold som besøksnæringen trekker frem som viktige, som stier, badeplasser, brygger, skilting og kart etc. Hytteeierne vil også gjerne at området skal være et godt sted å være sett ut fra et rekreasjonssynspunkt; man er gjerne der for å koble mer av, eller for å være mer i kontakt med naturen. Samtidig har informantene fra kommunene pekt på at det kan være vanskeligere å få balansert utvikling av næringsliv med fritidsboligeieres ønsker. De som har fritidsbolig har som regel et ønske om at alt skal være idyllisk og fredelig, og dette kan komme i konflikt med utviklingen og næringsutviklingen i kommunen. Fasiliteter, friluftsmuligheter og stillhet er faktorer som påvirker verdien på

fritidsboligen. Mange tilbringer mye tid i sine fritidsboliger, både fordi det har blitt mer vanlig å kunne jobbe fra hjemmekontor, og at man har tilgang til internett svært mange steder. En god del personer har røtter der de har fritidsbolig og føler en sterk tilknytning til stedet, og derfor er de også ofte interesserte i at utviklingen av stedet går i en bestemt retning. Fritidsboligeierne sees i denne sammenheng gjerne som ressurser som kan være betydningsfulle for utviklingen. For å oppsummere næringslivets ønsker, ser de gjerne at kommunene støtter opp om besøksnæringen gjennom tilgjengelige havner, tilrettelagt infrastruktur, fasiliteter ute for turfolk, kart og ikke minst det å være på tilbudssiden for næringslivet som jobber for å øke antallet eller skape bedre forhold for besøkende og turister.

3. Ranaregionen i et fugleperspektiv

3.1 Omlandets betydning

For å få et overblikk over omlandets betydning, presenteres her en oppsummering av de ulike informantene sitt syn på dette, supplert med forskning på området.

Det er flere kommuner som har betydning for regionen enn de som blir vurdert innenfor det vi har definert som Ranaregionen i denne undersøkelsen. Som tidligere nevnt var kommunene Grane, Hattfjelldal, Rødøy og Træna også invitert til å være med i Byregionprogrammet, men takket nei. Et fellestrekk for de kommunene som avsto er at de har hatt litt lavere vekst i befolkningen de senere årene enn de som er definert inn under Ranaregionen (Sand m.fl. 2015). For de kommunene som inngår i Ranaregionen i denne rapporten, er det Mo i Rana som blir vurdert som regionsenter. Kommunene Grane og Hattfjelldal har tradisjonelt sett hatt Mosjøen som sitt regionsenter, med tilhørende sykehus og videregående skole (Angell & Grimsrud 2017).

Som nevnt innledningsvis bor det nå cirka 34 500 innbyggere i Ranaregionen. Omtrent 76,2 prosent av befolkningen bor i Rana, 13,1 prosent bor i Hemnes, 5,5 prosent bor i Lurøy og 5,2 prosent i Nesna. Totalt i 2017 var det 17 265 sysselsatte i regionen, hvor dette også inkluderer sysselsatte i kommunene Træna og Rødøy (Rana Utviklingselskap 2018). I Ranaregionen finner man store regionale, nasjonale og internasjonale selskaper med verdensledende teknologi, og det er også noen store statlige institusjoner/virksomheter spredt i regionen. Omlandet til Mo i Rana har tilgang til store naturressurser som vannkraft, mineraler, fisk, olje og gass, og de har et stort potensial for besøks- og turistnæring. Det finnes flere unge kreative miljøer, og med god digital infrastruktur er det mulig å jobbe fra så å si alle steder i omlandet. Det har man også stort sett mulighet til å gjøre fra sine fritidsboliger i regionen. Ved siden av bil er tog også et viktig fremkomstmiddel på Helgeland. Nordlandsbanen gjør det mulig å pendle med tog mellom de to største byene Mosjøen og Mo i Rana på Helgeland, og det er også stasjon på Bjerka i Hemnes, midt mellom de to byene. Dette er noe som både arbeidstakere og studenter benytter seg av. Det er også busskorrespondanse fra togstasjonen i Mosjøen til Sandnessjøen og Brønnøysund. Samtidig er det en utfordring at det er store avstander i regionen, noe som vanskeliggjør det å forstørre arbeidsmarkedet for alle områdene gjennom infrastrukturtiltak på vei. Angell m.fl. (2013) kommenterte i sin undersøkelse at på grunn av avstandene er det trolig kun Nesna som eventuelt kunne blitt del av et større arbeidsmarkedsområde gjennom et bedre hurtigbåttilbud mot Sandnessjøen, som ligger utenfor Ranaregionen. Man har gjennom felles prioriteringer fått utbedret noen av de verste veiene, men det er fremdeles nødvendig med mange utbedringer av veinettet. Bedre veistandarder og andre tiltak vil gjøre det betydelig lettere å pendle mellom kommunene i Ranaregionen. Hemnes kommune, med tettstedene Korgen, Hemnesberget, Finneidfjord og Bjerka ligger i rimelig pendlingsavstand til Mo i Rana (20-30 min.), og med ny vei er det nå blitt

en akseptabel pendlerute. Med utbedrede veier er det nå også akseptabel pendleavstand til Mosjøen og Sandnessjøen fra Hemnes (45 – 60 min). Det er mulig å pendle Nesna – Sandnessjøen med ferge; dette tar cirka 30 minutter med bil og 25 minutter ferge Nesna - Levang. Totalt er det samme reisetid som til Mo. En stor begrensning er at det er meget dyrt med ferge, og at det er begrensede avganger. Et eksempel er at fra Nesna ankommer man Sandnessjøen kl. 08:20 på en hverdag, og den eneste returen på ettermiddagen vil være kl. 16:30 (de gjeldende tidene på tidspunktet hvor data ble samlet inn). Mellom Mo i Rana og både Nesna og Lurøy er det over en times reisevei. På vinterstid kan kombinasjonen med en stor mengde tungtrafikk, og glatt og bratt trase over Bustneslia føre til periodevis stengte veier. Dette er noe som er utfordrende for daglig pendling. Tunnel gjennom Bustneslia kunne løst dette på en god måte, samtidig som at strekningen mellom Nesna/Lurøy og Rana ble kortere. Pendlerforholdene i dag vanskeliggjør et felles arbeidsmarked, og Sand m.fl. (2015) fant at kun 5-6 prosent av innbyggerne i Nesna og Lurøy pendler til Mo i Rana. Videre fant de at 95 prosent av de som jobber i regionen bor i regionen, og at 93 prosent av arbeidstakerne som bor i regionen jobber innenfor sin kommune. I 2008 gikk Rana over fra å være en utpendlingskommune til å bli en innpendlingskommune.

Informantene fra alle kommunene fremhever omlandets store betydning, og trekker frem både tilgangen til naturens råvarer, den eksepsjonelle naturen, og regionens attraktivitet i både nasjonal og internasjonal målestokk. Utfordringen blir ansett å være nettopp det å gjøre dette unike kjent for flere. Informantene ser at for å tiltrekke seg både tilflyttere og besøkende er det en stor fordel å spille på hverandres fordeler; det å kun spille på sin egen kommunes fordel er ikke nok. Dette gjelder både for markedsføring og for lobbyvirksomhet. En spørreundersøkelse gjennomført av Ranaregionens næringsforening i april 2018 viste at høyeste prioritet hos medlemmene var at foreningen skulle arbeide spesielt med omdømmebygging av regionen og næringslivet, samt rekruttering, integrering og tilflytting. Dette ble ansett som viktigere enn å arbeide med rammebetingelsene for næringslivet. Omlandskommunene har mye av både basisnæringer og besøksnæringer, og nyetableringer gir ringvirkninger. Omlandets betydning for regionen er betydelig, og utviklingen av næringene i omlandskommunene vil være viktig for den samlede næringsattraktiviteten og besøksnæringen i regionen. Innenfor næringsutviklingen i omlandskommunene finnes det stort potensial i å utnytte de unike naturressursene, både ved å markedsføre dem slik de foreligger i dag, ved å høste av råvarene som finnes i naturen, samt ved at man i større grad utvikler foredlingsindustrien. Informantene trekker frem at det ligger et stort uutnyttet potensial i å kunne foredle råvarene som blir høstet i lokalsamfunnene i omlandskommunene. Blant annet blir det poengtert at fisk i større grad bør bli foredlet der den tas opp.

Næringslivet i kommunene ser et stort potensial i å utvikle besøks- og turistnæringen i hele regionen. Det ligger et potensial i å skape tilbud både for turister som kommer for

å oppleve Helgelandskysten, og for dem som har fast tilknytning gjennom å ha tilgang til fritidsbolig i regionen. Videre vil det bli mulig å nå et langt større marked med ny storflyplass, cruisetrafikk, og med utvidet aktivitet i innlandet for dem som allerede har oppdaget kysten. Videre ser man også muligheter for å tiltrekke besøkende fra Sverige i enda større grad enn i dag. Både næringsutviklere i kommunene og næringslivet i regionen ser store muligheter i satsinger for besøksnæringen, innenfor flere områder. Blant annet gjelder dette produksjon av lokalmat, overnatting, servering og aktivitetstilbud for dem som ønsker å nyte omlandets natur og friluftsliv på ulike måter.



Figur 22: Bilde fra Lurøy. Foto: Kristin Nordhus Karlsson

Det å kunne produsere mat lokalt og selge dette som en del av et genuint varemerke, blir nevnt som noe man kan og bør utvikle i mye større grad enn hva som er tilfelle i dag. Vi kunne også se i spørreundersøkelsen at dette var noe de med fritidsbolig ønsker å bruke penger på. Noen lokalmat-aktører har gått sammen i et produsentnettverk kalt Nordlandsmat AS⁵. De er igjen en del av det nasjonale produsentnettverket Lokalmat. Nordlandsmat AS markedsfører og distribuerer produkter fra matprodusentene til dagligvarehandelen, storhusholdninger, hotell og restauranter. I dag selges produktene fra Nordlandsmat i de fleste større butikkene og

⁵ I dag består aktørene av Strandli Gård, Sæterstad Gård, Straumbotn Gård, Nord Reker, Øyfjellmat, Ækte AS, Polarmat, Arctic Blue, Melbukaviar.

butikkjedene i regionen, fra Bodø i nord til Brønnøysund sør i regionen. De ønsker å øke volumet og mangfoldet av produkter gjennom å inkludere flere produsenter. Nesten alt av matproduksjonen blir sendt videre til større foredlingsfirmaer. Det bør være gode muligheter for å skape et godt lokalmat-renommé innenfor det Helgeland står for som merkevare: friskhet, vilt, vakkert, godt og eksklusivt. Nordlandsmat AS markedsfører sine produkter nettopp under "Ærlig, ekte, kortreist". Mulighetene er mange, blant annet innen produksjon av ost, kjøtt, fisk og bær. Her kan det samtidig være mange foredlingsmuligheter basert på tradisjonell måte å tilberede råvarene på. Hvis man ser til Rørosregionen, hvor RørosMat er primus motor for utviklingen av merkevaren med samme navn, drar produsentene i regionens kommuner fordel av å kunne markedsføre sine produkter som en del av RørosMat. Samtidig har dette fordret mye samarbeid og felles forståelse om hva man ønsker å formidle. Hva hele regionen har å tilby er også med på å bygge en identitet og en tilhørighet til en region.

BIOTOUR sin undersøkelse (2018) viste at muligheten til å oppleve lokal kultur ble rangert høyest av besøkende/turister når de besøkte nye steder. Omlandskommunene har mye historie og en kultur som sannsynligvis vil oppleves som genuin og eksklusiv. Et omland med overnattingssteder og spisesteder som kan tilby både lokalmat og historie rammet inn av lokal kultur og tradisjoner samt uberørt natur, vil kunne være svært attraktivt fremover. Mat- og overnattingsstedet «Til Elise fra Marius» med velrenommerte kokker er et godt eksempel på hvordan det tradisjonsrike kan kombineres med genuine opplevelser. De opplever i dag stor pågang, ikke minst gjennom å benytte sosiale medier for å nå ut til større kundegrupper. Det finnes også noen andre aktører i omlandet som setter lokale råvarer inn i et konsept, som restauranten Aurora i Nesna, restauranten på Lovund Hotell i Lurøy og Albertines Hus i Hemnes.

Som tidligere nevnt er det samlet sett et stort potensial for å utvikle aktivitetstilbudet i omlandskommunene, både for besøkende fra regionen og for nasjonale og internasjonale turister. Helgeland Reiseliv har vært en stor støttespiller for alle kommunene i å synliggjøre det som allerede eksisterer av reisemål og tilbud. Oppfatningen blant informantene er at denne aktøren bidrar til å løfte hele regionen. Samtidig blir det også presisert av flere at det bør gjøres langt bedre lokal innsats for å synliggjøre regionen i enda større grad. Enkelte lokale bidrag er for øvrig med på å løfte hele regionen, noe som vi kommer tilbake til.

Innenfor andre næringer var det flere av informantene som pekte på at den regionale planleggingen kunne bli langt bedre enn den var i dag, og at det var essensielt for et godt samarbeid at også de minste kommunene blir med som en likeverdig partner. Flere andre undersøkelser har påpekt betydningen av dette, da det i mange tilfeller har vist seg at mindre kommuner opplever at de ikke behandles som en likeverdig partner (Reputation in Mind 2014). Generelt i omlandskommunene opplever man at det er et for lite fokus på omlandskommunene og for stort fokus på regionsenteret. Rana

kommune kan oppleves å være for opptatt av å utvikle egen kommune, og for lite opptatt av hva småkommunene kan bidra med, spesielt i forbindelse med interkommunale samarbeidskonstellasjoner. Det er en lang tradisjon for å jobbe med ulike samarbeidskonstellasjoner i regionen. I dag opplever omlandskommunene at det er mindre interesse for interkommunalt samarbeid, og det er en tendens til at Rana velger vertskommuneløsninger. Resultatet blir da at de mindre kommunene får liten innflytelse, og er prisgitt det som regionsenteret kommer med.

Nasjonalt ser man at god integrering med omlandet blir stadig viktigere for moderne byer (Vareide 2018: 58). Ikke minst er mulighetene som ligger i pendling relevant i denne sammenheng, og særlig er pendlingen fra Hemnes inn til Rana betydelig.

3.2. Omlandskommunenes tilretteleggerrolle

Hvordan oppleves kommunenes kapasitet og kompetanse å tilrettelegge for næringslivet?

Resultatene som presenteres her baserer seg på intervjuer i alle kommunene med ansatte som jobber med næringsutvikling og bygdeutvikling, representanter for ulike næringsforeninger, og med næringslivet; både små og store bedrifter. Svarene blir presentert samlet og viser til felles erfarte utfordringer. Kommunene i Ranaregionen har et differensiert næringsliv, og det er ikke mulig å gjøre noen enkle generaliseringer i beskrivelsene. En viktig aktør for næringslivet i regionen er Mo Industripark (MIP). I Rana kommune finnes flere tunge industribedrifter som er lokalisert innenfor Mo Industripark. MIP tilrettelegger og drifter infrastruktur av betydning for prosess- og mineralindustri, verkstedindustri, ingeniørtjenester, laboratorier og kvalitetssikring, logistikk, havbruk og datasenter. MIP eier infrastrukturen i industriparken, og så har man flere selvstendige bedrifter som produserer, blant annet Elkem (ferrosilisium), Celsa (armeringstål i stang og bunt, stålemner til eksport), samt også Glencore Manganese Norway som produserer manganlegeringer fra smelteverket i Mo i Rana. MIP deltar nå i utviklingsprosjekt i omlandskommunene, blant annet i utviklingen av Nesna Industripark (Langsetvågen) som er et industriområde i Nesna, og de gir også sponsorstøtte til ulike arrangement i hele regionen. MIP sin involvering oppfattes stort sett som veldig positivt av næringslivet i Nesna, da informantene ser flere fordeler ved slike felles utviklingsprosjekter. Blant annet er holdningen at MIP sin involvering med stor sannsynlighet vil gagne egen virksomhet, og at næringslivet generelt vil få oppsving når Mo Industripark investerer. Informantene blant kommuneansatte er også positive til en slik intervensjon. For å få til denne ekspansjonen er det nødvendig med en omfattende dialog med kommunene. Det fordres dialog med berørte parter, med arealplanleggere, næringsforeninger, innbyggere, kommunestyret og administrasjonen. For at større intervensjoner skal være vellykket og bli godt mottatt, så har kommunene en særdeles viktig og stor oppgave med å forankre i alle ledd.

Alle kommunene i regionen har sine fordeler og spesifikke utfordringer, og dette er omfattende beskrevet i andre rapporter med bakgrunn i statistikk og begrenset empiri for øvrig. Samlet analyse av den mest hensiktsmessige måten våre informanter mener den enkelte kommune bør tilrettelegge på er som følger:

Hemnes er som nevnt en kraftkommune som lenge har levd godt av kraftinntektene. I tillegg ligger Norturas eneste slakteri i Nordland i kommunen. Utover dette har kommunen arbeidsplasser hovedsakelig innen landbruk, næringsmidler, kraft/vann/avfall og lokale tjenesteyting (Sand m.fl. 2015). Men nedgangen har vært relativt stor innen primærnæringene de siste årene, og kommunen har hatt lite ny næringsutvikling. Hemnes er en pendlerkommune hvor i overkant av 25 prosent av innbyggerne har arbeid utenfor kommunen (Sand m.fl. 2015). Man ser også et behov for å få unge voksne og barnefamilier til å bosette seg i kommunen. Blant kommunens store fortrinn er en sentral beliggenhet midt på Helgeland, med E6-tilknytning, togstasjon og nær beliggenhet til flyplass (også den planlagte flyplassen i Rana). Videre har kommunen en sterk landbruksnæring med unge som investerer, sentrale og rimelige næringsarealer, og ikke minst har man en flott og variert natur som kan appellere til mange ulike interesser innen friluft. I Hemnes er man i dag i ferd med å etablere Okstindan natur- og kulturpark, hvor det offentlige samarbeider med partnere fra lokalt næringsliv og lokale lag og foreninger. Man ser et stort potensial i å tilrettelegge for bærekraftig bruk av området, og det forventes at fremhevingen av særegne natur- og kulturverdier vil bidra til å skape identitet, samhandling, kreativitet og næringsutvikling for hele kommunen. Videre er dette ventet å gi positive ringvirkninger for hele regionen.

I undersøkelsen vår kom det frem visse utfordringer knyttet til å legge til rette for næringslivet. Kommunen har hatt gode inntekter fra kraftindustrien, og noen informanter forteller at dette har ført til et for dårlig fokus på å legge til rette for ny næring og nye utviklingsmuligheter. Videre hevder noen at kommunen nå lider av et «luksusfelle-syndrom». Det vil si at man er i en situasjon der man tidligere har hatt god råd, og selv om man ikke har det nå lengre, fortsetter kommunen å bruke penger som om den fremdeles hadde mye penger tilgjengelig. Det poengteres at det er vanskelig å kutte ned på et tilvent forbruk. Det har også vært en del misnøye fra næringslivets side fordi de hevder kommunen ikke i tilstrekkelig grad har involvert næringslivet i sine utviklingsideer, og at næringslivet ikke har fått nødvendig informasjon om møter og muligheter. Videre ble det påpekt at kommunen bør tenke mye mer regionalt i sin planlegging enn den gjør i dag, og at kommunen bør bli en mye bedre samarbeidspartner i forhold til å påvirke statlige organer, som for eksempel Statens vegvesen.

Kommunen opprettet imidlertid en stilling som bygdeutvikler høsten 2012, og beskrivelsen av denne gir et godt bilde av hvordan kommunene kan involvere og tilrettelegge for næringslivet. Bygdeutvikleren er i kraft av sin stilling en av prosjektdeltakerne i Byregionprogrammet. Informantene fra næringslivet forteller alle

at det har skjedd en stor endring i hvordan de opplever samarbeidet med kommunen siden denne begynte. Og det som ble trukket frem som meget positivt var at de nå opplevde å ha en kanal inn til kommunen, og at dette betydde mye for dem. De ble informert om møter og nye hendelser, det var mye epostutveksling, og samtlige opplevde nå at problemer i langt større grad ble møtt med seriøsitet og dialog. Kontinuerlig kommunikasjon, det å få vite om anbudsrunder, og at man blir kontaktet og hørt når viktige beslutninger skal tas, fremstår som helt essensielt for at næringslivet skal ha tillit til kommunene. Betydningen av tillit blir tatt opp i siste kapittel. Det ble gitt flere eksempler på at lokalt næringsliv har gått glipp av anbudsrunder fordi kommunikasjonen har glippet med kommunen. Det at det nå er kortere vei til beslutningstakerne ble vurdert å være et stort pluss. Samtidig er det ønskelig at kommunen kan bli enda bedre på å vurdere forslag fra næringslivet, og videre at kommunen i enda større grad bør gjøre sitt beste for å løse saker som gagnar alle parter. Statens vegvesen ble nevnt flere ganger som en propp i systemet, og som lite lydhør for næringslivets behov, både i planlegging ved ikke å ta hensyn til lokale forhold, og at de ikke har respekt nok for hva særlig besøksnæringen har behov for. Her etterlyses bedre støtte fra kommunen, siden næringslivet selv har liten påvirkningskraft på fylkeskommunale eller andre statlige avgjørelser.

Hemnes har interkommunalt samarbeid med Rana når det gjelder legevakt. Kommunen benytter seg av kompetanse hos Rana Utvikling blant annet i forbindelse med etablererkurs, og har avtale om arbeidsplass hos Væxt på Mo. Hemnes kommune er medlem i Ranaregionen Næringsforening, men har også nærings samarbeid med Vefsn, Grane og Hattfjelldal gjennom RKK Vefsn.

Lurøy kommune har som tidligere nevnt noen store bedrifter innenfor havbruksnæringen etablert på øyene Lovund og Kvarøy, hvor en av dem har milliardinntekter. I kommunen for øvrig er det flere små og mellomstore bedrifter innen blant annet bygg og anlegg og innenfor tjenesteytende næring. Kystinkubatoren skal bidra til vekstkraften innen havbruk og fiskerirelatert virksomhet på Helgelandskysten. Blant annet skal den fungere som en motor for idéskaping og igangsetting av ny virksomhet. Kystinkubatoren og kommunen har jevnlig møter for å utveksle erfaring, holde hverandre oppdatert og bruke hverandres styrker. I Indre Kvarøy er også havbruksnæringen sentral, hoveddelen av næringen er basert på havbruk i kraft av hjørnestebedriften Kvarøy Fiskeoppdrett. En annen bedrift på Indre Kvarøy er Snekkerfabrikken, som konstruerer og produserer trapper. I en kommune som Lurøy, med øyer og fastland, er et velfungerende ruteproduksjon avgjørende. Endringer som blir gjennomført fra fylkeskommunen får konsekvenser for de som rammes av endringene. Mange av informantene var meget misfornøyd med hvordan fylkeskommunen organiserer sambandet, og mener at fergerutene ikke er tilfredsstillende nok. På noen punkter, og gjennom dialog, har det vært mulig å få gjennomslag for lokale tilpasninger. Kommunen er høringspart i endringer som blir

foreslått fra fylkeskommunen, og gjennomfører høringsprosesser lokalt for å sikre næringsliv og befolkning best mulig lokale løsninger. Blant annet fikk man nå senest i november 2018 gjennomslag for at fergen fra Træna skulle gå innom Onøy på ettermiddagen, på vei mot Stokkvågen, slik at reisende skulle kunne rekke flybussen opp til Mo i Rana lufthavn. Slike korresponderende koblinger er svært viktige for både næringsliv og befolkning. Videre er det stort press på fylkeskommunens infrastruktur. Et eksempel er at det fra Nova Sea på Lovund skal fraktes 16 trailere med fisk i døgnet, til en verdi av 1,3 millioner per last, med ferge som tar 2,5 timer til fastlandet. Deretter er det smale veier mot Mo i Rana. Det store antall laks som produseres i Lurøy stiller krav til en velfungerende logistikk. Informantene er tydelige på at samferdselstilbudene må prioriteres i langt større grad fra fylkeskommunen. Det er både ferge og hurtigbåter i Lurøy, men rutene gjør det ikke mulig å pendle utover i kommunen (for eksempel til Lovund). Bedriftene på Lovund påpekte at deres erfaring er at skiftarbeid og værmessige utfordringer gjør det mindre stabilt å ha pendlere som arbeidstakere. De ønsker derfor stedbundne sysselsatte. Næringsliv og kommunen har behov for mer arbeidskraft og rekruttering. Det jobbes derfor, blant annet, med felles rekrutteringstiltak.

Det at befolkningen, som teller drøyt 1900 personer, er spredt på seks mindre steder, hvor halvparten av befolkningen er bosatt på øyer, kan gjøre det krevende å innfri alles forventninger. Samferdselsbarrierene mellom øyene kan gjøre det utfordrende å benytte hverandres tilbud. Informantene gav uttrykk for at når det ene stedet «får noe», så kan innbyggere på et annet sted i kommunen oppleve det som om de gikk «glipp av noe». Interessekonfliktene lokalt kan være betydelige når noe skal prioriteres, og kommunen må balansere interessene og tilretteleggelsene.

Det finnes to ulike næringsforeninger i Lurøy. Lovund industriforum for bedrifter på Lovund, og Lurøy Næringsforum en interesseorganisasjon for alle næringsdrivende i Lurøy, også for bedrifter på Lovund. Flere bedrifter er med i begge.

Kommunen opplever at de støtter opp om næringslivet på Lovund, mens næringslivet på Lovund etterspør mer samarbeid med kommunen. Bedrifter i Lovund hevder at det finnes et stort potensial for bedriftene på øya til å vokse ytterligere og de uttrykker ønske om at kommunen tilrettelegger med fasiliteter og infrastruktur for å stimulere til vekst. Under et gruppeintervju med næringslivet på Lovund ble det hevdet at Lovund kan vokse med minst 500 personer hvis fasilitetene blir mer tilrettelagt. Videre har Lurøy kommune, med sin idylliske beliggenhet langs kysten, mange fritidsboligeiere som de skal tilrettelegge for. Det krever også en god del ressurser av kommunen.

Informanter mener det er viktig og nødvendig at kommunen agerer fleksibelt overfor næringslivets behov. De har forventningene om at kommunen skal kunne omstille seg raskt og få til løsninger som gagnar næringslivet. Et eksempel på et slikt godt samarbeid var da Nova Sea planla produksjon på sommeren da barnehagen skulle holde steng. Tidlig dialog gjorde det mulig for kommunen å holde barnehagen åpen slik at produksjonen kunne gå som normalt. Videre har kommunen en viktig rolle sammen med

næringslivet i arbeidet opp imot fylkeskommunen for å bedre samferdselstilbudene for befolkningen.

Nesna

I Nesna har kommunen ulike samarbeidskonstellasjoner med andre kommuner, hovedsakelig med Rana kommune. Nesna har mange interkommunale samarbeid. Blant annet kemner, regionale kompetansekontor, og avfallsselskapet HAF er et interkommunalt foretak. Brann og PPT er innenfor en vertskommunemodell. Ansatte i kommunen har uttrykt at de gjerne skulle hatt ansvaret for oppgavene selv, men ser fordelene ved at tjenesten er større og mer profesjonell. Kompetansekravet blir for stort. De opplever at tjenestene blir godt ivaretatt i slike samarbeid, men påpeker at vertskommunemodellen betinger at de store bestemmer mens de små kommunene må henge med, og at dette kan føre til at man har liten påvirkning og oversikt. Generelt opplever informantene fra kommunen at det er et godt samarbeid med de andre kommunene i Ranaregionen, og at dette fører med seg mye positivt for alle.

Informantene forteller om vekst i industrien, og det at Mo Industripark (MIP) har ervervet tomteareal innenfor Nesna Industripark (tidligere Langsetvågen), sees som en mulighet for et betydelig løft for næringslivet og industriutviklingen i Nesna. Dette inngår i prosjektet *Industriell utvikling av Nesna Industripark*, der MIP, Nordland Fylkeskommunen, Rana Kommune og Westcon Helgeland er samarbeidspartnere. En stor fordel vil også være at en slik sam-etablering gir muligheter for felles markedsføring og strategisk arbeid for å fremme næringslivet for hele regionen. Samtidig påpekes behovet for flere lokale investeringer, samt betydningen av å involvere enda flere regionale utviklingsaktører i dette arbeidet, som blant annet Innovasjon Norge. De tre største bedriftene i Nesna ligger på øya Tomma: Tomma Utvikling, Tomma laks og Gabbro Nor. Disse bedriftene sysselsetter mange arbeidstagere og opplever stor vekst, og er nå i en prosess hvor de skal rekruttere flere arbeidstagere.

Kommunen ser også et viktig potensial å utvikle landbruksektoren, ikke minst søker man å utvikle lokalmatproduksjonen. Informantene fra næringslivet opplever at det er et godt samarbeid mellom næringslivsaktørene, og peker på det at «alle kjenner alle» som en styrke for de som driver næring i kommunen, både med tanke på forholdet dem imellom, og når man henvender seg til ulike tjenester i kommunen.

Nesna preges videre av å ha sterk tilstedeværelse av et student- og universitetsmiljø. Kommunen var tidligere hovedsete for *Høgskolen i Nesna*, og har i dag en avdeling innenfor *Nord Universitet* hvor man hovedsakelig tilbyr pedagogiske utdanninger. Kommunen er godt vant til utskiftninger i befolkningen og mange tilreisende studenter, og utdanningsnivået er høyere her enn i de andre kommunene i regionen. Etter at høgskolen ble en del av Nord Universitet har man mistet relativt mange av studentene i Nesna, og informanter har påpekt at dette har fått flere konsekvenser for bedrifter i kommunen, særlig relatert til besøksnæringen. I kommunen jobber man nå med å

begrense konsekvensene, samt med å få lagt flere studietilbud, gjerne heltidsstudier, til Nesna. Ellers er besøksnæringen viktig for Nesna, og de ønsker å bli enda bedre til å legge til rette for både fritidsboligbefolkningen og andre turister som kommer. Kommunen har store kyst- og havressurser og en natur med et stort utviklingspotensial både innen friluftsliv og opplevelsesbasert næring, som backpacking, padling, ski, sykkel samt fiske. Informantene opplever at stemningen er åpen og gjestmild overfor andre, noe som er viktige faktorer for at et sted skal være attraktivt. Nesna har også et hurtigbåtanløp som bidrar til å kommunen får en knutepunktfunksjon for øyene i nærheten.

I likhet med de andre omlandskommunene ønsker man bedre samferdselsmuligheter, da disse tilbudene i stor grad definerer både hvor man kan bo og jobbe. Informantene ser et klart behov for mer samarbeid med de andre kommunene, og med fylkeskommunen, for bedre å kunne legge til rette for hele befolkningen. Andre områder som blir nevnt hvor man kan øke samhandling og kompetanse, er innen rekruttering og næringsutvikling. Byregionprogrammet blir trukket frem som noe positivt i denne sammenheng, blant annet på grunn av økt møtevirkosomhet, at man får mer informasjon, mer kompetanse om og innsikt i entreprenørskap, man får vite om kurs, hvem som kan bidra i de ulike prosessene, hvem man kan ringe, hvordan man kan drive best mulig lobbyvirkosomhet, med mer. Både diskusjonene og prosessene blir fremhevet som noe positivt, da de oppfattes å fremme bedre tilrettelegging for næringslivet og befolkningen. Det har blitt mer utfordrende å få utlendinger til å flytte til kommunen, og det er en bevissthet om at man må jobbe mer aktivt med næringsutvikling for å gjøre Nesna attraktivt for tilflyttere med familier, både lokalt og regionalt. Samtidig ønsker man mer tilrettelegging innenfor besøksnæringen, som ladestasjoner til elbiler, flere tilbud rundt badeliv og informasjon om stier og lignende. Informantene fra næringslivet opplever tjenestene og servicen fra kommunen veldig positivt, men også personavhengig. Det mest positive er at det er kort vei og lave terskler i kontakten med kommunen.

Tilrettelegging er komplisert

Det er en god del press på de enkelte kommunene om å tilrettelegge for at det lokale næringslivet skal få best mulig vilkår. Som vi har nevnt så har også kommunene en betydelig hytte- og fritidsbefolkning, inkludert langveisfarende turister, som må tas i betraktning både relatert til næringsutvikling og til fastboende. Omlandskommunene er små med relativt få mennesker som har ansvar for det som skal tilrettelegges på ulike plan for å øke vekst og utvikling, ikke minst når det nå er et langt sterkere fokus på bærekraftig vekst. Kommunene skal forholde seg til nye reguleringer, økt reiseliv, økt fritidsbefolkning, samt krav om bedre tjenester og infrastruktur. Man skal møte mange krav fra et variert næringsliv samtidig som man skal besørge en bærekraftig tilrettelegging – og dette skal balanseres overfor hvem som skal få hva. På grunn av lange

avstander og ofte behov for ferge er det ikke slik at et gode et sted i kommunen automatisk gir nytte for befolkningen andre steder.

Informantene i kommunene synes de lett kan havne i skvis mellom ulike interesser når de må prioritere mellom investeringer, og ikke minst fordi de også må ta hensyn til hvor det er bærekraftig å investere. Med mange mindre tettsteder oppstår det lett konkurranse mellom stedene i den enkelte kommune, men det er også konkurranse om ressurser og midler mellom kommunene. Felles for kommunene er at de synes de gjør mye for å tilrettelegge for at næringslivet skal få best mulig fasiliteter og vilkår. Næringslivet på sin side etterspør gjerne mer engasjement og tilrettelegging fra kommunenes side, men her varierer oppfatningene til dels mellom de ulike kommunene i undersøkelsen.

Både næringsliv og kommunene er tydelige på at de behøver langt mer fagkompetanse i tiden fremover. Spesielt gjelder dette innenfor de praktiske yrkene i industrien, og det er et stort behov for spisskompetanse innen diverse fagområder. Kommunene ser at de fremover vil trenge langt mer fagkompetanse blant annet innen helse, undervisning, velferdsteknologi og digitalisering. Her er det en stor fordel med felles strategier for rekruttering, videre at bredden i jobbtilbudene i en kommune blir synlig. Dette gjøres til en viss grad og det gjør at det blir lettere for par / familier å se hvilke tilbud som finnes. Det å ha felles rekrutteringsinnsatser i regionen, som øker bredden i arbeidsmarkedet betydelig, er noe som prioriteres i de regionale planene fremover.

Det er også nødvendig å ha boliger tilgjengelig for dem som skal jobbe i regionen, både for permanente bosettere og for den tilreisende arbeidskraften. I følge næringslivet i Hemnes og Lurøy ønsker de at kommunene skal prioritere å bygge flere utleieboliger. Flere peker på at private i liten grad leier ut boliger, hverken hus eller fritidsboliger, og mangel på bolig har i visse tilfeller ført til at næringslivet opplever at de ikke får tilgang til den arbeidskraften de har behov for. Særlig blir behovet for flere mindre boliger, både for tilreisende og enslige, fremhevet. Samtidig vil det være en diskusjon om hva kommunene kan forventes å gjøre her. Ulike løsninger kan være aktuelle. Det kan eventuelt være en idé å se om det finnes forretningsmodeller hvor industri og kommune går sammen om å finansiere leiligheter.

Informantene i denne undersøkelsen så på det å få bistand til å søke midler som en svært viktig form for støtte. Det å gi bedrifter hjelp med å søke midler, og det at kommunen stiller opp med midler til dem som ønsker å utvikle en bedrift, blir fremhevet som gode virkemidler for vekst i kommunenes næringsliv. Vareide (2018) poengterer at kommuner med sjenerøse virkemidler som næringsfond, samt kvalifisert personell som kan gi råd og veilede etablerere og bedrifter, øker sin attraktivitet overfor næringslivet. Det er som regel de kommunale næringskonsulentene/bygdeutviklerne eller næringsssjefene i kommunene som bistår i dette arbeidet. Dette er fagkunnskap som stadig blir mer avansert, og det er også vanlig at næringslivet i kommunene søker

spisskompetanse hos de regionale enhetene som Rana Utviklingsselskap, Kunnskapsparken, næringsforeninger og lignende.

Det er mange nye spennende bedrifter i regionen, som ser mulighetene for å være lokalt forankret i en liten kommune, og samtidig jobbe regionalt, nasjonalt og internasjonalt. Dagens teknologi gjør det mulig å etablere seg i såkalte utkantstrøk. Man kan også dra ekstra fordel av bedriftens lokale forankring ved å ta utgangspunkt i en kontekst med lokale tradisjoner og kultur når man utvikler nye produkter. Dette kan bidra til å gi bedriftene et «eksotisk» preg og et kult, trendy image. Bedriftene har også ofte et ønske om å bidra til å utvikle lokalsamfunnene. Kommunene generelt sett får ros for å være positive til nyetableringer. Et av de viktigste kriteriene i dag for å etablere seg, er tilgangen til en god og stabil digital infrastruktur i kommunene. Dette jobber kommunene aktivt med. Som vi kunne se av spørreundersøkelsen var det stadig cirka 40 prosent av fritidsbefolkningen som ville ha bedre internettilgang.

Alle kommunene ønsker å utvikle sin besøks- og turistnæring, og ser muligheter for å tilby langt mer til tilreisende enn det de gjør i dag. For å få til dette er man avhengig av et godtsamarbeid mellom kommune og næringsliv. Informantene fra næringslivet ønsket i større grad å bli inkludert i den langsiktige planleggingen i kommunen, bli oppdatert med ny informasjon, opprettholde en kontinuerlig dialog med kommunen, og motta bistand i saker med statlige etater. Samtidig er flere av reiselivsbedriftene små aktører som jobber sesongbasert. Disse aktørene har ofte andre jobber i tillegg, noe som kan være til hinder for dem å delta i fellessamlinger, på møter med kommunen, eller med andre som jobber med reiseliv.

Det er utfordrende å være en liten kommune i dag, med mange funksjoner å fylle med relativt begrensede ressurser. Man erfarer at små kommuner har helt andre utfordringer i utviklingsarbeidet enn større kommuner (Angell & Grimsrud 2017:8), blant annet når det gjelder å sørge for oppdatert og faglig kompetanse. Samtidig er det helt nødvendig for kommunene å satse på dette i sin administrasjon, for nettopp å få til den veksten man ønsker. Det er både fordeler og ulemper med små kommuner. Informantene fra næringslivet trekker frem ulike erfaringer. Noen opplever at en liten kommune har mulighet til å være mer fleksibel, kan bruke kortere tid på beslutninger, og er mer oversiktlig. Ikke minst kan innbyggerne selv ha kjennskap til hvem man skal henvende seg til. Andre informanter har opplevd at kommunene virker presset på tid, og at de kan bli bedre på å følge opp saker og inkludere næringslivet.

Det er et prinsipielt spørsmål hvilket ansvar næringslivet selv skal ta for å bygge og fylle samarbeidsarenaer med innhold, og hvilket ansvar og rolle kommunen bør ta i denne sammenheng. Næringslivet har behov for mer tilrettelegging fra kommunene, men samtidig kan de også selv i enda sterkere grad jobbe strategisk gjennom næringsforeningene/næringsforumene, og de kan jobbe langt mer med regionale løsninger innen ulike fagfelt. Kommunene er tjenesteprodusenter, og skal samtidig være en arena for demokratisk styring. I tillegg skal de være en nærings- og

samfunnsutvikler, og det kan diskuteres i hvilken grad kommunen skal være en driver og en tilrettelegger. Men det er ingen tvil om at for å få til vekst både for kommunene og regionen må det satses ytterligere på dialog og felles strategiske planer for både næringsutvikling og kommunens utvikling. For å få til dette må kommunikasjonen mellom partene øke.

Betydningen av kommunikasjon

Denne undersøkelsen viser at kontinuerlig og omfattende kommunikasjon, både internt i kommunene, mellom kommunene og innbyggerne, og med og mellom det lokale næringslivet, blir sett på som helt nødvendig. God kommunikasjon er nødvendig både for å spre informasjon, og for å bygge tillit. Tillit er videre helt avgjørende for at samhandling skal kunne realiseres - som igjen er nødvendig for å stimulere til utvikling og vekst i samfunnet. Uavhengig av kommune opplever næringslivet at kommunene bør gjøre mer for å involvere det lokale næringslivet. Så å si alle respondentene fra næringsliv og næringsforeninger etterlyser bedre kommunikasjon fra kommunens side, samtidig som det er store forskjeller mellom kommunene. Næringslivet ønsker at kommunene skal være mer involverende, og at kunnskap som erverves i kommunen skal deles med innbyggerne og dermed komme befolkningen til gode. Videre ønsker næringslivet mer spesifikt å få informasjon om aktuelle møter og seminarer som kan være av interesse for private aktører. Kommunene får tilgang til mye informasjon, og denne må deles med de som kan tenkes ha nytte av kunnskapen.

Kommunikasjonen mellom kommuneadministrasjonen og næringsaktørene må også gjøres mer kontinuerlig. Blant annet poengteres betydningen av at man får svar på brev man sender inn til kommunen, at kommunen viser interesse for næringsaktørene og deres bedrifter, og at man har en kontinuerlig dialog under pågående saker. Det var mange av informantene som ønsket flere møter og møteplasser med kommunene. Dette ville gjøre det langt lettere for næringslivsaktørene å langtidsplanlegge, og man vil få vite om flere muligheter som igjen øker handlingsrommet. Samtidig kan kommunene oppleve begrenset deltakelse fra næringslivets side når det arrangeres møter.

For å kunne legge best mulig til rette for næringslivet og stimulere til vekst, opplever informantene at det er avgjørende for kommunene å involvere sine innbyggere som har kompetanse innenfor ulike områder. Opp gjennom årene har det vært diverse samhandlingsmøter og planleggingsmøter i alle kommunene, og her blir det poengtert av tidligere deltakere at det kan bli bedre oppfølging av saker og tilbakemeldinger enn det som har vært tilfelle frem til nå. Aktørene fra næringslivet ønsker generelt sett langt mer tilbakemeldinger om fremdrift, om resultater og om hva som skal skje videre i prosjekter der de er med. Manglende kommunikasjon innen slike samarbeid fører lett til frustrasjon som går utover samhandlingen i fremtiden. Prosjektene må ikke oppleves som at de gjennomføres for sin egen del, og at man ikke har vurdert hensiktsmessigheten i det man involverer deltakerne i.

Manglende kommunikasjon kan få store konsekvenser for det lokale næringslivet, noe følgende eksempel illustrerer godt:

Det som er forunderlig er at kommunen har inngått en handelsavtale med Salten og ikke oss. De annonserte en anbudskonkurranse, og vi fikk opplysning om den da det var for sent. Da valgte de Salten som er veldig langt unna – for levering i barnehager og sykehjem etc. Altså ikke lokalt. Det må være svært negativt både for miljø, handelsstand og lignende. Det er tilfeldig at man får vite om slikt. Det var et møte i kommunen, men det var svært få som dukket opp på grunn av dårlig kommunisering. Hva med kommunikasjonen? Vi trodde det kun var for store investeringer. Det er et problem at kommunene selv ikke vet nok om regelverk og muligheter. Vi trenger mer informasjon om blant annet Merkur⁶ og lignende. (...) Vi opplever at muligheter er for dårlig kommunisert i kommunene, folk snakker for lite sammen, man vet for lite, det er lite kommunikasjon internt i kommunen. Det som er bra (i kommunen) er tilgang, tilrettelegging, og saksbehandlingen er rask og grei, når man først vet. (Informant fra næringslivet)

Når man er med i samarbeidsprosjekter, så forventer man at man blir tatt seriøst og er inkludert. En informant har i flere slike samarbeid opplevd at hun ikke blir tatt seriøst fordi hun ble mistenkeliggjort for kun å ville fremme sine egne interesser som næringsdrivende. Dette er den samme mistenksomheten som kan bli aktuell når kommunene samhandler, at man er usikker på om partene egentlig tenker på fellesskapets beste og ikke kun sin egen kommune. Kommunikasjon og involvering blir ansett å være utrolig viktig for å overkomme slike hindringer.

Betydning av nærings- /bygdeutvikler

Den rollen som næringsutviklere/bygdeutviklere har i kommunene er meget betydningsfull, både for å legge til rette for næringsliv og for å øke den regionale samhandlingen. De fungerer som en førstelinjetjeneste som jobber i direkte kontakt med næringslivet. Viktige stikkord for deres rolle er kommunikasjon, informasjonsflyt, opparbeide tillit og legge til rette for faglig utvikling og samhandling. Hvis man har den rette personen i rollen, fungerer denne som en link mellom næringslivet/næringsforeningene og kommunen. Næringslivet rapporterer at de kan merke svært store forskjeller ut ifra hvem som har rollen som næringsutvikler eller bygdeutvikler i en kommune. For en av kommunene synes det å ha åpnet seg helt andre forutsetninger for næringslivet med en ny bygdeutvikler. Det lokale næringslivet opplever en ny situasjon ved at de nå får viktig informasjon, blir invitert til møter, og får beskjed om ting som skjer i kommunen:

⁶ Et statlig utviklingsprogram for nærbutikker og bokhandlere i distriktene

Opplever nå en stor forskjell etter at kommunen fikk ansatt en bygdeutvikler. At hun er aktiv og sender ut informasjon, epost om møter, kurs og lignende. Det blir helt annerledes da. Også at hun er ute og spør om hva som skal til. Hun inviterer oss næringsdrivende inn på viktige arenaer. Vi får vite om, og får være med på alt mulig. Føler oss inkludert, og hun setter oss i kontakt med hverandre, og vi får utvidet nettverk. Setter oss i kontakt med mange ulike aktører.
(Informant fra næringslivet)

Den rollen som informantene ønsker at næringsutvikleren/bygdeutvikleren først og fremst skal ha, er å være en direkte kanal inn til kommunene; at de legger til rette for at næringslivet får mulighet til å være involvert i utviklingen i kommunene, og at det er en som påser at saker følges opp, og gir tilbakemeldinger. Næringsaktørene ser på seg selv som viktige bidragsyttere til samfunnet, og ikke kun som noen som vil fremme sin egen næringsvirksomhet. En viktig rolle for nærings/bygdeutvikler vil kunne være å ytterligere øke kunnskapen om samfunnsutvikling, og fremme interessen for dette hos dem de samarbeider med. Okstindan Natur- og kulturpark er et godt eksempel på dette. Deltakerne i prosjektgruppen for Byregionprogrammet har vært kommunenes nærings- og bygdeutviklere. Gjennom programmet har de etablert rutiner for samhandling mellom kommunene. De er positive til den økte samhandlingen, og noen erfarer at de opplever en større trygghet i jobben, fordi mer kunnskap blir delt og man jobber i fellesskap. Fordelene med at kommunenes næringsutviklere får et tettere samarbeid med hverandre, er blant annet at man får tilgang til langt mer informasjon, man stiller sterkere ressursmessig, man får et bindeledd mellom et større næringsliv og kommunene, samt mellom lokalt næringsliv og det regionale næringslivet, i tillegg til økt kompetanse. Med riktig person ansatt er denne stillingen et meget godt verktøy for kommunene i arbeidet med å tilrettelegge for næringslivet.

Tilrettelegging for økt reiseliv i regionen

Særlig de lokale, ofte mindre, reiselivsnæringene er avhengige av et tett samarbeid med kommunene. Det er flere bedrifter som ønsker å satse sterkere på reiselivsnæring i Ranaregionen, og man ser et stort utviklingspotensial i dette både lokalt og regionalt. Mange ser mulighetene i å utnytte den unike naturen og kulturen i dette henseende. Her opplever noen i denne bransjen at egen kommune kunne være langt mer behjelpelig på ulike måter. Ikke minst anser flere at informasjon og kommunikasjon utad til både befolkning og turister bør bli langt bedre. Blant annet trekkes det frem at det både innenfor kultur og natur er vanskelig å få oversikt over tilbudene i kommunene. Kommunene har i denne sammenheng fått kritikk for at de ikke har besørget noen grei oversikt over besøksmål med kart og evt. bakgrunnshistorie tilgjengelig, verken på nett eller på brosjyre, og følgende sitat er betegnende for situasjonsforståelsen i flere kommuner: «For folk utenfra er det nesten helt umulig å finne ut hvordan man skal kunne finne fram». Særlig blir tilgang til oppmerkede stier, turkart, dofasiliteter,

brosjyrer, og nettsider med god informasjon om både kommunenes og regionens tilbud trukket frem som noe som kan bli langt bedre.

For å kunne promotere den enkelte kommune og vise til alt kommunen har å by på, påpeker informantene at man er avhengig av godt informasjonsmateriell. Ikke minst bør man kunne gi samlet informasjon om de turistattraksjonene som er tilgjengelige. Det er lett å se fordelene av at flere steder/næringer kan dra nytte av de turistene som kommer. Med et mangfold av tilbud vil det være enklere å lokke flere ulike typer turister til kommunene, og til hele regionen. Særlig ved promoteringen av større nasjonale naturskatter bør man kunne vise til overnattingstilbud og andre tilbud i regionen. Når man er såpass små aktører på egenhånd, ser de nytten av å sammen skape kulturelle tilbud og gode varemerker.

Informantene som jobber med reiseliv poengterer at det er mange fordeler med å kunne selge hele «turistpakker», der man byr på flere opplevelser i en og samme markedsføring. Her vil man kunne få store fordeler av et inngående samarbeid med egen kommune, men også ved at kommunene samarbeider med hverandre, for å vise mangfoldet. Innlandet kan til dels føle seg underordnet kystlinjen i reiselivssammenheng, men samtidig ser man at det er rom for å dra mer nytte av at så mange besøkende kommer til regionen. Det blir viktig at man da kan vise til de unike tilbudene man har i innlandskommunene, og her poengteres det at man må ha kommunene med på laget for å realisere dette. Oppfatningene om Helgeland Reiseliv er stort sett veldig positive, da de oppfattes å bidra til å skape et konsept om én besøksregion utad, samtidig som de satser mye på å fremheve den unike kvaliteten på natur, kultur og mat som er på Helgeland. Noen har antydnet at man av og til kan få inntrykk av at når kommunene betaler for at Helgeland Reiseliv skal inkludere dem, så ansees jobben med å utvikle reiselivet som ferdig; da ser man ikke hensikten i å jobbe aktivt med dette selv lenger, noe som dermed kan resultere i utilstrekkelig oppslutning om besøksnæringen i egen kommune.



Figur 23: Det er mange muligheter for fritidsaktiviteter i regionen. Foto fra Lurøy: Kristin Nordhus Karlsson

Kompetanse

Det at mindre kommuner kan ha utfordringer med nok kapasitet og kompetanse til å utgjøre en kraft i utviklingsarbeid, får mye oppmerksomhet (Frisvoll m.fl. 2018). Slik er det også i Ranaregionen. Når kommunene selv opplever at de ikke har kompetanse eller ressurser til å håndtere en sak, så skal det være mulig å innhente dette andre steder. Næringslivet, både næringsforeninger og bedrifter, ser fordelene i at omlandskommunene innhenter kompetanse der den finnes når man selv mangler kompetanse når noe skal utvikles. Begrensede ressurser og mangel på spisskompetanse kan føre til at ting tar lengre tid enn nødvendig, og kan føre til frustrasjon hos private aktører. Noen informanter har tidligere opplevd at dette har eliminert mange gode initiativ. Alle bedrifter uansett størrelse trenger større eller mindre grad av tilretteleggelse fra kommunens side. Små reiselivsbedrifter trenger ofte mer tilrettelegging på området infrastruktur, som skilting, veimerking, parkering, toaletter, søppelhåndtering, og generell informasjon om tilbudene. Bare det å få hjelp til å forhandle med Statens Vegvesen om lovligheten ved å sette opp skilting til eksempelvis en fjellstue, kan være uvurderlig for en bedrift. Andre bedrifter innenfor handelsstanden har fortalt at de først og fremst trenger informasjon om anbud, mulighet til å delta i utviklingsplaner for kommunen, samt mulighet for deltakelse på andre relevante møter. De vil også mange ganger ha nytte av veiledning og økonomisk rådgivning. Større bedrifter vil trenge annen kompetanse og tilrettelegging, ofte innenfor teknisk-, plan-,

og byggingskompetanse, samt eventuell fagkompetanse innen spesifikke felt som geologi, biologi etc. Våre respondenter ser helt klart fordelene med samarbeid med de andre kommunene, og andre utviklingsaktører, for å øke kompetansen i sine respektive kommuner.

I og med endrede økonomiske overføringer fra stat til kommunene, så opplever flere av informantene at de trenger en annen kompetanse nå enn tidligere. Som tidligere nevnt er det behov for kompetanse om hvordan søke om midler. Dette gjelder både for offentlige og private aktører. Særlig små bedrifter har mange ganger et behov for å søke midler for utvikling og vekst. Som tidligere nevnt kan kommunene i enkelte tilfeller hjelpe til med slike søknader, andre ganger henvender bedriftene seg til andre aktører, som Kunnskapsparken, Rana Utviklingsselskap, Innovasjon Norge eller lignende. Både Kunnskapsparken og Rana Utviklingsselskap blir trukket frem som gode støttespillere i denne prosessen. Tilgangen til denne type bistand har bedret seg markant med større kommuneoverskridende foreninger og regionale enheter som har spisskompetanse innenfor dette. Hensikten med det nystartede Regionutvikling AS er at denne skal fungere som et felles utviklingsmiljø, og bidra til å heve den regionale kompetansen i næringsutviklingsarbeidet. Enkelte informanter fra næringslivet opplever at det er lettere å få hjelp til næringsutviklingen med større utviklingsenheter.

3.3. Regionsenterets betydning

For de kommunene som inngår i Ranaregionen er det som sagt Mo i Rana som blir vurdert som regionsenteret⁷. Kommunen har flest innbyggere, det er her de fleste regionale arbeidsplassene finnes, og videre er Mo det mest naturlige handelssenteret for befolkningen i Ranaregionen. Et regionsenter skal som nevnt tidligere ha betydning for flere omlandskommuner i regionen, og inneha de fleste vanlige offentlige og private servicefunksjonene både innen handel og tjenester. Videre skal de ha kultur-, underholdnings- og rekreasjonstilbud, og kollektivtilbud samt fungere som knutepunkt i regionen (Fylkesplanen 2013-1025). Alle disse funksjoner tilfredsstiller Mo i Rana. Som nevnt innledningsvis er Rana en kommune med en betydelig industri, og har hatt høy sysselsetting innen tung industri og fylkeskommunal tjenesteyting. Det er en relativt høy andel statlig tjenesteyting i regionsenteret, tatt i betraktning at kommunen ikke har fylkeshovedstaden. Mo i Rana er også et kommunikasjonsmessig knutepunkt, da en stor del av trafikken som går ut til kysten går via regionsenteret. Samtidig har Rana egne naturattraksjoner, som Svartisen og Seter- og Grønligrotta, som trekker turister til kommunen.

Som tidligere nevnt ble Campus Helgeland, som huser både Nord Universitet og andre kunnskapsinstitusjoner, etablert i Rana kommune i 2013. Dette betyr at kommunen i senere år har fått flere studenter tilflyttende. Ranas posisjon som industrikommune og

⁷ Som tidligere nevnt vil Grane og Hattfjelldal ha mest naturlig tilknytning til Mosjøen som regionsenter.

kontakt mot sentrale myndigheter oppleves som en styrke for regionen. Rana kommune er den desidert mest besøkte kommunen i regionen, og som vi kunne se i surveyen oppga 1 av 4 fra omlandskommunene at de besøker Rana en til flere ganger i uken, mens 42 prosent sier de besøker Rana flere ganger i måneden. Videre oppgir nesten halvparten av respondentene fra Hemnes, Lurøy og Nesna at de benytter seg av handel- og servicetilbud utenfor egen kommune, mens i underkant av 10 prosent av respondentene fra Rana gjør det. Tilbudet av handel og servicetjenester er større i regionsenteret Mo i Rana og det er derfor naturlig at innbyggere i omlandskommunene reiser til regionsenteret for å handle varer og benytte tjenester som ikke tilbys i deres egen kommune. Samtidig gjør store avstander og relativt dårlige veier at innreisene til regionsenteret modereres noe, og vi antar at dette i særlig grad gjelder når det er vinter og glatte veier.

Det er også verdt å merke seg at respondenter i omlandskommunene i større grad benytter seg av kino, badeland og offentlige tjenester som leger og tannleger utenfor egen kommune sammenlignet med respondentene fra Rana. Og de benytter seg i enda større grad av disse fasilitetene på vinterhalvåret sammenlignet med sommerhalvåret. Omlandskommunen benytter seg først og fremst av regionsenteret til handel og service, offentlige tjenestetilbud, kafe og restauranter og ikke minst kino og badeland som ikke finnes i omlandskommunene.

4. Samfunnsutvikling med regionalt perspektiv

4.1 Dagens arbeid med å etablere et regionalt perspektiv og regionale strategier for samfunns- og næringsutviklingen

I denne undersøkelsen betoner så å si alle informantene at det er helt nødvendig å tenke regionalt for at den enkelte kommune, med alt det innebærer, skal kunne utvikle seg på den mest hensiktsmessige måten. Informantene fra næringslivet ønsker et langt større fokus på den regionale samhandlingen enn hva som er tilfelle i dag. I den årlige medlemsundersøkelsen til Ranaregionens næringsforening kunne vi også se at medlemmene mente omdømmebygging av regionen og næringslivet her var det viktigste fokuset i tiden fremover. I dag, når det er en ganske skarp konkurranse mellom regionene i å profilere seg både nasjonalt og internasjonalt, viser erfaringer at flere aktører fra ulike sektorer og bransjer må med på laget. Som tidligere nevnt finnes det en rekke regionale enheter, både i kommunal, statlig og privat regi, som arbeider med å få regionen til å stå mer samlet. I regionen har man hatt flere ulike programmer for å fremme regional utvikling både innenfor næringsliv og innenfor samfunnsutviklingen. Sentrale mål har da vært å utvikle fremtidige strategier, løse finansieringsutfordringer, samt jobbe samlet med lobbyvirksomhet for å få gjennomslag for saker med regionalpolitisk interesse.

Det seneste programmet for å øke samhandling i regionen var Byregionprogrammet som ble avsluttet i september 2018. Hensikten med programmet var at kommunene skulle øke sin samhandling med fokus på å fremme vekst og kreativitet i hele regionen. På grunn av en pågående prosess knyttet til kommunereformen ble prosjektdeltakerne enige i fase 1 av programmet om ikke å utvikle en satsing på en felles strategisk næringsplan for hele regionen. De har istedenfor gått videre med å etablere felles strategier for næringsutvikling på tvers av kommunene. Innenfor Byregionprogrammet bestemte prosjektdeltakerne seg for å gå videre med felles satsinger på noen utvalgte områder, og ulike aktiviteter har blitt gjennomført innenfor de respektive områdene:

Felles satsing: Profilering og attraktivitet

Innen profilering og attraktivitet ønsket regionen å skape et helhetlig bilde på tvers av kommunegrensene, hvor de viste frem regionens arbeidsmarked, fritidstilbud og oppvekstvilkår (Rana utviklingsselskap 2016). Her ble en nettside tilknyttet Ranaregionens næringsforenings hjemmeside benyttet til å presentere bedrifter, nyheter og arrangementer i regionen. Denne typen profilering ble også gjennomført på Facebook og i papirformat via Næringsforeningens tidsskrift MONO. En del av artiklene ble også oversatt til engelsk for å nå et bredere publikum (Rana utviklingsselskap 2018). Kommunene har støttet samtlige av disse plattformene og fortløpende kommet med innspill til bedrifter og tema som er interessante å presentere. Plattformene ble også

benyttet til rekrutteringskampanjer til stillinger i kommunene og i næringslivet. Erfaringene så langt er at arbeidet med profileringsplattformene har vært vellykket, og man ønsker derfor å videreføre samarbeidet på dette området (Rana Utviklingsselskap 2018). Utover dette er det gjennomført konferanser og møtevirksomhet. I 2017 gjennomførte regionen bl.a. en forstudie kalt «strategisk posisjonering av Ranaregionen» hvor Frode Grytten fra rådgivningsmiljøet ZYNK ble leid inn som konsulent. Forstudien ble gitt som innspill i forkant av Byregionprogrammet (Rana Utviklingsselskap 2018). Regionalutvikling AS er som tidligere nevnt nylig blitt etablert i regionen, og planen er at de skal involvere næringslivet i utviklingsarbeidet i enda større grad enn tidligere.

Felles satsing: Nettverk og samarbeidsarenaer

Innen nettverk og samarbeidsarenaer ønsket regionen å styrke næringslivets muligheter for å få en større gjennomslagskraft for vekst. Deltakerne i kommunene og fra næringslivet så et behov for flere møteplasser hvor de kunne utveksle erfaringer og lære hverandre bedre å kjenne (Rana utviklingsselskap 2016). For å imøtekomme dette har man via Byregionprogrammet gitt støtte til lokale nettverkssamlinger både økonomisk og faglig. Både Regionalparkkonferansen i Hemnes og teknologimessen «Teknogeek» har mottatt denne typen støtte. Representanter fra programmet har også deltatt på regionale konferanser som «Vekstkraft Helgeland» i Sandnessjøen/Mosjøen og «Nordlandskonferansen» i Bodø, samt flere nasjonale nettverkssamlinger (Rana utviklingsselskap 2018). Informantene opplever at Byregionprogrammet har bidratt til å støtte opp om etableringen av en sterkere kultur for innovasjon og entreprenørskap i regionen. Blant annet har programmet bidratt til å skape viktige arenaer for utviklingen av den regionale «Grunderuka Helgeland», som er et arrangement for å fremme og utvikle entreprenørskap, samt inspirere allerede etablerte bedrifter til vekst. Utover dette er det også gjennomført møtevirksomhet og administrative grep for å sørge for at igangsatte prosjekter blir fulgt opp etter at Byregionsprogrammet ble avsluttet. Andre nettverk som man har styrket gjennom å innføre fastere møterutiner, er 1.linje-nettverket Indre Helgeland for dem som jobber med nærings- og bygdeutvikling, og rådmannsgruppe i Indre Helgeland regionråd som nå har tatt et sterkere eierskap til prosjektene. Videre jobbes det for å understøtte et bedre samarbeid mellom næringsforeningene i regionen med utgangspunkt i Ranaregionens næringsforening. Man har hatt flere lokale og nasjonale nettverkssamlinger med hensikt å få på plass rutiner for strategisk posisjonering og attraktivitet.

Felles satsing: Infrastruktur og samferdsel

Infrastruktur og samferdsel ble i fase 1 av programmet trukket fram som et meget viktig samfunnsområde, spesielt for næringslivet i regionen. For å bedre det politiske arbeidet på dette området ble det satt som mål å styrke kommunikasjonen mellom kommunene og næringslivet i regionen. Som ledd i dette har Rana Utviklingselskap og Indre Helgeland regionråd samarbeidet om innspill til regional og nasjonal transportplan. Når E6 står ferdig på strekningen Grane – Saltfjellet i 2020, vil de største veg- og kommunikasjonsutfordringene i regionen være knyttet til FV 12, hovedveien mellom Mo i Rana og Nesna / Lurøy (tunnel i Bustneslia og Sjonfjellet), samt ferje- og hurtigbåttilbudet. Det har blitt gjennomført et forprosjekt for bygging av tunnel på fylkesvei 12 gjennom Bustneslia i Rana. Forprosjektet ble utredet av Statens vegvesen og lagt fram for fylkestinget i 2018. Dagens fylkesveg 12 er en av de største flaskehalsene for næringstrafikk i Nordland, spesielt for tyngre kjøretøy på vinterstid. Strekningen er den eneste ferdselsåren mellom kysten og E6 på Nord-Helgeland, og er spesielt viktig for transport av fisk fra oppdrettsanleggene i Lurøy kommune. Betydningen som strekningen har for næringstrafikk fra nord og sør ikke kartlagt. I perioder, og ved dårlig vær, benyttes kystriksveien som avlastning for Saltfjellet. Fremover vil man jobbe regionalt for at fylkesvei 12 blir prioritert i Nordland fylkeskommunes økonomiplan for 2019 – 2022. Det er i tillegg flere fylkesveger med dårlig standard i kommunene. Bedret veistandard har stor betydning for å knytte kommunene nærmere sammen, og pendlerne og andre har hatt stor nytte av en betydelig bedre vei og kortere kjøretid mellom Rana fra Hemnes etter at veiutbyggingen ble ferdig.

Indre Helgeland regionråd har også fulgt arbeidet med et nytt hurtigbåt- og fergekart for Nordland. Reduserte statlige overføringer har medført behov for endring i rutetilbudet for regionen, og hvilke strekninger som skal prioriteres vurderes nå politisk (Rana utviklingselskap 2018). Reduserte fergeruter er som nevnt et stort problem for kystbefolkningen, som ikke har andre muligheter til å ferdes til og fra øysamfunnene, så fergetilbudet er av stor betydning for om det skal være mulig å bo på øyene og langs kysten. Her er det viktig å jobbe både lokalt og regionalt. Et annet meget viktig prosjekt hvor samhandling i regionen er nødvendig, er etableringen av Polarsirkelen lufthavn i Rana kommune. Andre sentrale temaer er bygging av større havner, infrastruktur for cruiseskip og hyppighet i togavganger.

Prosjektlederens vurdering av Byregionprogrammet

Byregionprogrammet ble avsluttet høsten 2018, og Rana utviklingselskap AS som prosjektleder opplever at regionen er blitt mer utviklingsorientert, og at kommunene og næringslivet har fått et mer felles syn på regionens muligheter og utfordringer. Programmet fikk en litt uheldig start i og med at Byregionprogrammet ble introdusert omtrent samtidig med kommunereformen for kommunene, og det eksisterte en viss skepsis mot reformen. Arbeidsutvalget i Regionrådet fikk i oppgave å synliggjøre for sine

kommuner at dette ikke var en del av reformprosessen, men skepsisen førte til noen utfordringer når prosjektet skulle forankres ute i kommunene.

Ved programmets slutt er det nå knyttet forventninger til pågående delprosjekter under gjennomføring. Når det gjelder målene om å utvikle eksisterende og nye typer arbeidsplasser, er resultatene vanskelig å tallfeste. Ranaregionen har siden oppstarten av Byregionprogrammet hatt en liten vekst i antallet arbeidsplasser, men hvilken effekt dette har hatt på befolkningsutviklingen i regionen er uvisst. Det vil ta langt tid før noe kan påvises, og uansett vil det være vanskelig å si noe om direkte årsakssammenhenger. Rana utviklingselskap anser det derfor som lite hensiktsmessig å bruke dette som indikator på måloppnåelse i Byregionprogrammet, og viser heller til hvordan programmet har forsterket utviklingsfokuset i regionen og etablert nye arenaer for samarbeid (Rana utviklingselskap 2018). Etablerte rutiner for møter og opprettelse av møteplasser for dem som jobber med næringsutvikling og bygdeutvikling, kalt førstelinjenettverket, har vært en viktig del av det å bygge kompetanse i kommunene og få med næringslivets interesser i de enkelte kommunene.

Næringslivets syn på og erfaring med den regionale samhandlingen

Informantene fra næringslivet ser stadig et stort forbedringspotensial i den regionale samhandlingen, og alle ønsker et langt bredere og mye mer omfattende regionalt samarbeid på alle nivåer og innenfor de fleste områder enn hva som er tilfelle i dag. De ser behovet for å etablere langt flere møteplasser samt opprette nettverk både for næringslivet og deres foreninger/fagnettverk, men også med kommunene og regionale enheter. Næringslivets ønsker her kan komme i konflikt med kommuneansattes hverdag. Noen av dem som jobber i kommunene, og som ikke er i direkte kontakt med næringslivet, for eksempel rådmannsnivået, er mer skeptiske til ytterligere møtevirksomhet og opprettelse av flere møtearenaer. De ser ikke den umiddelbare fordelen med slike møter, og det er en skepsis mot at man bruker såpass mye tid på fellesmøter. De ønsker helst at slike møter finner sted kun når man har noe konkret man samarbeider om, og når det er noe som kan gi synlige resultater. Dette har vært en kilde til misnøye fra næringslivets side, da de også vil møte kommunen for mer langsiktig planlegging. I den forbindelse ønsker de også at kommunene i større grad samarbeider med hverandre, både for å øke kompetansen og for å se nye muligheter for utvikling i regionen. Det at næringslivet i såpass stor grad ser behovet for å vektlegge og prioritere omfattende samhandling, og hevder den helhetlige tilnærmingen er løsningen for å få gjennomslag for de store satsningene for næringslivet i regionen, er viktig kunnskap for kommunene. Det vil si at kommunene i større grad bør involvere dem i utviklingsarbeidet. Men det er avgjørende at dette gjøres riktig, noe vi kommer tilbake til senere.

Flere av informantene fra næringslivet synes at de opplever et tettere samarbeid mellom næringslivsaktører, enn mellom kommunene i regionen. Videre oppfatter de at

samhandlingen innenfor næringslivet er mer preget av ambisjoner om å få til et konstruktivt samarbeid og tilsvarende mindre preget av politisk konflikt og byråkrati, noe de har opplevd at kan være tilfelle internt i kommunene og mellom kommunene. Samtidig kan de enkelte næringsvirksomhetene ha begrenset med kapasitet til å delta på flere arenaer. Samhandlingen innenfor næringslivet oppfattes dog som veldig positivt, og informantene er nesten overraskende åpne for samhandling med andre. Som en av de nyetablerte informantene uttalte:

I stort er vi veldig fornøyd med samarbeidet med alle kommunene [dvs næringslivet der]. Vi opplever en veldig positiv holdning til oss, noe vi også selv har til de andre. Vi samarbeider mye med både lokale, regionale og internasjonale kontakter. (...) Vi ønsker alltid å bruke lokalt, men går alltid etter kvalitet. Men det er mye kvalitet her også. Og vi ser nytten i utvekslingen med de andre. Vi får mange oppdrag her gjennom kontakter, både lokale, regionale og nasjonale. Det er moro å jobbe sammen med lokale entreprenører, sammen skaper vi mye kreativitet. Føler det pirrer mye her på Helgeland, mange ønsker å utrette noe, å utvikle kvalitet. (Informant fra næringslivet i Hemnes)

For å utvikle samhandlingen i regionen i en positiv og konstruktiv retning blir det anbefalt å gjøre analyser av prosessene, både når noe gir vekst og når noe ikke går så bra. Videre planlegging og rolleavklaringer bør skje med dette som bakgrunnsteppe. Informantene fra næringslivet er stort sett optimistiske på vegne av regionen og merkevaren Helgeland, men de er tydelige på at det krever oppfølging av kommunene, og at sistnevnte er hjelpelige med digital infrastruktur:

Vi har akkurat hatt medlemsundersøkelse, og den viser at vi har god vekst, og det finnes en god tro på å ansette flere. Kun Mo Industripark har 5 milliarder i eksport. Digital infrastruktur er dog en stor utfordring her. Vi har naturressursene, men det fungerer ikke optimalt i dag. Det går for sakte. (Informant fra et næringsforum)

Så å si alle informantene snakket om at både internt i kommunene og mellom kommunene i regionen så eksisterer det en frykt for at når det ene stedet prioriteres, så blir mindre ressurser lagt til andre steder. Videre snakket de om at man i regionen burde bli mer åpen for å se at når et sted får tilført noe så vil det som regel gagne de andre rundt, at dette ofte gir positive ringvirkninger til flere. Samtidig er det en utfordring at med såpass lange avstander innenfor regionen så kan ringvirkningene bli mindre. Men hvis man i større grad får etablert en felles regional identitet, slik man til en viss grad har fått til innenfor besøksnæringen, så vil det være lettere å se på investeringer som noe som gagnar alle. Næringslivet ønsket i større grad felles arenaer, noe som vil gi større samhandlingskompetanse, men dette fordrer at man setter av tid til å møtes, til å prioritere felles arenaer, og til å bygge relasjoner. Det kan, som vi har sett i empirien, oppleves som bortkastet tid fra kommunenes side, men det er en god investering i et langt perspektiv for relasjonene til næringslivet.

Kommunene opplever generelt sett samarbeidet med næringslivet som bedre enn det næringslivet selv oppfatter. Opplevelsen av samarbeidet varierer mellom kommunene, men vi kan trygt si at næringslivet generelt ønsker flere regelmessige møter mellom kommunene og næringslivet samt næringsforeningene. Når man har etablert slike rutiner oppleves dette som konstruktivt, både fordi næringslivet får diskutert sine behov og ønsker, og fordi det gir kommunene en langt bedre forståelse av hva de kan forbedre seg på, samt at dette gir et godt grunnlag for planlegging fremover, ikke minst i et langsiktig perspektiv. Noen aktører innen reiseliv uttrykker skuffelse over at ikke kommunene involverer dem i markedsføringen av kommunen, og over at deres bidrag til vekst innenfor næringen ikke blir prioritert eller verdsatt. De fleste informantene innen næringen ser imidlertid stor felles nytte av å bruke hverandre og av å samhandle med utvikling av næringen.

Næringsforeningenes rolle for samhandling

Næringsforeningene er av stor betydning for bedriftene, og deltakerne i foreningene ønsker et langt bredere samarbeid med kommunene og med hverandre i regionen. Vi har intervjuet informanter fra samtlige næringsforeninger i de fire kommunene, og næringsforeningene vurderer behovet for regional samhandling på samme måte som bedriftene. Som tidligere nevnt har Ranaregionen næringsforening gjort sin egen undersøkelse der omdømmebygging av regionen og næringslivet ble rangerte høyest når medlemmene skulle si hva de ønsket fokus på fremover⁸. Alle kommunene har sine egne næringsforum, Lurøy har to, en for bedriftene generelt i kommunen og et industriforum for bedriftene på Lovund. I Hemnes er målet at Okstindan natur- og kulturpark skal fungere som næringsforening. Flere av bedriftene er med i to, og da gjerne i en lokal næringsforening/-forum og i den mer vidtgripende Ranaregionen næringsforening.

Ranaregionen næringsforening, som naturlig nok er den største, ser de store fordelene med å stå samlet for å få gjennomslag, og har jobbet aktivt med å få de andre næringsforumene med i et regionalt samarbeid. Her har det vært litt misforståelser da de mindre næringsforumene fikk inntrykk av at man ønsket en fusjon, mens intensjonen har vært å etablere et tettere samarbeid. Grunnen bedriftene oppgir for å delta i flere næringsforeninger/forum, er at det øker sjansene til å få til ønskede endringer, for å øke kontaktnett, og for å få tilgang på relevant kompetanse for bedriftene og de ansatte. Det å kunne ta med det positive i de enkelte foreningene/forum, selv om de kanskje ikke er enig i eller bryr seg om alle saker, blir sett på som en nyttig strategi av bedriftene. Også næringsforeningene ser fordelene med å jobbe på flere ulike plan. Det er ikke nok å jobbe lokalt og det er heller ikke nok å jobbe kun regionalt. De fleste bedrifter er med i flere andre typer nettverk også, og da gjerne mer bransjespesifikke nettverk. I Hemnes

⁸<https://www.rananf.no/wp-content/uploads/2018/06/medlemsunders%C3%B8kelsen-RNF-hovedresultater2018.pdf>

er Okstindan Natur- og kulturpark under etablering som en paraplyorganisasjon mellom næringsliv, det offentlige og lag og foreninger, og skal være et samarbeid for bærekraftig utvikling.

Næringsforeningene ser helt klart nytten av å samarbeide med hverandre, men konstaterer at selv om de kjenner godt til hverandre, så har de ikke så mye kontakt i det daglige arbeidet. I en hektisk hverdag blir det til at man ikke prioriterer et samarbeid på tvers av kommunene. Bedriftene gir uttrykk for at de ønsker at næringsforeningene i de ulike kommunene bør samarbeide langt mer, blant annet for å stå sterkere og få større gjennomslagskraft. De mener at i mange saker så vil det å jobbe større og mer regionalt, gi bedre sjanser for å få gjennomslagskraft og dermed bedre vilkår for bedriftene. Samtidig trekkes det frem at det i noen tilfeller kan være vanskelig med samarbeid på grunn av *for* ulike, eller motstridende, interesser, men at slike uenigheter også kan forekomme innenfor den enkelte kommune. Informantene i såpass små kommuner med differensiert næringsliv ser en stor fordel i at man søker sammen om midler til næringsutviklingsprosjekt, da de små foreningene kan bli for spesifikke og ofte rettet mot å få lokal gjennomslagskraft. Noen ganger er det behov for et langt større påvirkningsfelt. De store bedriftene i omlandskommunene trenger ofte større regionale tilpassinger og ser fordeler i å benytte den regionale næringsforeningen i slike tilfeller. Informantene fra både bedrifter og næringsforeningene anser det som fordelaktig å jobbe sammen blant annet med tanke på større sannsynlighet for å få gjennomslag for krav, å kunne utforme best mulig søknader, mulighet for deling av kunnskap og råd, samt større generell påvirkning innen flere felt. Følgende sitat illustrerer hva flere mente om betydningen av næringsforeningenes størrelse:

De lokale næringsforeninger er for små til å få ordentlig gjennomkraft for sine ønsker. Bedriftene driver også med for forskjellige ting. Da er det vanskelig å finne fellesnevner og felles interessepunkt. I dag er det alt for lite samarbeid. Det fungerer bedre når man er store. (informant næringslivet)

Et annet sitat illustrerer fordelene med en regional næringsforening og hva man kan ha behov for:

Det er en ny generasjon nå med tette bånd til Rana, det lønner seg å pleie disse relasjonene. Og vi hadde helt klart hatt godt av å knytte oss tettere til Rana-regionens næringsforening. Da blir det mye kompetanse man kan spille på. Også for trivsel er det viktig, kjappe muligheter for å komme inne til sentrum er viktig og at vi har støtte der inne. Rana har tatt en posisjon i regionen – det har ikke de andre sentrene gjort. Vi opplever at vi hører til Rana, og ønsker å fortsette den veien og utvikle relasjonen. I dag er vi altfor dårlige på å prate felles sak. Tettere samarbeid mellom oss i næringslivet er ønskelig, men er delt om hvilke og på hvilken måte. (Informant fra næringslivet, større bedrift)

Næringsforeningene kan som nevnt hjelpe til blant annet med å sende inn felles søknader til de regionale enhetene, som fylkeskommunen og lignende. Man erfarer at man trenger mer søkerkompetanse enn tidligere. Behovet for tilgang til kompetanse for dette har endret seg, ikke minst nå etter at de regionale utviklingsmidlene har blitt mindre. Som tidligere nevnt kan også regionale utviklingsselskaper og næring/bygdeutviklere være behjelpelige med dette. Næringsforeningene/ forumene er også viktige for å synliggjøre potensialet i både det lokale og regionale næringslivet, og disse ser betydningen for å mobilisere flere aktører. Viktige satsingsområder fremover vil uansett ligge innenfor sirkulær økonomi og utvikling av bioøkonomi, samt stedlig foredling av naturressurser. Særlig innenfor sirkulærøkonomi er regionen langt fremme både når man sammenligner nasjonalt og internasjonalt, og dette er noe særlig Ranaregionens næringsforening og andre regionale utviklingsselskaper ser et stort potensial i å utvikle. Dette vil også kreve ytterligere spesialkunnskap og samarbeid med større kunnskaps- og forskningsmiljøer.

4.2 Kommunenes samhandling i regionen

Kommunene i Ranaregionen har flere ulike samarbeidsformer basert på hva som lønner seg økonomisk og praktisk. Samarbeidene avhenger også til dels av historikk og personlige relasjoner. Kommuneansatte forholder seg til mange samarbeidskonstellasjoner, nettverk og ulike modeller for samarbeid. Det er også egne nettverk, blant annet for rådmenn, samt regionråd for ordførere/rådmenn/opposisjon, utviklingsselskap, næringsforeninger/næringsforum, nettverksgrupper for reiseliv og spesifikke bedrifter og faggrupper. Videre, i likhet med mange mindre kommuner, har man ulike samarbeidskonstellasjoner med andre kommuner innenfor barnevern, brann og sikkerhet, helse, krisesenter, etc. I enkelte sammenhenger kan det ha vært litt tilfeldig hva det har blitt samarbeidet om, og hvem som har samarbeidet med hvem.

Noen informanter hevder at det i de senere årene generelt har blitt en større skepsis mot interkommunalt samarbeid, samt at KMD så vel som fylkeskommuner/ fylkesmenn synes mindre ivrige etter å initiere interkommunalt samarbeid nå enn hva de var tidligere. Statlige myndigheters syn på interkommunale samarbeid har snudd fra å bli sett på som en løsning til å bli sett på som et problem (Frisvoll m.fl. 2017). Det kommer også frem at man nå gjerne er mer reservert mot langsiktige samarbeidsavtaler enn tidligere. Dette begrunnes med at man ønsker å unngå å føle seg bundet av noe som kan vise seg å ikke være så fordelaktig som man trodde. Ikke minst gir informantene fra de mindre kommunene uttrykk for at de er skeptiske til forpliktende samarbeid med de store, nettopp fordi man vil unngå å bli overkjørt og eller låst. Særlig innenfor vertskommunemodellen kan omlandskommunene føle at det er vertskommunene som bestemmer og setter vilkårene; at man selv kun må henge med, og at man har lite å si innenfor samarbeidet. Vertskommunemodellen innebærer nettopp at et kommunestyre tar fra sin egen rådmann ansvaret for en oppgave og gir denne oppgaven til rådmannen til vertskommunen. Denne rådmannen må imidlertid da forholde seg til

samarbeidskommunens kommunestyre i saker som gjelder den kommunen. Uansett modell, så kan negative erfaringer med samarbeid sitte i lenge, og det er nødvendig med en god dialog mellom kommunene gjennom hele prosessen, med kontinuerlig rapportering og forutsigbarhet, både økonomisk og for å kunne planlegge.

Sand m.fl. (2015) hevder i sin analyse av regionen blant annet at det har vært utfordrende å involvere den enkelte kommune i et felles utviklingsarbeid, og å sikre forankring av arbeidet i kommunestyrene, utover kommunens toppledelse. Anbefalingen i deres samfunnsanalyse er å iverksette tiltak og rutiner for å informere og forankre regionenes utviklingsarbeid lokalt, for å styrke det lokale eierskapet i slike regionale utviklingsprosesser, også med tanke på Byregionprogrammet (Sand m.fl. 2015: 17). Angell (2017:65) peker på at mindre kommuner er med i såpass mange ulike lokale og regionale samarbeid på området «næringsutvikling og næringsretta samfunnsutvikling» at det er vanskelig å få en helhetlig oversikt over hvilke samarbeid kommunene deltar i (Angell 2017: 65).

I omlandskommunene er det ofte kun én person som jobber med bygde-/næringsutvikling, og det å jobbe for å fremme det regionale i tillegg til det lokale vil naturlig nok kunne ta ressurser fra det lokale arbeidet. Men utbyttet av å jobbe regionalt ansees samtidig større enn belastningen. Det å ha økt samhandling i førstelinjetjenesten blir som tidligere nevnt sett på som en ressurs av de som jobber innenfor feltet.

Det har vært utfordrende å øke samhandlingen i regionen, da det har vært en skepsis og en konkurranse om ressurser mellom kommunene. Det har også vært en skepsis til hva fylkeskommune og stat har ønsket med regionen. Som tidligere nevnt fikk også Byregionprogrammet en dårlig start i regionen da introduksjonen sammenfalt med pålegget om kommunereformen. Dette førte til mistenksomhet og motstand til programmet, og det var en vanlig oppfatning at Byregionsprogrammet var en fordekt metode for å snikstarte en sammenslåingsprosess.

Hvordan samhandlingen og samarbeidet mellom kommunene oppleves, varierer med hvem man spør. De som jobber med utviklingsarbeid i regionen opplever at det er mange ting som påvirker samarbeidet i regionen, og at det er store forskjeller mellom kommunene hvordan man velger å innrette seg. Ut ifra empirien virker det som førstelinjetjenesten får mer ut av samhandlingen enn hva man gjør i kommuneledelsen. På rådmannsnivå opplever de få endringer i dag, sammenlignet med før innføringen av Byregionprogrammet. Samtidig er holdningen der at utdypet samhandling er mest aktuelt innenfor næringsutvikling og turisme. Når samhandlingsprosjekter initieres av regionrådet, som består av deltakerkommunenes ledelse, bør prosjektene bli ordentlig forankret i kommunene. Dette er ikke alltid like lett å få til, og det beror gjerne på skepsis knyttet til hensiktene. Videre eksisterer det en viss utålmodighet etter at man opp gjennom åra har hatt mange kartlegginger, og til tross for dette er det lite som skjer. Samtidig er resultatet av samhandlingen avhengig av ledelsens oppfølging. Dessuten er

det en fordel når kommunene ikke kun ser på det som et samhandlingsprosjekt, men vurderer samhandling som en integrert måte å jobbe på.

For å øke samarbeid og samhandling pekes det på at det i langt større grad må synliggjøres og tydeliggjøres hva som kan gjennomføres og løses gjennom samhandling og regionale initiativ. Innenfor besøksnæringen blir dette ansett å være særdeles viktig, men også innenfor mange andre arenaer. Det er stor enighet om verdien av at kommunene sammen driver lobbyvirksomhet for de store investeringene i regionen, som bedre infrastruktur, ny flyplass og nytt sykehus. Samtidig vil det være store diskusjoner om hvor de ulike satsingene skal finne sted, samt også uenighet om hva som skal prioriteres. Selv om man er uenige, mener mange at det er viktig at man diskuterer seg frem til enighet, og fremstår samlet. Kommunene kan være tjent med å utvikle en felles identitet som kan favne om regionens mange fortrinn, som både oppdrett, industri og reiseliv/hytteliv.

Næringslivet, med felles næringsforeninger, ønsker å bli en mer aktiv part i utviklingsarbeidet til kommunene, og vil gjerne bidra med å stake ut videre satsingsområder, som den tidligere nevnte sirkulærøkonomien. Der ser man store muligheter for nye arbeidsplasser i hele regionen. Men slike satsinger krever gjerne brede innsatser, og at kommunene og fylkeskommune involveres og er aktive parter fremover.

5. utfordringer og muligheter for Ranaregionen (for omlandet og regionsenteret)

5.1 Innenfor profilering og attraktivitet

Med unntak av Lurøy kommune som opplever vekst på øya Lovund, har det lenge vært en bekymring for rekruttering til regionen. Samlet sett har det vært en stagnasjon av befolkningen i Rana-regionen, og et prioritert satsningsområde for blant annet Indre Helgeland Regionråd er å øke veksten i befolkningen. Særlig er det ønskelig å tiltrekke seg yngre med fagkunnskap som er interessert å bosette seg, og da er det en fordel om man kan dra veksler på hele regionens fortrinn. Ikke minst vil attraktiviteten øke når man kan vise til komplementerende tilbud. Innenfor kategorien profilering og attraktivitet har man ønsket å fremme den strategiske posisjonen av Ranaregionen, å profilere både regionen og næringslivet, og man har ønsket å utvikle/ videreutvikle felles tiltak for tilflytting, integrering og bosetting. De nevnte områdene er tett knyttet til hverandre, og de er alle nødvendige for å oppnå vekst og for at regionen skal oppfattes som attraktiv. Vareide (2018) skiller mellom to typer av attraktivitet, hvor den ene gjelder attraktivitet for bosetting, og den andre gjelder attraktivitet for næringslivet (som igjen kan deles opp i ulike bransjer og næringstyper). Steder som har mer innflytting enn forventet, regnes som attraktive. Det vil si at det er noe som har ført til at stedet, kommunen eller regionen trekker til seg flere innflyttere enn både arbeidsplassveksten og de strukturelle forholdene skulle tilsi. Steder som har sterkere arbeidsplassvekst enn forventet ut fra befolkningsvekst og bransjestruktur, blir karakterisert som attraktive for næringslivet (Vareide 2018: 185). Det vil være ulike egenskaper som påvirker dette, og det vil være ulike kvaliteter som er viktige, avhengig av hvem man attraherer eller ønsker å attrahere. Attraherende egenskaper er, ved siden av et tilgjengelig og variert arbeidsmarked, blant annet vakker natur, gode skoler og barnehager, kulturtilbud og andre fritidsaktiviteter, kafeer og shoppingmuligheter, et godt omdømme som bosted, god tilgjengelighet til boliger og lave boligpriser.

Mangel på tilgjengelige og relevante boliger er et problem for deler av regionen, og i noen omlandskommuner mer enn andre. Særlig blir mangelen på mindre utleieleiligheter nevnt her:

Et problem er – vi har boliger, men mangler boliger for enslige, som vil være mest aktuelt. (...) Små utleieleiligheter for tilreisende arbeidere er det vi trenger. Hytteiere vil ikke leie ut sin boliger til gjestearbeidere, ikke andre heller. Det store problemet er å få tak i nok folk, det finnes ikke arbeidsløshet. (Informant fra næringslivet)

At det er et stort behov illustreres særlig med dette sitatet:

Vi trenger mer samarbeid med kommunen for å bygge opp enda mer industri, vi kan bli så store vi bare vil. Det er fasilitetene som hindrer oss, her må vi alle

ta initiativ selv, blant annet bygge boliger. Det er en kjempeutfordring. Det er en kjempeutfordring med boligutbyggingen. Det tar utrolig lang tid i forhold til hvordan behovet er. Vi er hele tiden på etterskudd og klarer ikke å møte det reelle behovet. (Informant fra næringslivet)

Lave boligpriser er et dilemma i omlandskommunene. Lave boligpriser kan være et forhold som øker attraktiviteten, at man får langt mer for pengene enn man ville ha fått andre steder. Samtidig kan høye boligpriser være et bevis på at et sted er attraktivt, og at mange etterspør boliger der. En stor utfordring med lave boligpriser er at det er lite lønnsomt å investere i boliger, det er dyrt å bygge nytt uansett hvor man bygger, og det kan være langt mer lønnsomt å investere andre steder. Vareide (2018) peker på at når boligprisene er betydelig lavere enn kostnadene for å bygge en ny bolig, vil de som bygger en ny bolig ha et stort urealisert tap ved innflytting. De fleste distriktskommuner har rikelig med tomteareal til nybygging, men det er et problem at det i mange slike kommuner bygges for få boliger, og at det dermed er liten tilgang på nye boliger, eller boliger generelt. Mange velger også å beholde boligen til fritidsbruk når de flytter ut av kommunen, da det ikke lønner seg å selge fordi prisen er for lav, eller at man ønsker å beholde noe i hjemkommunen. Dette kan føre til boligmangel i kommunen, «*selv om det er rikelig med tilgjengelige og billige (enkelte ganger også subsidierte) tomter. Dermed blir også boligmassen gradvis eldre og mindre attraktiv. Potensielle innflyttere finner dermed ikke egnede boliger, selv om de er motivert for å flytte til kommunen*» (Vareide 2018: 190).

Det er stor enighet blant informantene om å jobbe sammen med omdømmebygging både for regionen og næringslivet der. I takt med at befolkningen blir eldre er det et behov for å rekruttere familier og arbeidskraft med fagutdanning. Mangel på kvalifisert arbeidskraft er økende og vil også øke i tiden fremover. Som nevnt tidligere vil det blant annet bli mangel på fagarbeidere, fagfolk innen undervisning, helse- og omsorg, velferdsteknologi og digitalisering. Videre vil den stadig mer spesialiserte industrien/næringslivet kreve spesifikk fagkompetanse.

Kommunene er tilretteleggere for gode oppvekstmiljøer, og for å gagne hele regionen er det viktig at man også innenfor dette området samarbeider og samhandler. For å få unge til å bli i regionen eller tiltrekke seg de unge som allerede har en tilknytning til regionen, er det viktig å legge til rette innenfor flere områder. Et konkret tiltak for å skape stedstilhørighet er å legge til rette for lærlingeplasser i nærområdene. Et annet tiltak er å etablere attraktive videregående skoler med linjer og fasiliteter slik at elever fra både regionsenter og omlandskommunene ønsker å gå der. Dette bidrar til å skape relasjoner, interesse og kunnskap om regionen, som igjen bidrar til å gjøre regionen attraktiv for yngre personer. Med henhold til å utbedre tilbudene rundt de videregående skolene er fylkeskommunens bidrag essensielt. I intervjuene kom det frem at det i dag ikke var noe spesielt som skulle tilsi at det skulle være mer attraktivt for de yngre fra omlandskommunene å gå på videregående skole i Rana enn andre steder, og mange søker seg derfor til videregående skoler i andre regioner. Det foreligger et sterkt ønske

om at Rana med sin videregående skole skal legge enda bedre til rette for omlandets unge som må flytte inn til regionsenteret. Foreslåtte tiltak fra informantene i omlandkommunene for å øke skolens attraktivitet var blant annet å legge til rette med passende og korresponderende rutetider for samferdsel, overnattingsfasiliteter for foreldre, mer kontakt mellom skole og hjem, tettere oppfølging av elevene som bor på internat, mer nettverksbygging med de unge i regionen, samt mer aktiv formidling av kunnskap om hvilke muligheter som finnes i regionen. Nesna har også en privat videregående skole med kristen innretning. Skolen har tre studieretninger, studiespesialisering, helse og omsorg og IKT. Det samme vil gjelde for denne.

Det at de unge får vite om alle kommunenes fortrinn, og alle mulighetene som finnes både innenfor yrker og entreprenørskap lokalt og regionalt, er essensielt. Å gjøre skolene og relaterte fasiliteter mer attraktive for omlandet blir sett på som en lønnsom investering for hele regionen. Hvis man tilrettelegger slik at barn og ungdom får større tilknytting så kommer de gjerne tilbake, man skaper et miljø, et nettverk og varige relasjoner. Med henhold til å utbedre tilbudene rundt de videregående skolene og kollektivtilbudene er fylkeskommunens bidrag essensielt. Dette er områder som betyr mye for lokalmiljøet og befolkningen. Informantene opplever at det i dag er mange som ønsker å bosette seg i regionen, og da er det viktig at man i fellesskap legger til rette for at dette lar seg realisere. Andre tiltak er i større grad å legge til rette for innvandrerbefolkningen og deres familier. SSBs statistikk viser at tilflytting fra utlandet er viktig for regionen, men at tilflyttingen fra noen land har minsket. Dette beror på at den totale tilflyttingen til Norge har minsket, og flere flytter tilbake til sine hjemland på grunn av bedre økonomiske forhold der.

For å øke attraktiviteten for næringslivet kan man i enda større grad satse på merkevaren Helgeland og Helgelandskysten. Å bygge tradisjon, kultur og natur inn i konseptet er viktig når man skal markedsføre seg. Informantene fra næringslivet er tydelige på at det er de større regionale enhetene som kan bidra mest til profilering av hele regionen – men mener for lite har blitt gjort frem til nå. Videre er det en fordel i enda større grad å samarbeide med universitet og høyskolene som er i regionen. Det knyttes også store forventninger til en satsing på den sirkulære økonomien, hvor flere aktører har stor tro på at dette vil skape arbeidsplasser som vil attrahere mange unge. Ikke minst er det viktig å skape et godt miljø for entreprenørskap, og her er det viktig med støtte og velvilje fra kommuner og regionale utviklingsaktører.

5.2 Innenfor nettverk og samarbeidsarenaer

Som nevnt innledningsvis så har regionen flere aktører som jobber med å øke samhandling og finne gode strategier for vekst og næringsutvikling, på ulike nivå og med forskjellige utgangspunkt og interesser.

Indre Helgeland Regionråd, som er et regionalpolitisk samarbeidsorgan, har en sentral rolle i å stimulere felles samhandling. En av dets viktigste oppgaver er å jobbe med

regionens felles interesser. Opprinnelig skulle det fungere som et *politisk* samarbeid for å fremme regionens felles krav inn mot fylkesplanene. Regionrådene fikk endrede oppgaver etter hvert, og nå opplever rådet at de fungerer mer som en utviklingsaktør for regionen:

Vi har mer fått en gjennomføringsrolle i senere tid. De fylkeskommunale oppgavene går frem og tilbake (..) Driftskostnadene minker, de automatiske utviklingsmidlene har minket eller blitt borte, og vi har dermed fått en rolle til å bli en søker istedenfor. (...) Positivt er at vi her har sjansen til å bygge interkommunalt samarbeid via prosjektene. Men samtidig er det vanskelig å finne prosjekter. Det er ulik bevissthet om dette. Vi har både offentlige, halvoffentlige og private samarbeid, også nasjonale og internasjonale prosjekt.
(Representant fra Regionrådet)

Ordførere og rådmenns medvirkende rolle har som mål å sikre forankring av felles strategiplaner, men dette kan være utfordrende. Det kan være en del interessekonflikter, og på tross av at prosjekter vedtas i samråd, kan det forekomme at prosjekter ikke blir så godt forankret som man skulle ønske ute i kommunene. Å jobbe med holdninger for å forankre prosjektene ser ut til å være nødvendig. Å heve seg over revirtenkning og opplevelsen av «oss og dem», og å gå videre og skape en felles identitet, er et steg i riktig retning.

For å imøtekomme endringene har det vært nødvendig å utvikle strukturer som er mer spesialisert på utviklingsarbeid. Rana Utviklingsselskap (RU) er et selskap som jobber med dette og nå etableres et nytt selskap som skal ligge under Indre Helgeland Regionråd, Regionalutvikling AS. Planen er at de skal involvere næringslivet i utviklingsarbeidet i enda større grad enn tidligere, på tvers av kommunegrensene. Uansett selskap er det viktig her at omlandskommunene blir tatt hensyn til, og at deltakerne ser nytten gjennom oppfølging, tilbakemeldinger og fremdrift av påbegynte prosjekter. Det å benytte de ulike regionale aktørene for blant annet søknadsskriving er svært verdifullt, og mange av informantene påpeker dette. Den samlede kunnskapen om prosjektmidler, om søkestrategier, og det å få felles interesser og utviklingsprosjekt med i søknader, krever samhandling og møtearenaer. De lokale bedriftene ute i omlandskommunene må i større grad få vite hva som er mulig, hvilke søkemuligheter man har, hvor, når og hvordan.

Både regionale og lokale enheter ansees som viktige for å stimulere til vekst, både for videre næringsutvikling og for nyetableringer. Regionale tiltak som kunnskapsparke og inkubatorer har bidratt sterkt i de senere årene og de kan ofte tilby flere fasiliteter som oppleves som attraktivt for bedrifter. Dette kan være felles lokaler, kontortjenester, kantine, diverse utstyr og rådgivingstjenester. Dette er bra for å danne nettverk, både profesjonelle og private. Videre vil tilgang på finansiell støtte også være av stor betydning. Flere av informantene fra næringslivet har trukket frem at de trenger mer støtte til søknader.

De store bedriftene er med i mange ulike nettverk, både politiske for å forandre, og mer spesifikke innenfor sine fagfelt. For eksempel finnes det flere nettverk kun innenfor besøksnæringen blant annet Nyt Nordland, Helgeland Reiseliv, Kystriksveien, diverse matnettverk, etc. Havbruksindustrien i regionen har også stor nytte av flere fag- og næringspolitiske nettverk. Her er det også store muligheter for å skape noe felles innenfor hver spesifikke næring. For å bygge opp felles merkevarer for regionen, eksempelvis slik Rørosregionen har lyktes med lokalmat, krever det mer innsats. Innenfor matproduksjon har man nettverket Nordlandsmat, men foreløpig er det få produsenter som er med der. Samtidig ligger det et stort potensial i slike matnettverk. Det finnes en sterk merkevare i regionens natur og kultur som oppleves unik og spennende, men som Vareide peker på i sin analyse om hva som skaper vekst, er det også viktig å skape noe *nytt*, som skaper interesse på ny. Vareide peker også på kulturelle forhold som kan ha betydning for å oppnå vekst også i næringslivet, blant annet samarbeidsånd, åpenhet, gjestfrihet, risikovilje og optimisme. Videre ser man at der bedrifter samarbeider og støtter hverandre, har man en stor fordel i å stimulere til vekst, sammenlignet med andre steder hvor bedriftene i liten grad samarbeider. Fordelene er at man stiller sterkere når man skal søke penger, man får utvidet nettverk, man tør i større grad å satse, får større risikovilje og et større støtteapparat. Ikke minst øker også kunnskapen. Det at næringsforeninger/forum i større grad samarbeider er avgjørende. Næringsforeningene/forumene har et sterkt ønske om at hele regionen får mulighet til å promoteres i større grad. Men for å gjøre dette må man blant annet sette av mer ressurser til å skape nettverk og felles arenaer, og gå sammen om å finne felles satsingsområder. Respondentene innen alle kategorier rapporterer at viktige områder å samarbeide om er næringsutvikling, turisme, og lokalmat. Det finnes mange eksempler på at en felles strategisk «branding» og felles markedsføring bidrar til å skape merkevarer basert på tradisjon, kvalitet og norsk kultur. Her blir det avgjørende å skape felles forståelse for hva man vil selge, opprette tillit, samt gjøre valg og prioriteringer i felleskap.

Det eksisterer flere samarbeidskonstellasjoner med blant andre fagmiljøene Enova, Sintef Helgeland og NTNU, og dette er aktører som man vil ha med seg i det videre arbeidet med utviklingen av regionen. Næringslivet mener slike samarbeid kan skape mange nye arbeidsplasser. Ranaregionens næringsforening har nå cirka 350 medlemmer. De jobber mye ut ifra Rana kommunes strategiplan. De ser tydelig verdien i å ha en slik plan, og ser også behovet for å etablere en felles regional strategiplan for virkelig å sette fart og press på det som kan gagne samhandling og regional utvikling.

5.3 Innenfor samferdsel og infrastruktur

Samferdsel og transport er store og avgjørende temaer for regionen, både internt i kommunene, mellom kommunene og ikke minst for dem som driver næringsvirksomhet. Det er lange, og på vinteren strabasiøse, avstander, det er mye tung næringstrafikk, og det er en god del privattrafikk. På enkelte øyer, særlig innenfor Lurøy,

vil samferdselen/fergene definere hvor folk kan bo og ikke minst hvor de kan jobbe. Flere peker på at fordi samferdsel er så avgjørende, kan det lett oppstå konflikter mellom tettstedene, og også mellom kommunene, om hvor utbedringer eller ruter skal prioriteres. Videre vises det til at interessekonfliktene om samferdsel er kilde til negative følelser som potensielt kan ødelegge for tillit og samarbeid/samhandling. Begrensede økonomiske ressurser til fylkeskommunen fører til en redsel for å miste samferdselstilbud når fylkeskommunen skal spare midler. Her er det imidlertid tydelig at alle aktører har mye å vinne på et langt bedre samarbeid for å få gjennomslag for sine saker hos fylkeskommunen og overfor andre etater. Inntrykket er at med en mer helhetlig regional tilnærming og press vil man kunne oppnå langt bedre resultater.

Ikke minst for næringslivet i omlandskommunene er det utfordrende at det er såpass lange avstander, og at det i noen kommuner legges ned hurtigbåt/fergetilbud. Mange av informantene opplever at det er lite koordinering regionalt og at det er få krav som går igjennom hos fylkeskommunen. Informanter fra næringslivet peker også på flere potensielle utbedringer som ville ha underlettet for dem å drive næring ute ved kysten, blant annet å utvide kaier noen steder. Ofte må slike forbedringer gjøres kommunalt, men dette er egentlig en regional oppgave.

Kommunene har et generelt ønske om at flere skal etablere seg i deres kommuner. Forutsetningen for å etablere seg er ofte at det også finnes en arbeidsplass for en partner. Her vil enklere tilgang til de andre kommunene øke tilgjengeligheten til flere arbeidsplasser, og gjøre både tettstedene og regionen samlet mer attraktiv. I dag er det, med unntak av sentrale deler av Hemnes og Rana, en utfordring hvis man skal pendle til andre kommuner i regionen. Avstandene er lange, og blant annet arbeidspendlingen blir karakterisert som svært trøblete både i Nesna og Lurøy. Prisene på fergene og hurtigbåtene blir også ansett å være til hinder for pendlingen. Og som tidligere nevnt er visse fjelloverganger, blant annet Nesna og Lurøys forbindelse langs Fv 12 til Mo i Rana, en stor utfordring vinterstid. Vareide (2018) peker på at samtidig som forbedrede kommunikasjoner bidrar til å bedre situasjonen for stedene som blir bedre forbundet, så kan konkurransen om innbyggerne bli sterkere. Det mest attraktive stedet vil kunne bli enda sterkere, og det er viktig å jobbe for å beholde sin kommunes attraktivitet: «Steder som har utsikt til å få forbedret sine kommunikasjoner, bør derfor ikke lene seg tilbake og ta økt vekst og innflytting som en selvfølge. Tvert imot blir arbeidet med å skape bostedsattraktivitet brått viktigere enn før» (Vareide 2018: 202).

Næringslivet i alle kommunene, og da ikke minst representanter for reiselivet, ser også en stor fordel i å samarbeide og samhandle for å oppnå bærekraftige løsninger innen samferdsel og infrastruktur. Områder hvor dette er viktig er blant annet vedlikehold av strender og badeplasser, skilting, stimerking, turkart, informasjon om hva og hvor, brosjyrer, ladestasjoner, klimatiltak, møteplasser etc. Et annet eksempel hvor man kan bedre samarbeidet mellom besøksnæring og kommunene, er museenes tilgjengelighet. I dag er de ofte stengt på sommeren, en tid på året hvor det virkelig er potensial for å få besøkende. Det er viktig å ta i betraktning at tilgjengelighet og forlengede åpningstider

bidrar til å høyne kvaliteten på reisemålet. Flexibilitet fra kommunens side er viktig. Næringslivet opplever at politikerne bør jobbe samlet med disse spørsmålene, i og med at det kan være vanskelig for en enkelt næringsvirksomhet å ta tak i dette. Flere av respondentene hevder det er lite konflikt innen det private næringslivet, men at det ofte er konflikter med og eller mellom det offentlige i disse spørsmålene. Man har mye å vinne på å stå samlet for å få gjennomført forbedringer av tilbudene for infrastruktur og samferdsel.

Flere av informantene fra næringslivet ønsker at kommunene i mye større grad skal engasjere seg i kontakten med Statens vegvesen. Statens vegvesen har en viktig rolle for å forbedre veinettet og tilgjengeligheten, men de oppleves som lite velvillige i møte med små næringsaktører. For eksempel blir skiltingen nevnt av flere private aktører som en stor utfordring for dem, hvor dette kan bety deres være eller ikke være, men hvor de opplever å få lite gehør for sine perspektiver og behov. Her er det mulig for kommunene å gi langt mer støtte til næringslivet, og det finnes også større mulighet til å påvirke hvis man går sammen. En informant fra næringslivet hadde følgende forslag i denne sammenheng:

Statens vegvesen burde ha en ansatt med reiselivskompetanse som er ansvarlig for at vegfarende / besøkende føler seg ivaretatt. Eller at de har tett kontakt med NHO reiseliv som har denne kompetansen. Og så kommer man selvsagt ikke unna at når noe skal gjøres lokalt, MÅ etatens folk ha kontakt med lokale — de MÅ snakke med oss som vet hvor skoen trykker! Det kan de ikke vite bare ved å se på kart eller kjøre forbi en dag. Så Statens vegvesen må man få gjort noe med! (Informant fra næringslivet, skriftlig)

En mulighet for å styrke besøksnæringen er å gå sammen om å selge reisemål som feriepakker, hvor man kobler de ulike opplevelsene til hverandre, da det kan være lettere å selge seg inn som en hel region. Når man søker etter enkeltsteder på nett, er det lett å overse hva den enkelte kommune har av tilbud og aktiviteter. Informantene ser her for seg et bedre samarbeid både med kommune, andre kommuner og regionale enheter. Videre poengteres det at fasiliteter og infrastruktur må være på plass før man som næringsdrivende går aktivt ut og selger produktet. Dette krever et kontinuerlig samarbeid som man ikke helt har fått til i dag: «Det går, men det er ikke bra eller optimalt».

Store avstander innebærer et behov for omfattende satsinger innen samferdsel og infrastruktur for at man skal kunne dra nytte av hverandres fordeler. Innenfor slike satsinger er det nødvendig å gjøre strategiske valg som gagnar hele regionen. Dette kan være et vanskelig felt å manøvrere i, da det ofte er begrensede ressurser og man må kjempe om de ressursene som er. Det er som regel mange debatter om hvem som skal prioriteres når det gjelder samferdsel og infrastruktur. Som regel er det stor konkurranse, og mange interesser som skal balanseres. Det vil alltid være en diskusjon

om dette, men det er en stor fordel hvis man gjennom dialog unngår de steile frontene som lett kan oppstå.

Det arbeides nå med å få på plass en kystsoneplan for hele Helgelandskysten, som dekker både oppdrettsnæring, fiskeri og reiseliv.

5.4 Felles strategiske utfordringer som regionen bør ta tak i

Det er tydelig at næringslivet gjerne vil at regionen skal jobbe i felleskap med å utvikle det eksisterende næringslivet og legge til rette for videre næringsutvikling. I fase 1 av Byregionprogrammet ble kommunene enige om ikke å arbeide videre med en felles regional næringsstrategiplan. Det ville imidlertid vært lettere å få til et forpliktende samarbeid med en slik plan, og ikke minst ville det vært lettere å etablere faste strukturer for samhandling. Uten en felles plan blir det ekstra viktig å etablere nettverk og skape engasjement for utviklingsarbeidet i regionen. Her er regionale utviklingsaktører og næringsforum/foreninger svært viktige. Disse kan bidra til å skape felles arenaer og relasjoner på tvers av kommunene. Nettverkene som etableres har potensial til å få stor betydning, og selv om ikke kommunene har forpliktet seg til samhandling, så er det en stor fordel at kommunenes bygde- og næringsutviklere har etablert et nettverk seg imellom, og at de innenfor dette nettverket også samarbeider med andre regionale utviklingsaktører. Dette fordrer at flere tar et større eierskap i den regionale utviklingen, og at man prioriterer ressurser til dette. Informantene innenfor alle kategorier mener det er viktig med samhandling, men peker på at det er mange utfordringer som må tas tak i for å oppnå optimalt utbytte. Det er nødvendig med aktive aktører som gjennom informasjonsutbytte og dialog blir enige om felles strategier. Det kan oppleves meget negativt når samarbeidsparter føler de får oppgaver som de ikke har vært med på å beslutte at skal prioriteres.

En stor utfordring for regionen er å oppnå tilstrekkelig forståelse for hva man kan oppnå ved samarbeid. Det er flere informanter som tar opp at det finnes en skepsis i regionen mot at «de andre» vil få flere fordeler enn en selv. Videre at denne skepsisen ikke bare er forekommende mellom kommunene, men at det også kan være en utfordring man opplever mellom de ulike stedene innenfor en kommune. Mange har nevnt den evige redselen for at en selv vil tape noe hvis andre får, og peker på at dette hindrer at man ser fordelene med samhandling, og at man ikke ser at tiltak på ett sted kan gagne hele regionen. Dette sitatet illustrerer hva mange har uttrykt:

Vi har ikke noe samarbeid for å øke veksten. Vi ser det mest slik at hvis det er vekst i en kommune så er det nedgang i en annen kommune. (...) Det er mye konflikter. Alle vil ha, det er hele tiden en redsel for at det blir tap hvis noen andre får. Det gjelder både flyplass, sykehus og små ting i kommunene. Man forstår ikke at når det er vekst i en kommune så betyr det vekst for alle. Dette gjelder også internt i kommunen. (...) Det er generelt liten forståelse for hva samarbeid kan gi, at det er bra for alle. (Informant fra kommune)

Å få de som er med i en samarbeidskonstellasjon til å tenke lengre enn sin egen kommune, og bli fokusert på vekst for hele regionen, kan være utfordrende. Det kan lett bli grupperinger som er lite interessert i dialog og kompromisser, noe dette sitatet illustrerer:

Selv om vi har mange felles møter her, så er det flere grupperinger med motstridende interesser, så det hjelper lite med samarbeidsarenaer. Forutsetningen for å få det til å fungere må være at man er åpen for å diskutere seg frem til de beste løsningene. Men så er det dette med at man er internt orientert, og det gjør det fastlåst. Man er nødt til å løse opp i den interne strukturen. Man kaller oss den nordnorske Balkan, og det er definitivt noe i det. Kanskje er det slik på grunn av at det er såpass mange nye samfunn, på grunn av industri og slikt [skapt av staten], som i Rana og Vefsn. Det at man bygger opp noe nytt blir ikke så lett en sunn samarbeidskultur, og usunn kultur kan også skapes gjennom en lang historie. Det var store omstillinger på 80-tallet som skapte en kamp om ressurser, og en stor usikkerhet. De små kommunene blir i stor grad styrt, og det kan være vanskelig å forholde seg til. De store kommunene må også erkjenne at de trenger de små omlandskommunene. (Informant fra kommune)

Man må altså vise for hverandre at man tenker lengre enn sin egen kommune. Vårt inntrykk er at de lokale avisene lett kan hause opp en slik splittet stemning i regionen, da de bygger opp under konflikter som oppstår om ressurser, både når det gjelder mellom kommunene og når det gjelder konflikter mellom de ulike regionene på Helgeland. Når diskusjoner oppstår, blir gjerne gamle konflikter trukket frem, og det blir vist til de mange og lange kontroversene om hvem som skal ha hva, og hva som har blitt sagt. Det er lett å dra slutningen at dette kan føre til dårligere samarbeidsklima og mindre tillit og respekt – samt underbygge tankegangen at «*ja, der er beviset på at vi kun tenker på hva som er best for oss selv her på Helgeland*».

Under et gruppeintervju ble Ranaregionens relativt lave vekst sammenlignet med utviklingen i Bodøregionen, som har opplevd langt større vekst. Grunnen til forskjellene ble forklart slik:

I Bodø har det vært mer åpent, der har man innsett samarbeidets betydning. Der har de klart få med seg omlandskommunene, og omlandskommunene føler seg ikke truet av dem. Det har med både kultur og historie å gjøre. Det er ikke en sånn konkurranse der, og Bodø er det naturlige senteret uten at man behøver å konkurrere noe mer om det. Alle drar nytte av et slikt sterkt senter. (Informant fra kommune)

Flere har trukket frem at Mo i Rana i større grad må vise seg som et ordentlig regionsenter for omlandskommunene, i betydningen å vise større ydmykhet overfor omlandkommunenes betydning og innsats. Man ønsker i større grad å bli inkludert og være en reell samarbeidspartner, slik at man ikke kun må være med på det som Rana

bestemmer at skal gjelde eller satses på. Opplevelsen av inkludering vil selvfølgelig avhenge av de personlige erfaringene opp gjennom årene, men det er viktig å ha i tankene at for å få til et optimalt samarbeid, er tillit og felles forståelse essensielt. Forskning viser at allerede etablerte forestillinger om andre krever tid og tålmodighet å bryte ned. Og hvis det er en skepsis der allerede, så er det lett at ting fort blir tolket negativt. For å unngå at det skapes grupperinger og mistillit, så må man møtes og ha en dialog. Flere har poengtert at en viktig forutsetning for å finne frem til en god form for samhandling, er å jobbe sammen innen konkrete prosjekter, noe som man ser at vil gagne både næringsliv, infrastruktur, regionens attraktivitet, og den bærekraftige utviklingen man ønsker i regionen. For å oppmuntre og legge til rette for et næringsliv som ser mange muligheter, trenger man aktører som skjerper fokus og fremmer framdrift, det være seg innen forskning, industriutvikling eller innenfor besøksnæringen. Slik det er nå mangler det ikke forslag til ideer eller strategier, men det er felles handling som er utfordringen. De store næringsaktørene og næringsforeningene, sammen med de regionale utviklingselskapene, er sterke pådrivere for felles strategiske satsinger i regionen. For næringslivet er det viktig at samhandlingsprosjektene kan vise til konkrete resultater, da fravær av resultater kan virke demotiverende og skape en utålmodighet og en negativ inngang til neste samarbeid. Hvis man opplever interessekonflikt, så søker man som regel andre samarbeidspartnere. Samtidig har ofte de ulike næringsaktørene flere samarbeidspartnere, og de er som regel med i flere ulike nettverk. Dette blir oppfattet som en mulighet til å skape felles strategiske aktiviteter.

I de senere årene opplever sentrale informanter at de statlige føringene har fremmet mer sentralisering, noe som har skapt endrede betingelser for kommunene i perifere strøk. Når rammevilkårene endres, vil også vekstkriteriene endre seg. Med dårligere rammevilkår blir det mer kamp om ressursene, og da endres også kriteriene for samarbeid. Ikke minst kan det bli mer konflikt rundt tilgjengelige ressurser. Fylkeskommunene har også fått langt strammere vilkår, noe som har ført til mange nedskjæringer som alle kommunene må forholde seg til. Politisk styring av regionen fører til at de som jobber med langsiktige planer for regionen finner denne oppgaven mer utfordrende, da premissene stadig endrer seg. Stadige endringsprosesser hvor vilkår endres og planer må forandres, krever mye ressurser i regionen, og det kan skape frustrasjon for dem som jobber med endring og legger ned mye arbeid i dette.

Prosessen med kommunereformen skapte mye negativitet i regionen, og regionrådgiver konstaterer at man nå opplever å være enda lengre unna målene med kommunereformen enn ved oppstart. Reformen synes altså å ha virket mot sin hensikt. Regionrådet og flere andre poengterer at hele regionen nå opplever utfordringer med mer sentralisering og konsentrerte virksomheter. Videre mener de at regionen har blitt filial-preget og at det regionale fokuset har blitt svekket. Samtidig er det mange ting som påvirker samarbeidet i regionen. Det blir pekt på at det er store forskjeller mellom kommunenes utgangspunkt, og videre også at ulike definisjoner er viktige når man skal tenke felles strategier, for det er ingen selvfølge at man legger samme betydning i

definisjonene. For å kunne arbeide med felles strategiske utfordringer, blir det viktig å avklare definisjoner og oppnå en felles forståelse for ønsket utvikling, samt hvordan man skal komme dit. For å få samhandlingen til å øke og bli mer effektiv, pekes det på at det i langt større grad må synliggjøres og tydeliggjøres hva som kan gjennomføres og løses gjennom samhandling og samarbeid. Ikke minst må man prioritere ressurser til samarbeidet, både økonomiske og tidsmessige.

For å få størst mulig gjennomslagskraft for kravene man har i regionen er erfaringen at man sammen stiller langt sterkere enn hver for seg. Samtidig, for å kunne stå samlet og operere i fellesskap er det avgjørende å etablere samarbeidsarenaer, nettverk og rutiner for samhandling. En av de store utfordringene for Ranaregionen er å skape en felles identitet og en felles historie som aktørene ser fordelene av å ivareta.

6. Oppsummering og konklusjon

Basert på problemstillingene i oppdraget presenteres konklusjonene etter tematikk.

Befolkningens bruk av regionen

En tredjedel av befolkningen disponerer fritidsboliger i regionen, og nesten tre av fire benytter seg av fritidsboligen minst en eller flere ganger i løpet av en måned. Det er relativt mange fra omlandet som har fritidsbolig/ekstra leilighet i Rana kommune. Innbyggerne i omlandskommunene reiser i stor grad til regionsenteret for å handle varer og tjenester som ikke tilbys i deres egen kommune. Ikke overraskende benytter også innbyggerne i omlandskommunene seg i større grad seg av kino, badeland og offentlige tjenester som leger og tannleger utenfor egen kommune sammenlignet med respondentene fra Rana. Innbyggerne fra Rana oppsøker i større grad enn respondenter fra omlandskommunene fritidstilbud utenfor egen kommune. Men det er ikke turområdene de først og fremst besøker, det er flere respondenter som oppgir at de benytter kafe- og restauranttilbud som finnes i omlandskommunene. Samtidig er det en høyere andel respondenter fra Rana som driver med jakt og fiske, og som bruker overnattingstilbud, i omlandskommunene. Omlandets store betydning i rekreasjonssammenheng viser også det høye hytte/fritidsbolig-antallet i omlandskommunene. Når respondentene er i sine fritidsboliger, så er de aller mest fornøyd med friluftsmulighetene. Fra andre undersøkelser vet man at stillhet og utsyn, samt tilgang til lokal kultur og lokalmat betyr mye for dem som har ferie. Det er generelt et behov for å utbedre internetttilgangen for fritidsbefolkningen, cirka 40 prosent er ikke fornøyd med tilbudene. Omlandskommunene kan med fordel øke lokalmattilbudet og de kulturelle tilbudene. For å bistå i å utvikle tilbudene kan kommunene med fordel samarbeide for å se hvilke nettverk som man kan bygge opp /utvikle innenfor de enkelte næringene. Videre legge til rette for regionale møteplasser for dem som ønsker å samhandle med andre innenfor sine fagfelt. Av surveyundersøkelsen kan man lese at potensialet for hva som kan tilbys befolkning og fritidsbefolkning i regionen er langt større enn det som er tilfelle i dag.

Næringslivets behov og kommunenes kapasitet

Det vil naturligvis være ulike forutsetninger og behov i de enkelte kommunene, men omlandskommunene deler en del felles erfaringer og utfordringer. Samlet sett ønsker næringslivet generelt både flere regelmessige møter og kontinuerlig dialog med kommunene. Informantene fra næringslivet har behov for langt mer informasjon fra kommunene om diverse temaer, og de ønsker i større grad å bli involvert når utviklingsplaner blir diskutert. Det etterlyses en større forståelse for hvordan det er å være næringsdrivende i den enkelte kommune, og flere poengterer nødvendigheten av at man sammen finner løsninger på utfordringer som oppstår for dem som driver

næringsvirksomhet. Mange av informantene fra næringslivet har opplevd at de ikke får svar på henvendelser, ikke får tilbakemeldinger og ikke får nødvendig informasjon fra kommunene. Videre at bistanden til å løse opp i konflikter eller utfordringer som dukker opp kan bli langt bedre, ikke minst overfor statlige myndigheter som Statens vegvesen, fylkeskommune og andre. Spørsmålet er selvfølgelig hvor mye man skal forvente av en kommuneadministrasjon i denne sammenhengen. I omlandskommunene der man har få ansatte har man naturlig nok begrensede ressurser, men å bruke tid på å gi tilbakemeldinger og holde en kontinuerlig kommunikasjon bidrar sterkt i en positiv retning. Hvordan bygdeutvikleren og næringsutvikleren jobber mot næringslivet, og ikke minst fungerer som et bindeledd mellom bedriftene og kommunen, er enormt viktig. Tillit og kommunikasjon er avgjørende her. I og med endrede forutsetninger for kommunene må det bygges opp mer kompetanse om hva slags midler man kan søke om, hvor og hvordan. Ikke minst trenger man kunnskap om de ulike regionale ressursene som er tilgjengelig. Et betydningsfullt skritt har vært å etablere samhandlingsrutiner mellom førstelinjenettverket innenfor bygde / næringsutvikling, og gjennom det har man skapt et grunnlag for tettere kontakt med de andre regionale utviklingsorganene, som også blir sett på som viktige samarbeidspartnere. Dette bidrar til at både kompetansen om samhandling og regional utvikling øker, noe som igjen betyr utvidete nettverk som gagnar næringslivet i hver enkelt kommune.

Næringsforeningenes / forumenes rolle

I dag er det lite felles samhandling mellom de mange næringsforeningene/forumene i regionen. Ranaregionens Næringsforening er den desidert største og mange av næringsaktørene i omlandskommunene er medlem i denne i tillegg til sin lokale næringsforening. Flere aktører fra næringslivet peker på nødvendigheten av å både ha et lokalt og et regionalt perspektiv i næringsutviklingen. Videre at de er avhengige av å ha et kraftfullt organ som kan tale deres sak i regionale spørsmål, derfor ser de behov for å være med i flere foreninger. De mindre næringsforeningene har en viktig funksjon for å beholde det helt lokale perspektivet, for å kunne argumentere sin sak innad i kommunene. Både informantene fra næringslivet og fra næringsforeningene/forumene ønsker at foreningene/forumene skal kunne jobbe tettere sammen fremover, og ser at det vil være en vinn-vinn situasjon for alle parter. For å stimulere et tettere samarbeid er det nødvendig å skape relasjoner slik at det oppleves naturlig å ha kontakt, å invitere hverandre inn i diskusjoner og på møter. Næringsforeningene / forumene opplever i likhet med de andre informantene fra næringslivet at kommunene kunne vært langt mer aktive i kommunikasjonen og med tilretteleggelse for dem som driver næringsvirksomhet. Ranaregionens Næringsforening ser et stort potensial i å gå sammen med de lokale næringsforeningene i større regionale satsingsområder. De ser blant annet mulighet for å ha langt flere og tyngre satsinger enn det er i dag, blant annet at man i felleskap går inn for å videreutvikle den kompetansen som er i regionen innen

sirkulærøkonomi. For ytterligere å heve kvalitetsstempelen til de ulike delene av næringslivet i Ranaregionen, og for å jobbe med omdømmebygging av både regionen og næringslivet, er det en fordel å samhandle samt utnytte de fagspesifikke nettverkene. Det vil si å etablere et verktøy for produktutvikling ved å benytte et fagfellesskap i regionen, en paraply som bidrar med kompetanse, produktutvikling og promotering. Det finnes flere eksempler på god effekt av dette, blant annet utvikling av kvalitetsstempelen RørosMat som en hel region, det vil si alle de 8 kommunene som inngår i Fjellregionen, kan dra nytte av. Her ligger det et potensial i en videreutvikling av nettverket Nordlandsmat der blant andre Kvarøy Fiskeoppdrett er inne som eiere.

Destinasjonsselskapet Helgeland Reiseliv (VisitHelgeland.no) som har som formål å utvikle og markedsføre Helgeland som et foretrukket reisemål, er en annen slik paraply. Et slikt konsept kan med fordel overføres til både produksjon og markedsføring av havindustrien og lokalprodusert mat.

Utfordringer og mulighetene for regional samhandling

Tidligere rapporter har pekt på hvilke utfordringer Ranaregionen står overfor og det er ikke nødvendig å gjenta dem her. Det vi har vært interessert i er å finne ut hvilket utgangspunkt regionen har for å legge til rette for en konstruktiv regional samhandling, for å se hvilke innsatser som bør prioriteres og hvordan man kan dra nytte av hverandre i denne prosessen.

I dag er det etablert mange tiltak, prosjekter og satsinger som skal bidra til å skape en regional utvikling, med fokus på nettopp det regionale. Mange har utgangspunkt i Rana, men skal være tilgjengelige og til nytte for omlandskommunene og for hele regionen. Rapporten inneholder flere eksempler, både fra annen forskning og utredning og fra virkelige case, som fremhever fordeler ved regionalt samarbeid. Empirien viser at hensikten med samhandlingen i enda større grad må tydeliggjøres for de involverte. Videre må det jobbes ytterligere med å øke bevissthet om at det man samlet kan tilby bidrar til å styrke omdømmet til både kommunene og næringslivet, skaper vekst og gjør regionen attraktiv for tilflyttere.

Ut i fra empirien vil vi hevde at en av de store utfordringene ligger i å skape en felles identitet i regionen; en vi-følelse, som også innebærer at man tør å stole på hverandre. Det har eksistert en viss mistenksomhet og en del steile fronter, som springer ut i fra en lang historie der kamp om ressurser har stått sentralt. Dette er en stor utfordring, og det er også noe man må ta på alvor og forstå bakgrunnen for. Små kommuner i byregionenes ytterkant har ofte en reell grunn til å oppleve at mye står på spill. Det er ikke sikkert at regionens ytterkant ser de samme løsningene på problemet som regionens sentrum gjør. Dette må kommunene tørre å snakke om, og erkjenne at «her må vi jobbe for å forstå hverandres utgangspunkt bedre». Små kommuner må også se på seg selv med et kritisk blikk: «Har vi den kapasiteten og kompetansen som vår situasjon fordrer? Hva må til? Hvilke aktører og nettverk kan hjelpe oss? Har vi

nødvendig kapasitet og kompetanse for å være mottaker/delta sammen med aktørene som kan hjelpe oss? Hvordan kan vi bygge en felles regionsidentitet, og hvordan skape legitimitet for Mo i Rana som senter, hva ønsker vi at regionsenteret skal gjøre for oss?»

Det har blitt etablert langt flere samarbeidsarenaer innenfor regionen i dag enn det har vært tidligere. Det er nå flere aktører som jobber innenfor regionale utviklingsområder, flere regionale enheter som jobber med eksempelvis felles søknader, større samhandlingskompetanse og flere møteplasser. For å nå Ranaregionens mål om økt vekst og attraktivitet, er det viktig å få med politikere og myndigheter. Dette betinger lobbyvirksomhet og felles strategiske handlinger, blant annet gjennom at regionen handler samlet ved å svare på høringer samt utøve politisk og massemedialt press. I denne sammenheng er det viktig å se hvilke samarbeidsarenaer som egner seg for dette, samt hvordan beslutningsprosessene best kan foregå. I empirien var det tydelig at holdningene til samhandling skilte seg mer mellom de ulike nivåene i kommunene enn mellom kommunene.

For å gjøre regionen attraktiv både for dem som bor der, for næringslivet og for dem man ønsker å markedsføre regionens tilbud overfor, finnes det flere nettverk tilgjengelig. Blant annet eksisterer det ulike nettverk som man kan benytte for å fremme omdømmet til regionen som et attraktivt sted å bo, å besøke og for å nyte både natur og lokalmat. Som tidligere nevnt kan man i regionen i enda større grad satse på mer fagspesifikke paraplyer, hvor de ulike næringsaktørene kan vokse seg sterkere. Det at flere aktører i dag samarbeider med universitet og høyskoler gir også store muligheter for fremtidig vekst innen flere områder.

For å oppnå en effektiv regionalutvikling er det en stor fordel å mobilisere så mye ressurser og så mange aktører som mulig inn i det «å tenke regionalt». Dette gjelder lokale aktører som ansatte i kommunene, næringslivet og næringsforeninger, samt regionale enheter som utviklingsselskap/regionråd og fylkesetater. Lokale aviser er også en viktig aktør for å skape en vi-følelse.

Forutsetninger for vellykket samhandling

Det har som nevnt vært for lite regional samhandling i regionen, og mange har nå sett nødvendigheten av å samle seg mer rundt felles saker og interesser. Samtidig var alle informantene i den kvalitative delen av undersøkelsen på en eller annen måte allerede involvert i samarbeidskonstellasjoner og/eller engasjert i nettverk. Informantene i førstelinjetjenesten som hadde etablert faste rutiner for samarbeidsmøter ga uttrykk for at de hadde blitt mer positive til samarbeid etter hvert. Samhandling i seg øker samhandlingskompetansen, som igjen ofte fører til mer samhandling, bedre relasjoner og mer tillit.

Det er imidlertid visse forutsetninger som må være på plass. Det som kjennetegner samhandling er at det er fragilt; det tar gjerne lang tid å bygge opp et godt samarbeid,

mens det er relativt lett å rive ned. Hindringer for et godt samarbeid kan blant annet bero på konkurranse, personlige konflikter, tidligere dårlige erfaringer, urealistiske forventninger, lite kunnskap om hverandre, lite samhandlingskompetanse generelt, begrensede tilbakemeldinger, for lav prioritet i ledelsen, og ikke minst manglende tillit til at «de andre» ønsker det beste for alle som deltar i samarbeidet. For å overkomme slike hindringer er det viktig å ta tak i holdninger, kunnskapen og strukturene for samhandling.

Faktorer som bidrar til vellykket samhandling er blant annet regelmessige møter, klar ansvarsfordeling av oppgaver, oppfølging fra ledelsen og riktig kompetanse.

Det finnes kurs som tilbyr kompetanse innen samhandling, men ofte er det selve praktiseringen som fører til økt kompetanse. For å øke denne praktiseringen i en kommune er det viktig hvordan ledelsen oppmuntrer og legger til rette for samhandling og samarbeid. Forankring i både administrativ og politisk ledelse er kritiske områder for å lykkes med samarbeid og koordinering, og for å få forankret samhandlingsrutiner må man opprettholde fokus på at samhandling er viktig. Det må en innsats til på system- og funksjonsnivå, og ledelsen bør ha klare forventninger og krav til at samhandling skal finne sted. God støtte fra ledelsen fungerer gjerne som motivasjon for mange ansatte, så her er det viktig at de ansatte følges opp tilstrekkelig.

Faste rutiner for samarbeidsmøter ansees nødvendig for å forankre samhandling når det ikke eksisterer naturlige møteplasser. Dette bidrar til at relasjonene blir tettere, og det gjør det lettere å avklare roller og rammebetingelser, samt at uenigheter kan diskuteres. Dette kan også lettere forhindre at én negativ erfaring får ødelegge for det videre samarbeidet.

I en presset hverdag kan det være vanskelig å prioritere møtene/fellesarenaene hvis ikke rammene er formalisert. Særlig kommuneansatte (ikke i førstelinjetjenesten) kunne føle at det var for mange møter, og at de ofte ikke var hensiktsmessige nok.

Man må også få avklart de økonomiske rammene – hvem skal betale for hva, og hvordan skal tildelte midler fordeles – basert på ryddige beslutningsprosesser. I alle kommunene har man opplevd prosjekter som ikke har blitt ordentlig forankret, at det har kommet lite konkret ut av noe som man har brukt tid og energi på, og/eller som har smuldret opp etter endt prosjekttid. Dette oppleves naturlig nok som frustrerende og demotiverende for alle parter. Ved regelmessige møter kan man diskutere og lære for å gjøre det enda bedre neste gang. Samtidig har kommunene ofte flere parallelle prosjekter gående, noe som kan gjøre det problematisk å skille ut hva som er resultat fra hvilke prosesser.

Med sterkt fokus på samhandling er det større sjanse for å lykkes. Uten dette fokuset kan intensjoner lett smuldre bort. Det er lett å forvente at god samhandling oppstår automatisk, og at prosjekter dermed blir godt gjennomført. Og hvis det ikke går, så blir håpløsheten ved samarbeidet kritisert, istedenfor å ta tak i utfordringene og endre

prosessen. Det ligger en utfordring i å skape konstruktive møter, og det kan ta litt tid før man lykkes.

Vellykket samhandling bygges på de personlige relasjonene som blir skapt, og det er hensiktsmessig å bruke tid på å bli kjent med hverandre innenfor hver samarbeidskonstellasjon. Studier viser at i de tilfellene der samarbeidsparter karakteriserer samarbeidet som godt, har de involverte brukt lang tid på å bli kjent med hverandre. Det at man har et ansikt å forholde seg til, oppleves som viktig. Å føle seg delaktig og inkludert i prosessen er en forutsetning for å ta fullt ansvar for det man blir enige om (Winsvold 2010). For å kunne samhandle og etablere gode relasjoner er det viktig at man inkluderer hverandre og gir ordentlige tilbakemeldinger til hverandre. Videre er det viktig at man følger opp det som har blitt sagt. Her har de som jobber med bygde-/næringsutvikling en viktig rolle ved å bygge opp under kommunikasjon og tillit.

Like viktig som det er å ta inn relevante personer, er det å kunne sile ut dem som ikke tilfører prosessen noe positivt. Møter kan føles meningsløse i begynnelsen, og det må sees på som en prosess for å skape relasjoner og å oppnå plattform hvor felles identitet og vi-følelse kan oppstå. Særlig vi-følelsen er viktig å bygge opp under når man skal stimulere til økt regional samhandling. Man må komme over de barrierene som *oss og dem*-tankegangen medfører, blant annet gjennom å skape en felles forståelse og en ydmykhet overfor forskjeller og ulike ståsted, samt gjensidig respekt for at man forvalter ulik kunnskap og erfaring, og dets betydning for prosessen. Dette er faktorer som påvirker hvordan man opplever samarbeidet, og er viktig å ta hensyn til.

Det er mange lojalitetshensyn å ta. Lojaliteten til sin egen kommune er viktig, da man stiller som representant for denne, samtidig som denne lojalitetsfølelsen kan og bør utvides gjennom samhandling for regionen. Dette skjer gjennom at man etablerer relasjoner, og at man får en felles forståelse og følelse av at man er i et team. Det vil si at man utvider sitt arbeidsfelt til å omfatte flere, at vi'et blir større. Denne vi-følelsen er helt vesentlig for samhandlingsmotivasjonen.

Andre undersøkelser har vist at utestengelse fra nødvendig informasjon er svært negativt for samarbeidet. Det er et tolkningsspørsmål om hvor mye informasjon det er nødvendig å utveksle. For liten tillit kan oppstå når de du samarbeider med ikke gir fullstendig og nødvendig informasjon, og at man ikke følger opp det man avtaler. Vareide (2018: 210-212) peker på at tillit mellom samarbeidspartnere er noe av det mest avgjørende for å få til vekst i en region; kommunene må ha tillit til hverandre, og stole på at dem de samarbeider med evner å tenke som et team, og at også de ser nødvendigheten av å utvikle hele regionen. Der det er stor grad av tillit, er det mye enklere å operere og navigere og man kan unngå å bruke tid og ressurser på formaliteter, bearbeiding av motarbeidelse og mistenksomhet. Vareide (2018) poengterer hvordan tillit mellom politikere og tillit mellom politikere og administrasjon er helt nødvendig for å skape vekst. Næringslivet som berøres må ha også ha tillit til sine partnere. Tilliten varierer både hos bedriftene og næringsforeningene, og graden av tillit

påvirker graden av samarbeid. Et godt samarbeid gir flere muligheter som igjen gir flere lokale, og gjerne regionale, ringvirkninger – og man kan få større innflytelse på lokal næringspolitikk, som igjen vil kunne bedre betingelsene for å drive næring på stedet. Tillitsforholdet mellom kommunen og næringslivet er kanskje likevel den viktigste relasjonen når vi snakker om vekst på stedsnivå. Uten tillit her vil det være meget vanskelig å få til en vellykket næringsstrategi. Samtidig viser undersøkelser at næringslivet ganske ofte har liten tillit til kommunen. Dette varierer en god del mellom kommunene, men relativt mange fra næringslivet i Ranaregionen føler at kommunene følger for lite opp, og ikke i stor nok grad er med på å tilrettelegge for dem. Her er det et forbedringspotensial. Videre er det også viktig å legge til rette for kommunikasjonskanaler og kontaktpunkter mellom kommunen og innbyggerne. Folkemøter og gjestebud er måter man kan løse dette på. Samtidig er slike initiativ meget viktig å følge opp i ettertid.

Samlet sett så er optimismen og ønsket om å få til en god regional samhandling sterk blant de som er engasjert i arbeidet, noe som er et meget viktig utgangspunkt for å lykkes.

Referanser

Angell E., Grimsrud G.M. (2017) Småkommuners nytte av regionalt samarbeid om næringsutvikling og næringsrettet samfunnsutvikling. Uni Research Rokkansenteret Rapport 5 – 2017

Farstad, M., S. Frisvoll og L. Rønning (2014): Vertskommune med felles folkevalgt nemnd i Værnesregionen: Administrativ og faglig styring. Rapport 5/14. Norsk senter for bygdeforskning.

Frisvoll, S. (2018) Kommunereformen. Tabu og kontrovers. Samtiden. 01/2018.

Frisvoll, S. & R. Almås (2004): Kommunestruktur mellom fornuft og følelser. Betydningen av identitet og tilhørighet i spørsmål om kommunesammenslutning. Rapport 5/04. Norsk senter for bygdeforskning, Trondheim.

Frisvoll, S., A. Gjertsen, M. Farstad, og R. M. Sivertsvik (2017). Evaluering av styring og ledelse i Værnesregionen. Hvordan organisere styring og ledelse i vertskommunesamarbeid? Rapport 2/2017. Ruralis – Institutt for rural- og regionalforskning. Trondheim

Frisvoll, S., O. Storstad, M. Villa, B. E. Flø, R. Almås (2015). Kommunereformen og øykommuner uten landfast forbindelse. Rapport 1/2015. Ruralis Institutt for rural- og regionalforskning [Bygdeforskning], Trondheim.

Grunfelder, J., L. Rispling, G. Norlén (2018). State of the Nordic Region 2018. Nordregion, Stockholm.

Jacobsen, D. I. (2014). Interkommunalt samarbeid i Norge. Former, funksjoner og effekter. Bergen: Fagbokforlaget.

Leknes, E., A. Gjertsen, A. K. Tennås Holmen, B. Lindeløv, J. Aars, I. Sletnes, og A. Røiseland (2013). Interkommunalt samarbeid. Konsekvenser, muligheter og utfordringer. Rapport IRIS – 2013/008. IRIS, Stavanger

Nordland Fylkeskommune (2013) Fylkesplan for Nordland 2013 – 2025. Regional Plan Prop. 96 S (2016–2017)) Endringer i kommunestrukturen. Kommunal- og moderniseringsdepartementet, Oslo.

Rana utviklingselskap (2015). Søknad – Byregion fase 2. Hentet fra https://48vlp12642pa30ejq72t9ozh-wpengine.netdna-ssl.com/wpcontent/uploads/2015/06/F2_soknad_Ranaregionen.pdf (5.11.2018).

Rana utviklingselskap (2016) Utviklingsprogram for byregioner – fase 2: Rapportering per 15-02-2016. Hentet fra: <https://48vlp12642pa30ejq72t9ozh-wpengine.netdnassl.com/wp-content/uploads/2016/02/Ranaregionen-Utviklingsprogram-forbyregioner.pdf> (5.11.2018).

Rana utviklingselskap (2018). Anmodning om utbetaling. Sluttrapportering BYREG fase 2 Ranaregionen.

Sand R., Carlsson E., Røhnebæk M., Andersen T. (2015). Samfunnsanalysen av Ranaregionen. Trøndelag Forskning og Utvikling. (Rapport 2015:4)

Statistisk sentralbyrå (2017). Tettsteder. Folkemengde og areal, etter kommune 1.januar 2017. Hentet fra: <https://www.ssb.no/befteft> (12.11.2018).

Statistisk sentralbyrå (2018). Befolkningsendringer i kommunana i siste kvartal. Hentet fra: <https://www.ssb.no/befolkning/statistikker/folkemengde> (12.11.2018).

Statens vegvesen (2017) Fv. Bustneslia Rana kommune. Forprosjekt. Hentet fra: <https://www.vegvesen.no/Fylkesveg/fv12bustneslia/dokumenter> (11.11.2018).

Stensland, S., Fossgard, K., Hansen, B.B., Fredman, P., Morken, I.-B., Thyrrestrup, G. & Haukeland, J.V. 2018. Naturbaserte reiselivsbedrifter i Norge. Statusoversikt, resultater og metode fra en nasjonal spørreundersøkelse. - MINA fagrapport 52.

Vareide, Knut (2018) Hvorfor vokser steder. Telemarksforskning / Cappelen Damm Akademisk

Vinsand, G. og I. Eidset (2016). Landsomfattende rådmannsundersøkelse om kommunereformen. NIVI-rapport 2016:5, NVI Analyse, Oslo.

Vinsand, G. og V. S. Flatval (2016). Dokumentasjon av dagens kommuneinndeling med vekt på geografiske typeproblemer 2016. NIVI Rapport 2016:4, Oslo.

Vinsand, G. og M. Langset (2016). Status for interkommunalt samarbeid. NIVI-rapport 2016:3. NIVI-rapport 2016:5, NVI Analyse, Oslo.

Winsvold, A. (2011) Evaluering av prosjektet: Sammen for barn og unge bedre samordning av tjenester til utsatte barn og unge. NOVA Rapport 18/11

Nettsider:

BIOTOUR (2018) www.nmbu.no/biotour)

Vedlegg 1

Spørreskjema – Samhandling mellom omlandskommunene Lurøy, Nesna, Hemnes og regionsenteret Mo i Rana

Bruk av omlandskommuner

Vi vil nå stille deg noen spørsmål om Ranaregionen og ditt forhold til dine nabokommuner. Med Ranaregionen menes kommunene Rana, Hemnes, Lurøy og Nesna.

1. Er du yrkesaktiv, og i hvilken kommune jobber du? (IKKE LES SVARALTERNATIVER)

- a) Ja, Rana
- b) Ja, Hemnes
- c) Ja, Lurøy
- d) Ja, Nesna
- e) Ja, annet
- f) Nei/Ikke yrkesaktiv
- g) Ønsker ikke å svare

Besøk siste 12 måneder

LES: Nå kommer noen spørsmål knyttet til dine besøk i andre kommuner i Ranaregionen i løpet av de siste 12 månedene.

2. I løpet av de siste 12 månedene, hvor ofte har du reist ut til følgende kommuner i reiser utenom jobbsammenheng:

- a) Rana,
- b) Hemnes,
- c) Lurøy
- d) Nesna

Svaralt. IKKE LES

- a) Én til flere ganger i uken
- b) Én til flere ganger i måneden
- c) Én til flere ganger i halvåret
- d) Én til flere ganger i året
- e) Sjeldnere eller aldri

FILTER: DERSOM «e) Sjeldnere eller aldri» → Hopp til spørsmål 7.

3. I løpet av dine besøk i de andre kommunene i Ranaregionen de siste 12 månedene, hvilke tilbud og aktiviteter har du benyttet under et typisk besøk i sommerhalvåret? (IKKE LES SVARALTERNATIVER)

- a) Musikk- og kulturarrangement
- b) Friluftsområder og turstier
- c) Jakt og fiske
- d) Handel- og servicetilbud
- e) Besøke familie
- f) Egne barns aktiviteter
- g) Kino / badeland
- h) Offentlige tjenestetilbud som lege tannlege og lignende
- i) Kafe / restauranter
- j) Overnattingstilbud som hotell, pensjonat og Dnt Hytte
- k) Idrettsarrangement
- l) Annet (spesifiser)

4. Og hvilke tilbud og aktiviteter har du benyttet under et typisk besøk i vinterhalvåret? (LES SVARALTERNATIVER)

- a) Musikk- og kulturarrangement
- b) Friluftsområder og turstier
- c) Alpinanlegg
- d) Skiløyper
- e) Snøscooter
- f) Jakt og fiske
- g) Handel- og servicetilbud
- h) Besøke familie

- i) Egne barns aktiviteter
- j) Kino / badeland
- k) Offentlige tjenestetilbud som lege tannlege og lignende
- l) Kafe / restauranter
- m) Overnattingstilbud som hotell og pensjonat
- n) Idrettsarrangement
- o) Annet (spesifiser)

**5. Ut i fra tilbudene og aktivitetene du selv har benyttet, hvor tilfreds er du med de tilbud og aktiviteter i nabokommunene? (OBS ut i fra tidligere spørsmål)
Svar på en skala fra 1 til 5 hvor 1 = Svært lite tilfreds og 5 = Svært tilfreds.**

- a) Musikk- og kulturarrangement
- b) Friluftsområder og turstier
- c) Alpinanlegg
- d) Skiløype
- e) Snøscooter
- f) Jakt og fiske
- g) Handel- og servicetilbud
- h) Besøke familie
- i) Egne barns aktiviteter
- j) Kino / badeland
- k) Offentlige tjenestetilbud som lege tannlege og lignende
- l) Kafe / restauranter
- m) Overnattingstilbud som hotell og pensjonat
- n) Idrettsarrangement
- o) Annet (spesifiser)

6. Hva skal til for å øke bruken / lettet bruken (generelt grunnlag)?

- a) Åpningstider
- b) Parkeringsmuligheter
- c) Informasjon om tilbud
- d) Bedre overnattingsmuligheter
- e) Andre tilbud..

Attraktivitet

7. På en skala fra 1 til 5, hvor 1 = svært misfornøyd og 5 = svært fornøyd, hvor fornøyd er du med ...

- a) ... tilbudet av butikker i Mo i Rana?
- b) ... det offentlige helse- og velferdstilbudet i regionen?
- c) ... åpningstider for butikker,
- d) ... åpningstider off. tjenestetilbud,
- e) ... parkering,
- f) ... informasjon om tilbud
- g) ... underholdning
- h) ... Annet

Så noen spørsmål om samarbeidet mellom kommunene i Ranaregionen.

Bruk av hytte/fritidsbolig

8. Disponerer du, eller noen i din husholdning, en eller flere fritidsboliger eller hytter i noen av disse kommunene? Eller stasjonert campingvogn», bobil, båt for overnatting, leilighet som hytte i Mo i Rana

- a) Ja
- b) Nei

FILTER: HVIS a) Ja

9. I hvilken kommune ligger hytta fritidsboligen (flere alternativer mulige) (IKKE LES SVARALTERNATIVER) Kryss av flere kommuner hvis dere har flere fritidsboligmuligheter

- a. Rana
- b. Hemnes
- c. Lurøy
- d. Nesna
- e. Annet (GÅ TIL BAKGRUNN)

Viktig å spesifisere nedenfor hvilken hytte / fritidsbolig man referer til

10. Hvor ofte bruker du hytta / fritidsboligene som du benytter mest?

- a) Én gang i uken eller oftere
- b) Én til flere ganger i måneden
- c) 2-6 ganger i året
- d) En gang i året eller sjeldnere

11. Hvor fornøyd er du med følgende lokale tilbud når du er i fritidsboligen?

Oppgi svaret på en skala fra 1 til 5, der 1 er svært misfornøyd og 5 er svært fornøyd.

- a) Handel og servicetilbud
- b) Badetilbud
- c) Friluftsmuligheter
- d) Vei
- e) Internett
- f) Kommunale tjenester som helse, vann og avløp, strøm og renovasjon.
- g) Andre lokale tilbud

12. På en skala fra 1 til 5 hvor interessert er du i å bruke penger på (1 = ikke interessert og 5 = veldig interessert)

- a) stier,
- b) kart,
- c) betalt guiding,
- d) sykkelstier,
- e) lokalmat,
- f) ulike tilbud barneaktiviteter
- g) leie av sportsutstyr
- h) Eventuelt andre tilbud som vi ikke har nevnt

13. Hva avgjør hvor du handler når du skal til hytta / fritidsboligen? (MULTI ikke les).

- a) Åpningstider
- b) Tilbudet
- c) Tilgjengelighet

- d) Pris
- e) Kortreist / lokal mat
- f) Enkelt å frakte

(eksempel: mat / byggevarer / drivstoff/båtrekvisita)

14. Har du brukt følgende lokale tjenester i forbindelse med hytta / fritidsboligen? (ja og nei)

- a) Vaktmestertjeneste
- b) Byggefirma eller entreprenør
- c) Snørydding
- d) Elektriker eller rørlegger
- e) Småbåthavn eller båtlagringsplass
- f) Andre lokale tjenester
- g) Ville benyttet flere hvis tilgjengelig

15. I kommunen der du har hytte, har du opplevd konflikt knyttet til næringsvirksomhet? (IKKE LES SVARALTERNATIVER)

- a) Ja (spesifiser)
- b) Nei
- c) Vet ikke

Avsluttende refleksjoner, kort kommentarer? ... FILTER

SLUTT.

Bakgrunn

16. Hvor mange personer, inkludert deg selv, finnes det i din husstand? (Ikke les)

- a) 1 person
- b) 2 personer
- c) 3 personer
- d) 4 personer
- e) 5 eller flere personer

FILTER: Ikke hvis a)

17. Hvor mange av disse er under 16 år? (IKKE LES SVARALTERNATIVER)

- a. 1 person
- b. 2 personer
- c. 3 personer
- d. 4 personer
- e. 5 eller flere personer

FILTER SLUTT.

18. Hva er din høyeste fullførte utdanning? (Ikke les)

- a. Grunnskole/folkeskole/realskole
- b. Videregående skole/gymnas (1-3 år etter grunnskole)
- c. Universitet/høyskole (1-3 år etter videregående skole)
- d. Universitet/høyskole (4 år eller mer etter videregående skole)

19. Hva er husstandens samlede brutto årsinntekt? (Ikke les)

- a. 0-100.000 NOK
- b. 100.001-200.000 NOK
- c. 200.001-300.000 NOK
- d. 300.001-400.000 NOK
- e. 400.001-500.000 NOK
- f. 500.001-600.000 NOK
- g. 600.001-700.000 NOK
- h. 700.001-800.000 NOK
- i. 800.001-900.000 NOK
- j. 900.001-1.000.000 NOK
- k. 1.000.001-1.100.000 NOK
- l. 1.100.001-1.200.000 NOK
- m. 1.200.001-1.300.000 NOK
- n. 1.300.001-1.400.000 NOK
- o. 1.400.001-1.500.000 NOK
- p. 1.500.001 NOK eller mer
- q. Vil ikke svare
- r. Vet ikke

ANNEN BAKGRUNNSINFORMASJON SOM SKAL REGISTRERES:

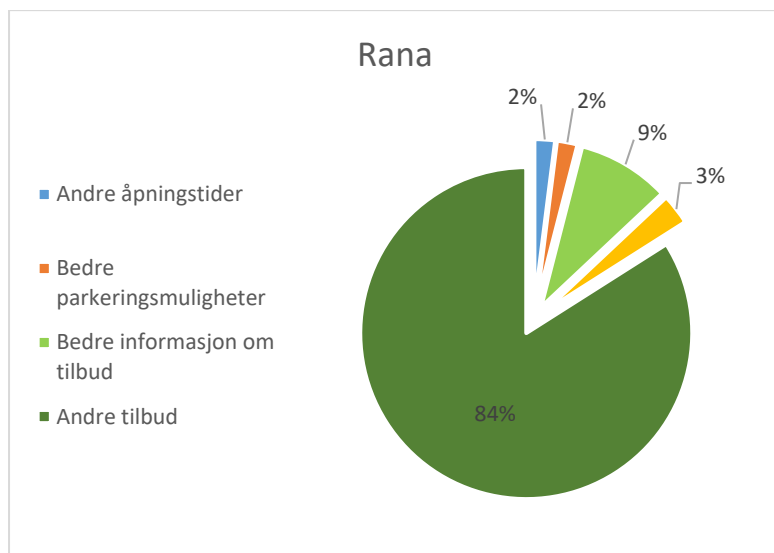
- **Postnummer**
- **Kommunenummer**
- **Kjønn** Mann Kvinne
- **Alder**

Hva skal til for at respondentene benytter seg av aktiviteter utenfor sin hjemkommune innad i regionen, evt. gjøre det enklere å oppsøke slike aktiviteter

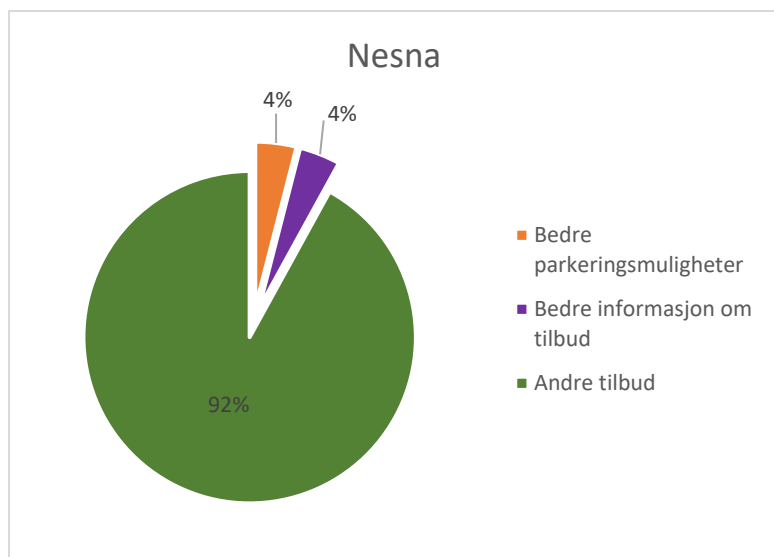
Vedlegg 2

Kommunevise svar på spørreskjemaet:

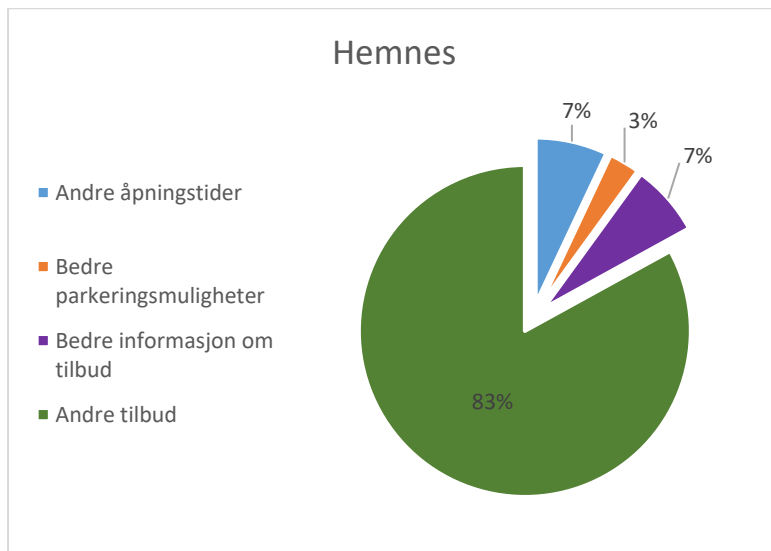
Hva skal til for at respondentene benytter seg av aktiviteter utenfor sin hjemkommune innad i regionen, evt. gjøre det enklere å oppsøke slike aktiviteter:



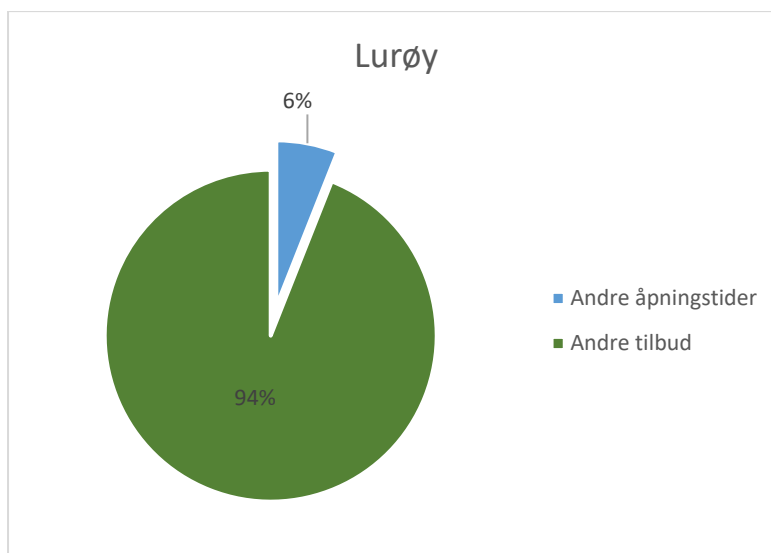
Rana kommune



Nesna kommune

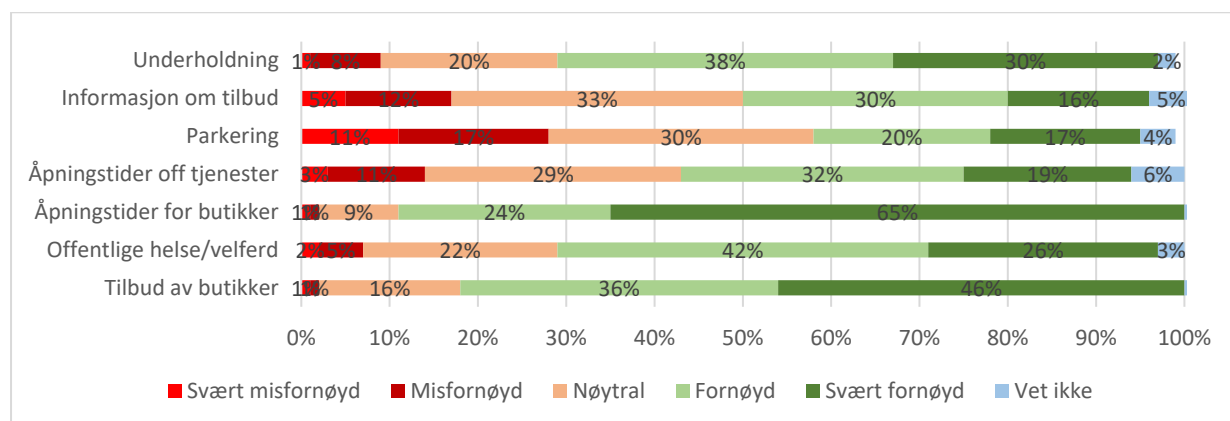


Hemnes kommune

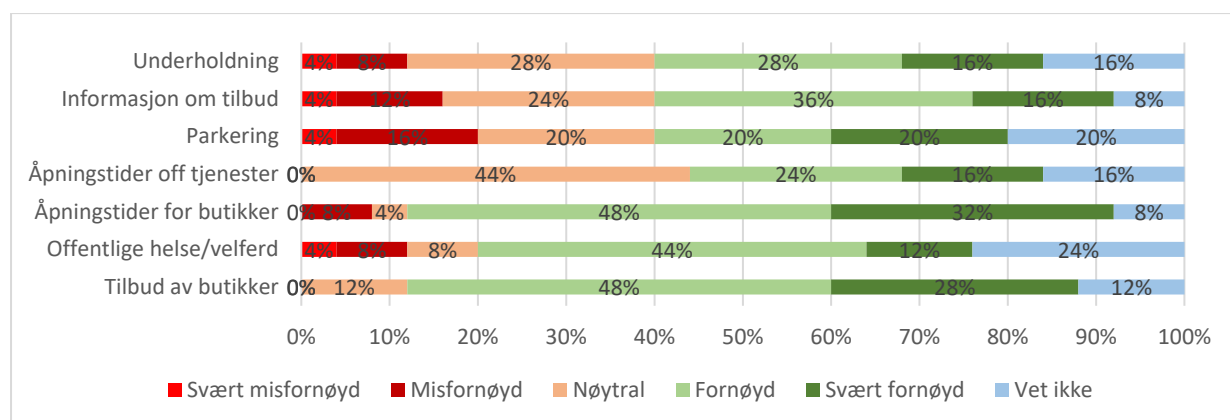


Lurøy kommune

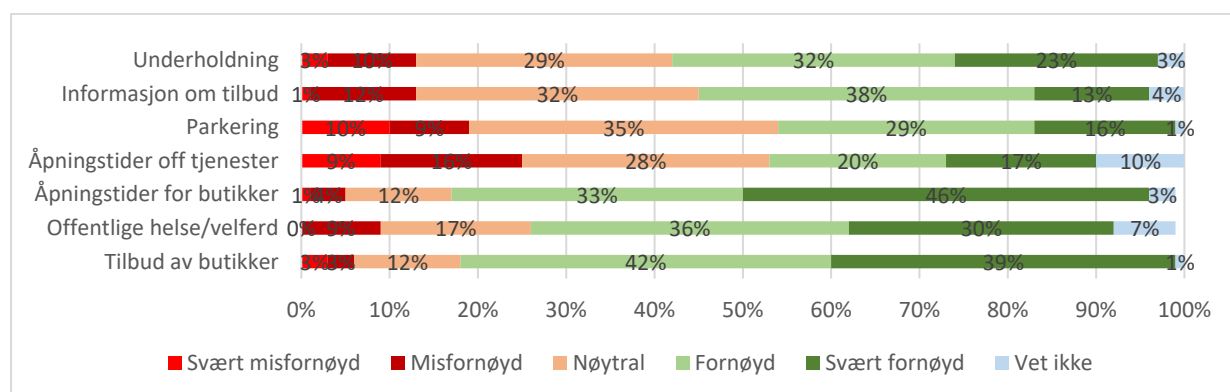
Hvor fornøyd er de med følgende forhold:



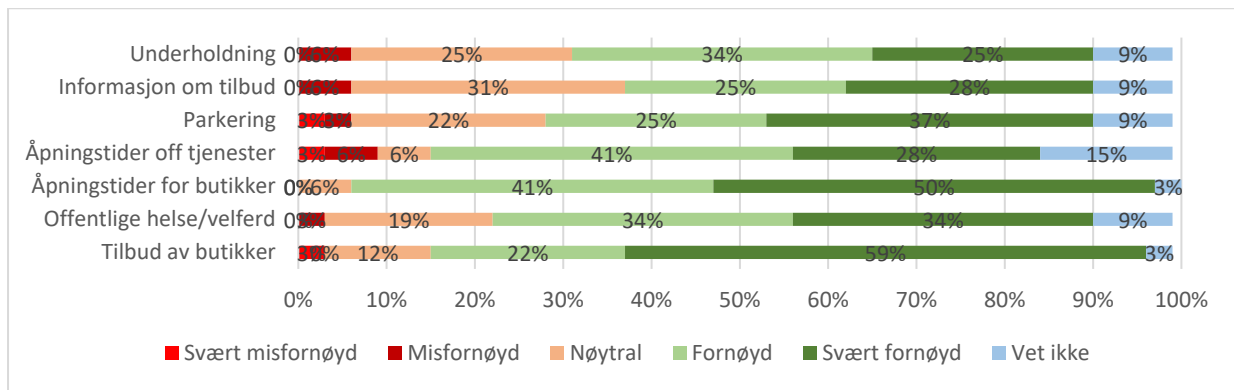
Rana kommune



Nesna kommune

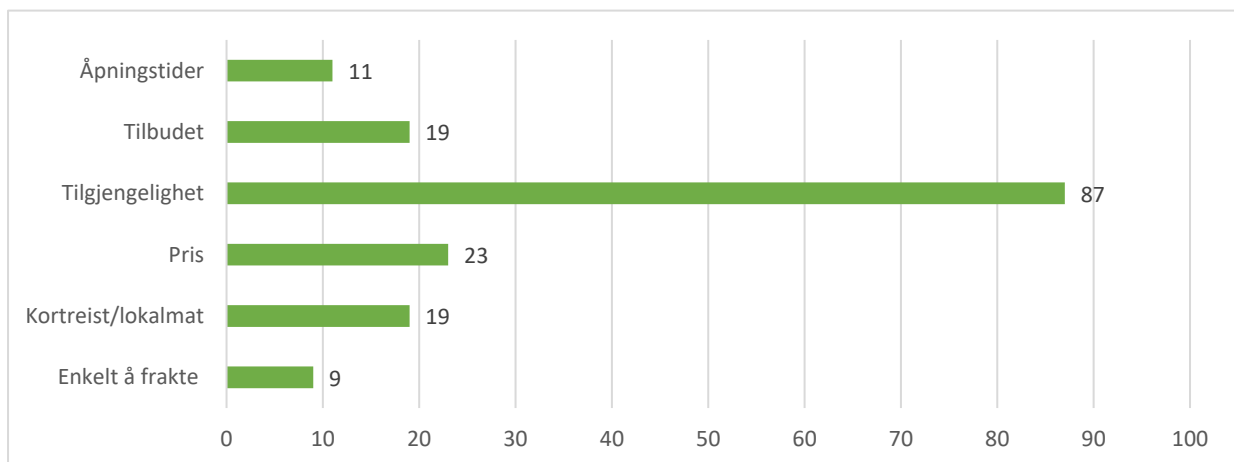


Hemnes kommune

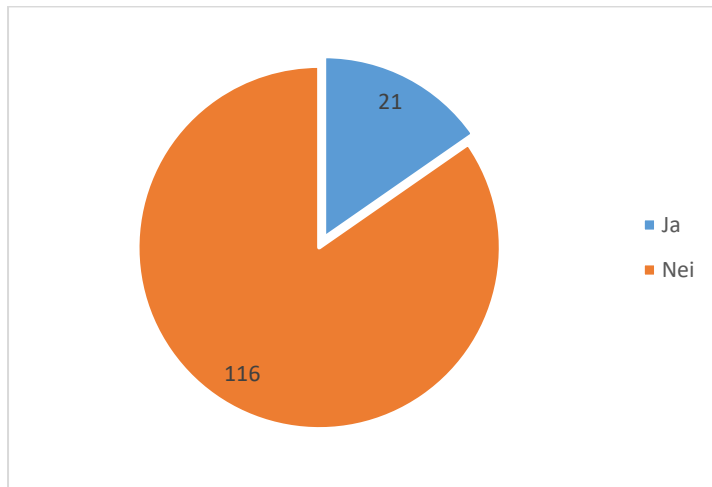


Lurøy kommune

Hva avgjør hvor de handler når de skal til hytta / fritidsboligen, **samlet sett for alle kommunene:**



I kommunen der de har hytte/ fritidsbolig, har de opplevd konflikt knyttet til næringsvirksomhet, **samlet sett for alle kommunene:**



Vedlegg 3

Overgripende spørsmål for semi-strukturerte intervjuer

«Samhandling mellom omlandskommunene Lurøy, Nesna, Hemnes og regionsenteret Mo i Rana» – kvalitativ og kvantitativ analyse.

Generelle overgripende spørsmål:

- Hvilke utfordringer og muligheter ser du dere for både omlandet og regionsenteret?
- Hvordan ser dere på forholdet mellom omland og regionsenter? sterke og svake sider?
- Hvilke muligheter har du / din arbeidsgiver til å styrke lokal vekst?
- Hvilke felles strategiske utfordringer av betydning for vekstkraft og attraktivitet bør regionen ta tak i?
- Opplever dere at det finnes en felles plan for utvikling av Rana-regionen?
- Hva er fordelene med å samarbeide som region?
- hva slags konkrete fordeler har dere hatt av samarbeidet, hvis noen?
- hvordan kan du / din arbeidsgiver best tilrettelegge for et godt samarbeid?
- Hvem er deres nærmeste samarbeidspartner?
- Hvordan opplever der at det jobbes i regionen med å trygge og utvikle dagens virksomheter, samt bidra til at flere velger å etablere seg i regionen? (noen mer aktuelle for enn andre)
- Hvordan opplever der at man oppmuntrer og utnytter komplementerende virksomheter i kommunen / i regionen?

-Hvilke utviklingstiltak bør kommuner og næringsliv prioritere å jobbe videre med

Erfaringer med rekruttering til regionen, hvordan jobber man med å tiltrekke seg yngre med fagkunnskap som er interessert å bosette seg, hvordan kan man jobbe med dette mest effektivt?

--- Ekstra spørsmål Regionråd

-Hva er Regionrådets mandat, ansvar, ressurser og strategier.

Hva slags rolle kan Regionrådet inneha for å øke samspill?

-finne gode strategier for vekst og næringsutvikling?

-Hvilke felles utviklingstiltak har man gjennomført?

-Hvilke felles satsinger kan man med fordel utvikle?

-Hva tenker man om hvordan man har fordelt ansvar og roller?

-Hvordan jobber man nå med lobbyvirksomhet og felles strategier?

-Hvilke felles satsinger på høringer samt utøvet politisk og massemedialt press?

-Hvilke samarbeidsarenaer som finnes for dette, samt hvordan foregår beslutningsprosessene her? hvilke nettverk benyttes og hvordan øke deltagelsen i disse?

Hvordan når man ut med felles satsinger og informasjon om verdiskaping

-For regionen er det viktig at det legges noen politiske føringer for å fremme vekst og attraktivitet, hvordan jobber regionen med dette og hvilke kanaler viser seg å være mest effektive?

---Ekstra spørsmål Næringsfora

-Hvordan opplever de at kommunene støtter opp under vekst og utvikling?

-Konkrete tiltak?

-Forutsetninger for å lykkes?

-Hvilke felles utviklingstiltak har man gjennomført?

-Hvilke felles satsinger kan man med fordel utvikle?

-Hva tenker man om hvordan man har fordelt ansvar og roller?

-Hvordan jobber man nå med lobbyvirksomhet og felles strategier?

-Hvilke felles satsinger på høringer samt utøvet politisk og massemedialt press?

-Hvilke samarbeidsarenaer som finnes for dette, samt hvordan foregår beslutningsprosessene her? hvilke nettverk benyttes og hvordan øke deltagelsen i disse?

Hvordan når man ut med felles satsinger og informasjon om verdiskaping

---Ekstra spørsmål Kommuner:

- Innenfor hvilke områder og i hvilket omfang samarbeider kommunene med hverandre,

-På hvilken måte tilrettelegger din kommune for befolkning, hytteeiere lokalt næringsliv?

-Opplever du at kommunen har kapasitet og kompetanse til å tilrettelegge for befolkning, hytteeiere og næringsliv?

-Hvordan jobber kommunen med entreprenører?
Konkret hjelp.

-Hvilke felles utviklingstiltak har man gjennomført?

-Hvilke felles satsinger kan man med fordel utvikle?

-Hva tenker man om hvordan man har fordelt ansvar og roller?

-Hvordan jobber man nå med lobbyvirksomhet og felles strategier?

-Hvilke felles satsinger på høringer samt utøvet politisk og massemedialt press?

-Hvilke samarbeidsarenaer som finnes for dette, samt hvordan foregår beslutningsprosessene her? hvilke nettverk benyttes og hvordan øke deltagelsen i disse?

Hvordan når man ut med felles satsinger og informasjon om verdiskaping

For de som har erfaring med Byregionprogrammet

-Hva slags betydning har Byregionprogrammet hatt frem til nå, hvilke tiltak har blitt satt i gang og hvordan har det fungert, hva er det som har gjort at det har fungert?

-Hva slags rutiner for samhandling har blitt etablert, hvem har ansvar for å følge opp disse rutinene?

- Hvordan opplever du eventuelt gjennomføringen av nyetablerte samhandlingsrutiner?

-Hvilke samarbeidsarenaer finnes?

-Opplever dere at disse er hensiktsmessige, i så fall på hvilken måte?

-For regionen er det viktig at det legges noen politiske føringer for å fremme vekst og attraktivitet, hvordan jobber regionen med dette og hvilke kanaler viser seg å være mest effektive?

FORMÅL

RURALIS - Institutt for rural- og regionalforskning skal gjennom fremragende samfunnsvitenskapelig forskning og forskningsbasert utviklingsarbeid gi kunnskap og idéer for allmenheten, privat næringsliv, offentlig virksomhet og FoU-sektoren, og gjennom det bidra til å skape sosiokulturell, økonomisk og økologisk bærekraftig utvikling i og mellom bygd og by.

RURALIS skal være et nasjonalt senter for å utvikle og ta vare på en teoretisk og metodisk grunnleggende forskningskompetanse i flerfaglige bygdestudier, og fungere som et godt synlig knutepunkt for internasjonal ruralisosiologi.



Trondheim (hovedkontor):
Universitetssenteret Dragvoll
N-7491 Trondheim
73 82 01 60

Oslo:
Paleet, Karl Johans gate 41A (5 etg.)
N-0162 Oslo
913 32 277

post@ruralis.no
ruralis.no