



UiT Norges arktiske universitet

Institutt for samfunnsvitenskap

## **Attraktive næringssteder**

Et blikk hjem til industristedet Furuflaten

Jorid Nysted Grønvoll

Masteroppgave i samfunnsplanlegging og kulturforståelse – juni 2021



## Forord

Endelig leverer jeg min masteroppgave og for en spesiell reise det har vært. Et normalt semester etterfulgt av tre semester med pandemi, nedstengning på nedstengning, permittering fra jobb, eksamensskrivning i karantene, mye usikkerhet og restrukturering av planer.

Jeg vil starte med å takke informantene ved industrien på Furuflaten, som tok meg gjestfri imot og ga meg gode og utfyllende svar på mine spørsmål.

Tusen takk til min veileder Camilla Brattland, som har gitt god veiledning, støtte, og vist eksepsjonell pedagogisk evne i en svært usikker og rar tid.

Takk til gjengen i klassen, spesielt de som har fulgt meg gjennom fem år. Her fortjener også gjengen på lesehuset en stor takk, for mange kaffekopper, noen tårer og veldig mye latter.

En stor takk til Sigurd for å ha vært min største beundrer, men også min største kritiker.

Til sist, men ikke minst. Tusen takk til familien, som alltid er der med sin uvurderlige støtte.

## Sammendrag

Denne oppgaven retter søkelys mot hva som gjør steder i distriktet attraktiv for næringsliv og industri. Intensjonen med denne oppgaven er å bidra til feltet om samfunnsutvikling i distriktet. Studien er utført ved hjelp av kvalitativ forskningsdesign og analyseres ved bruk Telemarksforskningens programteori for attraktivitet, med innslag fra det relasjonelle stedsbegrepet for å analysere attraktiviteten ved kulturelle faktorer. Da stedsutviklingen synes å være avhengig av både næringsattraktivitet og bostedsattraktivitet, er det disse to stedlige dimensjonene for attraktivitet denne oppgaven studerer.

Caset for studien er industristedet Furufalten. Industrimiljøet som befinner seg her er interessant å studere da det har en lang historie og har utviklet seg til en næringsklynge med flere bedrifter blant annet innen høyteknologisk industri. Da Furufalten også er mitt hjemsted, har det gjennom prosjektet vært rettet oppmerksomhet til min posisjonering mellom at jeg står innenfor feltet med min lokale tilhørighet på samme tid som jeg skal studere feltet utenfra som forsker.

Analysen tar utgangspunkt i intervju med utvalg fra bedriftene ved industrien, som jeg utførte gjennom et feltarbeid på Furufalten. Funnen viser at det som oppleves som viktig for næringsattraktiviteten er sterkt knyttet til det som er viktig for bostedsattraktiviteten. Dette er spesielt faktorer tilknyttet rammevilkår. For næringsattraktiviteten viser det seg også å være spesielt attraktivt med en god samhandling med kommunen og at bedriften kan være tilknyttet et sterkt næringsnettverk på stedet.

# Innholdsfortegnelse

1	Introduksjon .....	1
1.1	Bakgrunn .....	2
1.2	Problemstilling og forskningsspørsmål .....	3
1.3	Oversikt over den videre framstillingen .....	4
2	Industri på små steder .....	5
2.1	Næringslivets betydning for attraktive lokalsamfunn og arbeidsmarkedsregioner .....	6
2.1.1	Omdømmebygging .....	13
2.1.2	Distriktssenteret .....	14
2.1.3	Oppsummering .....	16
2.2	Hvordan industrien på Furufلاتen tok form .....	17
3	Teoretisk grunnlag: attraktivitet, sted og industri .....	19
3.1	Kulturelle og organisatoriske faktorer .....	20
3.2	Attraktivitet .....	23
3.3	Stedets kultur: et relasjonelt stedsbegrep .....	27
3.4	Kjønnsdimensjoner i et attraktivitetsperspektiv .....	31
4	Metodologiske verktøy og refleksjoner .....	33
4.1	Feltarbeid i egen kultur .....	33
4.2	Min inngang til feltet .....	35
4.3	Sosiokulturelle stedsanalyser .....	37
4.4	Utvalgets informanter, intervju og etiske refleksjoner .....	38
4.5	Innhenting av informasjon .....	40
4.6	Deskriptiv statistikk .....	41
4.7	Ringvirkningskalkulatoren til DNB .....	41
4.8	Evaluering av data .....	43
5	Presentasjon av industristedet Furufлатen i Lyngen kommune .....	44
5.1	Lyngen kommune .....	44

5.1.1	Kommuneplanens samfunnsdel.....	49
5.1.2	Næringsplaner .....	52
5.2	Industribygda Furuflaten .....	54
5.3	Industrien på Furuflaten.....	57
5.3.1	Haplast AS.....	58
5.3.2	Cinderella Eco Solution AS .....	59
5.3.3	Akva-ren AS.....	60
6	Stedsattraktivitet for næringsliv og industri .....	62
6.1	Areal og bygninger .....	63
6.2	Infrastruktur tilknyttet vei.....	65
6.3	Ameniteter .....	67
6.4	Identitet og stedlig kultur.....	72
6.5	Omdømme .....	76
7	Oppsummering og avsluttende ord .....	79
	Referanseliste .....	82

## Tabelliste

Tabell 1 – Statistisk sentralbyrå sentralitetsindeks 2020 (tabell 07459) (NOU, 2020b, s. 22) ..	6
Tabell 2 – Folketallet i Lyngen kommune 2011-2021 (SSB, 2021c) .....	47
Tabell 3 – Mål og strategier, næring (Lyngen kommune, 2017, s. 13).....	50
Tabell 4 – Mål og strategier, bolig (Lyngen kommune, 2017, s. 14).....	51
Tabell 5 – Mål og strategier, samferdsel (Lyngen kommune, 2017, s. 16).....	52

## Figurliste

Figur 1 – Kommunens næringsutviklingsarbeid (Moen, 2011, s. 46).....	8
Figur 2 – Attraktivitetspyramide (Vareide et al., 2013, s. 0) .....	24
Figur 3 – Spesifikasjon av faktorer som har betydning for attraktivitet (Vareide et al., 2013, s. 13).....	26
Figur 4 – Folketallet i kommunene i Troms og Finnmark (Troms og Finnmark Fylkeskommune, 2021).....	44
Figur 5 – Kart over Lyngen kommune med Furufleten fremhevet (laget av Kristine Salvesen 2021).....	46
Figur 6 – Folkemengde etter kjønn og år, Lyngen kommune (SSB, 2021c) .....	47
Figur 7 – Befolkning etter alder og år, Lyngen kommune (SSB, 2021c) .....	48
Figur 8 – Furufleten fra Pollfjellet (kilde: Jorid Nysted Grønvoll).....	54
Figur 9 – Folkemengde etter grunnkrets og år, Furufleten (SSB, 2021b).....	55
Figur 10 – Folkemengde etter kjønn og år, Furufleten (SSB, 2021b).....	56
Figur 11 – Haplas AS, lokaler på Furufleten (kilde: Johannes Grønvoll).....	58
Figur 12 – Cinderella, lokaler på Furufleten (kilde: Johannes Grønvoll) .....	59
Figur 13 – Akva-Ren AS, lokaler på Furufleten (kilde: Johannes Grønvoll) .....	60





# 1 Introduksjon

Hva gjør distriktene attraktive for næringsliv og industri? Denne oppgaven undersøker viktigheten av lokalt næringsliv for samfunnsutviklingen i distriktet og retter søkelys mot faktorer som kan være med på å gjøre steder attraktive for det lokale næringslivet. Dette gjøres gjennom en studie av næringslivet og industrien på stedet Furuflyten.

Gjennom mitt studieforløp har min nysgjerrighet for samfunnsutvikling i distriktet blitt vekket, da distriktet står ovenfor andre utfordringer og behøver annen tilnærming til planarbeid enn byene. Jeg fant distriktsutvikling interessant til dels på bakgrunn av at jeg fullførte min bachelorgrad i samfunnsplanlegging og kulturforståelse på samme tid som dette fagfeltet viet mye oppmerksomhet til kompakt byutvikling og byutvikling generelt. At jeg har min bakgrunn fra en liten bygd i distriktet, var også med på å gjøre at jeg både gjennom bachelorstudiet og masterstudiet ofte rettet tematikken i fagene mot utfordringer for samfunnsutvikling i distriktet. Når jeg så skulle velge tema til min masteroppgave, var det dermed ingen tvil om at jeg også her ville sette tema til distriktet. I jakten på å finne stedet for min forskning, bestemte jeg meg i første omgang for å se til regionen Nord-Troms. Etter mange avveininger valgte jeg videre å avgrense dette til kommunen Lyngen og stedet Furuflyten. Dette er mitt hjemsted, som har årelange tradisjoner for industri. At Furuflyten er en industribygd, er noe som alltid har vært kjent også for meg som har vokst opp der. Derimot omfanget av dette aktive næringslivet, var meg ikke like bekjent før jeg i denne anledningen gikk inn for å studere det nærmere. Gjennom å se på historien om hvordan industrien på Furuflyten hadde sin oppstart og videre har utviklet seg til det industrimiljøet som befinner seg der i dag, har vist hvor sterk tradisjon og kultur for industri som finnes på stedet.

For å undersøke hva som gjør distriktene attraktive for næringsliv og industri har jeg tilnærmet meg attraktivitetsbegrepet ved å støtte meg til Telemarksforskningens programteori for attraktivitet. Da denne teorien ser attraktivitet gjennom at steder skal fremstå attraktive for å forbedre sin tiltrekningskraft og dermed fremme sin vekst, vill jeg her også støtte meg til begrepet samfunnsutvikling som har hatt tradisjon for å heller rette oppmerksomheten mot at steder skal utvikle seg til sterke samfunn og ikke bare vokse i størrelse. Da den stedlige kulturen synes å være viktig for næringslivet og industrien, vil jeg her også støtte meg til en relasjonell tilnærming til sted for å kunne undersøke den kulturen og identiteten i bedriftsmiljøet.

## 1.1 Bakgrunn

En stor utfordring i Nord-Norge er demografiutviklingen, med nedgående folketall og aldrende befolkning. Troms og Finnmark fylke hadde i 2020 en nedgang i folketallet på 0,5%, dette mens landet som helhet hadde en økning på 0,4%. (Statsforvalteren i Troms og Finnmark, 2021) Det skal likevel tas med i betraktningen at denne økningen i folketallet i Norge var en nedgang fra økningen i 2019 som var på 0,7%, med dette har ikke befolkningsveksten i landet vært så lav siden 2001. Distriktene i Nord-Norge har i lang tid vært utsatt for fraflytning og opplevd utfordringer med å holde et stabilt befolkningstall. Dette utviklingstrekket preget også i byen Tromsø som i 2019/2020 hadde lavere befolkningsøkning med tidvis nedgang. Det forekommer en sentralisering av befolkningen på landsbasis, der Nord-Norge står i en slik posisjon at til og med landsdelens største by Tromsø tidvis opplever utfordringer med fraflytting. På samme tid viser NAVs tall at Troms og Finnmark ligger blant de nederste på listen over arbeidsledighet blant fylkene i Norge. (NAV, 2020) Dette til tross for et ustabilt arbeidsmarked som følger av utfordringer tilknyttet Covid-19. Det lave tallet for arbeidsledige i landsdelen kan ha en sammenheng med at det er høy verdiskapning i Nord-Norge. Høy verdiskapning, lav arbeidsledighet og svak demografisk utvikling er med på å gjøre rekrutteringsarbeidet for næringslivet i distriktet utfordrende.

Sentraliseringen har åpenbart ført til en utvikling med befolkningsnedgang i distriktene. Sysselsettingsutviklingen i den offentlige sektoren har også medvirket til denne sentraliserende utviklingen da det i denne sektoren har blitt opprettet utelukkende flere stillinger i sentrale strøk. (NOU, 2020b) Den private sektoren er med på å skape ringvirkninger i samfunnet ved at den er viktig både for å øke sysselsetting, verdiskapning, skatteinntekter, konkurranse, tjenestetilbud, levende lokalsamfunn og bidra til velferdssamfunnet. For stor andel offentlige arbeidsplasser kan være med på å bremse samfunnsutviklingen. Et aktivt næringsliv med arbeidsplasser i den private sektoren er dermed viktig i alle regionene i landet.

I møte med demografi- og næringslivsutfordringene i distriktet har regjeringen utnevnt et eget distriktsdemografiutvalg og et distriktsnæringsutvalg. Disse utvalgene har levert hver sine utredninger (NOU), for å belyse samfunnsutviklingsutfordringene i distriktet. Her viser distriktsdemografiutvalgets utredning til at distriktene framover ikke burde sette seg mål om vekst, men heller å utvikle gode samfunn. (NOU, 2020a) I samme utredning viser de også til at arbeid er en mindre viktig faktor for tilflytting til distriktet. Derimot på steder der næringslivet allerede er i vekst og har behov for å rekruttere arbeidskraft, vil attraktiviteten av

disse arbeidsplassene være viktig for at bedriftene skal kunne utfylle sin mulige vekst. Her vil vekst i det lokale næringslivet kunne gi flere arbeidsplasser som kan tiltrekke seg arbeidskraft og befolkning. Det er likevel ikke tilstrekkelig at det lokale næringslivet har en positiv utvikling som fører til utvidelser og at de får behov for å søke etter arbeidskraft. «*For distriktskommuner der næringslivet har arbeidsplassvekst må imidlertid kommunene ofte skape bostedsattraktivitet for at denne veksten skal gi samfunnsutvikling og befolkningsvekst.*» (Onsager, 2019, s. 37-38) Dermed er det ikke tilstrekkelig med næringsattraktivitet for å nå utviklingsmulighetene, men også bostedsattraktiviteten på stedet er viktig. Slik spiller tilretteleggingsarbeidet fra kommunen sin side en viktig rolle for utviklingsmulighetene i samfunnet. For små distriktskommuner med få ressurser, kan dette arbeidet by på utfordringer.

Lyngen kommune er et eksempel på en kommune som opplever demografiske utfordringer med fraflytning og aldrende befolkning. Denne kommunen har allerede et lokalt næringsliv innenfor flere næringer som for eksempel fiskeri, turisme og industri. Spesielt den sistnevnte næringen som hovedsakelig knytter seg til industrien ved næringslivet på Furuflaten, er en dominerende næring som opplever å være i vekst i kommunen. Ved næringslivet på Furuflaten ligger flere bedrifter, både av nyere etableringer og av de med opp over 60 års fartstid. Her sysselsettes mer enn 150 personer og hvor omsetningen totalt er på mer enn 300 millioner kroner. (Haplast AS, 2021) Det som er spesielt med næringslivet på Furuflaten er at industrien der har en lang historie som startet like etter andre verdenskrig innen byggevareindustri, fram til i dag hvor der befinner seg høyteknologisk industri.

## **1.2 Problemstilling og forskningsspørsmål**

Problemstilling: Hva gjør et sted attraktivt for næringsliv og industri?

For å besvare denne problemstillingen vil jeg se nærmere på tre faktorer som er med på å løfte attraktiviteten i distriktet; bosteds-, næringsattraktivitet og kultur. Her vil jeg undersøke både bedriftenes perspektiv på denne attraktiviteten og hvordan offentlige myndigheter arbeider for å øke attraktiviteten. Jeg har avgrenset oppgaven til stedet Furuflaten som allerede er kjent for å være attraktiv for industribedrifter. Problemstillingen ser både på hva som gjør et sted attraktivt for næringsliv og industri, da det i næringsmiljøet på Furuflaten befinner seg både industrinæringer og andre næringer som gir support til industrien.

*Forskningsspørsmål 1: Hvordan opplever bedriftene bosteds- og næringsattraktiviteten på Furuflaten?*

*Forskningsspørsmål 2: Hvordan kan kommunen legge til rette for næringsliv og industri?*

*Forskningsspørsmål 3: Hvilken rolle spiller kultur og lokale forhold for stedets attraktivitet for næringsliv og industri?*

For å besvare disse forskningsspørsmålene har jeg gått gjennom tidligere litteratur om Furuflaten, besøkt stedet og intervjuet tre bedrifter som er godt etablert og viktige for industrimiljøet på Furuflaten.

### **1.3 Oversikt over den videre framstillingen**

Kapittel 1, introduserer til oppgavens bakgrunn, tematikk, problemstilling og forskningsspørsmål.

Kapittel 2, viser oppgavens kontekst som er industri på små steder. Her presenteres en litteraturgjennomgang som er med på å danne et bakteppe for den videre framstillingen.

Kapittel 3, viser til den teoretiske tilnærmingen ved å i første omgang redegjøre for kulturelle og organisatoriske faktorer ved næringslivet, for deretter å vise til programteorien for attraktivitet. Deretter vises det til et relasjonelt stedsbegrep som benyttes ved tilnærmingen til bedriftenes kulturelle faktorer.

Kapittel 4, viser hvilken metodologisk tilnærming jeg har hatt til forskningen, setter meg i kontekst til forskningen og evaluerer forskningsopplegget som helhet.

Kapittel 5, presenterer stedet for forskningen ved først å vise til Lyngen kommune, deretter industristedet Furuflaten for så å presentere bedriftene som danner studiens utvalg.

Kapittel 6, danner analysen gjennom attraktivitetsfaktorene fra programteorien, som sammen skal være med på å belyse forskningsspørsmålene og videre besvare problemstillingen.

Kapittel 7, avslutter oppgaven med å gjøre en gjennomgang og belyse viktige funn. Her vil jeg også gjøre meg noen refleksjoner over det å ha skrevet denne oppgaven.

## 2 Industri på små steder

Utfordringer rundt samfunnsutvikling på små steder har hatt stor oppmerksomhet de siste årene, blant annet på bakgrunn av den ustabile distriktsutviklingen der fraflytting har vært et økende problem. Arbeidet med formål om å styrke lokalsamfunnene i distriktene, har vært sentrale tema i både i nasjonal-, regional- og lokalpolitikken. Det finnes mye forskning på feltet, med tilhørende bøker, artikler, rapporter og teorier.

Herunder vil jeg foreta en gjennomgang av noen sentrale bidrag til feltet med forskning og historie om næringsliv og lokalsamfunn, fra ulike rapporter og tiltak fra myndighetenes side og se disse i sammenheng med dette prosjektets kontekst. I første avsnitt gjennomgås NOUen «*Næringslivets betydning for levende og bærekraftige lokalsamfunn*», som bidrar til denne oppgaven med å sette tematikken til distriktene i hele Norge. Innledende vises det til deres definering av hva som er distrikt gjennom en sentralitetsindeks. Her vises det også til en oppsummering av situasjonsbildet i distriktene i dag og hvor næringslivet står i samfunnsutviklingen. Det vises også til kommunens rolle som tilrettelegger for næringslivet sammen med forskning på hvordan næringslivet opplever denne tilretteleggingen. Det vil også bli foretatt en gjennomgang av NOUen «*Det handler om Norge – bærekraft i hele landet*», som tilfører forskning tilknyttet distriktenes demografiske utfordringer. Heretter gjennomgås forskningsrapporten «*Attraktive lokalsamfunn og arbeidsmarkedsregioner i Nord-Norge*», som bidrar til denne oppgaven med å sette tematikken til Nord-Norge og videre i noen grad til regionen Nord-Troms. Her vises viktigheten av at samfunnsutviklingen ikke vil nå tilstrekkelig effekt av å se næringsattraktiviteten alene, men at bostedsattraktiviteten også må gis oppmerksomhet. Da steders attraktivitet de siste årene har blitt viet mye oppmerksomhet gjennom omdømmebygging, vil det også vises til mitt bachelorprosjekt som studerte et omdømmeprosjekt i Nord-Troms. Det presenteres også noen bidrag fra Distriktssenteret, der det første er et pågående prosjekt som skal styrke samhandlingen mellom kommunens planarbeid og samfunnsutvikling. Det andre bidraget viser næringslivets betydning for stedsutvikling, der det argumenteres for at skillet mellom næringsutvikling og samfunnsutvikling har blitt mindre. Her løftes også tilknytningen mellom stedsutvikling og boligutvikling fram, der det blir sett på næringslivets betydning for boligutviklingen.

I siste avsnitt gjennomgås litteratur som kan si noe om de historiske faktorene som kan ha vært med på å påvirke til utviklingen av industrien på Furufleten. I første omgang i generelle historiske trekk gjennom bidrag fra Knut Onsager og deretter spesielt om Furufleten gjennom bidraget fra Paul Pedersen og Laila Lanes.

## 2.1 Næringslivets betydning for attraktive lokalsamfunn og arbeidsmarkedsregioner

Den offentlige utredningen «*Næringslivets betydning for levende og bærekraftige lokalsamfunn*» er et svar på stortingsmeldingen fra 2019 med navnet «*Levende lokalsamfunn for fremtiden – Distriktsmeldingen*». Utredningen ble levert i oktober 2020 av regjeringens utnevnte distriktnæringsutvalg. Målet for denne utredningen var å vise næringslivets betydning for å nå distriktpolitiske mål. Dette blant annet gjennom å fremheve hva som er god regional og lokal næringspolitikk og hva som er med på å påvirke lønnsom næringsvirksomhet i distriktet. I denne gjennomgangen vil jeg i hovedsak rette søkelys mot lokalpolitikken.

Begrepet distrikt brukes i en rekke sammenhenger for forskjellige områder med ulik grad av sentralitet. Utredningen benytter seg av Statistisk sentralbyrå sin sentralitetsindeks for å definere hva som menes med distrikter. I denne indeksen rangeres alle kommuner fra 0 til 1000 beregnet etter befolkningens tilgang til arbeidsplasser, tilgang til private og offentlige tjenester og avstanden til disse. Deretter grupperes disse indeksene igjen inn fra 1-6 der 1 er de mest sentrale kommuner som Oslo og næromlandskommuner og 6 er de minst sentrale kommunene. Denne inndelingen er vist i tabellen under hentet fra den offentlige utredningen.

Sentralitet	Antall kommuner	Befolkning 1.1.2020	Minste kommune (antall innbyggere)	Største kommune (antall innbyggere)	Antall sysselsatte 4. kvartal 2019	Andel av befolkningen	Andel av sysselsettingen	Typiske kommuner innenfor sentralitetsnivået
1 – mest sentral	6	1 026 486	18 530	693 494	655 863	19,1 %	24,4 %	Oslo og nære omlandskommuner
2	19	1 363 366	6 890	283 929	714 220	25,4 %	26,5 %	Storbykommuner og byomlandskommuner
3	51	1 364 123	3 805	111 633	614 842	25,4 %	22,8 %	Mellomstore bykommuner og byomland
4	71	878 734	2 340	42 186	374 404	16,4 %	13,9 %	Småbykommuner og byomland
5	96	499 142	852	17 207	228 044	9,3 %	8,5 %	Småsenterkommuner
6 – minst sentral	113	235 729	198	9 623	104 929	4,4 %	3,9 %	Minst sentrale kommuner
Hele landet	356	5 367 580	198	693 494	2 692 302			

Tabell 1 – Statistisk sentralbyrå sentralitetsindeks 2020 (tabell 07459) (NOU, 2020b, s. 22)

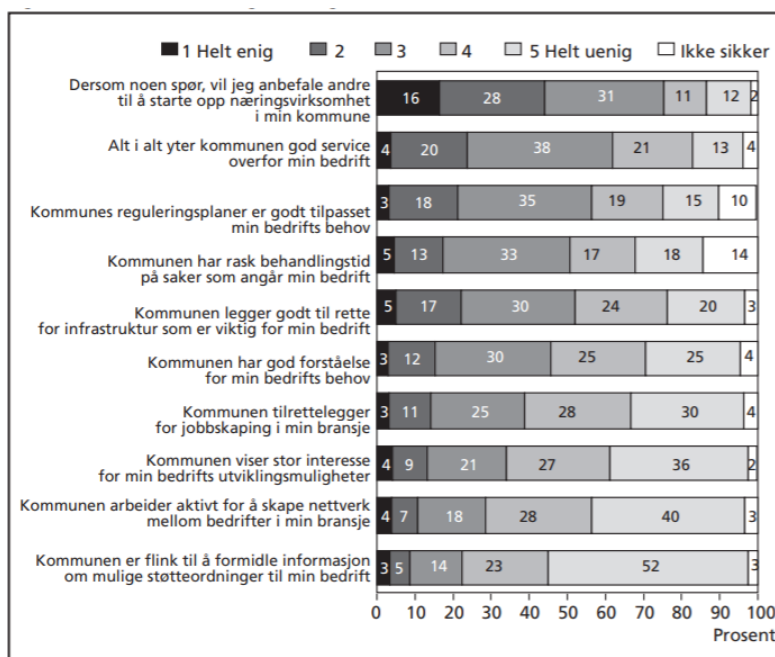
For å gi noen sentrale eksempler i denne oppgavens perspektiv, så har SSB ut i fra denne indeksen rangert Tromsø kommune til et sentralitetsnivå 3, Nordreisa kommune til sentralitetsnivå 5 og Lyngen-, Storfjord-, Kåfjord-, Skjervøy- og Kvænangen kommune til sentralitetsnivå 6. (SSB, 2020)

Innledende om næringslivet i distriktet konkluderer utredningen med at verdiskapningen i distriktet har vært i stor vekst de siste årene og at produktiviteten i næringslivet er høyest i de minst sentrale kommunene. Dette kan spesielt bemerkes i perioden 2020/2021 som har en sammenheng med påvirkningen av Covid-19, der utredningen viser til at perioden har hatt størst negativ påvirkning på næringene i de mer sentrale strøkene enn i distriktet. Til tross for at næringslivet og sysselsettingen er i vekst, har det vært en svak befolkningsutvikling i distriktene. Dette konkluderer de med i utredningen at stammer fra et fødselsunderskudd på bakgrunn av at unge familier flytter fra distriktene og at den gjenblivende befolkningen ar av en høy og økende gjennomsnittsalder. Med andre ord har den største drivkraften for sentralisering av befolkning de siste årene vært demografien. Denne demografiske negative utviklingen samtidig med en positiv utvikling i næringslivet, vil kunne gi utfordringer ved sysselsetting av arbeidskraft snarere enn mangel på sysselsetting. Dette vil eventuelt kunne møtes med at det i tiltakszoner vil kunne vurderes å redusere differensieringen av arbeidsgiveravgiften til fordel for andre og mer personrettede virkemidler. (NOU, 2020b) Ellers viser det seg at næringslivet i distriktene benytter seg i generelt større grad av virkemiddelapparater enn næringene i resten av landet gjør, noe som kan være et uttrykk for at det er større behov for virkemiddelapparatene her. Det er mange likhetstrekk mellom utfordringene som næringslivet i distriktene møter på og utfordringene for næringslivet i andre deler av landet. Forskjellen er at næringslivet i distriktet møter på flere utfordringer knyttet til avstander og geografi. Dermed viser utredningen til at *«god infrastruktur er avgjørende for utviklingen av levende lokalsamfunn og et livskraftig distrikt.»* (NOU, 2020b)

Som en av aktørene innenfor det offentlige virkemiddelapparatet viser utredningen også til hvordan kommunene er en viktige bidragsytere til næringsutvikling gjennom de tre rollene forvalterrollen, tjenesteprodusentrollen og entreprenørrollen. Det første er forvalterrollen som *«handler om å ivareta brede samfunnsmessige interesser i henhold til offentlige lover, forskrifter og reglement»*. (NOU, 2020b, s. 145) Det andre er tjenesteprodusent som *«innebærer å yte tjenester overfor lokalt næringsliv, både eksisterende bedrifter og etablerere»*. (NOU, 2020b, s. 145) Det tredje er entreprenørrollen som *«handler om å ta*

initiativ til å delta i gjennomføring av utviklingsprosjekter i samarbeid med næringslivet, utvikle og følge opp strategiske planer, delta aktivt i lokale næringslivsarenaer, gjennomføre bedriftsbesøk med videre». (NOU, 2020b, s. 146) I de større kommunene er det forvalterrollen som vektlegges mest, mens det i de mindre kommunene rettes mer oppmerksomhet til tjenesteprodusentrollen og entreprenørrollen. (NOU, 2020b)

For å se nærmere på næringslivets oppfatning av kommunens tilrettelegging, ser de i utredningen til Svein Erik Moens rapport (2011) «Kommunen som samfunnsutvikler – drivere og hindringer for næringsutviklings og sysselsettingsarbeid». Her ga de fleste bedriftene uttrykk for at det er svært viktig at kommunen spiller en aktiv rolle i næringsutviklingen. Videre i rapporten kommer det fram at det er en større variasjon i hvor tilfreds bedriftene er med tilretteleggingen fra kommunene. Dette vises i framstillingen under.



Figur 1 – Kommunens næringsutviklingsarbeid (Moen, 2011, s. 46)

Modellen viser ti punkter om tilrettelegging fra kommunen for næringslivet og hvordan næringslivet opplever dette gjennom fem grader av hvor enige de er i påstanden. Her er næringslivet minst enig i påstandene; «kommunen er flink til å formidle informasjon om mulige støtteordninger til min bedrift», «kommunen arbeider aktivt for å skape nettverk mellom bedrift er i min bransje», «kommunen viser stor interesse for min bedrifts



*utviklingsmuligheter» og «kommunen har god forståelse for min bedrifts behov». (NOU, 2020b) Gjennom disse funnene fra næringslivets oppfatning som modellen over viser, vurderer Moen i sin rapport om kommunene ikke tilstrekkelig virker i sin rolle som næringsutvikler, men heller fremstår som reaktive. På samme tid åpner han opp for at forklaringen kan ligge i at næringslivet og kommuneadministrasjonen har ulik virkelighetsoppfatning og at det rett og slett er næringslivet som har urealistiske forventninger til kommunens tilretteleggingsarbeid som næringsutvikler.*

Kommunene spiller en viktig rolle for næringsutviklingen i distriktene. Det er imidlertid vanskelig å peke ut de fellestrekkene som er med på å skape vekst i næringslivet hos de kommunene som lykkes i dette arbeidet og dermed framstår som mest attraktiv. (NOU, 2020b) Utvalget til utredningen har valgt å trekke fram blant annet *«samspillet mellom kommune, næringsliv, offentlige virkemidler og frivillig sektor», «satsning på de sterkeste næringene i kommunen» og «effektiv saksbehandling». (NOU, 2020b, s. 178)*

Distriktskommunene er svært forskjellig, så det lykkes ikke med å gi en mal for å lykkes med samfunnsutviklingen. *«Samtidig er det på det rene at kommunene har en svært viktig rolle som samfunnsutvikler og tilrettelegger for bostedsattraktivitet. Det i seg selv vil være en driver for næringslivet som mange steder har et stort udekket behov for kompetansearbeidskraft.» (NOU, 2020b, s. 178)*

Den offentlige utredningen *«Det handler om Norge»*, er en utredning om konsekvenser av demografiendringer i distriktet og ble levert i desember 2020 av regjeringens utnevnte distriktsdemografiutvalg. Denne utredningen retter et kritisk blikk mot distriktsutviklingen som har hatt tradisjon for å rette oppmerksomheten hovedsakelig mot vekst, fremfor kvaliteten av utviklingen. De viser til at ambisjonene for distriktspolitikken ikke burde ha som mål å gjøre de små stedene lik storbyene, men heller burde videreutvikle særpreg og forskjeller mellom dem. *«Det er det gode samfunnet som settes som målet for utviklingen, ikke vekst i seg selv».* (NOU, 2020a, s. 14) Utredningen viser til at det forekommer en nedgang i befolkningsveksten i distriktet, men at denne nedgangen vil opphøre noe da det også er aldrende befolkning i distriktet. Likevel vil dette gi andre utfordringer som høyere utgifter og lavere skatteinntekter og økt forespørsel innen helse og omsorg som allerede opplever utfordringer med å utfylle dagens behov. Disse utfordringene skal inntektssystemet og regionalpolitiske tilskudd være med på å utjevne. En god samfunnsutvikling forutsetter et godt arbeid med samfunnsplanleggingen, men dette er ofte utfordrende for distriktskommunene som har få midler. En annen utfordring er at distriktspolitikken i stor

grad handler om å kun skape vekst i arbeidsplasser, til tross for at arbeid viser seg å være mindre viktig for flytting da ordskiftet nå rettes mot bosetting. Dermed viser utredningen til at det offentlige også med kommunene har en viktig oppgave ved å legge til rette for et nyansert boligmarked i distriktet. I tillegg til å styrke det målrettede arbeidet tilknyttet boligtilbudet i distriktet, løftes også viktigheten av infrastrukturen fram som en viktig faktor da bedre infrastruktur vil gi ringvirkninger for produktiviteten i distriktet. Tilknyttet utdanningssystemene sees det også som viktig å utvikle utdanningstilbudene i distriktet til å bli mer fleksibel og i høyere grad inneholde desentraliserte utdanningstilbud.

Kunnskapsinnhentingens «*Kunnskapsinnhenting – verdiskapning i nord*» med følgende rapport «*Attraktive lokalsamfunn og arbeidsmarkedsregioner i Nord-Norge*» hadde som mål å «*synliggjøre mulighetene for økt bærekraftig verdiskapning i en ressursrik region og tegne et kunnskapsbasert framtidssbilde av Nord-Norge fram mot 2030 og 2050*» og skulle med dette bidra til «*å gi et bedre beslutningsgrunnlag for de veivalg som kan tas og vise hvilke virkemidler og tiltak som kan påvirke utviklingen og bidra til å utløse landsdelens verdiskapningspotensiale*». (Angell et al., 2013, s. 0)

Rapporten innleder med at det i Nord-Norge har forekommet en økt sysselsettingen siden 2000, sammen med en svak demografisk utvikling med lite fødselsoverskudd og aldrende befolkning, har resultert i et gap mellom det forventede behovet og tilgjengeligheten på arbeidskraft i landsdelen. Likevel tas det med at denne veksten har variert mellom regionene. Dermed viser denne rapporten til samme utfordring som den offentlige utredningen (2020), med spenningen mellom høy verdiskapning og utfordrende sysselsetting. For å møte på denne utfordringen, sees det på attraktive lokalsamfunn og arbeidsmarkedsregioner i Nord-Norge. Oppmerksomheten her retter seg dermed mot begrepet attraktivitet, som er av et stort omfang med porøse avgrensninger mellom tema og disipliner, hvor begrepets aktualitet de siste årene har beveget seg fra «*business climate*» til «*peoples climate*». (Angell et al., 2013) I rapporten forstår de attraktive lokalsamfunn som «*lokalsamfunn som er attraktive med hensyn til bosetting og som lokaliseringssted for næring og næringsutvikling*». (Angell et al., 2013, s. 10) Videre benytter de seg av en relasjonell stedsforståelse der stedsattraktivitet må sees i lys av hvem stedet skal være attraktivt for. På bakgrunn av dette har de bygget sin studie på de to hovedspørsmålene; «*Hvordan kan nordnorske lokalsamfunn og regioner gjøres attraktive for innbyggere og tilflyttere og for bedrifter og virksomheter?*» og «*Hvordan kan arbeidsmarkedsregioner og sektorer dra nytte av den forventede veksten landsdelen står ovenfor?*». (Angell et al., 2013, s. 1) Dermed sees attraktiviteten av lokalsamfunnet gjennom

både innbyggere, tilflyttere og næringslivet. For at næringslivet skal kunne rekruttere arbeidskraft, vil attraktiviteten av arbeidsplassene også sees på gjennom de aktuelle arbeidstakerne. Rapporten baserer seg på tre eksempelstudier der en av disse eksemplene er fra Nordreisa kommune og Skjervøy kommune i Nord-Troms. I denne gjennomgangen vil det rettes oppmerksomhet til dette eksempelet da Lyngen kommune også inngår i denne regionen.

Den gjennomgåtte NOUen i avsnittet over viste at næringslivet i distriktet hadde større behov for virkemiddelapparatet enn næringslivet i de mer sentrale strøk. I rapporten foretar de en gjennomgang av de viktigste offentlige virkemidlene som skal stimulere til næringsutvikling i distriktene i Nord-Norge. Dette er Innovasjon Norge, Sametinget, fylkeskommunene, kommunene med sine kommunale næringsfond, SIVA og Norges forskningsråd. De drar også fram Distriktssenteret, som et offentlig virkemiddel. Distriktssenteret er en sentral bidragsyter til feltet og har i de senere år nyere prosjekter inne næringsutvikling i distriktet å vise til.

Tilknyttet det offentlige virkemiddelet SIVA kan det i denne sammenhengen tas med at NÆRINGSHAGE® er et registrert varemerke for dem. SIVA er *«statens virkemiddel for tilretteleggende eierskap, for utvikling av bedrifter, og for utvikling av nærings- og kunnskapsmiljø i hele landet, med et særlig ansvar for å fremme vekstkraft i distriktet»*.

(SIVA, u.å.) I lokal kontekst befinner Halti Næringshage seg i Nordreisa kommune og er en næringshage med mål om å skape vekst og samhandling i hele regionen Nord-Troms, hvor Lyngen kommune også inngår. Denne næringshagen er medlem i Næringshagene i Norge, der både Innovasjon Norge, Forskningsrådet og SIVA er samarbeidspartnere. Av offentlige virkemidler er regionen Nord-Troms også med i tiltakssonen for Finnmark og Nord-Troms, hvor de er tillagt både personrettede og næringsrettede virkemidler. *«Målet med tiltakssonen er å skape en attraktiv region å bo, arbeide og drive næringsvirksomhet i»*, med tiltak som fritak for arbeidsgiveravgift, nedskrivning av studielån, ettergivelse av studielån, fritak for el-avgift på forbruk og reduksjon i personbeskatning. (Kommunal- og moderniseringsdepartementet, 2021) Som i NOUen gjennomgått over ser de her i rapporten til Angell mfl. på mulighetene for positive virkninger av satsing på flere personrettede virkemidler. *«En forventet knapphet på arbeidskraft framover, både ufaglært, faglært og høykompetansesarbeidskraft, taler for en sterkere satsing på de personrettede virkemidlene»*. (Angell et al., 2013, s. 57) Som følge av denne knappheten kommer det til å forekomme en økende konkurranse om arbeidskraften. Her vil det også være en fordel om det er sterke koblinger mellom næringslivet og lokalsamfunnet. Koblingen mellom bedriftene og lokalsamfunnet kan for eksempel omfatte at det ansettes lokalt forankret arbeidskraft, at

eierskapet også er lokalt forankret, eller gjennom at innkjøp gjøres i det lokale næringslivet som igjen vil skape ringvirkninger og sysselsetting. (Angell et al., 2013) Det kan derimot oppleves som svekkende for denne koblingen om bedriftene er ekstern eid og med ekstern arbeidskraft. Videre foreslås virkemidler som vil kunne bidra med å løfte attraktiviteten av lokalsamfunn og arbeidsmarkedsregioner i Nord-Norge. Da Angell mfl. (2013) som sagt benytter seg av en relasjonell tilnærming til attraktivitetsbegrepet, må det tas til betraktning at hva som er attraktivt ved et sted kan oppleves forskjellig mellom bedrifter og innbyggere. Stedsattraktiviteten påvirkes med andre ord av forskjellige faktorer, der interessant arbeid synes å være en av de viktigste faktorene for tilflytting til distriktene. (Angell et al., 2013) Og om det her er snakk om tilflytting av familier, vil det være et konkurransefortrinn for steder med interessant arbeid til to. Dette er et viktig punkt, særlig da NOUen konkluderte med at fødselsunderskuddet i distriktene stammer fra at ungen familier flytter fra distriktene. Ut ifra dette kan det være sentralt å være oppmerksom på at det kan være ulikheter mellom attraktive arbeidsmuligheter mellom menn og kvinner. Den offentlige sektoren har tradisjon for å være kvinnedominert, særlig innenfor helse- og omsorg. (Angell et al., 2013) *«Særlig bransjer som har økt behov for personell med høyere utdanning vil ha behov for å rekruttere kvinner i all den tid de har økt utdanningsnivået mer enn blant menn.»* (Angell et al., 2013, s. 157) På denne måten vil de som lykkes med å gjøre arbeidsplassen mer attraktiv for kvinner, utvide sitt rekrutteringsgrunnlag.

Slik som rapporten Angell m.fl. legger det fram, er det to store utfordringer som reiser seg ved en raskt voksende verdiskapning i regionen. Det ene er tilknyttet rekrutteringen av arbeidskraft, da det ikke er mange mennesker å ta av settes det spørsmålsteget til en situasjon med maksimal og hvor realistisk det er at dette kan lykkes. *«I hvilken grad kan mange næringer vokse på samme tid og sted? Nord-Norge med såpass små lokalsamfunn og dertil små arbeidsmarkeder vil få særlige utfordringer og problemer om dert legges opp til stor parallell vekst i flere næringer samtidig.»* (Angell et al., 2013, s. 159) Den andre utfordringen er til hvordan kommunene skal kunne bidra med sin tilrettelegging, om næringene legger opp til en maksimal vekst. Dette gjelder både av tilgang til boliger og derav spesielt differensierte boliger, tjenestetilbud og annen infrastruktur. Det er en balansegang av den mulige veksten og av hva som kan kreves av hvilke kostnader de små kommunene skal kunne ta for å følge opp utviklingen. Det rettes også spørsmålsteget til i hvor stor grad det kan kreves av næringslivet å ta ansvar for arbeidstakernes boligsituasjon. Det vises her til eksempler fra blant annet Herøy hvor de har lyktes med et samarbeidsprosjekt mellom

næringslivet og kommunen for å møte på boligutfordringene. Med andre ord i møte med disse utfordringene, viser hovedbudskapet seg å være samarbeid gjennom alle sektorer. Både mellom lokalsamfunnet, næringslivet, kommunen og utdanningsinstitusjoner. Avslutningsvis tar rapporten opp at det må inn i samfunnsplanleggingen å planlegge for midlertidighet. I rekrutteringsarbeidet av, la det være arbeidskraft eller bosetting, vil det som en start kunne være nyttig å legge til rette for at folk kan komme til stedet for å bli en stund. Dette på bakgrunn av utviklingstrekk som har gitt de nyere generasjoner en mer mobil livsform.

### **2.1.1 Omdømmebygging**

Konkurransen om tilflyttere er stor mellom de små stedene, noe som har gitt omdømmebygging av stedene økt oppmerksomhet. Nord-Troms kommunene gjennomførte et felles omdømmeprojekt i årene 2012-2014, for å løfte attraktiviteten til regionen som helhet. Utfordringen ved et slikt samarbeidsprosjekt for å løfte attraktiviteten til en region, er at de deltagende kommunene både skal samarbeide, men også vil være konkurrenter i det samme prosjektet. Til min bacheloroppgave studerte jeg dette omdømmeprojektet nærmere, da jeg undersøkte utfordringene ved at lokaldemokratiske organ som distriktskommuner driver omdømmebygging. Da det i forskningen tilknyttet tematikken hevdes at det i denne omdømmebyggingen hentes strategier fra privat sektor til prosjektene i den offentlige sektoren, til tross for disse sektorenes svært ulike struktur. Offentlig sektor og spesielt kommunen som en offentlig organisasjon har flere hensyn å ta enn private organisasjoner. Kommunen skal blant annet både være demokratisk organ, tjenesteprodusent og samfunnsutvikler. (Hanssen et al., 2018) Spesielt gjennom kommunens posisjon som samfunnsutvikler ved den sosiale og territorielle enhet, spiller lokalbefolkningen en aktiv rolle. Ved å benytte Brønn og Ihlen (2009) sin omdømmeteorier, så jeg omdømme gjennom spenningsforholdet mellom identitet og image. (Grønvoll, 2019) Identitet viser til organisasjonens oppfattelse av seg selv, mens image viser til omgivelsenes oppfattelse av organisasjonen. (Brønn et al., 2009) Kommunene setter seg omdømmemål ofte på bakgrunn av kommunestørrelse, der små kommuner driver omdømmebygging av kommunen som sted og de større av kommunen som organisasjon. (Wæraas et al., 2015) Når små kommuner som distriktskommunene i Nord-Troms, gjennom omdømmebyggingsprosesser skal drive identitetsbygging av kommunen som sted, er det dermed spesielt viktig at det blir tatt hensyn til befolkningens sammensatte identiteter. Om det i disse tilfellene blir innhentet eksterne

aktører som pr-byrå til å drive omdømmebyggingen, vil dette kunne resultere i at befolkningen ikke kjenner seg igjen i identitetsbyggingen. Dermed vil det være spesielt viktig for små kommuner å sikre god medvirkning fra befolkningen i omdømmebyggingsprosessen. Gjennom studien i min bacheloroppgave kom det også fram at det ville være positivt for medvirkningen til omdømmebyggingen om dette arbeidet ble integrert i kommunens løpende arbeid, for eksempel gjennom kommuneplanens samfunnsdel. Det viste seg at de små kommunene oftere lyktes med denne integreringen, da de på bakgrunn av begrensede midler sjeldnere innhenter eksterne aktører i dette arbeidet. Det viste seg også at det gjennom omdømmeprojektet mellom kommunene i Nord-Troms ble gjort grundig arbeid både innledende og underveis for å sikre god deltakelse i prosessen. Omdømmebygging av steder og kommuner har møtt på mye kritikk, etter at det ble en stor trend på 2000-tallet. Dette da strategiene bak omdømmebyggingen har vist seg å være veldig like, som har gjort at arbeidet som egentlig har som formål å gjøre kommuner og steder mer unike, har til motsetning vist seg å fremstille de som enda mer like. På samme tid skal det ikke underdrives at det er viktig for de små stedene å lykkes med markedsføringen av seg selv, da undersøkelsene bak i arbeidet til Angell mfl. (2013) viser at det er mange av de små stedene som opplever rekruttering som utfordrende til tross for at de har attraktive kvaliteter og ledige jobber som mange ønsker.

### **2.1.2 Distriktssenteret**

Som nevnt er Distriktssenteret også en offentlig drevet bidragsyter til feltet, med sin rolle som kompetansesenter for distriktsutvikling nasjonalt. Distriktssenteret jobber for å gjøre det attraktivt å bo og jobbe i distriktene. Dette gjør de ved å tilby kommunene gratis faglig veiledning og bidrar til forskning på lokal utvikling. Distriktssenteret betegner i hovedsak hva som er distriktskommuner eller kommuner i sentraliseringsklasse 5 og 6, som vist i Statistisk sentralbyrås sentraliseringsindeks over. (Handeland et al., 2020) Et av deres sentrale prosjekter er for eksempel prosjektet «*Distriktskommune 3.0*», som foregår i perioden 2020-2023 og retter oppmerksomhet mot tettere kobling mellom plan og samfunnsutvikling. Prosjektet ble startet opp på bakgrunn av kommuners tilbakemeldinger om utfordringer tilknyttet det å lage effektive planer med god involvering, at kapasiteten deres er lav og at strukturen på kommunene er fragmentert. Målet med prosjektet er dermed «å utvikle

*kunnskapen om hvordan man kan forenkle samfunnsplanlegging i små kommuner, og hvordan små kommuner i større grad kan bli i stand til å nå sine mål». (Nordtug, 2021)*

Et annet sentralt bidrag fra Distriktscenterets er notatet til distriktsnæringsutvalget, «*Distriktskommuner som lykkes godt med næringsutvikling*» fra 2020. Notatet ser på hvordan distriktskommuner bedre kan bidra til utvikling av næringsliv ved å i større grad benytte seg av sitt handlingsrom for næringsutvikling. Også notatet «*Næringslivets betydning for stedsutvikling, boligutvikling og inkludering i distriktskommuner*» bidrar til dette feltet. I denne sammenhengen vil det bli sett på temaene stedsutvikling og boligutvikling. I notatet viser de hvordan næringslivet og lokalsamfunnet er knyttet allerede i et historisk perspektiv da mange av lokalsamfunnene og tettstedene i Norge i stor grad er skapt ut fra et stedlig næringsliv. Næringslivet i distriktene har ofte en sterk spesialisert næringsstruktur, der lokalsamfunn og kommunene er avhengige av utviklingen i enkeltbedriftene. Utviklingen i bedriftene vil derfor være av stor betydning for lokalsamfunnets utvikling og slik har distriktscenteret erfart at avstanden mellom det som omhandler næringsutvikling og annen samfunnsutvikling har minsket. (Handeland et al., 2020) Videre ser de på næringslivets betydning for boligutvikling. Distriktsområder er generelt preget av tynne boligmarkeder som kjennetegnes av «*beskjeden omsetningsaktivitet («lav sirkulasjon»), begrenset eller fraværende boligbygging, og ensidig (ene)boligtilbud*». (Handeland et al., 2020, s. 8) Denne begrensede boligutviklingen har direkte opplevdes som en flaskehals for rekrutteringsarbeidet til bedriftene. I notatet ser de på arbeid som den største bli-faktoren i bo og flytteforskning, men denne faktoren er ikke tilstrekkelig alene for å sikre at befolkningen vil bli. Bolig kan heller ikke sees som en selvstendig faktor for å bli eller flytte til et sted. (Sørli et al., 2012) Det er likevel et viktig poeng at et variert boligmarked vil kunne innvirke på et steds attraktivitet, både for de som allerede bor der og for eventuelle tilflyttere. På samme tid som et lite tilfredsstillende boligmarked vil kunne være med på å dra ned et steds attraktivitet. Distriktscenteret har kommet fram til at det er vanskelig å vise til direkte virkninger av at næringslivet har gått inn i en aktiv rolle i boligutviklingen, likevel kan det spores til ringvirkninger ved næringslivets engasjement i boligutvikling. «*Det pekes også på at satsinger har gitt høyere omsetninger for eksisterende næringsliv, bidratt til å synliggjøre marked og vært en indirekte stimulans til ny næringsaktivitet*». (Handeland et al., 2020, s. 8) Her kommer vi igjen inn på at skillet mellom næringsutvikling og annen samfunnsutvikling har blitt mindre. Ved at næringslivet gjør samfunnsinvesteringer som for eksempel bidrar til boligutvikling, vil dette over tid gi ønskede verdier tilbake til bedriftene. «*Bedriftens utvikling*

*er her nært tilknyttet stedets utvikling i sin helhet».* (Handeland et al., 2020, s. 12) Dermed vil både distriktskommuner og lokalt næringsliv dra nytte av et samarbeid for lokal samfunnsutvikling.

### **2.1.3 Oppsummering**

Dette er bare noen av de ulike rapporter og tiltak fra myndighetenes side som har som målsetting å bidra til utvikling i næringsliv og lokalsamfunn. Her vil det bli foretatt en kort gjennomgang av hva de samlet sett har bidratt med til denne konteksten. Alle bidragene ser på viktigheten av lokalt næringsliv for distriktet, også i et historisk perspektiv da mange av stedene i distriktet er skapt av et stedlig næringsliv. Kommunene har en viktig, men utfordrende oppgave for lokal samfunnsutvikling, der distriktssenteret blant annet har pågående et prosjekt for å styrke planarbeidet i distriktskommunene som ofte har få midler å ta av. Herunder har kommunen også sin rolle som tilrettelegger for lokal næringsattraktivitet.

Det vises til en høy verdiskapning i Nord-Norge, der demografiske utfordringer har gitt et gap mellom sysselsetting og rekruttering. Et begrenset boligmarked i distriktet, sees på som en faktor som gjør rekrutteringsarbeidet mer utfordrende. Dermed kommer også kommunens rolle som tilrettelegger for bostedsattraktivitet inn. Utfordringene ved denne veksten settes på spissen ved å stille spørsmålstegn om distriktskommunene i Nord-Norge har tilstrekkelig kapasitet til å tilrettelegge for næringsliv i vekst og for tilfredsstillende botilbud i et marked der forespørselen er økende. Her åpnes det for om næringslivet selv kan bidra til boligattraktiviteten. Dette da lokalsamfunnet, kommunen og enkeltbedriftene er gjensidig avhengig av hverandre, da samfunnsutvikling omfatter utvikling av steders attraktivitet for næringsvirksomhet, men også attraktivitet for boforhold. Om det rettes oppmerksomhet mot rekrutteringsarbeid, er det likevel viktig å ha med det helhetlige perspektivet, da for eksempel bostedsattraktivitet også er en driver for næringslivet som har udekket behov for kompetanse.

Det settes også spørsmålstegn ved om det er mulig med parallell vekst i flere næringer på samme tid innen de samme små lokalsamfunnene, og vises til at kommunene som satser på de allerede godt etablerte næringene vil ha større sjanse til å oppnå utvikling. Videre vil det ved å se denne attraktiviteten gjennom både kvinner og menn, i forskjellige livssituasjoner, kunne heve effekten ved rekrutteringsarbeidet. Det vurderes også som en mulighet for å utvide virkemidlene tilknyttet tiltakssonene, til å omfatte flere personrettede tiltak. Samlet sett er hovedbudskapet for utvikling økt samhandling mellom kommune og næringsliv.



## 2.2 Hvordan industrien på Furuflaten tok form

For å forstå hvordan industrien på Furuflaten etablerte seg, kan det innledende være nyttig å se på de historiske utviklingstrekkene ved regionale næringsstrukturer. Knut Onsager (2012) trekker linjene fra det førindustrielle Norge der primærnæringene var fiske og jordbruk, som la føringer for en spredt bosetting. Overgangen til industrisamfunnet skjedde gjennom en eksogene og en endogen industrialiseringsform. I den eksogene formen etablerte store utenlandske bedrifter seg i landet, gjennom radikale prosesser som omstrukturerte samfunnene, økte klassekillene og hadde lite tilknytning til det lokale næringslivet. Disse industrietableringene fant i hovedsak sted i de sentrale strøkene, men hentet arbeidskraft fra distriktene. I den endogene industrialiseringsformen ble derimot utviklingen drevet i småskala, av lokale ildsjeler og entreprenører i lokale næringsmiljøer og med sterk tilknytning til de eksisterende sosiokulturelle tradisjoner og verdier som bygget på lojalitet og samarbeid. (Onsager, 2012) Denne formen for industrietableringer var vanligere i de desentraliserte regionene på små og mellomstore steder. På denne måten «innebar industriutviklingen i Norge samtidig en betydelig desentralisert vekst av industribedrifter og -miljøer som ble etablert og utviklet svært mange steder i Distrikts-Norge». (Onsager, 2012, s. 45)

Paul Pedersen og Laila Lanes har skrevet boken «*Industrieventyret fra virkeligheten, Furuflaten – Vuošvággi i Lyngen 1964-2016*». Boken er basert på en studie av industrien på Furuflaten og samfunnet rundt. Her blir det også gjort en grundig presentasjon av industrien på Furuflaten sin historie, fra 2. verdenskrig til 2016. Det var også bedrifter på Furuflaten før 2. verdenskrig, men ingen av disse har tilknytning til etableringene som skulle komme i etterkrigstiden. Det var etter 2. verdenskrigs slutt i året 1946 at brødrene Aage, Helge og Alvin Larsen gikk sammen med Marius Grønvoll og opprettet A/L Steinstøperiet. (Pedersen & Lanes, 2018) Dette skulle bli starten på industrien på Furuflaten. Det var ikke tilfeldig at det var et steinstøperi som ble oppstarten. Furuflaten ligger i enden av Lyngsdalen, der Lyngsdalselva gjennom århundre har bragt med seg sandavsetninger ned til fjorden. Krigen hadde også satt stort preg på landsdelen med store ødeleggelser der både bolighus, fjøs, fiskebruk og næringsbygg hadde blitt brent ned. Noe kunnskap om bygging fantes det allerede blant de lokale, da noen hadde jobbet med brakkebygging for tyskerne gjennom krigen. Med Furuflatens plassering kunne det produseres betong der for så sendes med båt til

de områdene som måtte bygges opp igjen. Ideen var det en av Larsen-brødrene som hadde fått etter en tur til Lofoten under Lofotfisket. Her hadde det allerede blitt bygget en rekke hus i betong, noe som foreløpig ikke var vanlig lengre nord. Det tok ikke lang tid før de forstod de måtte ha flere bein å stå på, så de utvidet til produksjon av vinduer og dører. Til denne utviklingen bygget de et nytt snekkerverksted til bedriften. Det var få midler å ta av, men med stor kreativitet ble bygget reist og utstyrt med til dels brukt utstyr og noe selvprodusert. Dette bygget er den dag i dag et av de sentrale næringslokalene ved industrien på Furuflaten. Heretter gikk utviklingen slag i slag med opp og nedturer og med en rekke etableringer av bedrifter av entreprenørvirksomhet innen bygg- og anleggsbransjen. Noen bedrifter går konkurs, men det opprettes nye på grunnlaget av kompetansen som aktørene har tilegnet seg gjennom periodene. Av etableringer som har vært spesielt viktige for industrien er innen produksjon av varer av stål og plast. Her med Furuflaten Jern og Metall, Furstål AS og Lyngen Stålprodukter. Her er det i dag Furstål AS som enda er i drift, men også denne bedriften har hatt utfordringer da den gikk konkurs, men ble gjenopprettet på 80-tallet. Innen produksjon av plast og derav plastrør er Haplast AS den aktuelle bedriften, som også er i drift til dags dato. Innen begge disse to kategoriene for industrien er det i hovedsak familien Hamnvik som har vært etablerere, eiere og drivere med andre lokale samarbeidspartnere. Andre etableringer som har kommet til i nyere tid er Akva-Ren AS, Cinderella Eco Solution AS med datterselskapet ArcticPlast AS. Her finnes også mindre bedrifter som Lyngen Revisjon AS og Norfrakt AS, disse kan fungere som støttebedrifter ovenfor de større bedriftene. I tillegg er det en rekke eiendom og investeringsselskaper, men disse har ingen ansatte. (Pedersen & Lanes, 2018) Det som er bemerkelsesverdig med dannelsen av denne lange industrielle tradisjonen, er hvordan den tok utspring fra et sjøsamisk samfunn der befolkningen i hovedsak levde av fiske og småbruk. «*Samfunnet var lite, fattig, samisk, læstadiansk og sosialistisk – egenskaper som ikke uten videre ble forbundet med entreprenørskap og bedriftsbygging*». (Pedersen & Lanes, 2018, s. 19) For å forstå hva som gjorde denne utviklingen mulig, kan det dras paralleller til Ragnar Nilsen sine bidrag «*Kystkrise og nyskapning*» fra 2011 og «*Rural modernisation as the national development: The Norwegian Case 1900-1959*» fra 2014, der han gir et historisk bilde på den nasjonale transformasjonsprosessen som stod for utviklingstrekkene i moderniseringen av industrien i Norge. Her vil det kunne gjøres lokale sammenlikninger til Nord-Norge og Lyngen gjennom Tor Arne Lillevoll og Tone Bleies artikkel fra 2010, «*Shepherds of the Mountains: Sheep Farming in a North Norwegian Alpine Landscape as a Community of Practice*». Dette vil bli gjort nedenfor i teorikapittelet under kulturelle og organisatoriske faktorer.

### 3 Teoretisk grunnlag: attraktivitet, sted og industri

I dette kapittelet vil jeg vise til de teoretiske tilnærmingene som er med på å sette tema i riktig kontekst. Denne oppgaven undersøker viktigheten av lokalt næringsliv for samfunnsutvikling i distriktet og retter søkelys mot forutsetninger for et sterkt lokalt næringsliv.

Da tematikken for dette prosjektet er satt til distriktet, vil det også være nyttig å konkretisere hva som menes med distrikt. «*Distrikt skiller seg strukturelt fra byområder med lavere sentralitet, mindre befolkning og mer spredt bosetting.*» (Onsager, 2019, s. 16) I kapittelet over vises det til Statistisk Sentralbyrås sentralitetsindeks, som kan benyttes for å beregne steders grad av sentralitet. En betegnelse som også benyttes hyppig i samfunnsvitenskapen er å skille steder fra rurale til urbane. (Valentine, 2001) I denne oppgaven vil betegnelsen distrikt bli benyttet. Samfunnsutvikling er en sektorovergripende og kompleks prosess som inngår både i kulturelle, sosiale og økonomiske forhold. «*Nyskapning, innovasjon og entreprenørskap har blitt sentrale begreper i den offentlige debatten om samfunnsutvikling. De trenger inn på de fleste felt i samfunnet, og setter sitt preg på både næringslivdiskurser og diskurser om kulturliv og sosial organisering.*» (Førde & Borch, 2010, s. 15)

Samfunnsutvikling er dermed en svært innholdsrik betegnelse som inneholder flere former for utviklingsprosesser. «*Begrepet lokal samfunnsutvikling favner vidt, og brukes gjerne som en samlebetegnelse for helhetlig og langsiktig lokalt arbeid med å skape gode steder å bo, besøke og drive næring.*» (Handeland et al., 2020, s. 3) For eksempel kan satsing på stedsutvikling gjennomfysisk utforming «*være et ledd i næringsretta utviklingsarbeid og et tiltak for å stimulere tilhørigheten blant innbyggerne, samtidig som det sikter mot å gjøre stedet attraktivt for nye innbyggere.*» (Angell et al., 2013, s. 55) Det vil derfor ikke være noe poeng å dele disse prosessene inn i tematiske kategorier, da grensene mellom de er porøse. (Angell et al., 2013) Dermed vil samfunnsutviklingen i denne oppgaven bli benyttet som en overordnet betegnelse på summen av ulike former for utviklingsarbeid som har som formål å fremme utviklingen av lokalsamfunnet.

Herunder gjøres det i første avsnitt en gjennomgang av de aktuelle begrepene entreprenørskap og innovasjon, sett gjennom kulturelle og organisatoriske faktorer hvor kultur og nettverk vil være sentralt. Deretter presenteres Telemarksforskningens programteori for attraktivitet, som er med på å vise sammenhengen mellom bosteds-, arbeidssteds- og besøksattraktivitet. Denne modellen bidrar også til å se næringslivets ringvirkninger til samfunnet gjennom de strukturelle forhold. Da attraktivitetsmodellen ikke gir et tilstrekkelig grunnlag til å håndtere relasjoner til sted, vil det til slutt bli presentert en relasjonell tilnærming til stedsforståelse.

### 3.1 Kulturelle og organisatoriske faktorer

Innledende vil det være nyttig å redegjøre for de grunnleggende begreper. Dette for å vise til tilnærmingen som her vil bli benyttet, for å tydeliggjøre skillet mellom begrepene, men også vise til hvordan de inngår i hverandre.

Forskjellige disipliner har bidratt til forståelse av begrepet entreprenør og entreprenørskap.

Innen næringslivet kan entreprenørskap være *«utviklingen av ny forretningsmessig virksomhet, det vil si virksomhet som representerer noe nytt i forhold til det bestående næringslivet»*. (Spilling, 1998a, s. 9) I denne utviklingen av virksomheten forekommer det en *«nyskaping og den faktoren som ligger bak all utvikling – menneskers evne til å organisere virksomhet som gir et økonomisk utkomme»*. (Spilling, 1998a, s. 9) En entreprenør er aktøren som organiserer den nye virksomheten, mens entreprenørskap betegner selve prosessen der virksomheten blir utviklet fra ide til produkt. (Spilling, 1998b) Ved å se på entreprenører i en samfunnslokal kontekst, kan det være nyttig å tydeliggjøre skille mellom en entreprenør i næringslivet og en samfunnsentreprenør. I motsetning til entreprenøren i en virksomhet som har som mål å gi økonomisk vinning til bedriften, har en samfunnsentreprenør som mål å skape vinning i lokalsamfunnet. *«En samfunnsentreprenør er en person som står bak nye aktiviteter, tjenester eller organisasjoner med det siktemålet å skape et kollektivt gode for lokalmiljøet sitt»*. (Førde & Borch, 2010, s. 13)

Ved å se en organisasjon gjennom et kulturelt perspektiv kan en se organisasjonskulturen som kjennetegnes ved at aktørene i organisasjonen *«har et eksplisitt fokus på opplevelser, tanker og meninger som er felles for flere personer i en bestemt sosial sammenheng»*. (Jacobsen & Thorsvik, 2013, s. 130) Entreprenøriell kultur er kulturen som dannes i organisasjoner som har legning for entreprenørskap. Entreprenørorganisasjonen gjenkjennes med dens enkle struktur der den består av en toppledelse og en operativ kjerne. *«Et eksempel på slike organisasjoner er de mange små familiebedriftene vi finner i norsk næringsliv»*. (Jacobsen & Thorsvik, 2013, s. 95) Organisasjoner som har en sterk organisasjonskultur vil kunne ha et strategisk fortrinn, som vil gjøre de mer effektive enn de som har svakere organisasjonskultur og dermed vil de ha en større sjans til å nå suksess. (Jacobsen & Thorsvik, 2013) Det kulturelle paradigmet i organisasjonsteorien retter seg mot to tilnærminger til organisasjonens kultur. Det ene perspektivet ser organisasjonen som en del av større kulturelle systemer, der kulturen i organisasjonen kan gjenspeiles til kulturen, normene og verdiene i samfunnet. Det andre perspektivet ser organisasjoner som kulturer i seg selv, der organisasjonen kan sees som et slags eget samfunn med egen kultur, normer og verdier. (Schiefløe, 2011)

Innen organisasjonenes kultur dannes det også en organisasjons identitet. «*Identitet knytte til organisasjoner utvikles gjennom sosialiseringprosesser hvor ansatte over tid former en felles opplevelse av et kollektivt «vi» som jobber for å realisere et felles mål og definerer sine roller og relasjoner til hverandre.*» (Jacobsen & Thorsvik, 2013, s. 314)

Videre er entreprenørielle muligheter knyttet til innovasjon, der det sees på muligheter for å produsere nye produkter ved å koble ressurser på nye måter. (Alsos, 2010) Slik kan innovasjon sees i sammenheng med nyskaping. «*Ordet innovasjon kommer opprinnelig fra det latinske ordet «innovare», som betyr å fornye eller utvikle noe nytt.*» (Abelsen et al., 2013, s. 19) Ut over dette er det viktig å skille mellom en oppfinnelse og innovasjon, da det i innovasjon menes selve realiseringen av oppfinnelsen. (Abelsen et al., 2013)

Abelsen, Isaksen og Jakobsen (2014) ser på innovasjon i et historisk bilde i Norge ved å se på «*den norske innovasjonsmåten*» der en egalitær form for kapitalisme er med på å fremme variasjon. (Abelsen et al., 2013) «*Lokalt eierskap og bedrifter preget av flate strukturer og medbestemmelser bidrar til at det utvikles flere ulike utviklingsbaner i bransjer og regioner.*» (Abelsen et al., 2013, s. 17) Som nevnt i avsnittet over viser Ragnar Nilsen (2014) til denne historiske utviklingen ved å vise til den norske moderniseringsprosessen fra 1920 til 1950 for å forklare transformasjonen fra et fattig til et mer velstående samfunn. Han viser til at denne utviklingsprosessen for industrien i Norge likevel ikke førte til noen forsterket sentralisering. Dette gjør han ved å se på institusjonell utvikling, økonomiske forpliktelser og prosessene med institusjonell endring i en studie av industri på Vestlandet i mellomkrigstiden. (Nilsen, 2014) Det blir blant annet vist til i artikkelen hvordan det rurale samfunnet tilpasset seg transformasjonen for husholdningene med fiske og småbruk, til å ta seg noen periodiske jobber ved siden av innen industrien. Nilsen benytter seg også av et eksempel fra Weber (1967) der det vises til sammenhenger mellom pietistisk tro, som i denne oppgavens sammenheng kan sammenliknes med den læstadianske tro, og kapitalistisk entreprenørskap. I denne kulturen var det tradisjon for å være sparsommelig og vektlegge sosial likhet i de små samfunnene, som kan være med på å gi mer støtte fra arbeiderne og samfunnet rundt. En annen faktor som kunne knytte nære bånd mellom lokalsamfunnet og bedriftsetableringene, var involvering av familie i bedriftens eierskap og ledelse. Nilsen (2011) viser også til et annet eksempelet med industriutviklingen på Vestlandet, hvor han benytter seg av utviklingsteoriene om kreativ destruksjon og komparative fortrinn. Her setter han utviklingen på Vestlandet fra etter andre verdenskrig opp mot utviklingen langs kysten av Troms og Finnmark siden 1990-tallet, der det i nord har vært nedgang i de rådende næringene innen

fiske og fangst. Det vises til en utfordrende næringsutvikling i nord på bakgrunn av handelsorganiseringen og fiskeripolitikken som har ført til fjerneie og eksportorganisering med svak utvikling i de private handelsleddene. Her benyttes en komparativ vinkling mot utviklingen på Vestlandet, der nedgangen i fiskeriene fikk et annet utslag for nyskaping. Nilsen forklarer dette på den ene siden gjennom kreativ destruksjon. *«Sammenbrudd i den eksisterende organiseringa skapes av og gir rom for entreprenører til å igangsette nye virksomheter. Entreprenørene blir utøvende agenter både for å destruere det gamle og for å etablere det nye.»* (Nilsen, 2011, s. 236) Her ga sammenbruddene i fiskerinæringen på Vestlandet rom for entreprenørene til å skape nye næringer, som for eksempel møbel- eller verftsindustri. På den andre siden forklarer Nilsen dette gjennom komparative fortrinn som gi grunnlag for å *«tolkes som en påstand om at etablerte produksjonsaktiviteter med opparbeidede fordeler vil vedlikeholdes fordi aktørene ved utnytting av disse fordelene vil ligge foran i konkurransen.»* (Nilsen, 2011, s. 236) Dermed ga den allerede opparbeidede kunnskapen fortrinn for videreføring av nyere næringer, som for eksempel kunnskapen fra fiskerinæringen som kunne videreføres til verftsindustrien. Nilsen viser også her til de sentrale faktorene på Vestlandet for industrialiseringsprosessen, som entreprenørenes lokale tilhørighet, pietismens bindemiddel opp mot lokalsamfunnet, der likhetsverdiene sto sterkt og ødselhet ble sett på som synd. Dermed ble det heller lagt et grunnlag for *«lokal oppslutning om de nye virksomhetene»* og *«akkumulasjon og reinvesteringer istedenfor stort privat forbruk»*. (Nilsen, 2011, s. 237) Denne utviklingen blir sett på i kontrast til utviklingen på kysten i nord, der lovverket og institusjoner innen fiskerisektoren har satt hinder for det private handelsleddet. Nilsens konklusjon for næringsutviklingen langs kysten i Troms og Finnmark er dermed følgende; *«Skal en få til ei økonomisk utvikling på større og mindre steder i våre typer samfunn, er en avhengig av stedlig lojal gründervirksomhet. En forutsetning for levedyktighet er gründere og entreprenørtyper som over tid prøver å utvikle ny virksomhet som kan avføde økonomisk aktivitet på stedet.»* (Nilsen, 2011, s. 244)

Lillevoll og Bleie (2010) har gitt et nordnorsk eksempel på denne transformasjonsprosessen fra fjordsamfunn med saueoppdrett i Lyngen. De stiller seg spørsmål hvordan dette samfunnet med en konservativ form for luthersk kristendom, ble arnested for saueavl. Da samfunnet er av sjøsamisk opprinnelse undersøker de dette gjennom å se på de sjøsamiske begrepet «gáddjot» som betyr å berges eller frelses, og gjenspeiler dette til en beskjeden levestil med hardt arbeid og fremtidsrettet fokus. Her viser de til en form for selvberging grunnlagt av tilpasningsdyktighet, motstandskraft og kunnskap. Denne selvorganiseringen etter andre

verdenskrig har gitt et praksisfellesskap med et produktivt grensesnitt mellom vitenskapelig og lokal kunnskap. (Bleie & Lillevoll, 2010)

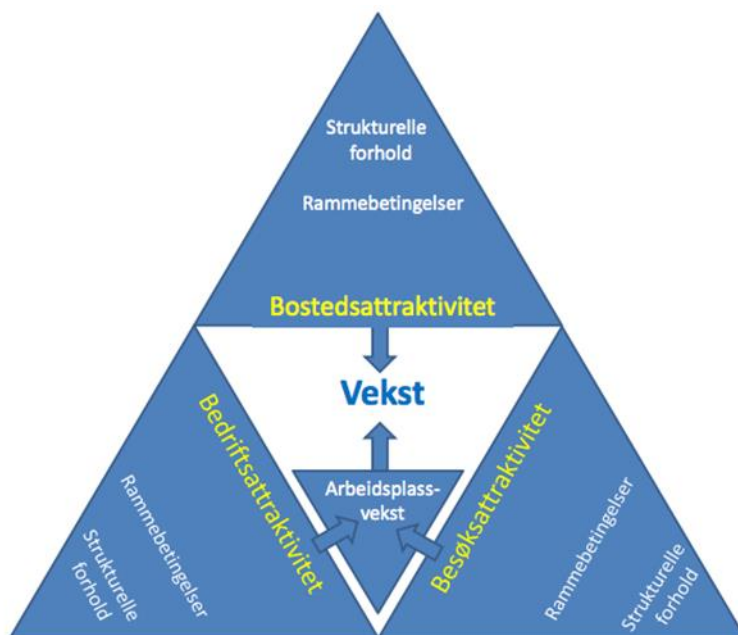
Organisasjoner danner flere ulike typer nettverk, der flere organisasjoner er knyttet sammen. En type organisatorisk nettverk kan være klynger, som i grove trekk er en samling av «*flere organisasjoner som driver med beslektede oppgaver, befinner seg i det samme geografiske området*». (Jacobsen & Thorsvik, 2013, s. 229) Organisasjoner som inngår i en klynge vil oppleve fordeler ved at de inngår i et felles miljø. «*Slik kan det i området utvikle seg et rikt arbeidsmarked som tiltrekker seg høykompetent arbeidskraft, et interessant kulturliv som gjør regionen interessant for andre bedrifter, høyere utdanningsinstitusjoner som tilbyr kunnskap som er relevant for klyngen, osv.*» (Jacobsen & Thorsvik, 2013, s. 229) Innen næringslivet finnes det en rekke eksempler på bedrifter som danner næringsklynger. Det største internasjonale eksempelet på en næringsklynge er Silicon Valley i California. Industri er en næring der det ofte oppstår miljøer i form av industrier der bedriftene som er samlokalisert vil dra «*nytte av et felles spesialisert arbeidsmarked, lavere transportutgifter og en form for taus industriell kunnskap*». (Reve et al., 2012, s. 31) I miljøene som dannes i næringsklyngene kan det også oppstå felles kulturelle trekk blant bedriftene. Disse trekkene vektlegger entreprenørskap, kommersialisering og vekst og er med på å knytte bedriftene sammen i næringsmiljøet. Disse kulturelle særtrekkene er vanskelige for utenforstående bedrifter å kopiere. (Reve et al., 2012)

### **3.2 Attraktivitet**

I sammenheng med en samfunnsutvikling der fraflytting fra distriktene har forekommet, har interessen for stedsutvikling med målsettingen om å forbedre de utsatte stedenes attraktivitet også økt. Gjennom distriktpolitikken har det også forekommet en økt satsing på attraktivitet, noe som kan sees i sammenheng med den forsterkede tiltroen til at lokalsamfunn selv kan påvirke egen vekst. Likevel fremheves kommunen som «*de mest sentrale aktørene, om ikke den mest sentrale, som skal mobilisere befolkning og næringsliv for å nå en ønsket utvikling*». (Vareide et al., 2013, s. 6)

På bakgrunn av denne utviklingen i distriktet har Telemarksforskning utformet en «*programteori for attraktivitet*», som er en modell for å vise hvordan lokal samfunnsutvikling henger sammen med vekst i folketallet. Attraktiviteten til et sted vil her da ha det overordnede målet om å styrke bosettingen til stedet. Programteori vil si «*et sett spesifikke og grunngitte*

antagelser om hvordan noe fungerer for noen i en gitt årsakssammenheng; med andre ord hvorfor det fungerer». (Vareide et al., 2013, s. 5) Vareide viser til Telemarksforsknings definisjon av et steds attraktivitet som lyder som følger; «Attraktivitet er et steds tiltrekningskraft for bedrifter, besøkende og bosetting utover det som kan forventes fra strukturelle forhold.» (Vareide, 2016, s. 5) Med dette kan vi dele et steds attraktivitet opp i de tre stedlige dimensjonene; næringsattraktivitet for tiltrekning av næringsliv, målt som arbeidsplasser, bedrifter eller verdiskaping, bostedsattraktivitet for tiltrekning av innflyttere og besøksattraktivitet for tiltrekning av besøkende. Her rettes det mest oppmerksomhet til bostedsattraktivitet og næringsattraktivitet sammen, da hovedvekten i denne teorien ligger til bostedsattraktiviteten og næringsattraktivitet antas å bidra til økt bosetting i distriktet. Telemarksforskning har vist sammenhengen mellom disse stedlige dimensjonene i modellen under kalt attraktivitetspyramiden.



Figur 2 – Attraktivitetspyramide (Vareide et al., 2013, s. 0)

Denne modellen viser hvordan næringsattraktivitet og besøksattraktivitet virker inn på vekst i arbeidsplasser som videre sammen med bostedsattraktivitet vil gi vekst i befolkningstallet på stedet. Bak de tre typene attraktivitet ligger de strukturelle forholdene som er de egenskapene som har en effekt på attraktiviteten, men som stedet selv i liten grad kan påvirke. Deretter spiller rammebetingelser også en rolle, som for eksempel de offentlige virkemidlene som tiltakssonen Nord-Troms og Finnmark er tillagt.



Næringsattraktivitet kan videre deles opp i tre næringstyper på bakgrunn av bransjestrukturen på stedet. Dette er besøksbæring, basisnæring og regional næring. (Vareide, 2016) Med strukturelle forhold menes *«egenskaper med steder som har en systematisk og empirisk bekreftet effekt på flytting eller næringsutvikling, og som steder i liten grad kan påvirke selv»*. (Vareide, 2016, s. 5) Strukturelle forhold deles videre opp i de fire strukturelle faktorene befolkningsstørrelse, arbeidsmarkedsintegrasjon, nabovekst og bransjestruktur. De strukturelle forholdene har forskjellige betydninger for stedene, ut ifra hvilken situasjon stedet befinner seg i. For eksempel så vil det på steder med lav arbeidsmarkedsintegrasjon være utfordrende å oppnå en vekst i befolkningstallet kun gjennom bostedsattraktivitet, da næringsattraktiviteten her vil være viktig. Likevel vil bostedsattraktiviteten være viktig for rekrutteringsarbeidet i næringslivet. Bransjestrukturen vil også være av stor betydning, da det er vanskeligere å etablere næringer på steder som ikke har liknende næringer allerede. *«I overskuelig framtid må et sted satse på de næringene som er der fra før. Det betyr at et sted med mye besøksnæringer må satse på økt besøksattraktivitet, mens industristeder må lete etter muligheter knyttet til industriell produksjon eller relaterte næringer.»* (Vareide, 2016, s. 21)

Videre viser attraktivitetsteorien til at det er forskjellige faktorer som er med på å skape attraktivitet for de forskjellige stedlige dimensjonene. Telemarksforskning har delt disse faktorene opp i de fire ulike gruppene omdømme, areal og bygning, ameniteter og identitet og stedlig kultur. (Vareide et al., 2013) Kategoriene for attraktivitetsfaktorene er vist i tabellen under.

	Bedrift	Besøk	Bosted
Omdømme	Omdømme som sted å drive næringsliv	Omdømme som sted å besøke	Omdømme som sted å bo
Areal og bygninger	Næringsarealer Lokaler Næringshager	Areal til hytter Eksisterende hytter overnattingskapasitet	Tomteareal Boliger Tilgjengelighet
Ameniteter	Tilgang til forretnings-tjenester Servicenivå i kommunen FoU og kompetanseinstitusjoner Tilgang på kompetent arbeidskraft	Naturherligheter Tilrettelegging friluftsliv Kulturtilbud Sport og fritidstilbud	Kommunens tjenester, barnehage, skole etc. Naturherligheter Tilrettelegging friluftsliv Kulturtilbud Sport og fritidstilbud
Identitet og stedlig kultur	Nettverk mellom bedrifter Klynger Innovasjonsklima Samarbeid mellom næringsliv og kommune	Gjestfrihet Serviceholdning Samarbeid mellom besøkšnæringene Destinasjonsutvikling	Lokal identitet Gjestfrihet Toleranse Samarbeidsånd Utviklingskultur

Figur 3 – Spesifikasjon av faktorer som har betydning for attraktivitet (Vareide et al., 2013, s. 13)

Her settes de tre attraktivitetsdimensjonene opp mot fire attraktivitetskategorier, for å vise hva som er med på å skape attraktivitet. Her viser kategorien omdømme til assosiasjonene personene som ikke har tilknytning til stedet har av stedet. Disse forståelsene av omdømme kan være forskjellige mellom attraktivitetsdimensjonene. Kategorien areal og bygninger er også relevant for alle dimensjonene, men gjør sterkest utslag på attraktiviteten om den uteblir og gir mangel på tilgjengelighet av arealer og bygninger. Denne mangelen kan gi manglende vekst på stedet. Kategorien ameniteter er hentet fra det engelske uttrykket amenities og er et «samleuttrykk for mange ulike typer fysiske kvaliteter og tilbud som eksisterer på stedet, og som kan gjøre stedet attraktivt». (Vareide et al., 2013, s. 11) Kategorien for identitet og stedlig kultur retter oppmerksomheten mot sosiale relasjoner og holdninger, som kan kalles den kollektive mentaliteten på stedet. En stedlig kultur preget av åpenhet, toleranse og gjestfrihet vil være positivt for bosteds- og besøksattraktiviteten. Det er også flere forskjellige stedlige kulturelle trekk som kan være med på å løfte næringsattraktiviteten. For eksempel positive innovasjonsklima eller bedrifter som samarbeider og danner nettverk som kan gi klyngeeffekter og øke konkurransekraften. (Vareide et al., 2013) Innen denne kategorien kan også samarbeidskultur og utviklingskultur trekkes fram, da noen steder viser seg å være bedre rustet til å påvirke egen vekst, men som kan ha bakgrunn i samtlige av attraktivitetstypene.

Gjennom utarbeidelsen av Telemarksforsknings programteori for attraktivitet, har de gjennom statistiske analyser forsøkt å identifisere effekten av steders attraktivitetsfaktorer. Dermed kan

denne teorien kritiseres for at den ikke rettet oppmerksomhet til de subjektive opplevelsene ved stedene. Angell et al. (2013) har vist til denne kritikken ved å påpeke at de små kommunene som har en svak arbeidsmarkedsintegrasjon, med få arbeidsplasser i omlandet og som tiltrekker seg få bedrifter, vil bli rangert som lite attraktive. Videre påpeker kritikken at Agnews forståelse av «*sense of place*» (gjennomgått i avsnittet under), blir målt i antall gjennom faktorene besøk, inn- og utflytting i forhold til arbeidsplasser, bedriftsetableringer osv. «*Denne stedsforståelsen inkluderer ikke handlinger og relasjoner eller prosesser, som mange mener er viktige ingredienser når steder skapes eller endres (Massey 1994). Den legger også lite vekt på meningsaspektet og det subjektive i stedsopplevelsen.*» (Angell et al., 2013, s. 11) Angell et al. (2013) viser heller til rapporten «Suksessrike distriktskommuner» og deres tilnærming til attraktivitet og stedsforståelse;

*«Det er ikke slik at det er kommunens beliggenhet, stedets bransjemiks, det offentlige økonomiske handlingsrommet på stedet, eller turistenes reisemønster som avgjør stedenes suksess. Det er, viser det seg, først og fremst det adferdsmønsteret som preget folkene som bor der, som avgjør. Folk skaper steder, det har vi framhevet gjentatte ganger. De skaper steder, ikke bare gjennom sitt antall, der har ikke små kommuner i distriktene så store konkurransefortrinn, men de skaper steder ved sine holdninger og handlinger. Der kan små distriktskommuner ha noen fortrinn, viser det seg – om de greier å utnytte dem.»*  
(Kobro et al., 2012, s. 97)

Med denne kritikken tatt til betraktning, vil ikke Telemarksforsknings attraktivitetsteori være tilstrekkelig grunnlag for tilnærmingen til sted. Derfor vil det heretter presenteres en relasjonell tilnærming til stedsbegrepet som vil bidra til å kaste lys over kulturen ved industrien på Furuflaten.

### **3.3 Stedets kultur: et relasjonelt stedsbegrep**

Bedriftene ved industrien på Furuflaten opplever stedet som et industristed. Her vil jeg innledende påpeke at det gjennom denne studien rettes søkelys mot dette industristedet, ikke de andre stedlige lokalitetene ved Furuflaten. Bedriftene ved industristedet på Furuflaten danner et miljø der de inngår i en næringsklynge. Som vist til tidligere i besvarelsen oppstår det gjerne felles kulturelle trekk blant bedriftene i næringsklyngen, som kan være et

konkurransefortrinn for de deltakende aktørene og som kan være vanskelig for utenforstående aktører å kopiere.

Begrepet sted er så godt innarbeidet i det hverdagslige språket vårt, at ordets teoretiske tilnærming sjeldent ofres noe oppmerksomhet. Vi benytter oss av begrepet gjennom den daglige talen, både om konkrete geografiske områder og i mer abstrakte uttrykk som «å dra av sted» eller «å være i noens sted». (Munkejord, 2011) Teoretiseringen av stedsbegrepet tok seg ikke opp før på 70-tallet, i første omgang gjennom geografien og de humanistiske geografene. Her hadde det tidligere gjennom regional geografi vært tradisjon for en positivistisk tilnærming til stedsbegrepet, der rom ble forstått som objektive fysiske overflater som hadde funksjon som kontainer for de subjektive relasjoner. (Valentine, 2001) Gjennom den humanistiske tilnærmingen til stedsbegrepet, ble sted gitt menneskelige og opplevelsesmessige aspekter, dette gjennom begrepet «sense of place» (stedsfølels/stedsopplevelse). (Berg et al., 2013) Etter de humanistiske geografene, hadde også marxister og postmodernister innslag av stedsforståelser som har vært med på å forme til et mer filosofisk stedsperspektiv. (Valentine, 2001) Gjennom denne utviklingen og 90-tallets «spatial turn», har oppmerksomheten rundt stedsbegrepet forplantet seg for alvor inn i samfunnsvitenskapen. Denne utviklingen har ført til den mest benyttede tilnærmingen i dag, som er et diskursivt og relasjonelt stedsperspektiv. (Berg et al., 2013) Verdenssamfunnet har stått ovenfor en utviklingsprosess med en høy utbredelse av informasjons- og kommunikasjonsteknologi, som videre har gitt økt mobilitet og globalisering. (Sørli et al., 2012) Dette har ført til en økt konkurranse om oppmerksomheten mellom steder, der det nå oftere rettes søkelys mot stedsutvikling for å forsterke stedenes attraktivitet. Som et resultat av at forståelsen av stedsbegrepet har utviklet seg til å bli mer kompleks, har det også gjort det mer utfordrende å håndtere begrepet analytisk. Denne kompleksiteten ved stedsbegrepet forekommer av at begrepet inngår som både studieobjekt, betraktningssmåte og analytisk begrep.

I møte med denne kompleksiteten har Doreen Massey vært med på å utvikle stedsforståelsen til det relasjonelle stedsbegrepet, der hun «*argumenterer for at steder ikke er avgrensede og stabile enheter, men heller bør forstås som nettverksbaserte møtesteder av materielle, sosiale og kulturelle relasjoner som strekker seg langt utover det lokale*». (Berg et al., 2013, s. 15) Utfordringen ved å se steder som dynamiske og alltid i bevegelse, vil så være å sette grenser for stedet og videre forstå de stedlige prosesser. Dette er likevel ikke umulig om det benyttes riktige metodiske og analytiske perspektiver. Selv om det ikke regjerer noen overordnet

fortolkning rundt stedsbegrepet i dag heller, er likevel den vanligste stedsforståelsen å se steder som «*dynamisk og heterogent, produsert gjennom både diskurs og praksis i relasjon til steders materielle struktur.*» (Berg et al., 2013, s. 16)

En annen bidragsyter til forståelse av stedsbegrepet er John Agnew der han på 80-tallet presenterte sin teori ved å se sted som «lokation», «sense of place» og «locale». «*De tre hovedforståelsene må ses som komplementære heller enn konkurrerende. Det er flytende overganger mellom dem, og til sammen danner de den helheten som er sted. Sted omfatter dimensjonene materialitet, praksis og opplevelse.*» (Berg et al., 2013, s. 13) Hvilke av disse tre dimensjonene ved sted en skal vektlegge i en studie, avgjøres av hva det er som skal studeres. Berg et. al. (2013) benytter seg av Noel Castree (2009) sin tolkning av Agnews tre stedlige kategorier. Her vektlegger *location* eller lokalisering de materielle eller fysiske dimensjonene ved stedet. Her foreslår Castree å se lokalisering som «*switching points*» eller omkoblingspunkter da steder er sterkt sammenkoblet og gjensidig avhengige av hverandre, på samme tid som de er svært forskjellige. Sammenkoblingen mellom stedene er på denne måten med på å forsterke og tydeliggjøre ulikhetene mellom dem. Sted som *sense of place* vektlegger dimensjonene av følelser og opplevelser som mennesker knytter til steder. Denne tilnærmingen har mange likhetstrekk med hvordan de humanistiske geografene tilnærmet seg sted, der utviklingen i denne forståelsen av stedstilknytning er at den kan forekomme variasjon da det ikke finnes kun en autentisk stedsidentitet (*genius loci*). (Berg et al., 2013) Sted som *locale* vektlegger den sosiomaterielle konteksten for hverdagsliv og interaksjonen mellom de globale og lokale strukturer. Dermed må steder studeres gjennom intensjonene og praksisene til de som bruker og påvirker stedet. (Berg et al., 2013)

Munkejord (2011) viser til geografifagets tradisjon for å håndtere stedsbegrepet gjennom det samme rammeverket, der *location* retter oppmerksomhet mot materialitet, *locale* retter oppmerksomhet mot praksis og *sense of place* retter oppmerksomhet mot den opplevelsesmessige dimensjonen ved stedet. Tilknyttet materialitet kan for eksempel sted som økonomisk aktivitet studeres, ved praksis kan det rettet søkelys mot sted som konteksten for hverdagslig samhandling og ved den opplevelsesmessige dimensjonen kan sted som stedsopplevelser eller stedstilhørighet analyseres. (Munkejord, 2011)

Til den relasjonelle stedsforståelsen står tilnærmingen til stedsidentitet sentralt. «*Den dobletheten som ligger i begrepet, ble påpekt av geografen Raelph allerede i 1976, der han skilte mellom selve stedets identitet («identity of a place») og vår identifisering med stedet*

(«*identity with a place*».)» (Berg & Dale, 2013) Sistnevnte knyttes opp mot stedsfølelse eller stedstilknytning («sense of place» som vist til over).

Dette skillet kaller Berg og Dale (2013) for «steders identitet» og «menneskers stedsidentitet». De ser også dette skille i et relasjonelt stedsperspektiv, der identitet betraktes som noe i konstant utvikling som skapes i en refleksiv prosess. (Berg & Dale, 2013) Da sidene av dette skillet gjensidig påvirker hverandre og derfor er vanskelige og skille fra hverandre, ser de dem i et analytisk perspektiv fremfor praktisk. Det er også viktig å se de analytisk da de krever forskjellig metodisk tilnærming.

Menneskers stedsidentitet («*identity with a place*»), tar for seg følelsen for et sted, men er også en viktig brikke i menneskers identitetskonstruksjon da vi identifiserer oss med sted. Det kan være forskjellige aspekter som gir materiale for denne prosessen, både fysiske og sosiale. Det er også en multilokal prosess da vi forholder oss til flere steder samtidig og til flere nivåer som både lokalt, regionalt og globalt. Det som er sikkert er at den utformende identiteten aldri er fast, men forskjellig fra person til person og kan endres over tid.

Steders identitet («*identity of a place*»), tar for seg de elementer og prosesser som gir sitt særpreget til steder. Disse elementene kan være av både fysiske og naturgitte betingelser. Prosessene kan være av både ovenfra- og nedenfra styrte prosesser. I dagens samfunn, på grunn av økt konkurranse mellom steder, er det blitt veldig populært å drive målrettede stedsutviklingsprosesser. Det som er utfordrende med disse prosessene er at de ofte er styrt ovenfra og ned, som kan være uheldig da det er stedets identitet som skal utvikles. Dette da stedsidentitet sees på som noe internt, dypt og rent, som burde utvikles gjennom dypere prosesser over større tidsrom.

Da industrimiljøet ved Furufalten danner en klynge med felles kulturelle trekk mellom bedriftene, vil det også innen denne kulturen foregå en dannelse av bedriftenes identitet gjennom sosialiseringprosesser over tid. (Jacobsen & Thorsvik, 2013) Denne relasjonelle tilnærmingen til stedsbegrepet vil være nyttig når bedriftenes kultur og identitet skal undersøkes.

### 3.4 Kjønsdimensjoner i et attraktivitetsperspektiv

Ved å studere demografiske utfordringer for steder, er det også interessant å se denne tilnærmingen gjennom kjønnsdimensjoner. Munkejord (2011) støtter seg til teori der kjønn og sted blir sett på som gjensidig formende, ved å vise til hvordan Gunnel Forsbergs teori om at kjønnsrelasjoner produseres og reproduseres på ulike måter på forskjellige steder.

(Munkejord, 2011) *«Dette innebærer at sted og kjønn er gjensidig konstituerende, slik at forestillinger om «mannlighet» og «kvinnelighet», samt hva som forventes av kvinner og menn, vil variere stedlig».* (Munkejord, 2011, s. 37) Denne teoretiske tilnærmingen har sine røtter i den feministiske stedsforståelsen. Feminister har skilt mellom kjønn som den biologiske forskjellen mellom menn og kvinner, og kjønn (maskulinitet og feminitet) som de sosiale betydningene som tilskrives menn og kvinner. (Valentine, 2001) Dermed anerkjenner de begrepet kjønn på den måten at forskjeller mellom kjønnene er sosialt konstruert, blant annet på en hierarkisk måte.

Munkejord ser teori om kjønn og sted i konteksten fra små samfunn i Finnmark, der hun argumenterer for at det kan være like stort kjønn mangfold innen de rurale steder som de urbane. Her viser hun til materialitetene demografi, arbeidsmarked og velferdsordninger som viktige faktorer for at kjønn blir skapt og praktisert på ulike måter på forskjellige steder. Her viser Munkejord til at de urbane faktorene ikke nødvendigvis vil skape mangfoldige kjønnskulturer, mens rurale faktorer heller ikke nødvendigvis vil skape trange tradisjonelle handlingsrom med for eksempel «gubbekultur». (Munkejord, 2011) Hun åpner heller for at det kan være enda videre handlingsrom mellom kjønnene distriktene, om ikke større enn i de urbane strøk.

Munkejord ser også kjønn opp mot bostedsvalg, der medier og forskning i lengre tider har dannet et bilde av at kvinner i større grad enn menn flytter fra distriktene. Til dette viser Munkejord til en statistikk som gir et annet realitetsbilde for Finnmark, da det i dag viser seg at flyttemønsteret er jevnere mellom kjønnene.

Tilknyttet denne oppgaven vil det også være relevant å se forståelsen av kjønn opp mot arbeid og attraktivitet. Dette da kvinners posisjon i arbeidslivet har endret seg mye gjennom historien. Fra industrialiseringen mellom 1870 og 1970 påvirket utviklingstrekkene samfunnet til et mer utpreget servicesamfunn mellom 1960 og 1990. *«Bakgrunnen var en kombinasjon av industriell restrukturering, utbygging av velferdssamfunnet, sterk vekst i privat service og samtidig kvinnenes sterke inntogsmarsj i arbeidslivet».* (Onsager, 2012, s. 45) I teorien om kjønnsmessig arbeidsdeling har det vært tradisjon for å definere kvinner til

reproduksjonssfæren og menn til produksjonssfæren hvor kvinners plass i arbeidsmarkedet har vært betraktet som underordnet menns plass. (Brun, 1998) Slik har det oppstått en dominans av kvinner i den offentlige sektoren. Da utviklingen de senere år viser at kvinner har økt utdanningsnivået i større grad enn menn, kan kanskje dette også påvirke til en endring av kvinners tradisjonelle plass i arbeidsmarkedet. (Angell et al., 2013)



## 4 Metodologiske verktøy og refleksjoner

I dette kapittelet vil jeg gjøre rede for de metodiske grep jeg har benyttet meg av for å belyse problemstillingen og forskningsspørsmålene mine. Valg av metode gjøres på bakgrunn av hvilken tilnærming som vil besvare spørsmålene som stilles. Kvalitative tilnærminger benyttes ofte i samfunnsvitenskapen da de gir mulighet til å forstå sosiale fenomener. Da jeg i denne studien ønsker å undersøke næringsattraktivitet på stedet Furuflyten, vil dette bli gjort ved en kvalitativ tilnærming gjennom en casestudie som tar formen «*enkelt-case design med flere analyseenheter*». (Johannessen et al., 2004, s. 81) Industrien på Furuflyten vil dermed være det utvalgte caset, med utvalgte bedrifter som analyseenheter. Da det er disse bedriftenes oppfatninger av stedets kvaliteter som er sentrale, er metoden sosiokulturell stedsanalyse gjennom intervju benyttet der denne empirien er å regne som primærdata. Videre er det også benyttet dokumenter som kommunale og regionale næringsplaner, nasjonale utredninger og tidligere forskning, som utgjør empiri som sekundærdata.

### 4.1 Feltarbeid i egen kultur

Jeg har utført feltarbeid på mitt eget hjemsted Furuflyten hvor jeg vokste opp, men ikke har bodd på ti år. Jeg har likevel sterk tilknytning til stedet fremdeles og tilbringer mye tid der. Feltarbeidet foregikk tidlig i desember 2020 og varte over to dager. Denne turen til Furuflyten kunne vært en vanlig besøkstur til familie på Furuflyten, men denne gangen var det likevel noe helt annerledes ved den. Allerede fra da jeg satte meg i bilen i Tromsø og på veien til Furuflyten hadde jeg tatt på meg en rolle som forsker og gjorde med dette andre observasjoner og tanker enn jeg ellers ville gjort. Nettopp balansen mellom disse to rollene har jeg viet mye oppmerksomhet gjennom denne studien og skal gå grundigere gjennom den herunder.

«Å gjøre feltarbeid innen sin egen kulturkrets innebærer at en studerer en del av sin egen virkelighet.» (Wadel et al., 2014, s. 26) Begrepet kultur kan vi forstå som «*akkumulert erfaring og etablerte verdier som er allment utbredt og akseptert i samfunnet, og som overføres mellom generasjoner.*» (Schiefløe, 2011, s. 113) Disse erfaringene og verdiene inngår i det den engelske sosiologen Anthony Giddens kaller «gjensidig felleskunnskap», men hva som nøyaktig ligger ved de er svært vanskelig å påpeke da vår kulturelle kunnskap fremstår som uuttalte og ubevisste for oss. (Wadel et al., 2014) Det å være forsker med forskningsfelt i egen kultur byr dermed både på noen fordeler, men også utfordringer som krever ekstra oppmerksomhet. Fordeler kan være at jeg allerede er kjent med «*lokale uttrykk,*

*kulturelle koder, hendelser, historier og personer*». (Paulgaard, 1997, s. 77) En utfordring derimot er at jeg i møtet med fagfeltet har både den gjensidige felleskunnskapen med meg på samme tid som den faglige innsikten. Da jeg møter feltet med min førstehåndskunnskap vil jeg ha lettere for å ta kulturelle og sosiale forhold forgitte i min egen kultur, enn det ville vært i en fremmed kultur. Nettopp denne utfordringen er det viktig å vie ekstra oppmerksomhet, da kulturfortrolighet kan være til kulturblindhet, og dette spesielt i møte med egen kultur snarere enn i møte med fremmede kulturer. (Wadel et al., 2014)

Paulgaard (1997) viser til det som ser ut til å være et uløselig dilemma tilknyttet denne utfordringen, der forskeren på den ene siden skal tre «innenfor» de sammenhenger som studeres, men på samme tid være i stand til å tre «utenfor» for å mer systematisk kunne se med et analytisk blikk. Uansett hvordan forskeren på forhånd stiller seg til kulturen i forskningsfeltet, kreves det at forskeren underveis i forskningsprosessen håndterer å gjøre sitt arbeid både innenfor og utenfor. Paulgaard viser til at det har vært omdiskutert i metoddebatter om forskere med sin bakgrunn innenfor, har mulighet til å innta posisjonen utenfor. Dette kan settes på spissen ved å snu på spørsmålet, om forskeren med sin bakgrunn utenfor kan ha mulighet til å innta posisjonen innenfor. Paulgaard konkluderer med at *«betydningsproduksjonen kan ikke sees isolert fra personlige erfaringer, uansett om forskeren er hjemme eller borte på feltarbeid»*. (Paulgaard, 1997, s. 90) Det må heller rettes oppmerksomhet til forskerens utgangspunkt, der den som kommer innefra i større grad må gjøre rede for sin rolle tilknyttet forskningsfeltet.

Selv om jeg har gjort et feltarbeid i lokalsamfunnet jeg kommer fra og i min egen kultur, har jeg på samme tid blitt introdusert for en kultur jeg på forhånd ikke hadde like vidt innblikk i. Dette var kulturen som befinner seg mellom bedriftene ved industrien på Furuflaten, som jeg som utflytter ikke nødvendigvis på forhånd hadde naturlig adgang til. Dette medførte at jeg som student og forsker måtte repositionere meg for å få adgang til å studere denne kulturen. På samme tid skal det ikke undertrykkes at min lokale tilhørighet til stedet kan ha gjort det enklere for meg å få denne adgangen. Her fikk jeg oppleve at *«feltarbeid i egen kulturkrets gir også store muligheter til å fordype seg i virkeligheter som ikke er helt ens egne.»* (Wadel et al., 2014, s. 28) Denne muligheten har ført til at forskningsprosessen har vært med på å endre min betraktning av mitt hjemsted. Jeg vil heretter se Furuflaten med nye øyne, der industrien i det historiske og dagsaktuelle bildet vil ha en større rolle.

## 4.2 Min inngang til feltet

Et fem år langt studie nærmet seg slutten og valget for tema til masteroppgaven skulle tas. Gjennom studieløpet ble jeg oppmerksom på at jeg stadig satte teori opp mot rurale utfordringer. Dette gjenspeiler seg i at jeg har vokst opp i en liten bygd, som jeg fremdeles har sterk tilknytning til. Dette er industribygda Furuflaten i Lyngen kommune, som blant annet også har vært tatt opp som tema i pensum gjennom bachelorstudiet jeg fulgte i samfunnsplanlegging og kulturforståelse. Denne lille bygda med en årelang industriell tradisjon, ville gjøre seg utmerket som et forskningsfelt. Likevel ga jeg klar beskjed ved starten av masterprogrammet – «*Jeg skal ikke skrive masteroppgave om Furuflaten!*», men slik skulle det altså bli. Sett i ettertid var det kanskje tanker om at det ikke ville bli spennende nok å studere noe så nært, eller kanskje en frykt for å trø inn i det som allerede tilsynelatende var så kjent. Det skal ikke legges skjul på at det har vært litt skummelt og tidvis utfordrende, men mest av alt har det vært lærerikt og spennende. Til tross for at det var der jeg tilbragte mine første 18 år, skulle det vise seg at det var mye jeg ikke visste om industribygda Furuflaten. Både det som kom fram når jeg tok på meg forskerrollen og studerte historien bak tilblivelsen av industrien, men også omfanget av industrimiljøet i dag. Her kommer relevansen inn med perspektivene som Paulgaard (1997) viste til om å tre innenfor og utenfor i forskningsfeltet. Gjennom at jeg påtok meg forskerrollen, fikk jeg også en akademisk distanse til forskningsfeltet. Den kunnskapen jeg tilegnet meg gjennom denne prosessen, var med på å gi meg en distanse til stedet som jeg innledende allerede hadde et personlig og nært forhold til.

Jeg gikk i gang med å forberede et feltarbeid på Furuflaten og ønsket å avtale noen intervjuer med de daglige lederne av de tre største bedriftene på Furuflaten. Å være studenten som tar kontakt med travle daglige ledere, gjorde meg bekymret for å ta av deres dyrebare tid. Etter å ha tatt telefonen til de daglige lederne som jeg i forskjellig grad allerede hadde bekjentskap til, forstod jeg fort at de var svært imøtekommende og interessert i å bistå. Tid og sted for intervjuene ble straks avtalt, og jeg kunne ta turen fra universitetet i Tromsø og hjem til Furuflaten. En biltur jeg har tatt uendelig mange ganger før, som bruker være problemfri langs E8/E6 frem til Oteren i Storfjord kommune. Her tar du av på fylkesvei 868, en vei som kanskje er mest kjent for å være stengt grunnet ras eller fare for ras ved den beryktede Pollfjelltunellen som i sin tid ble laget for kort til å være rassikker. Da denne tunellen er veldig smal kjører helst ikke tungtransport gjennom, noe som medfører at du ofte møter på større kjøretøy langs den smale, svingete og humpete veien mellom Oteren og Furuflaten.

Dette kan være skremmende også for undertegnede som aller helst vil lukke øynene i møte med denne trafikken på den smale transportåren. Veien slingrer seg langs fjorden som etter 20 minutter åpner seg opp ut mot Lyngenfjorden og du kommer inn i Lyngen kommune. Noen bratte svinger fører deg inn mot Furuflaten hvor du blir møtt av en voldsom fjellside. Denne fjellsiden tilhører Pollfjellet som ruver over bygda. På «vanlige» kjøreturer til Furuflaten, ofrer jeg ikke møtet med dette fjellet noen ettertanker. Etter å ha vokst opp under dette fjellet, har jeg blitt vant til å ha snøras tett på meg. Det var ikke før i voksenalderen at jeg forstod at det ikke var vanlig pensum på barneskolen å lære teknikken om å bokse hulrom i snøen for å puste i, når fokken fra rasene kommer svevende. På denne turen derimot forsøkte jeg å se fjellet i et perspektiv utenfor og gjorde meg tanker om at fjellet sikkert kan oppleves overhengende. Den første bedriften du møter etter veien er Cinderella som ligger ved fjorden og dypvannskaia. Videre kommer du inn i selve kjernen av tettstedet. Her ligger industriområdet litt skjult bak en furuskog. Det er ikke før du skal krysse elva som kommer ned Lyngsdalen at du ser fasaden til industriområdet og kan skimte hva som befinner seg bak på det flate området ved fjorden som kalles for Øra.

På veien til mitt første møte med en av bedriftslederne kjørte jeg gjennom bygda på vei til industriområdet. Først passerte jeg den nedlagte dagligvarebutikken. Et savn for beboerne i bygda, men også noe som skulle vise seg å være et aktuelt tema for samtlige av de daglige lederne jeg intervjuet. Like nedenfor butikken passerte jeg samfunnshuset Furustua, som er et viktig lokale for arrangementer som skaper liv på bygda. Få meter lengre inn i bygda kjører jeg forbi Lyngsdalen oppvekstsenter, som Lyngen kommune stadig truer med å legge ned, til tross for at de siste årene har vært økning i befolkningen i bygda i barnehage- og barneskolealder. Like nedenfor oppvekstsenteret ligger fotballstadion hvor idrettslaget har et aktivt fotballmiljø. Her tok jeg av og kjørte ned inn på industriområdet. Det er mye aktivitet på området, så jeg forsøkte parkere bilen slik at den ikke skulle stå i veien for trafikken av hjullastere og trailere. Samtlige av møtene skulle finne sted på de forskjellige bedriftene. Godt kjent som jeg var gikk jeg målbevisst til det første bedriftslokalet til Haplast og tok tak i inngangsdøra. Den var låst. Dørene til disse lokalene hadde da alltid stått åpne tidligere. Litt forvirret så jeg opp på en plakat der det stod noe om nye rutiner på grunn av Covid-19, samt et nummer jeg skulle ringe for å slippe inn. Når jeg omsider kom innenfor dørene, ble jeg møtt av en kjent lukt. Det luktet akkurat slik det hadde gjort de gangene jeg hadde vært innom her tidligere gjennom årene, enten for å hente noe hos min far som arbeider der eller gjennom noe i regi av grunnskolen. Lukten av industri. Jeg ble hentet til kontorlokalene hvor jeg ble

bedt om å skrive meg inn, noe som også var nye retningslinjer tilknyttet pandemien, hilste på noen kjente fjes og ble vist vei til kontoret hvor møtet skulle finne sted.

Vi snakket først litt løst og fast om vær og vind, der samtalen hadde en jevn flyt. Da vi begge var klar startet vi selve intervjuet og jeg satte på opptakeren jeg hadde fått tillatelse til å benytte meg av. Samtalen endret straks form til en mer formell samtale, før vi begge igjen glemte opptakeren og samtalen fikk tilbake den mer naturlige flyten. Det var mye aktivitet i lokalet og hele tiden lyder av at det ble gjort et effektivt arbeid rundt oss. Plutselig banket det kjapt på døren og en ansatt kom inn. Vedkommende ble overrasket over å ha avbrutt et møte, men ble fort beroliget av den lite formelle stemningen og fikk gitt sin beskjed. Samtalen fløt så videre.

### 4.3 Sosiokulturelle stedsanalyser

Stedsanalyser ble på 90-tallet en populær metode for å bedre tettsteder og byers estetiske og funksjonelle kvaliteter, ved å registrere stedenes historiske og fysiske utvikling. (Røe, 2002)

De sosiale og kulturelle kvalitetene ved stedene ble utelatt gjennom disse tradisjonelle stedsanalysene. Dermed startet arbeidet med å utvikle sosiokulturelle stedsanalyser, som har til hensikt å *«åpne opp stedsutviklingsprosesser, ved å dekonstruere dominerende representasjoner, få fram ulike fortellinger og undersøke hvordan steder blir konstruert»*.

(Røe & Vestby, 2013, s. 44) I denne typen nyere samfunnsforskning ble forståelsen av sted delt opp mellom en sosial konstruksjon og et sosialt produkt. Her ble sted som en sosial konstruksjon oppfattet som *«at stedet oppleves og gir mening utfra den enkeltes erfaringer og interesser, som justeres i møte med andre»* og stedet som et sosialt produkt oppfattet som *«at stedets sosiale og materielle strukturer er et resultat av sosiale prosesser»*. (Røe, 2002, s. 77)

Det er i sosiokulturelle stedsperspektiver at steder framkommer og omskapes gjennom sosiale og kulturelle prosesser mellom forskjellige deltakende aktører. Her plasserer den sosiokulturelle stedsanalysen seg inn i den relasjonelle stedsforståelsen, da det er gjennom mennesket stedet oppleves og beskrives. *«Steder er ikke romlige containere for sosialt liv, der er tvert imot slik at det er de sosiale relasjonene og prosessene som utgjør stedet»*. (Røe, 2002, s. 76) Videre inngår også stedet i menneskets egne identitetsdannelse og er på denne måten viktig for mennesket. Da steder forstås og formes gjennom prosesser som prosjekter, planer og forskning, er også disse prosessene med på å bestemme hvem som skal få muligheten til å identifisere seg med stedet. *«Et sted kan ifølge Massey ikke ha en samstemt*

*identitet som alle deler.»* (Røe, 2002, s. 78) Slik oppstår det en risiko for at noen grupper kan føle seg utelatt fra den identiteten som konstrueres. Dermed kan sosiokulturelle stedsanalyser benyttes til å kartlegge de eksisterende representasjonene. Det stilles et stort krav til å være kritisk til det som produseres, da det gjennom å forske på et sted også drives konstruksjon av selve stedet og videre mulige stedsidentiteter. Røe og Vestby forklarer dette ved å vise til hvordan det gjennom *«sosiokulturelle stedsanalyser avdekkes, synliggjøres og beskrives fenomener og meningsdannelser som bidrar til å «skape» steder, samtidig som presentasjonen av denne kunnskapen i seg selv er stedskonstruerende»*. (Røe & Vestby, 2013, s. 58)

Da den sosiokulturelle stedsanalysen kan benyttes for å kartlegge de eksisterende representasjonene ved et sted, har jeg i denne studien sett meg nødt til å gjøre begrensinger til å rette oppmerksomheten mot kun industristedet Furuflaten og miljøet mellom bedriftene i utvalget. Dermed har jeg ikke utført en tradisjonell sosiokulturell stedsanalyse, men heller benyttet meg av det relasjonelle stedsbegrepet som en inngang til å studere kulturen i industrimiljøet. Slik har jeg valgt bort å se de sosiokulturelle aspektene ved for eksempel Furuflaten som oppvekststed, som kunne vært aktuelt for mitt vedkommende. Dermed har jeg gjennom intervjuene kartlagt de sosiokulturelle faktorene som er med på å danne miljøet mellom bedriftene ved industrien. Ved å analysere det som framkom, har dette gitt muligheter til å avdekke hvordan bedriftslederne identifiserer seg med industristedet Furuflaten.

#### **4.4 Utvalgets informanter, intervju og etiske refleksjoner**

Til denne studien ble det foretatt et strategisk utvalg av informanter i en bestemt målgruppe på bakgrunn av størrelse og lang fartstid for bedriften. Dette strategiske utvalget vil da ikke være like representerende for hele industrimiljøet, likevel stilles det ingen grunn til å tro at bedrifter i andre målgrupper i samme industrimiljø ville gitt annet utslag i resultatet. Da innhenting av data ble gjort gjennom dybdeintervju, begrenset denne metoden antallet informanter i utvalget til tre bedrifter. Et mindre utvalg av informanter er mer vanlig i kvalitative metoder da de er basert på en annen analytisk logikk enn kvantitative metoder og representativitetsprinsippet i utvalget er heller ikke en like relevant framgangsmåte.

(Thagaard, 2018) Rekrutteringen av informantene foregikk på den måten at jeg ringte de med forespørsel om mulighet til å delta i mitt masterprosjekt gjennom et intervju. Jeg henvendte meg til de tre største bedriftene på Furuflaten som alle har lang fartstid og kan regnes som

hjørnesteinsbedrifter. De takket ja til min forespørsel og utvalget mitt ble dermed bestående av bedriftene Haplast AS, Cinderella Eco Solution AS og Akva-Ren AS, representert av deres daglige ledere. Disse representantene var med på å tilføre utvalget variasjon ved at to av representantene var menn og en kvinne. To av tre hadde tilhørighet til Lyngen kommune gjennom flere år, mens ene var nylig tilflyttet.

Intervjuene som tok form som dybdeintervju var av en semistrukturert karakter, der det ble lagt opp til en åpen samtale der tema var satt og noen relevante punkter var gitt på forhånd gjennom en intervjuguide. På denne måten tok intervjuene form som en samtale der man bevegde seg fram og tilbake mellom punktene. Hensikten med å legge opp til denne formen for intervju var å få mest mulig informasjon om tema også informasjon som ikke var tiltenkt innledningsvis, men om mulig mer interessant. På denne måten ble det gitt rom for at det kunne komme svar på spørsmål jeg ikke hadde stilt. Dybdeintervjuene hadde en varighet på over en time per intervju og fant sted på representantens kontor.

Kvalitative forskningsopplegg stiller sterke krav til etiske hensyn, dette spesielt gjennom kvalitative intervjuer der en kommer nært inn på informanten. Her er forskningsetiske prinsipper blitt tatt hensyn til i forkant, underveis i intervjuene og i etterkant under behandling av intervjuene som data. Det forskningsetiske prinsippet om frivillig deltakelse ble fulgt, der representantene fikk mulighet til å trekke seg når som helst underveis i prosessen. Prinsippet om informert samtykke ble også fulgt, ved at informantene skrev under på en samtykkeerklæring. Informantene er anonymisert, men på bakgrunn av at Furuflaten er et lite sted ble det også gjennom erklæringen gitt samtykke til at de indirekte kan bli gjenkjent i oppgaven. Informasjonen informantene har tilført prosjektet har ikke vært sensitive opplysninger, likevel landet valget på anonymisering da dette kan medvirke til at informantene snakker friere uten å holde tilbake på informasjon. For å bevare informantenes anonymitet har de blitt gitt fiktive navn. Herunder vil disse fiktive navnene presenteres med noe tilleggsinformasjon som kan sette de i perspektiv til analysen.

For bedrift 1 er det Julie som er bedriftsleder. Hun er den første og eneste kvinnelige lederen ved industrien på Furuflaten. Deres bedrift har hovedkontoret sitt på Furuflaten, mens deres produksjon foregår i egne lokaler i en grenseliggende kommune mot nord samt egne lokaler til oppbevaring i en grenseliggende kommune mot sør. Dette da det var på disse stedene de fant lokaler som egnet seg til deres bruk. Julie har bodd i Lyngen i flere år og er godt etablert i samfunnet. Hun framstår som en aktiv ressurs for lokalsamfunnet gjennom flere engasjement.

Informanten er ikke politisk aktiv, annet enn hva som følger av å holde seg oppdatert på det politiske bildet som privatperson og bedriftsleder.

For bedrift 2 er det Henrik som er bedriftsleder. Denne bedriften har både hovedkontor og produksjon på Furuflytten. Henrik har ingen tidligere tilknytning til Lyngen, da han er ganske nylig ansatt. Han har mye erfaring fra større bedrifter, med lang fartstid innen den teknologiske bransjen. Han har vært politisk aktiv i en annen kommune enn Lyngen og vært engasjert i nasjonalt prosjekt innen kommunal og moderniseringsdepartementet.

For bedrift 3 er det Markus som er bedriftsleder. Denne bedriften har også sitt hovedkontor og sin produksjon på Furuflytten. Markus har bodd i Lyngen i flere år og er godt etablert i lokalsamfunnet da han framstår som en aktiv ressurs gjennom flere engasjementer. Innenfor lokalpolitikken har han vært aktiv partipolitisk i flere år.

Oppgaven er godkjent av norsk samfunnsvitenskapelige datatjeneste (NSD), med referansekode 776239. Jeg har gjennom hele prosjektet vist hensyn til maktforholdet mellom forsker og informant slik at informantenes synspunkter har kommet fram, blant annet gjennom at jeg har tatt med mange direkte sitater fra informantene i analysen.

## **4.5 Innhenting av informasjon**

Gjennom min bacheloroppgave i samfunnsplanlegging og kulturforståelse fra 2019, hadde jeg innledende til denne masteroppgaven allerede tilegnet meg informasjon til feltet. Både tilknyttet regionen Nord-Troms og tilknyttet tema om samfunnsutvikling i distriktet.

Innledningsvis til dette forskningsprosjektet utførte jeg uformelle samtaler med sentrale aktører, for å skape et situasjonsbilde for videre avgrensning av tema. Dette var blant annet samtaler med to ansatte fra Halti Næringshage og en ansatt i Nord-Troms Regionråd DA. Samtalene tok form som uformelle, ustruktureerte og ble gjort via telefon, teams eller e-post.

Jeg har også deltatt på Lyngen Næringslivsdag som ble avholdt digitalt den 21. 01. 2021.

Dette var et åpent arrangement i regi av Tromsøregionens Næringsråd, med presentasjoner fra representanter fra ulike næringer i Lyngen og fra kommunens administrasjon representert av utviklingsjefen. Det ble også gitt rom for de andre deltagerne til å stille spørsmål eller komme med kortere innspill. Gjennom å delta på dette arrangementet fikk jeg informasjon om andre næringer i Lyngen kommune annet enn industrien på Furuflytten som har vært fokuset i dette forskningsprosjektet. For å tilføre empirien elementer som bygger videre rundt funnene i



feltarbeidet med intervjuene, har jeg foretatt en gjennomgang av sentrale dokumenter som er med på å belyse problemstillingen. Dette ble også gjort innledningsvis for å tilegne meg kunnskap om feltet. Det skal tas med i betraktningen av disse dokumentene ble lest og til dels tolket i kontekst med denne studiens problemstilling og forskningsspørsmål. Dette var blant annet plandokumenter som «*Strategisk næringsplan Lyngen kommune, revidert plan 2016*», «*Kommuneplanens samfunnsdel 2017-2029, Lyngen kommune*» og «*Regional strategisk næringsplan for Tromsøregionen 2018-2022*».

## 4.6 Deskriptiv statistikk

Til tross for at denne studien i hovedsak har basert seg på den kvalitative metodikken, finnes det også innslag av kvantitative metoder. Dermed burde heller valget av metode kalles kvantitativ «orientert», da forskning generelt nødvendigvis innebærer referanser til både innhold og utbredelse. (Wadel et al., 2014) Disse statistiske innslagene forekommer som deskriptiv eller beskrivende statistikk. «*Deskriptiv statistikk faller innenfor det en gjerne kaller utforskende teknikker; en benytter deskriptiv statistikk for å bli kjent med dataene og for å beskrive dem.*» (Rød, 2017, s. 115) Denne formen for statistikk blir ofte benyttet innledende i vitenskapelige undersøkelser og benytter gjerne ulike figurer for å visualisere det tallmaterialet viser. Til denne oppgaven er det blant annet benyttet deskriptiv statistikk for å visualisere befolkningstall over tid eller fordelingen av befolkningen mellom alder og kjønn.

## 4.7 Ringvirkningskalkulatoren til DNB

Måling av ringvirkninger er ofte benyttet innen det samfunnsøkonomiske fagfeltet. Ved å se på ringvirkningene av det private næringslivet som en ressurs for samfunnsutviklingen, vil disse kunne måles som økonomiske ringvirkninger gjennom en kvantitativ metode. Dette gjør blant annet DNB gjennom deres ringvirkningskalkulator. Her kan det måles i direkte ringvirkninger som er «*omsetning, kjøp av varer og tjenester, verdiskaping, arbeidsplasser, merverdiavgift og skatter innbetalt til stat og kommune fra bedriften (selskapsskatt) og de ansatte (personskatt)*» og indirekte ringvirkninger som er «*alle ringvirkningene som oppstår ved at f.eks. bedrift A kjøper varer og tjenester fra underleverandør B, C, D osv*». (DNB, 2021a) Dette vil igjen føre til at disse kjøpene av varer i første ledd tilrettelegger for omsetning, verdiskaping og sysselsetting, før det i neste ledd vil virke til at bedrift B, C og D

også øker innkjøpet hos sine underleverandører. (DNB, 2021a) Telemarkforsknings programteori for attraktivitet har som vist over satt fire strukturelle faktorer for egenskaper ved steder som har empirisk bekreftet effekt på vekst, men som stedene i liten grad kan påvirke selv. Dette er befolkningsstørrelse, arbeidsmarkedsintegrasjon, nabovekst og bransjestruktur. Disse strukturelle faktorer vil kunne benyttes for å vise til hvordan næringslivets ringvirkninger er med på å skape vekst og utvikling i samfunnet.

Likevel må det ikke glemmes at disse ringvirkningene også vil kunne måles gjennom kvalitative verdier som identitet, omdømme, merkevare, kunnskap og historie. *«Dette er verdier det er vanskelig å tallfeste, selv om de også kan ha en økonomisk verdi blant annet gjennom å øke steders attraktivitet, og med det legge grunnlaget for økonomisk vekst.»* (Holm, 2016, s. 44) Stedsutvikling, attraktivitet, verdiskapning og ringvirkninger er overlappende tema som til dels kan være to sider av samme sak. Stedsutvikling har hatt tradisjon for å være knyttet til kvalitative verdier ved stedet, som ikke nødvendigvis påvirker veksten. Attraktivitetsbegrepet har derimot vært knyttet til at stedet skal tiltrekke seg noe og dermed øke sin vekst. (Vareide et al., 2013) Kjærland et al. (2012) viser til trenden med å utforme samfunnsregnskap for å legitimere en bedrifts attraktivitet og har dermed presentert et rammeverk for gjennomføring av ringvirkningsanalyser. *«Slike regnskap er ment å dokumentere bedriftens/prosjektets ringvirkninger i økonomien. Det er imidlertid mange usikre elementer i slike analyser, spesielt når man beveger seg utenfor de direkte virkningene.»* (Kjærland et al., 2012) I dette rammeverket deler de ringvirkninger inn i kategoriene direkte, indirekte og induserte ringvirkninger på den ene siden, mot katalytiske ringvirkninger på den andre siden. Førstnevnte inndeling *«samlar alle virkninger som genereres av etterspørsel, dvs. virkninger som er nødvendige for, og en direkte konsekvens av, bedriftens tilstedeværelse»*. (Kjærland et al., 2012) De katalytiske ringvirkningene *«genereres av den betydning virksomheten representerer som lokaliseringfaktor for næringslivet og befolkningen»* og kan videre deles inn i kategoriene *«brukernytte, økonomiske ringvirkninger og miljø- og sosiale ringvirkninger»*. (Kjærland et al., 2012) De katalytiske ringvirkningene er de mest avanserte effektene av en bedrift og er dermed svært vanskelige å kartlegge og måle.

I denne studien har de aktuelle bedriftenes ringvirkninger blitt regnet ut gjennom ringvirkningskalkulatoren til DNB. Dette for å vise til viktigheten av det lokale næringslivet for samfunnsutviklingen. Resultatene av ringvirkningskalkulatoren vil likevel være noe begrenset gjennom deres utregning, og jeg vil derfor gjennom det som er vist over, åpne for at

det kan forekomme flere ringvirkninger enn det som er vist i kalkulatorens resultater. Dette vil for eksempel kunne være ringvirkninger av katalytiske kategorien som er vanskelige å måle.

## 4.8 Evaluering av data

Forskningens kvalitet vurderes ofte på grunnlag av troverdighet gjennom indikatorene reliabilitet og validitet. (Thagaard, 2018) Reliabilitet er knyttet til forskningens pålitelighet, der det kan stilles spørsmål til om leseren har fått tilstrekkelig med informasjon til å finne studien tillitvekkende. Denne indikatoren vektlegger også at «*forskeren redegjør for relasjoner til deltakerne og hvilken betydning erfaringer i felten har for de dataene forskeren får*». (Thagaard, 2018, s. 194) Gjennom dette metodekapittelet har jeg lagt stor vekt på å presentere min tilknytning til caset for forskningen og til informantene. Over har jeg reflekter over hvordan en forsker i egen kultur både har sin posisjon innenfor og utenfor feltet, noe som jeg også har vært oppmerksom på gjennom hele prosjektet.

Validitet handler om forskningens gyldighet gjennom at resultatene av undersøkelsen faktisk representerer den virkeligheten som har blitt undersøkt. Validitet og gyldighet burde framkomme gjennom hele studien, underveis i stadiene tematisering, planlegging, i intervju, transkribering, analyse validering og rapportering. (Kvale et al., 2009) Her har jeg også vært kritisk til egen produksjon av tolkninger, tilknyttet min relasjon til miljøet som studeres.

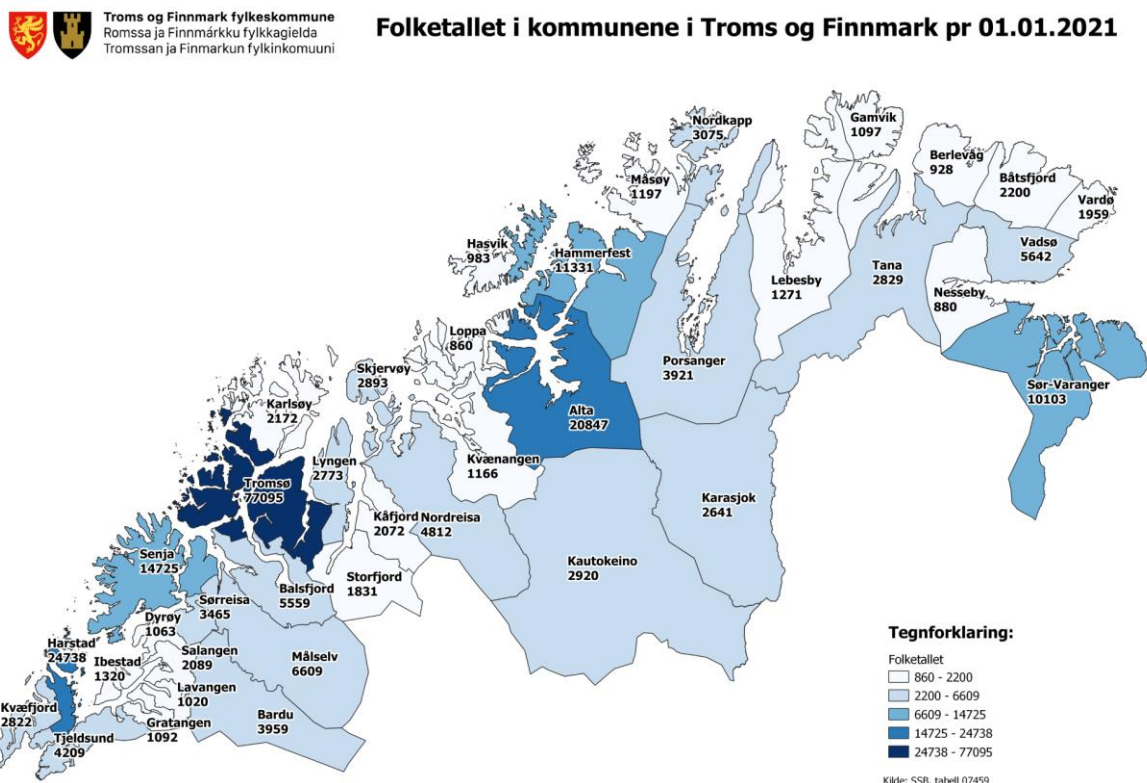
Overførbarhet tar for seg at det som framkommer fra denne enkelte studien, også skal kunne si noe om et mer generelt bilde. Dette er en viktig målsetting for teoretisk orienterte studier og spesielt da dette studiet er et casestudie som ofte har gode muligheter for overførbarhet.

## 5 Presentasjon av industristedet Furuflaten i Lyngen kommune

Som en innledning til den videre framstillingen vil studiens kontekst bli presentert i dette kapitlet. Her vil først Lyngen kommune i første omgang bli framstilt med geografisk beliggenhet og demografi. Det gis så en kort gjennomgang av kommunenes næringer, før aktuelle planverk vil bli gjennomgått. Deretter blir industribygda Furuflaten presentert.

### 5.1 Lyngen kommune

Lyngen kommune ligger på den nordlige siden av Lyngenhavet mellom Lyngenforjorden og Ullsfjorden. Lyngen kommune lå nord i det gamle fylket Troms, men har etter fylkessammenslåingen fått en plassering i midten av det nye storfylket Troms og Finnmark, som vist i kartet under.



Figur 4 – Folketallet i kommunene i Troms og Finnmark (Troms og Finnmark Fylkeskommune, 2021)

Lyngen kommune inngår i regionen Nord-Troms sammen med kommunene Kvæningen, Nordreisa, Skjervøy, Kåfjord og Storfjord. Disse kommunene danner Nord-Troms Regionråd. Med sin sørlige beliggenhet i denne regionen inngår kommunen også i Tromsøregionen sammen med kommunene Tromsø, Karlsøy, Storfjord og Balsfjord. Dette med en avstand på 70 km fra Lyngens kommunesentrum som er Lyngseidet til byen Tromsø som er fylkets største by. Kommunen har en størrelse på 810 km<sup>2</sup> og hadde et innbyggertall på 2773 innbyggere ved 4. kvartal 2020. (SSB, 2021a) Som det framkommer av kartet ovenfor er et lavere folketall noe som kjennetegner de kommunene som Lyngen grenser til nordover. Derimot er det et høyere befolkningstall til de nærliggende kommunene mot sør, her spesielt Tromsø kommune.

Lyngenthalvøya er mest kjent for alpelandskapet Lyngsalpene, en nesten 80 km lang fjellkjede som i 2004 ble vernet til «Lyngsalpan landskapsvernområde». Tilhørende denne fjellkjeden finner vi også Jiekkivárri (1834 moh.), som er fylkets høyeste fjell. Kommunens beliggenhet i dette landskapet gjenspeiles også til kommunens slagord som lyder «Alpekommunen i nord». Denne tilhørigheten til Lyngsalpene, brukes aktivt som en merkevare både av kommunene og av lokale aktører i næringslivet.

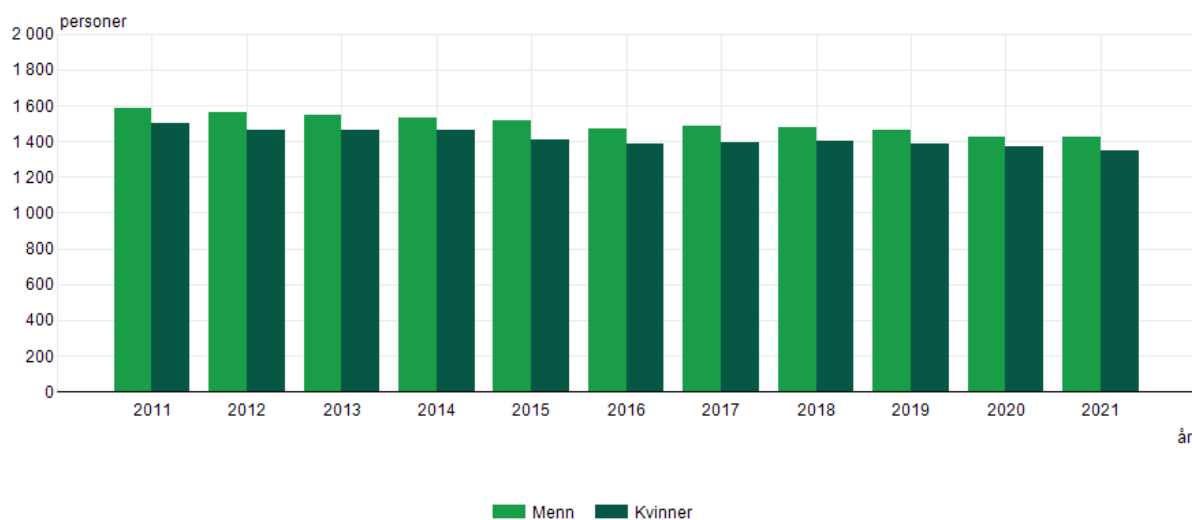
På vestsiden ved det smaleste punktet på Lyngenthalvøya ligger kommunesenteret Lyngseidet hvor kommuneadministrasjonen finner sted. Det er langs strandflaten på denne siden av halvøya at den største prosentdelen av befolkningen bor, fra Furufalten innerst i Lyngenfjorden til Koppangen ytterst. Befolkningen forekommer noe mer spredt på østsiden av halvøya, fra Kjosen og ut langs Ullsfjorden til Nordlenangen. Denne befolkningsstrukturen gjenspeiler også skolestrukturen i kommunen, med Lyngsdalen oppvekstsenter på Furufalten, Eidebakken skole på Lyngseidet og Lenangen skole i Sør-Lenangen. Lyngseidet er det tørste tettstedet i kommunen, med høyest befolkningstall. Det er også handelssentrum i kommunen. Kartet under viser Lyngen kommune, med Furufalten markert på kartet og fremhevet i utklippet.



Figur 5 – Kart over Lyngen kommune med Furuflaten fremhevet (laget av Kristine Salvesen 2021)

Lyngen kommune har de siste årene hatt nedgang i befolkningen, dette sett bort fra noen små økninger rundt år 2008 og år 2018. (SSB, 2021c) SSB har videre kalkulert med en nedgang i befolkningsutviklingen fram mot år 2050. (SSB, 2021a)

07459: Befolkning, etter kjønn og år. Lyngen, Personer.



Kilde: Statistisk sentralbyrå

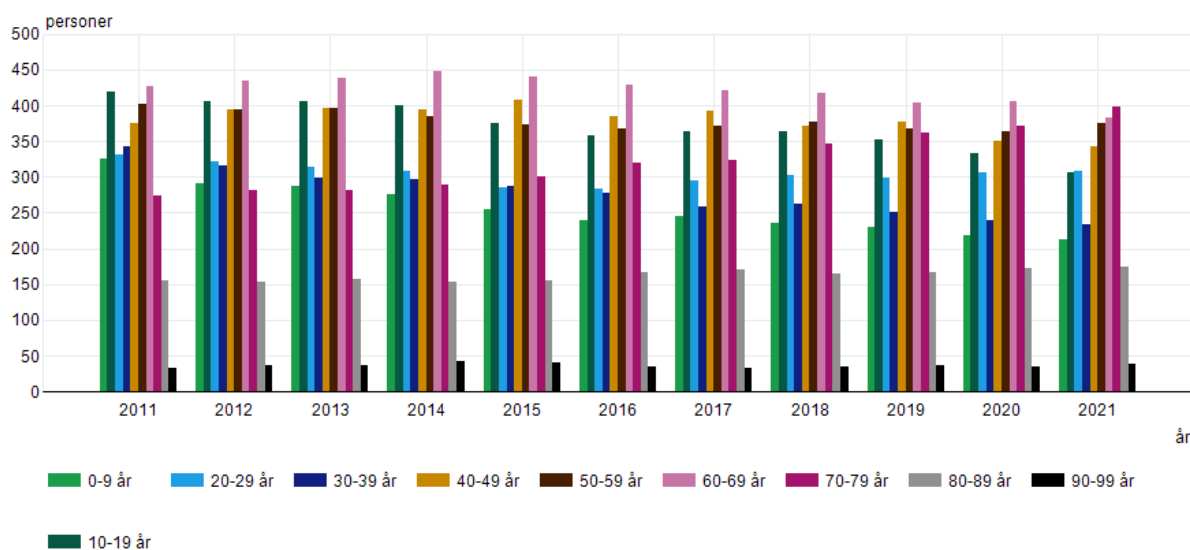
Figur 6 – Folkemengde etter kjønn og år, Lyngen kommune (SSB, 2021c)

Søylediagrammet over viser befolkningsutviklingen i Lyngen kommune, der forskjellen mellom menn og kvinner også er vist. Her kommer det fram at det gjennom de ti siste årene har vært et stabilt høyere antall menn i kommunen enn kvinner. Diagrammet viser også nedgangen i befolkningstallet de siste årene.

		2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>K-5424 Lyngen</b>	<b>Personer</b>	3086	3028	3013	2992	2922	2861	2876	2877	2847	2794	2773

Tabell 2 – Folketallet i Lyngen kommune 2011-2021 (SSB, 2021c)

Tabellen over viser befolkningsutviklingen i Lyngen kommune fra 2011 til 2021. Da befolkningsnedgangen som vist i søylediagrammet over framkommer noe uklart, er denne tabellen tatt med som et supplement for å vise til nøyaktighet gjennom tall.



Kilde: Statistisk sentralbyrå

Figur 7 – Befolkning etter alder og år, Lyngen kommune (SSB, 2021c)

Diagrammet over viser den demografiske utviklingen fra 2011 til 2021, mellom aldersgrupper fra 0 til 99 år med intervaller på ti år. Her ser vi at aldersgruppen 0-9 år, 10-19 år og delvis 30-39 år har hatt en markant nedgang de siste ti årene. Aldersgruppene 20-29 år, 40-49 år, 50-59 år, 60-69 år og 90-99 år har hatt noe mer jevn utvikling, med noen opp- og nedganger. Derimot har aldersgruppen 70-79 år hatt en markant økning, etterfulgt av 80-89 år som også har hatt noe økning. Med andre ord er det en nedgang i befolkningstallet i de yngre aldersgrupper og en økning i de eldre aldersgrupper. Med dette demografiske utviklingsbildet, menger Lyngen kommune seg inn i utviklingen med en aldrende befolkning som viser seg å være en nasjonal utfordring.

Næringslivet i Lyngen kommune kan deles inn i de fem hovednæringene landbruk, fiskeri, industri, service og reiseliv. Lyngen har en aktiv landbruksnæring som blant annet har bygd opp sin merkevare rund Lyngenslam/alpelam. Vegetasjonen i lavlandet mellom den spredte bosetningen egner seg godt til denne næringen. Utviklingen i landbruksnæringen viser til trekk der det blir færre drivere, men de som holder ved næringen utvider til bruk av større anlegg. Fiskerinæringen finner hovedsakelig sted i ytre Lyngen, hvor blant annet den landskjente Lyngensfjord-reka kommer fra. Industrien er i hovedsak lokalisert på Furufleten og industriklyngen der. Dette er den private næringen som genererer flest arbeidsplasser til kommunen, tett fulgt opp av fiskerinæringen. (Lyngen kommune, 2017) Servicenæringen er i



all hovedsak etabler på Lyngseidet gjennom handels- og forretningsmessige tjenester. Reiselivsnæringen er en forholdsvis ny næring som har hatt vekst de siste årene. Dette er også den næringen som har blitt påvirket mest gjennom Covid-19. Lyngen kommune har som mål å være en ja-kommune til alle næringsetableringer. (Lyngen kommune, 2017)

### **5.1.1 Kommuneplanens samfunnsdel**

Mål og strategier for kommunens samfunnsutviklingsarbeid er nedfelt i kommuneplanens samfunnsdel. Kommuneplanens samfunnsdel 2017-2029 for Lyngen kommune, er delt inn i de fire delene hovedutfordringer, politikkdel, føringer for arealbruk og kommunen som organisasjon.

Hovedutfordringene deles inn i kommunens hovedutfordringer som samfunn og kommunens hovedutfordringer som organisasjon. Hovedutfordringene kommunen står ovenfor som samfunn omhandler i hovedsak demografiske utfordringer. Det vil si utviklingstrekkene med en aldrende befolkning, færre fødsler og negativ flyttebalanse. Denne komplekse utfordringen inngår også i kommunens hovedutfordringer som organisasjon. Dette da nedgang i befolkningstallet i de yngre og spesielt yrkesaktive aldersgruppene, vil utfordre rekrutteringen av arbeidskraft til både privat og offentlig sektor. Videre for kommunen som organisasjon er det også en utfordring for kommunens økonomiske situasjon. Dette da det er gjort investeringer ved kommunale bygg som sykehjem, rådhus, skoler og barnehager, som har ført til at kommunen sitter igjen med en høy lånegjeld og er svært sårbar for renteøkninger.

*«Hovedmålet er å gjøre Lyngen kommune mere attraktiv som bo- og tilflyttingskommune».*

(Lyngen kommune, 2017, s. 5) Dette starter politikkdelen med. Her presenteres videre tre satsningsområder for kommunen, på bakgrunn de utfordringene som vist over. Dette er satsningsområdene næringsutvikling og sysselsetting, boligutvikling og samferdsel.

*«Næringsutvikling og sysselsetting antas å være det viktigste virkemiddel for å motvirke ytterlig befolkningsreduksjon.»* (Lyngen kommune, 2017, s. 12) Kommunen skal tilrettelegge for nye næringsetableringer, men også ivareta eksisterende næringer. *«Av nye næringer er det spesielt turisme som har hatt positiv utvikling i antall årsverk de siste årene. Selv om næringen fortsatt er liten sammenliknet med industri og landbruk, er potensialet stort for videre utvikling.»* (Lyngen kommune, 2017, s. 12) Strategien sier også at de skal rette seg mot skolene i kommunen for å opplyse barn og unge om de arbeidsmulighetene som allerede finnes i kommunen. Sysselsettingen er stabil og høyere enn hos de andre kommunene i Nord-

Troms regionen. (Lyngen kommune, 2017) Avslutningsvis i kapittelet om næringsutvikling og sysselsetting, er det utformet en tabell for mål og strategier, som vist under. Denne tabellen viser noen offensive mål om å framstå som den mest attraktive kommunen i Troms, for eksisterende og nye næringsaktører. Videre er det listet opp en rekke punkter med strategier for å nå målene.

Næring	
Mål: Lyngen vil ha det slik	Strategi: Lyngen vil gjøre det slik
<p>Lyngen skal være en offensiv ja-kommune til all næringsetablering.</p> <p>Lyngen kommune skal fremstå som den mest attraktive kommunen i Troms for eksisterende og nye næringsaktører, herunder være en populær destinasjon for naturbasert reiseliv, opprettholde landbruksnæringen blant de sterkeste i regionen og styrke havbruksnæringen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sørge for kortest mulig tid fra ide til realitet.</li> <li>• Ha byggeklare attraktive næringsarealer.</li> <li>• Tilrettelegge for grundervirksomhet.</li> <li>• Gjøre barn og unge oppmerksomme på arbeidsmuligheter i kommunen gjennom opplegg i skolen.</li> <li>• Ivareta eksisterende næringer.</li> <li>• Samarbeide med beitenæringene om en bærekraftig utvikling av reiselivet.</li> <li>• Aktivt å utvikle entreprenørskap i skolen, og legge til rette for et variert og bærekraftig næringsliv.</li> <li>• Utvikle de naturgitte forutsetningene for naturbasert reiseliv.</li> <li>• Styrke havbruksnæringens og fiskerinæringens kår i kommunen.</li> </ul>

Tabell 3 – Mål og strategier, næring (Lyngen kommune, 2017, s. 13)

Dette fører videre til neste satsningsområde som er boligutvikling. Selv om sysselsettingen er god, er det et manglende rekrutteringsarbeid av arbeidskraft og kompetanse. Som et steg på veien til denne rekrutteringen, vil et grunnleggende behov være boliger. «*Det skal være attraktivt å bo i Lyngen kommune, enten du bor i tettstedene eller i distriktene.*» (Lyngen kommune, 2017, s. 14) Ifølge SSB sine tall er det 1529 eneboliger og 16 leiligheter i Lyngen kommune. (SSB, 2021a) Av disse er det særdeles få som enten er til leie eller til salgs. Mange av de kommunale tomtene som har vært tilgjengelig har blitt kjøpt opp og tatt i bruk. Dermed legger strategien opp til at det skal utarbeides flere kommunale tomter på tettstedene Straumen, Lyngseidet og Furufalten. I 2016 iverksatte kommunen en tilskuddsordning for boligbyggere, der det var mulighet for å søke om tilskudd for å bygge bolig i kommunen. På tidspunktet når kommuneplanens samfunnsdel ble utformet, var det for tidlig å foreta noen evalueringer av denne ordningen. Per dags dato kan denne ordningen se ut for å ha medført

økt boligbygging i kommunen. «Det er behov for nye boliger til alle målgrupper.» (Lyngen kommune, 2017, s. 14) Dette er målet i tabellen over mål og strategier innenfor boligpolitikken. Denne tabellen er vist under der det også er satt opp punkter med strategier for å nå målet. En av disse strategiene er blant annet å videreføre den eksisterende tilskuddsordningen for boligbygging.

Bolig	
Mål: Lyngen vil ha det slik	Strategi: Lyngen vil gjøre det slik
Lyngen kommune vil ha boliger for alle der folk vil bo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Videreføre eksisterende tilskuddsordning for boligbygging.</li> <li>• Legge til rette for spredt boligbygging gjennom arealplanen i alle bygder i kommunen.</li> <li>• Inneha byggeklare tomter i alle deler av kommunen.</li> <li>• Fremskaffe boliger for grupper omfattet av kommunens boligsosiale politikk.</li> <li>• Medvirke til minimum 10 nye boenheter i året i planperioden.</li> <li>• Legge til rette for attraktive og trygge bomiljø i byggefelt.</li> </ul>

Tabell 4 – Mål og strategier, bolig (Lyngen kommune, 2017, s. 14)

Det siste satsningsområdet om samferdsel, er også et satsingsfelt som vil være med på å gi et generelt løft til utvikling i kommunen. Her er det flere fylkesveier i kommunen som sårt trenger utbedring. Blant annet fylkesvei 322 mellom Lyngseidet og Koppangen, Pollfjelltunnelen som er en del av fylkesvei 868, og det samme gjelder vei videre inn fra Pollfjelltunnelen og Furuflytaten mot Storfjord kommune. Opprustning av disse veiene sammen med realisering av Ullsfjordforbindelsen (en fergefri forbindelse over Ullsfjorden) står sentralt i strategien til Lyngen kommune. I tabellen under er mål og strategier for samferdsel presentert. Her framkommer målet om at «Lyngen kommune vil til enhver tid ha samferdselsinfrastruktur som fremmer trygghet, sikker ferdsel, næring og bolyst». (Lyngen kommune, 2017, s. 16) Videre er det satt strategiske punkter for å nå dette målet.

Samferdsel	
Mål: Lyngen vil ha det slik	Strategi: Lyngen vil gjøre det slik
Lyngen kommune vil til enhver tid ha samferdselsinfrastruktur som fremmer trygghet, sikker ferdsel, næring og bolyst.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jobbe for realisering av Ullsfjordforbindelsen</li> <li>• Jobbe for opprustning av Pollfjelltunellen, FV 868 til Oteren og FV311 til Koppangen.</li> <li>• Oppgradere havner i Vollneset, Sandneset, Tyttebærvika og på Lyngseidet.</li> <li>• Ruste opp infrastruktur på Lyngseidet, og avsette nødvendige midler til «Lyngen-løftet».</li> <li>• Legge til rette for trygg ferdsel for myke trafikanter rundt tettsteder.</li> <li>• Vurdere utredninger av havnestrategi, transport og godsanalyse i samråd med nabokommuner.</li> </ul>

Tabell 5 – Mål og strategier, samferdsel (Lyngen kommune, 2017, s. 16)

### 5.1.2 Næringsplaner

Lyngen kommunes aktuelle strategiske næringsplan, er revidert plan fra 2016. Ny plan skulle vært revidert innen 2020, men er foreløpig ikke å finne. Den strategiske næringsplanen framkommer over fire sider i de to delene «Del 1 – Visjon, mål og strategier» og «Del 2 – Noen faktagrunnlag og analyser». Innledningsvis påpekes det at «det har vært en bevisst strategi å gjøre planen kortfattet og praktisk orientert» og at «næringsplanen er et strategisk verktøy på overordnet nivå og tar ikke inn detaljer». (Lyngen kommune, 2016, s. 2) Dette sammen med at momenter fra næringsplaner er synkronisert med kommuneplanen i samfunnsdelen og arealdelen, kan medvirke til næringsplanens noe kortere lengde. Næringsplanens hovedmål og tiltak er delt opp i de seks sektorene generelt/administrativt, landbruk skogbruk/jordbruk, fiskeri/maritimt, industri, handel/service og reiseliv. På bakgrunn av at det er industri det hovedsakelig rettes søkelys mot i denne oppgaven, vil jeg her presentere hva næringsstrategien fremmer om industri. Hovedmålet for sektoren industri er å etablere gjennomgangsboliger. Tiltakene er å «tilrettelegge og fokusere på kompetanseheving innen næringer, arbeide for økt bolyst i kommunen, tilrettelegge for gjennomgangsboliger, sterkt fokus på infrastruktur, spesielt UFB og Pollfjelltunnelen, avsette tilstrekkelig med industriområder i arealplanen.» (Lyngen kommune, 2016, s. 3) I del 2 av næringsplanen, viser de til det viktigste enkeltmomentet for utvikling som er og samlet klare å arbeide mot reduksjon i folketallet. Dette skal det tilrettelegges for ved å satse på gjennomgangsboliger, kompetanseheving og iverksetting av Ullsfjordforbindelsen.

Som vist over inngår Lyngen kommune i Tromsøregionen og er dermed en del av Regional strategisk næringsplan for Tromsøregionen 2018-2022. «*Regional strategisk næringsplan er en felles, overordnet strategisk plan for kommunene Balsfjord, Karlsøy, Lyngen, Storfjord og Tromsø. Planen skal bidra til en felles virkelighetsforståelse og identifisere felles satsingsområder som er viktig for næringsutviklingen i hele regionen.*» (Tromsø kommune, 2018, s. 7) Denne næringsplaner innleder med en introduksjon til regionen, før den retter oppmerksomhet mot regionens arktiske beliggenhet og at Arktisk blir viktigere. Videre fremmer den at attraktivitet er driver for vekst, hvor «*vekst og verdiskapning påvirkes av hvor attraktiv et sted er å bo, besøke, arbeide eller etablere og videreutvikle bedrifter*». (Tromsø kommune, 2018, s. 14) Denne attraktiviteten er viktig for å nå regionens visjon om å være den beste verdiskapningsregionen i Arktis. «*Kommunene må ta en aktiv samfunnsutviklerrolle, og bidra aktivt for å ta Tromsøregionen videre.*» (Tromsø kommune, 2018, s. 16) Likevel blir ikke dette sett på som en rolle alene for kommunene, da arbeidet må utføres i tett samarbeid med regionens næringsliv og andre aktører. Næringsplanen deler inn i to paradigmer som forklarer vekst og attraktivitet. Dette er det historiske paradigme der arbeidsplasser legger føringer for hvor verdiskapning skjer og hvor folk blir boende. Det andre paradigme er det derimot attraktive steder som legger føringer for hvor folk velger å bo og deretter hvor arbeidsplassene og verdiskapningen finner sted. Bedrifter, besøkende er dermed gjensidig avhengige av hverandre og på samme tid påvirker hverandre. «*Regionen er avhengig av bedrifter og arbeidsplasser for at det skal være et livsgrunnlag for å bosette seg her. De som etablerer bedrifter er avhengige av at det er kompetent arbeidskraft tilgjengelig eller muligheter til å tiltrekke seg kompetent arbeidskraft utenfra.*» (Tromsø kommune, 2018, s. 20) Videre fremmes følgende punkter for strategisk satsing videre; attraktivitet for utvikling og etablering, innovasjon og bærekraftig verdiskapning, infrastruktur og transport og til sist areal.

## 5.2 Industribygda Furuflaten

Furuflaten er et tettsted med 265 innbyggere (SSB, 2021b) helt sør i Lyngen kommune, 16 kilometer fra kommunesentrumet Lyngseidet og på grensen til Storfjord kommune med 25 kilometer til Oteren og E6. Bygda ligger ved utløpet av Lyngsdalen og har derav det samiske navnet Vuošvággi. Dette samiske navnet kan ha sitt opphav fra vuoštas vággi, som betyr første dalen og geografisk sett kan stemme da Lyngsdalen fører inn til blant annet Veidalen og Bredalen. Bygda ligger like under Pollfjellet, som på samisk heter Voušvárri og dermed kan bety første fjellet. Bebyggelsen befinner seg på det flate området fra strandflaten og et lite stykke opp langs Lyngsdalselva som på samisk heter Vuošváhjohka. Denne elva kommer ned fra dalen som er omringet av høye fjell som Daltind (1533 moh.), Jiehkkivárri (1834 moh.) og isbreer herunder. Breene og elva har med tiden ført til at sandavsetninger har utformet et delta ved strandkanten. Dette flate området som kalles for Øra eller Lyngsdalsøra, har med tiden blitt sted for en rekke bedrifter som sammen skaper et etablert industrimiljø. På bildet nedenfor ser man den smale veien som kringler seg sørfra langs fjorden mot tettstedet der mesteparten av boligbebyggelsen befinner seg på oversiden av veien som strekker seg gjennom bygda, mens industrien tar plass på nedersiden av veien ved Øra.

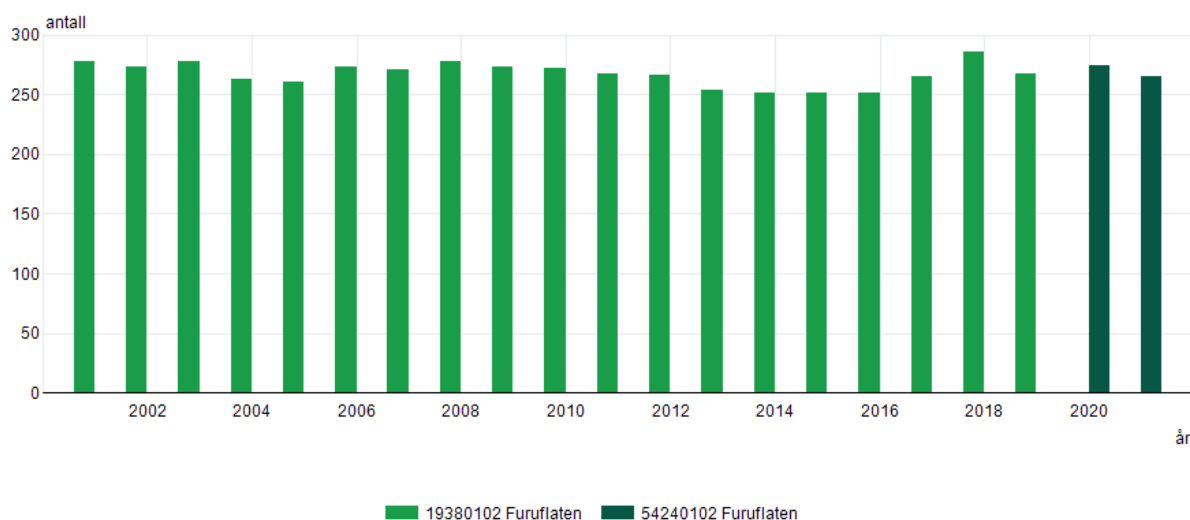


Figur 8 – Furuflaten fra Pollfjellet (kilde: Jorid Nysted Grønvoll)

På Furuflytaten finnes det også fasiliteter som Lyngsdalen Oppvekstsenter, med barnehage og grunnskole fra 1. til 7. trinn. Et godt etablert idrettslag med idrettsanlegg for aktiviteter både sommer og vinter. I tillegg benyttes grunnskolens gymsalslokaler til organiserte aktiviteter som dans og treningsgrupper både for voksne og barn. Sanitetshuset hvor Lyngsdalen Sanitetsforening har sine felleslokaler og hvor det også er bygd utleieleiligheter. Bygdehuset Furustua som er et flerbrukshus bygd i 1977 på dugnad og har hatt en rekke bruksområder som blant annet barnehage, bank og postkontor. I dag benyttes Furustua mest til organiserte arrangementer som bygdekafe, bygdekino eller til større tilstelninger som for eksempel feiring av 17-mai. Det er også i disse lokalene at Furuflytaten teaterlag holder til. Ellers kan lokalene leies til private arrangementer. På Furuflytaten finnes også småbåthavn, med tilhørende lokaler. Fasiliteten Furuflytaten nå mangler er dagligvarebutikk, etter at Furuflytaten Nærkjøp la ned sin drift i 2016. Dermed var bygda for første gang på 70 år uten nærbutikk og nærmeste dagligvarebutikk er nå på Lyngseidet.

Til tross for en markant nedgang i befolkningstallet i Lyngen kommune, har Furuflytaten opprettholdt et noe mer stabilt befolkningstall. Dette viser søylediagrammet under, hvor det gjennom de siste tjue årene har forekommet noen relativt små bølger i befolkningstallet. Fargen på søyle for 2020 og 2021 er kun av annen farge da det her ble byttet registreringsnummer for stedet Furuflytaten.

04317: Befolkning, etter grunnkrets og år. Personer.

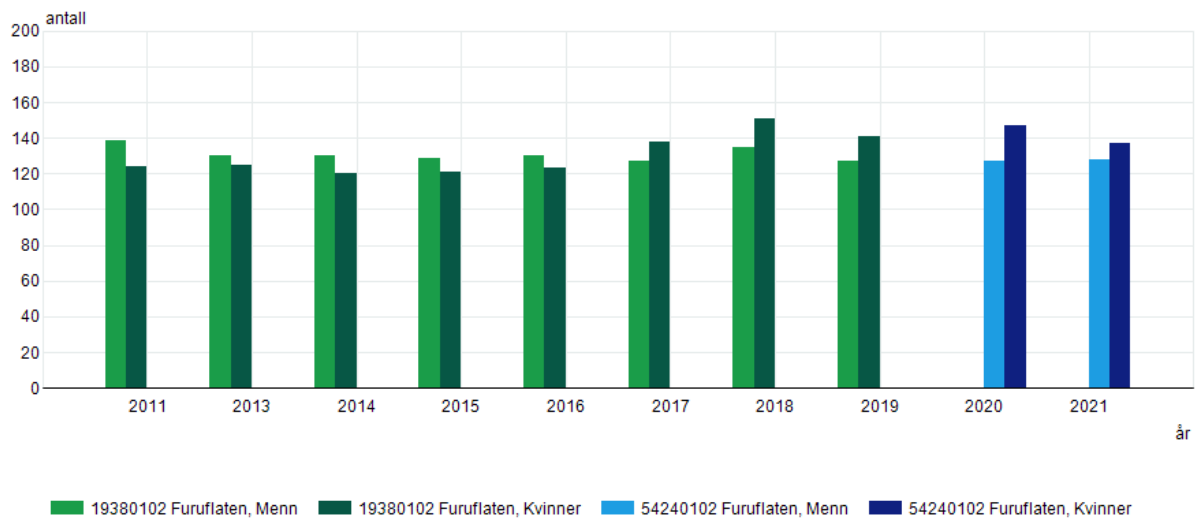


Kilde: Statistisk sentralbyrå

Figur 9 – Folkemengde etter grunnkrets og år, Furuflytaten (SSB, 2021b)

Søylediagrammet under viser folkemengden delt mellom menn og kvinner. Her er også søylene for 2020 og 2021 i annen farge av samme årsak som over. Diagrammet viser at andelen menn bosatt på Furuflyten var høyest fram til år 2016. Heretter forekom det en endring da det fra 2017 og til 2021 har vært flest kvinner bosatt på Furuflyten. Denne endringen skiller seg ut fra den befolkningsutviklingen mellom menn og kvinner for hele Lyngen kommune, der det gjennom hele tidsperioden mellom 2011 og 2021 har vært flest menn. Det skal likevel tas med at det på bakgrunn av det lave antallet i befolkningen på Furuflyten, kan det diagrammet framstiller se ut som en større forskjell enn det der er i tall.

04362: Befolkning, etter region, kjønn og år. Personer.



Kilde: Statistisk sentralbyrå

Figur 10 – Folkemengde etter kjønn og år, Furuflyten (SSB, 2021b)



### **5.3 Industrien på Furuflaten**

Av industrien på Furuflaten ble hjørnesteinsbedriftene Haplast AS, Cinderella Eco Solution AS og Akva-Ren AS studert i denne studien. En hjørnesteinsbedrift vil si at bedriften er i en slik størrelse at den er av stor betydning for samfunnet og sysselsettingen i området. Da mange av de ansatte ikke bor i bygda Furuflaten, men pendler fra de nærliggende stedene I Lyngen samt Storfjord kommune, har bedriften en påvirkning på samfunnet utenfor den lokale beliggenheten. Dette gjelder også ringvirkninger i form av for eksempel kjøpekraften fra bedriftene. Slik har bedriftene også en betydning for regionen.

I tillegg til disse hjørnesteinsbedriftene som presenteres her finnes også flere andre bedrifter ved industrien på Furuflaten. For eksempel er dette bedriftene Furstål AS og ArcticPlast AS, som også er av industriell virksomhet. I tillegg ligger det flere bedrifter som er av støttefunksjon til industrien, som for eksempel revisjonsselskapet Lyngen Revisjon AS, fraktselskapet Norfrakt AS og renholdselskapet Lyngen Renhold. Alle disse virksomhetene er med på å danne næringsklyngen på Furuflaten.

I neste avsnitt vil det bli foretatt en presentasjon av de tre gjeldende hjørnesteinsbedriftene, som vil danne grunnlaget for empirien til denne analysen.

### 5.3.1 Haplast AS



Figur 11 – Haplast AS, lokaler på Furufalten (kilde: Johannes Grønvoll)

Haplast AS ble stiftet i 1961 og er med dette den nest eldste gjenlevende bedriften på Furufalten, der kun Furstål AS er eldre som ble opprettet i 1950. Haplast AS ble etablert av Hamnvikfamilien og det er fremdeles denne familien som er aksjonærer i selskapet. Denne familien har tilhørighet til Furufalten som gjør at bedriften er lokaleid. Haplast AS har sine lokaler på industriområdet på Furufalten og har 36 ansatte og en driftsinntekt på 87 millioner kroner (tall på driftsinntekt fra 2019, da tall fra 2020 ikke forekommer før oktober 2021). (proff.no, 2021c)

Haplast AS produserer plastrør, kummer og anlegg. På sine nettsider fremmer de sin drift slik; *«Haplast AS er underleverandør til aktører i VA markedet og leverer spesialprodukter til industrikunder/ fiskeindustrikunder / privatmarkedet og til andre som har utvidede behov. Vi løser kunders spesielle behov innenfor prosess eller infrastruktursektorene.»* (Haplast AS, 2021)

Ringvirkningskalkulatoren til DNB viser at Haplast AS skaper ringvirkninger som bidrar til 6,8 millioner til samfunnet i løpet av et år. Dette tilsvarer for eksempel 84 måneder pappaperm, 21 lekeplasser, 32 utdanningsplasser og 33 brannutrykninger. Ringvirkningene generer 16 arbeidsplasser hos andre bedrifter og gir 12,8 millioner i kjøpekraft til lokalsamfunnet. (DNB, 2021d)

### 5.3.2 Cinderella Eco Solution AS



Figur 12 – Cinderella, lokaler på Furufalten (kilde: Johannes Grønvoll)

Denne bedriften var i oppstartfasen lokaleid under navnet Ecotec AS, men ble kjøpt opp av konsernet Sjøvik Groups AS og Cinderella Eco Group AS i 2015. Heretter driver Cinderella Eco Solution AS produksjon av forbrenningstoaletter på Furufalten. Under dem igjen ligger datterselskapet Arctic Plast som også har sin beliggenhet på Furufalten, som blant annet produserer forskalingen til forbrenningstoalettene til Cinderella. Produksjonslokalene til Cinderella Eco Solution AS ligger våren 2021 ved dyptvannskaia på Furufalten. Cinderella Eco Solution AS har 31 ansatte og driftsinntekter på 131 millioner kroner (tall fra 2019, da tall fra 2020 ikke forekommer før oktober 2021). (proff.no, 2021b)

På Cinderellas nettsider presenterer de sin virksomhet slik; «Cinderella Eco Group er et familiekonsern lokalisert i Midsund utenfor Molde i Romsdal. Med våre 65 ansatte har Cinderella Eco Group snart 25 års erfaring med forbrenningstoalettet Cinderella, en økologisk totalløsning for håndtering av toallevfall.» (Cinderella Eco Group AS, 2021)

Ringvirkningskalkulatoren til DNB viser at Cinderella Eco Production AS skaper ringvirkninger som bidrar til 9,4 millioner til samfunnet i løpet av et år. Dette tilsvarer for eksempel 108 måneder pappaperm, 30 lekeplasser, 45 utdanningsplasser og 48

brannutrykninger. Ringvirkningene generer 27 arbeidsplasser hos andre bedrifter og gir 11,9 millioner i kjøpekraft til lokalsamfunnet. (DNB, 2021c)

### 5.3.3 Akva-ren AS



Figur 13 – Akva-Ren AS, lokaler på Furufalten (kilde: Johannes Grønvoll)

Akva-Ren AS ble stiftet i 1992 av Gunnar Grønvoll og hadde lenge et lokalt eierskap gjennom Grønvollfamilien som har tilhørighet til Furufalten. Dette helt til selskapet ble kjøpt opp av konsernet Hordafør AS. Akva-Ren AS har sin administrasjon/hovedkontor med servicesenter for kjøretøy på Furufalten lokalisert i industriklyngen (noe om at de holder til i lokalet som ble satt opp av steinstøperiet som var med på å legge grunnlaget for industrien). Akva-Ren AS har 18 ansatte og driftsinntekter på 82 millioner kroner (tall fra 2019, da tall fra 2020 ikke forekommer før oktober 2021). (proff.no, 2021a)

På Akva-Rens nettsider presenterer de sin virksomhet slik; «Akva-Ren AS er et nordnorsk selskap som har marine biprodukter som spesialitet. Med Lyngenfjorden som utgangspunkt driver vi et utstrakt samarbeide med hele fiskerinæringen i den nordlige landsdel.» (Akva Ren AS, 2021)

Samarbeidet med fiskenæringen går ut på at de leverer tjenester som for eksempel innsamling/mellomlagring, prosessering, konservering og salg av marine biprodukter. Salg av konserveringsmiddel, maursyre, antioksidanter etc. Produksjon og salg av fiskeolje. Trading

av marine biprodukter (olje, fett, mel, konsentrat). Prosjektering, levering og montering av anlegg for konservering. (Akva Ren AS, 2021)

Ringvirkningskalkulatoren til DNB viser at Akva Ren AS skaper ringvirkninger som bidrar til 8,4 millioner til samfunnet i løpet av et år. Dette tilsvarer for eksempel 96 måneder pappaperm, 27 lekeplasser, 40 utdanningsplasser og 41 brannutrykninger. Ringvirkningene generer 29 arbeidsplasser hos andre bedrifter og gir 10 millioner i kjøpekraft til lokalsamfunnet. (DNB, 2021b)

## 6 Stedsattraktivitet for næringsliv og industri

Bakteppet for denne studien er den demografiske utfordringen distriktene står ovenfor, med en nedgang i befolkningstallet og en aldrende befolkning. I møte med denne utfordringen og for videre utvikling av samfunnet, ser denne studien viktigheten av det lokale næringslivet. Både for befolkningsveksten da attraktivt arbeid viser seg å være en av faktorene for tilflytting til distriktet og for å bli værende. (Angell et al., 2013) (Handeland et al., 2020) Næringslivet har også andre effekter for lokalsamfunnet ut over det som er å tiltrekke seg befolkning og medvirke til sysselsettingen, da private arbeidsplasser er med på å skape ringvirkninger, ved for eksempel å øke verdiskapningen, gi skatteinntekter til kommunen, øke konkurransen i markeder, utvikler tjenestetilbud og skape et levende lokalsamfunn som er med på å bidra til velferdssamfunnet. Det vises også til at skillet mellom samfunnsutvikling og næringsutvikling har blitt mindre, da mange lokalsamfunn og steder er skapt av et stedlig næringsliv.

Til denne studien blir utfordringen sett gjennom begrepet attraktivitet. Da den teoretiske tilnærmingen til attraktivitetsbegrepet har som tradisjon å se til at stedet skal tiltrekke seg noe og dermed øke sin vekst, blir det her også tatt inn perspektiver fra samfunnsutvikling som har tradisjon for å se kvaliteter som er knyttet til kvalitative verdier ved stedet som ikke nødvendigvis direkte påvirker veksten. Derfor vil der her rettes oppmerksomhet mot både stedets attraktivitet og samfunnsutvikling, for også å se utviklingen gjennom kvalitet fremfor kun kvantitet.

Over har litteraturen og den teoretiske tilnærmingen vist at stedsattraktiviteten ikke alene kan sees gjennom hverken næringsattraktivitet eller bostedsattraktivitet, da disse må sees sammen. Angell m. fl. har definert attraktive lokalsamfunn som «*lokalsamfunn som er attraktive med hensyn til bosetting og som lokaliseringssted for næring og næringsutvikling*». (Angell et al., 2013, s. 10) Distriktssenteret har som formål at deres arbeid skal medvirke til å gjøre det attraktivt å bo og jobbe i distriktet. Telemarksforskning programteori for attraktivitet gjør også en liknende inndeling av stedlige dimensjoner tilknyttet et steds attraktivitet. Her deler de mellom næringsattraktivitet (eller det de kaller bedriftsattraktivitet), bostedsattraktivitet og besøksattraktivitet. Besøksattraktivitet vil være viktigst for de stedene som har besøksrettede næringer som for eksempel reiseliv. Næringsattraktivitet og bostedsattraktivitet burde spesielt sees i sammenheng av hverandre da en sterk utvikling forutsetter at de er samstemte.

Herunder vil jeg foreta analysen, basert på industrien ved Furufalten, som skal belyse problemstillingen om hva som gjør et sted attraktivt for næringsliv og industri. Dette gjøres ved å benytte Telemarkforsknings programteori for attraktivitet med de tilhørende stedlige dimensjonene næringsattraktivitet og bostedsattraktivitet, sammen med spesifikasjonene av faktorer som har betydning for et steds attraktivitet. Da det gjennom intervjuene med bedriftslederne viste seg at infrastruktur tilknyttet vei er et ekstra relevant tema, er dette lagt til som en faktor. Dermed vil faktorene gjennomgå i denne rekkefølgen; areal og bygninger, infrastruktur vei, ameniteter, identitet og stedlig kultur og omdømme. Faktoren omdømme, er med hensikt lagt til sist da denne vil være oppsummerende, da omdømmet til dels styres av graden av attraktivitet i de andre faktorene. Momentene fra programteorien for attraktivitet danner strukturen for analysen da de vil medvirke til at forskningsspørsmålene blir besvart. Da faktorene er noe overlappende, vil de sammen være med på å belyse det første forskningsspørsmålet om hvordan bedriftene ved industrien på Furufalten opplever bo- og næringsattraktiviteten på Furufalten. Spesielt faktoren om ameniteter vil være med på å belyse forskningsspørsmålet om hvordan Lyngen kommune kan legge til rette for næringsliv og industri. Det siste forskningsspørsmålet vil i hovedsak la seg belyse av faktoren for identitet og stedlig kultur.

Her vil intervjuene med bedriftslederne ved industrien på Furufalten settes i sammenheng med bakgrunnsinformasjonen presentert i kapittelet over og litteraturen som er gjennomgått innledningsvis. Da det gjennom studien har blitt tatt hensyn til informantenes anonymitet, vil de her også være anonymisert bak de fiktive navnene som ble presentert og satt i perspektiv til bedriftene i metodekapittelet.

## **6.1 Areal og bygninger**

Ved å se næringsattraktiviteten tilknyttet areal og bygninger, vil det i første omgang kunne tilnærmes i et større perspektiv tilknyttet industriarealets beliggenhet da den synes å være viktig. Det vises til at verdiskapningen i distriktet har vært i vekst de siste årene, hvor produktiviteten i næringslivet har vært høyest i de minst sentrale kommunene. (NOU, 2020b) Næringslivets og spesielt industriens beliggenhet i distriktet viser seg å være svært attraktiv for bedriftene ved industrien på Furufalten. Bedriftslederen Julie forteller om prosessen i etableringsfasen der de skulle finne næringslokaler som var passende for deres industri. Her forsøkte de i første omgang å etablere seg i Tromsø, men de ble raskt for stor for tettheten i

byen. Deretter forstod de at de måtte se mot distriktene for å finne store nok arealer for sin virksomhet. Bedriftslederen Henrik er av samme oppfatning om deres beliggenhet i distriktet, da enkelte næringer som de ikke ville overlevd i de urbane strøk, men er laget for distriktet da de er arealkrevende. Han viser til et eksempel med landsdelens største bryggeri. *«Mack er jo kanskje det mest soleklare eksempelet på at man flytter det til Nordkjosbotn som i høyeste grad betraktes som et distrikt. Den nye elementfabrikken, isoporfabrikken, er lagt der. Industrien har jo flyttet ut.»* Slik som Henrik ser det, har industrien flyttet ut av byen.

Beliggenheten geografisk annet enn til distriktet er også dratt fram som en attraktiv faktor, med kort vei til E6, til jernbanelinje i Narvik og med muligheter for å frakte via sjøveien. På samme tid kommer det fram at det tilknyttet kvaliteten på infrastrukturen med veien fram til E6en, er en svært stor utfordring for bedriftene. Denne veien er av en dårlig forfatning, som gjør at bedriftene må ta ekstra hensyn og gir de utgifter ut over det nødvendige. Dette vil bli tatt opp under i kapittelet om infrastrukturen tilknyttet vei. En annen utfordring som kommer opp ved å ligge i distriktet er at det ikke er samme tilgjengelighet av arbeidskraft med høyere kompetansenivå. På samme tid vurderer bedriftslederne om denne kompetansen vil være mer flyktig i sentrale strøk, da arbeidstakere i byer er mer karrierebevisste og bytter arbeid oftere.

Av faktoren for areal og bygninger i et nærere perspektiv på stedet Furufalten, ser bedriftslederne det som en styrke at industriens lokaler er lokalisert med nærhet til hverandre, noe som også vil kunne oppleves attraktivt for nye etablerere. Dette vil bli tatt opp i faktoren om identitet og stedlig kultur, da denne lokasjonen medfører at bedriftene inngår i en næringsklynge.

Det som oppleves som den største utfordringen tilknyttet areal og bygninger for bostedsattraktiviteten, men som også utgjør en utfordring for næringslivet i sitt rekrutteringsarbeid, er tilgjengeligheten av boliger. Her har boligmangelen blitt en flaskehals for næringslivets rekrutteringsarbeid. Dette i første omgang en mangel på boliger, men også spesielt mangel av gjennomgangsboliger. Julie viser til problemstillingen ved mangel på boliger til utleie. *«Det å bygge på landsbygda er dyrt og verdien av det etter at du har bygd er bare en brøkdel av det du oppnår andre plasser. Så det at du får leie, i stedet for å eie sjøl vil være et fortrinn.»* At det er boligmuligheter til utleie, vil dermed gjøre rekrutteringsarbeidet lettere. Da vil arbeidstakere kunne komme tilflyttende, ved å i første omgang leie og om mulig på sikt kjøpe eller bygge egen bolig. Dette punktet vil også sees nærmere på i avsnittet



under ved faktoren ameniteter, da det blir sett på boligutvikling og kommunens tilrettelegging.

Et annet sentralt punkt tilknyttet bostedsattraktiviteten og den utfordrende boligmangelen, er at bofaste arbeidstakere fremstår som svært attraktivt for bedriftene. Det vil være til fordel for bedriften og samfunnet om arbeidstakerne heller er bofaste lokalt, enn at de skal pendle inn. Dette presenterer Markus på denne måten;

*«Fordi får du tak i ressurssterke folk i industrien, så vil det også gi et avtrykk lokalt. Og det vil bli en såkalt vinn-vinn situasjon. Så det vi ser er at det med å ha utenlandske arbeidere, det er veldig bra å ha de inne til å gjøre en jobb eller ta unna en topp, men langsiktig må du enten få de til å bli bofast eller så må du søke etter andre folk som kan bli bofast. For en bofast har en helt annen verdi i bedriften. En bofast har mye større engasjement på utviklingssiden på bedriftens ved å vel, mens en omreisende arbeider kan ha et større tempo, men den innovasjonen som skjer i et selskap det skjer i mye større grad med bofaste arbeidere. Om de er utenlandske eller norske, det betyr ikke noe. De bofaste har en annen holdning til arbeidsplassen. Mer langsiktig. Det er egentlig overskriften på hvor vi som industri må gå.»*

For å få lettere rekrutterer og få til rekruttering av bofaste, er bostedsattraktiviteten gjennom et attraktivt boligmarked viktig. I første omgang gjennomgangsboliger og i neste at det også er tilgjengelige boliger og boligtomter til salgs.

## **6.2 Infrastruktur tilknyttet vei**

Gjennom samtalene med bedriftslederne kom det fram at en felles utfordring av svært høy aktualitet er infrastrukturen, spesielt tilknyttet forholdene ved veinettet lokalt. Dette er en utfordring både for bostedsattraktiviteten og næringsattraktiviteten. Utfordringen gjelder både veien fra Furufalten og nordover gjennom Pollfjelltunellen, men også veien fra Furufalten og sørover langs fylkesvei 868. Pollfjelltunellen legger i hovedsak hindringer for transport av ansatte til og fra jobb da den er svært rasutsatt. Tilstanden på tunellen generelt er av så dårlig karakter at transporten av råvarer og produkter ikke skjer gjennom denne tunellen. Fylkesvei 868 stenges ikke nært like ofte som Pollfjelltunellen på grunn av ras, men gir heller

utfordringer tilknyttet sikkerhet og at bedriftene ikke kan transportere like tunge last langs veien som de kunne gjort om de hadde direkte tilgang til for eksempel E6. Da flere av bedriftene driver produksjon døgnet rundt, er det derimot svært uheldig om personellet ikke har mulighet til å komme seg fram til jobb på grunn av stengt tunell. Tilknyttet denne utfordringen forteller Henrik om at de store utgiftene dette problemet satte til bedriften, gjorde at de så seg nødt til å investere i egen båt for å frakte ansatte til og fra arbeidsplassen ved stengt tunell.

For å komme fram til en mer langsiktig løsning på dette problemet, forteller Markus om en felles mobilisering for å framskyve utbedringen av tunellen. *«Så det er jo et prosjekt som ble igangsatt her fra industrien. Og det ser vi jo rett og slett på grunn av at hvis industrien skal overleve så er vi avhengige av infrastruktur. Det er det aller viktigste.»* Her vises det til et strategisk arbeid som er lagt til grunn i møte med de øvrige myndigheter der industrimiljøet har vært motor i et samarbeid med kommunen. Viktigheten av infrastrukturen tilknyttet vei setter Henrik på spissen ved å vurdere deres mulighet til å bli på Furuflaten om veistandarden skulle bli for dårlig. *«Da har du ikke driftsgrunnlag rett og slett. Hvis det ikke er regnskapsmessig, økonomisk ansvarlig og på alle andre måter er godt nok for oss å få produktene våre ut, så kan vi rett og slett ikke være her.»* Julie viser også til viktigheten av veinettet og åpner for at næringslivets promotering er viktig for å nå de politiske avgjørelser som skal tas nasjonalt og lokalt. Dette viser hun gjennom et eksempel fra sjømatindustrien på Senja;

*«Så skal vi likevel ikke glemme hvor viktig Lyngen kommune er som en industrikommune og det er en del ting der som vi må bli flinkere til å fronte for å løfte det opp. Nå har du fått Senja som er sjømathovedstaden egentlig i Norge, som gjør at de får bevilget mer penger til veiinfrastruktur. Slike ting er veldig vesentlig for framtidig utvikling. At man klarer bygge opp gode miljø og sterke miljø som blir synliggjort ut av kommunen. Der har vi en jobb å gjøre.»*

Slik viser hun til viktigheten av promoteringsarbeidet ovenfor kommunen, men også til de høyere myndighetene. Fylkesveier er ikke kommunens ansvar, men kommunen er likevel en høringsinstans og en viktig premissgiver for gode veier også langs fylkesveier. Her kan

kommunen signalisere og påvirke prioriteringer gjennom for eksempel Nord-Troms Regionråd.

Ikke bare kan utfordringen tilknyttet vei sees opp mot bedriftenes beliggenhet inn i framtiden, men et viktig aspekt er også sikkerheten lokalt. Markus forteller om utfordringene de står ovenfor med transport til og fra utlandet og det ekstra ansvaret de påtar seg tilknyttet den dårlige kvaliteten på veien inn til bedriftene;

*«Der har vi jo lastebilsjåfører som kommer fra kontinentet og hit, som gleder seg til turen oppover, men gruer seg til den siste strekningen. Så har vi de som ikke vet om den siste strekningen, som kommer hit vinterstid og er helt grønn i ansiktet. De kjører doninger på 40 tonn, med ansvaret for både last og sikkerhet langs veiene. Du kan ikke forvente at en sjåfør i fra Tyskland eller liknende kan være vant til slike veier eller at han har den kompetansen. Vi tar våre samfunnsansvar der og sier til alle som skal transportere ting in hit, at vi godtar ikke at de kommer med dårlig materiell. Dårlige dekk osv. Da får de ikke losse her. Det er viktig for oss, men det blir jo på en måte feil at det er vi som skal stå for det. Dette er myndighetsansvar.»*

Videre åpner Markus for at dette er en utfordring Lyngen og Storfjord kommune må stå sammen om å håndtere. Da denne veien går gjennom Storfjord kommune, men også er en viktig innfartsåre til Lyngen kommune, ser bedriftene på muligheter ved at kommunene går sammen om å mobilisere til utbedring av veien. Muligheter ved kommunalt samarbeid er noe industrien løfter fram som et forbedringspotensial mellom kommunene i flere kontekster. Det er ingen av bedriftslederne som lar seg imponere av Lyngen kommunes foreløpige interkommunale samarbeid. Bedriftene selv kommuniserer like godt med kommunene rundt Furuflaten, selv om de har sin beliggenhet i Lyngen kommune

### **6.3 Ameniteter**

Gjennom faktoren for ameniteter vil det i første omgang sees på tilrettelegging fra kommunens side for lokalt næringsliv. I den gjennomgåtte litteraturen til denne studien kom det fram at kommunen har en viktig rolle som bidragsyter til det lokale næringslivet. Dette er ikke noen lovpålagte ansvar, men vil kunne ha svært uheldige utfall for lokalsamfunnet om

ansvaret ikke skulle bli tatt hensyn til. Det har innledende blitt vist til at kommunens rolle som tilrettelegger kan deles opp i forvalterrollen, tjenesteprodusentrollen og entreprenørrollen.

Av tilretteleggingen fra kommunens side inngår blant annet økonomiske støtteordninger for næringslivet. Utvalgets ledere kommer alle fra hjørnesteinsbedrifter som er godt etablerte. De påpeker likevel viktigheten av å ha muligheten til å søke om offentlige utviklingspenger for næringer som er i oppstartsfasen, eller for enkeltprosjekter som kan skape utvikling. Da er det avgjørende at det ligger ute tilstrekkelig med informasjon fra kommunen, om hvordan man kan søke om støtte fra for eksempel kommunalt næringsfond.

Kvaliteten ved kommunens planverk og spesielt næringsplan, er også noe bedriftslederne anser som viktig for utviklingen. Her er likevel samtlige av bedriftslederne av den oppfatningen at de tidligere strategiske næringsplanene har den mangelen at de er for generelle. De peker i alt for liten grad på konkrete handlinger eller kritiske faktorer, som må til for å få oppfulgt selve strategien. Det oppleves også utfordrende for noen av dem å oppfølge de aktuelle høringene og rulleringene. Til disse utfordringene ser bedriftslederne at påtenkte tiltak for å styrke samarbeid mellom bedriftene, skal kunne gjøre stor nytte i møte med den kommunale planlegging. Det tenkes at samarbeidet skal kunne gjøre informasjonsflyten mellom industrien og kommunen både lettere, men også mer utfyllende.

Tilretteleggingen fra kommunens side for areal og bygninger for næringslivet, opplever bedriftene som positiv. Lyngen kommune har de siste årene gjort grep for å tilrettelegge for næringsarealene på Furuflaten. De har utarbeidet kaia, slik at den nå er en dypvannskai av nyere standard. Dette er med på å tilgjengeliggjøre transport via sjø. De har også gjort et arbeid med å utvide industriområdet, ved å fylle ut masser i fjorden. Dette har gitt muligheter til utbygging av industriareal, noe en av bedriftene allerede har planer om å få igangsatt høsten 2021.

Da programteorien for attraktivitet bland annet deler mellom næringsattraktivitet og bostedsattraktivitet, vurderer Telemarksforskning kommunen som den mest sentrale aktøren som skal være med på å mobilisere befolkningen og næringslivet til en ønsket utvikling. (Vareide et al., 2013) I de kommunene der næringsattraktiviteten er tilfredsstillende og det framkommer en arbeidsplassvekst, stilles det høyere forventninger til at kommunen imidlertid burde skape den bostedsattraktiviteten som behøves for at arbeidsplassveksten skal kunne generere videre til en samfunnsutvikling og befolkningsvekst. (Onsager, 2019) Det viser seg

at industrien på Furuflaten er i vekst og bedriftene har behov for å rekruttere ansatte. Henrik forteller om prognosene for hans bedrift, der de ut ifra deres vekstkurve har gjort tilsetninger av personell og planlegger å gjøre flere tilsetninger. Derimot har de møtt på utfordringer tilknyttet rekrutteringsarbeidet. *«Det som begrenser veksten vår i dag og det som har begrenset den det siste året, har vært rekruttering. Vi har ikke klart å få ansatte nok. Ikke folk nok til å produsere det som spørres etter. Ca 10-15 ansatte på en 5 års periode. Vi har allerede ansatt 5 dette året.»* Dermed er det et behov for at Lyngen kommune er med på å skape den bostedsattraktiviteten som kan utfylle arbeidsplassveksten. For å styrke bostedsattraktiviteten kan det blant annet gjøres målrettede tiltak for boligutvikling i kommunen. Denne utfordringen viser seg å være tilknyttet at kommunen og industrien tilsynelatende kan ha forskjellige oppfatninger av hva som er de ledende næringene i kommunen. Markus viser til denne utfordringen mellom interesser for reiselivsnæringen og industrinæringen;

*«Fordi Lyngen har de siste ti årene, om du spør noen, så sier de at Lyngen er en reiselivskommune. Vi er ikke det. Vi er en industrikommune. Så om man ser på antall arbeidsplasser og hva industrien er med på å skape og ser den økningen som har vært i industrien de siste årene, så er det der den store veksten har vært egentlig altså.»*

Videre viser bedriftslederne til en uheldige utviklingstrekk for bostedsattraktiviteten, ved at det gjennom næringspolitikken kommunen fører har blitt viet for mye oppmerksomhet til besøksattraktiviteten til nytte for reiselivsnæringen. Dette har medført til at boliger og leiligheter heller har blitt leid ut til turister gjennom Airbnb eller liknende. Dette har medført til at tilflyttende arbeidstakere har opplevd boligmarkedet som lite attraktivt, som videre har ført til utfordringer i rekrutteringsarbeidet for næringslivet. Her har ikke kommunen sett på hvordan nye næringer kan komme i konflikt med og skape dårligere grunnlag for allerede eksisterende og godt etablerte næringer i kommunen. Henrik viser her til at det er den etablerte industrien som blir berørt av den nye satsingen. *«Da er spørsmålet om vinninga går litt opp i spinninga, når en får vekst i det markedet så vil ikke det gi noe særlig vekst i kommunen generelt og det vil heller ikke kunne dekke opp majoriteten av de store bedriftene som vi for eksempel er en del av.»*

Her har industrien ved Furufalten et forbedringspotensial i å gjøre seg selv mer synlig for omverdenen derav også for Lyngen kommune. Dette da det bedriftene synes det kan se ut for å være et trekk ved distriktskommuner at de i stedet for å se på hva man faktisk har, heller retter oppmerksomhet mot hva man skal få. Som sett på innledningsvis har de kommunene som satser på de godt etablerte næringene, større sjanse til å oppnå vekst. (NOU, 2020b) Her retter bedriftslederne også spørsmål til hvor mange faste arbeidsplasser reiselivet gir, da det ofte er sesongbasert med tilreisende arbeidskraft for den gjeldende sesongen.

At en lav bostedsattraktivitet kan oppleves som en demper for næringsattraktiviteten har det blitt sett på innledende i oppgaven, der det ble vist til at i kommuner som opplever høy næringsattraktivitet burde bidra til at bostedsattraktiviteten skal holde følge. Det ble også sett på om næringslivet selv kunne bidra ved å gjøre samfunnsinvesteringer som fremmer boligutvikling. Her er representantene fra industrien på Furufalten noe delt i sine meninger. Julie ser muligheter for at industrien kan være med som en bidragsyter eventuelt på eiersiden ved etableringer av for eksempel leiligheter eller gjennomgangsboliger som er tiltrengt området. Markus påpeker at dette vil være en mer naturlig oppgave for kommunen. Henriks bedrift har allerede leiligheter til utleie på Furufalten, som har vært til stor nytte som gjennomgangsboliger for ansatte og andre tilflyttere. Derimot ligger det en viss usikkerhet ved dette leilighetskompleksets framtid, da det i tidligere perioder har ligget ute for salg og har et behov for opprusting og vedlikehold.

En annen utfordring for både bostedsattraktiviteten, men også som videre påvirker næringsattraktiviteten er skolestrukturen i kommunen. På Furufalten har det gjennom flere år pågått en kamp om å beholde den lokale skolen. Her ble det gjort tiltak ved å danne et oppvekstsenter med skole og barnehage i samme bygg. Likevel trues det med jevne mellomrom fra kommunen sin side å legge ned Lyngsdalen oppvekstsenter. Kommunen gir blandede signaler ved å på den ene siden forsøke å legge til rette for utvikling i industrien, mens de på den andre siden truer med å legge ned Lyngsdalen oppvekstsenter. Her opplever bedriftslederne at kommunen gir med den ene hånden og tar med den andre, da oppvekstsenteret er en viktig forutsetning for rekruttering av arbeidskraft til industrien. Henrik uttrykker sin frustrasjon og viser her nok en gang sammenhengen mellom bostedsattraktiviteten og næringsattraktiviteten;

*«Så er det også skoletilbudsdebatten som er ganske meningsløs. At man håper på en vekst og når man har begynt og fått en vekst, så diskuterer man fremdeles om å redusere tilbud. Ut ifra demografien ser det ut som at det er en vekst, også i barnetall. Da burde man støtte opp under den med å forsøke beholde tilbud eller gå i andre retning ved å se på om det er noe mer man kan skape. Den tankegangen henger ikke sammen. Man gir litt med den ene hånden og tar med den andre.»*

På denne måten mener Henrik at kommunen uten å tenke over det kan risikere å ta unna en del av livsgrunnet for bedriftene, da de er avhengige av arbeidskraft. De andre bedriftslederne føyer seg til det å sette spørsmålsteget bak kommunens tankegang ved å true den lokale skolen. Markus påpeker igjen at industrien ved Furufalten er den største næringen i kommunen. *«Og det er klart det at bygda skal ha noe igjen for å kunne huse motoren i Lyngen kommune, det skulle bare mangle. Så synes jeg det er litt respektløst av rådmannen å til stadighet angripe Lyngsdalen oppvekstsenter.»*

Slik som bedriftslederne åpnet for tilknyttet veiinfrastrukturen mellom kommunene, foreslår de også tilknyttet skolestrukturene å øke samhandlingen mellom kommunene. I Storfjord kommune var det tidligere en barneskole på vestsiden av fjorden ved Ellevoll, men denne ble lagt ned for flere år siden og elevene ble overflyttet til Hatteng skole. Her vil det eventuelt kunne opprettes et samarbeid mellom Lyngen og Storfjord kommune, der elevene på vestsiden av fjorden i Storfjord kunne fått kortere skolevei ved å heller følge grunnskolen på Furufalten.

Et annet punkt for faktoren ameniteter er tilgangen på kompetanse og arbeidskraft. Rekrutteringsarbeidet av kompetent arbeidskraft oppleves også som utfordring for bedriftene ved industrien på Furufalten. Her har næringslivet selv vært igangsetter for et samarbeidsprosjekt mellom NAV, Lyngen kommune og den videregående skolen på Nordkjosbotn. Det planlegges også et økt samarbeid med universitetets avdeling i Narvik, da de har utdanningsløp innen teknologiske linjer for ingeniører.

En annen faktor som samtlige av bedriftslederne opplever at virker negativt inn på næringsattraktiviteten, men som også har negativ effekt på bostedsattraktiviteten er savnet etter butikken på Furufalten som ble lagt ned noen år tilbake i tid. De ser det som et viktig punkt å få en butikk tilbake til Furufalten, der Julie ser det som en mangel på infrastrukturen området. *«Det er en stor «missing link» på infrastruktur for oss og for folk som bor tett opp til*

*Furuflaten. Det er fortsatt en viktig del for utvikling av bygda. Også for industrien. Det er en del av de rammebetingelsene som vi trenger på området her.»* Det er ikke en kommunal oppgave å drive dagligvarebutikk, men på bakgrunn av servicetilbudet en nærbutikk gi til både næringsliv, bosatte og besøkende, åpner Julie opp for at dette kanskje kan være noe kommunen kan stille med midler til å få iverksatt.

Som vist til tidligere i oppgaven er regionen Nord-Troms som Furuflaten også inngår i, under en egen tiltakssone sammen med Finnmark hvor de er tillagt både personrettede og næringsrettede tiltak. Disse tiltakene skal gjøre sonen til en mer attraktiv region å bo, arbeide og drive næringsvirksomhet i. Disse tiltakene oppleves nettopp som attraktivt for bedriftslederne og arbeidstakerne ved industrien på Furuflaten. Bedriftslederen Markus forteller om fordelene de opplever tilknyttet tiltakene; *«Så har du rammevilkårene her med ingen arbeidsgiveravgift, det sparer vi over en million kroner på i året. Det er kjempeviktige tiltak. Så ser vi at vi får ingeniører tilflyttende hit som setter stor pris på nedskrivningen av studielån.»* Rammevilkårene som tiltakssonen utgjør er med andre ord med på å løfte både regionens næringsattraktivitet, men også bostedsattraktiviteten. Markus viser også til eksempler på at arbeidstakere opplever naturen med fjellene som en faktor som er med på å gjøre stedet mer attraktivt. Spesielt for skiinteresserte tilknyttet Lyngsalpene.

## **6.4 Identitet og stedlig kultur**

Av de faktorer som oppleves attraktive for næringslivet, synes kulturen å være en av de mest framtrepende faktorene. Allerede i et historisk perspektiv under industriens tilblivelse kan det spores sterke kulturelle faktorer som var med på å virke til utviklingen. Pedersen og Lanes (2018) viser tilbake til oppstarten av industrien i kjølvannet av andre verdenskrig, der egenskapene ved samfunnet ikke var spesielt bundet til innovasjon og entreprenørskap. Samfunnet var lite, fattig, samisk, læstadiansk og sosialistisk. Dette skulle likevel vise seg å være egenskaper som kom godt med i etableringsfasen av industrien. Den religiøse siden av samfunnet knytter Ragnar Nilsen (2011) opp mot kapitalistisk entreprenørskap, da det her var tradisjon for å vektlegge sparsommelighet, sosial likhet og involvering av familie i virksomheten. Dette er klassiske trekk ved entreprenørorganisasjoner. På denne måten blir gründervirksomheten stedlig bunnet og kan lettere få støtte fra lokalsamfunnet. Slik kan det ha vært en kultur for entreprenørskap ved egenskapene i samfunnet på Furuflaten allerede i etterkrigstiden. Lillevoll og Bleie (2010) gir et lokalt eksempel på denne kulturen fra



saueholdet i Lyngen, ved å se på det se på det sjøsamiske begrepet «*gáddjot*» som betyr å berges eller frelses, og gjenspeiler dette til en beskjedne levestil med hardt arbeid og fremtidsrettet perspektiv. Det sjøsamiske begrepet benyttes for å forstå den selvbergingen som samfunnet bedrev, gjennom å være tilpasningsdyktig og vise motstandskraft. De viste også til de kulturelle trekkene i etterkrigstiden, med en selvorganisering der produksjonen framkommer mellom vitenskapelig og lokal kunnskap.

Ved å benytte det relasjonelle stedsbegrepet kan de sosiale og kulturelle kvalitetene ved stedet studeres. Dette er interessant da det i et sosiokulturelt stedsperspektiv er gjennom de sosiale og kulturelle prosessene mellom de deltagende aktørene at stedet tar form. Videre inngår også denne stedsdannelsen inn i menneskets egne identitetsdannelse. Slik kan den relasjonelle tilnærmingen til stedsbegrepet benyttes til å kartlegge de forskjellige representasjonene som framkommer på et sted. I denne konteksten har jeg som sagt kun valg å rette oppmerksomhet mot representasjonen av den stedlige kulturen og identiteten som framkommer gjennom perspektivet til aktørene ved industrien på Furufalten. Det skal tas med at det gjennom å avdekke disse representasjonene, vil denne prosessen i seg selv også være med på å produsere et bilde av den stedlige kulturen. Det framkommer tydelig at bedriftslederne ikke bare betegner Furufalten som et industristed, men også Lyngen kommune som en industrikommune.

Som sagt kan det se ut til at den stedlige kulturen er av en positiv opplevelse for næringsattraktiviteten ved industrien på Furufalten. Ikke bare i selve industrimiljøet, men gjennom industriens perspektiv synes også denne kulturen å tre fram i lokalsamfunnet. Henrik som er den nyligst tilkommende bedriftslederen utaler seg om samfunnet slik. *«Så tenker jeg at beliggenheten her har mange fordeler. Det ene er at du har et industrimiljø og dermed en kultur som gjør at det her med industri er normalt og folk er veldig glade i de bedriftene som er her.»* Denne lokale aksepten for industrien kan gjenspeiles til bedriftene i industriens lokale forankring. At gründervirksomhetene er stedlig lojal, var noe som Nilsen (2011) så på som en forutsetning for at bedrifter skal få til en økonomisk utvikling på større og mindre steder i Nord-Norge. En stedlig lojalitet der bedriftene også kan gi ringvirkninger til økonomisk aktivitet tilbake til lokalsamfunnet. Bedriftslederne påpeker ikke bare aksepten blant lokalbefolkningen, men også kulturen som ligger ved det lokale arbeidsfolket. Med humoristisk sans sammenlikner Markus den lokale arbeidsstokken med den lokale hesterasen som er en arbeidshest av rasen i blanding mellom hest og ponni. *«Så har vi arbeidsfolket her. Folk i regionen her, de er litt som Lyngshester. De krever lite, men er gode å jobbe. Det*

*ligger litt i befolkninga.» Henrik er av samme oppfattelse om lokalbefolkningen og utaler seg om tilretteleggingen fra kommunens sin side på denne måten. «Men jeg skal skryte av Furuflaten. De har vært veldig dyktige til å overleve. På tross av. Jeg sier på tross av.»* Kanskje kan dette gjenspeiles tilbake til det sjøsamiske begrepet «*gáddjot*», da samfunnet på Furuflaten også stammer fra sjøsamisk kultur, der selvberging og motstandsdyktighet har vært grunnleggende. Markus som har lengre fartstid i industrimiljøet kan også se spor av denne selvbergingen, da industrien selv har hatt tradisjon for å ikke være like opptatt av å samarbeide med det offentlige lokalt. «*Vi har holdt oss litt på sidelinjen. Fordi industrien er såpass stor og tung at vi har på en måte klart oss selv. Vi har egentlig berget oss uten den store håndstrekningen til det offentlige.»*

At industrien har hatt tradisjon for å være selvstendig, kan ha bakgrunn i at det tidlig oppstod et næringsmiljø på Furuflaten. Dette næringsmiljøet har med tiden formet en næringsklynge på stedet, som fremstår av stor stedlig attraktivitet for næringsaktørene. Samtlige av bedriftslederne påpeker den store verdien av klyngevirksomheten, der det legges planer for å dra større nytte ut av dette samarbeidet. Tidligere har det gjennom prosjekt vært arbeidet for å utvikle industriklyngen på Furuflaten gjennom «Furuflaten Industriforum». Dette prosjektet lot seg i liten grad videreføre da deltakerne ikke følte seg bekvem med forum-formen, der det nå planlegges for å utvikle klyngen ved å åpne opp for annen næring utenfor industrien ved å kalle samarbeidet for «Furuflaten Næringspark». Ved å endre uttrykk fra industriforum til næringspark, vil de også åpne næringer som ikke er industri. Denne utviklingen sees også på som en mulighet for å gjøre det mer attraktivt for nyetableringer, på samme tid som det gir forpliktelser, men også større slagkraft ovenfor omgivelsene for de allerede involverte.

Furuflaten Næringspark er en av få næringsklynger i Nord-Norge. Bedriftslederne viser til eksempler der det kan sammenliknes på nasjonalt nivå med næringsklyngen i Kongsberg og på et mer lokalt nivå hvor en må til Nordland for å finne næringsklyngene i Mosjøen eller Mo i Rana. Etablerte næringsklynger er av høy attraktivitet på verdensbasis, der det brukes mye penger og ressurser gjennom støttesystemer i arbeidet for å oppnå klynger. Verdien av klyngevirksomheten på Furuflaten betegner bedriftslederen Henrik gjennom å vise til at det som mange kommuner ønsker å få fram og bruker mye tid og ressurser på er allerede til stede ved Furuflaten Næringspark. Det er likelynt høyteknologisk industri mellom bedriftene, med support- og støtteindustri rundt, som logistikk og transport. En klassisk klyngestruktur.

Julie viser til kulturen for samarbeid som framkommer i næringsklyngen, der det er et felleskap mellom aktørene hvor næringene ikke er konkurrerende, men heller utfyllende. På denne måten kan de i stedet for å konkurrere, kanalisere til å dra nytte av hverandre.

*«Det er slik man skaper utvikling også, for jo mer du kan samarbeide og jo mer du vet om ting som skjer rundt omkring, jo mer kraft har du i å utvikle både din virksomhet og naboens sin virksomhet også. Det er den tankegangen at man ikke er misunnelig for det som skjer på nabokontoret eller i nabobygget, men heller kan backe hverandre opp. Det har vært en styrke for Furuflaten.»*

Der den industrielle kulturen ved Furuflaten tidligere har vært svært mannsdominert, kan det i dag skimtes flere kjønnsdimensjoner innen denne bedriftskulturen. Ikke bare er det Julie som er den første kvinnelige bedriftslederen. Det viser seg også at flere av bedriftene tenker nytt.

Gjennom den aktuelle litteraturen over kom det fram at den svake befolkningsutviklingen med fødselsunderskudd i distriktet, bant annet stammer fra at unge familier flytter til mer sentrale strøk. Dette gir en aldrende befolkning i distriktene som er med på å vanskeliggjøre rekrutteringsarbeidet til næringslivet. Videre viste også litteraturen at om steder skal framstå attraktive for tilflyttende familier, vil det være et konkurransefortrinn for de stedene eller bedriftene som kan tilby interessant arbeid for to. Innen industrien har det vært en kultur for mannlig arbeidskraft, der kvinner i en større andel arbeider innen offentlige arbeidsplasser. Det har vært en tradisjon for å definere kvinner til reproduksjonssfæren og menn til produksjonssfæren. (Brun, 1998) Slik som Munkejord (2011) åpner for, kan det være et vidt handlingsrom mellom kjønnene i det nordnorske distriktet. Angell m. fl. (2013) viser til at kvinner de siste årene har økt utdanningsnivået mer enn menn. Med dette tatt i betraktning, vil det ligge et større rekrutteringsgrunnlag for de bedriftene i industrien som vil lykkes i å gjøre sine arbeidsplasser attraktive for kvinner også. I første omgang ved å se muligheten for befolkningsøkning ved å rette oppmerksomheten mot å gjøre stedet attraktivt for kvinner, forteller bedriftslederen Markus om en oppdagelse de har gjort i deres bedrift. *«Kvinner i fruktbar alder, det er jo det vi egentlig har hatt alt for lite fokus på. Fordi det er det som er en høy verdi. Det er jo nesten litt diskriminerende å si det, men det er den typen folk vi må ha hit for å øke befolkningen rett og slett.»*

Da bedriften hans opplevde utfordringer med rekrutteringsarbeidet, valgte de i den anledning å tenke nytt og fant en strategi de lyktes med ved å målrettet rekruttere damer.

*«Så har vi fått inn damer i produksjonen. Så vi har tre damer som jobber i produksjonen. Så det har vist seg at det helt klart egner seg for damer også å kunne jobbe i industrien. Nei! En, to, tre. Det er faktisk fire stykker. Ei i mammapermisjon. Jaja, full pott. Vi har tatt samfunnsansvaret. Og nå har det seg slik at alle de fire som jobber i produksjonen, de bor her på Furuflaten. Det virker som at de tenker å bli her.»*

Slik har denne bedriften lyktes med å doble sin talentmasse for å søke etter arbeidstakere i, gjennom å målbevisst starte rekruttering av kvinnelige ansatte til sin bedrift. Tilknyttet et perspektiv for deres bedrift, har denne strategien medført at de framover stiller som mer attraktiv for kvinnelige arbeidstakere. I et samfunnsperspektiv har dette videre gitt ringvirkninger til en befolkningsforøkning til kommunen. At flere tenker utenfor det tradisjonelle for sin virksomhet, kan være med på å fremme attraktiviteten og samfunnsutviklingen i distriktet. Om vi ser tilbake til kapittelet om Furuflaten og befolkningsstatistikken der, viser den at det mellom 2016 og 2017 skjedde en endring i den demografiske sammensetningen. Etter at det i flere år hadde vært flest menn i befolkningen, ble det etter dette årsskiftet målt flest kvinner i befolkningen på Furuflaten. Dette skiller seg også ut fra befolknings sammensetningen for Lyngen generelt, der det fremdeles ganske tydelig kommer frem at det er flest menn. Årsakene bak dette skiftet i demografistrukturen kan være mange, hvor det også kan åpnes for at en av de kan være denne bedriftens strategiskifte i rekrutteringsarbeidet som nå har ført til at de har tiltrukket seg flere kvinner.

## **6.5 Omdømme**

Et steds omdømme vil si omgivelsenes oppfatning av et sted over tid. I første omgang vil det bli sett på attraktivitetskategorien omdømme opp mot næringsattraktiviteten, gjennom å se Furuflatens omdømme som sted å drive næringsliv. Ut ifra industrien på Furuflatens perspektiv, framkommer det to faktorer som kan synes å være utfordrende for næringsattraktiviteten. Dette er infrastrukturen tilknyttet vei, som skaper store utfordringer for

den daglige driften. Denne utfordringen vil også kunne innvirke negativt på omdømmet til Furuflaten som sted å drive næringsliv. Den andre utfordringen er tilknyttet boligtilbudet, som viser seg å gi utfordringer til bedriftenes rekrutteringsarbeid. Ut ifra kommunens planverk viste det seg at dette var sentrale tema både i kommuneplanens samfunnsdel og næringsplanen, men da en utfordring i seg selv viste seg å være at planverket var for lite konkret til å virke strategisk, vil dette være hemmende for utviklingen.

Av de faktorene som kan tenkes å virke positivt på Furuflatens omdømme som sted å drive næringsliv, er næringsklyngen med det medfølgende miljøet og kulturen. At denne kulturen synes å ha forplantninger ut i samfunnet vil også være en positiv faktor for omdømmet. At beliggenheten til næringsklyngen medfører god plass, er positivt for de næringsaktørene som allerede befinner seg der. Det samme gjelder tiltakene som medfølger tiltakssonen for Nord-Troms og Finnmark, der reduseringen i arbeidsgiveravgiften oppleves som positivt for næringslivet.

Videre kan det se ut til at industrien opplever det slik at Lyngen som sted å drive næring og spesielt industri kunne vært bedre markedsført ut til omverdenen. Her har industrien selv en jobb å gjøre, for å opplyse kommunen i første omgang og videre omverdenen. Samarbeidet gjennom Furuflaten Næringspark, vil kunne effektivisere denne markedsføringsjobben.

Når det gjelder bostedsattraktivitet, kan også infrastrukturen tilknyttet vei fremstå som en negativ faktor for bostedsattraktiviteten, da den setter hindringer for fremkommeligheten samt sikkerheten også i dagliglivet. Tilknyttet bostedsattraktiviteten vil selvfølgelig det mangelfulle boligtilbudet også være en utfordring. Disse to faktorene vil også kunne virke negativt på Furuflatens omdømme som sted å bo.

På en positiv side viste det seg gjennom intervjuene at naturen i Lyngen opplevdes som en tiltrekningsfaktor for arbeidskraften. Markus forteller om en som har kommet tilreisende fra andre siden av landet på grunn av fjellene. *«Så har vi en som kommer fra Stavanger som har kommet hit på grunn av fjellene, ikke på grunn av jobben. Han synes det er bra det er en interessant jobb.»* Dermed kan naturen ha en positiv innvirkning på stedets omdømme.

Som vist til over trakk Markus også fram virkemidlene fra tiltakssonen for Nord-Troms og Finnmark som meget attraktiv, både for bedriftene og for de ansatte gjennom personrettede tiltakene. En eventuell økning av de personrettede tiltakene kom fram gjennom litteraturgjennomgangen som et eventuelt grep for å øke attraktiviteten til distriktene, der både

Angell m. fl. (2013) og NOUen om næringslivets betydning for levende og bærekraftige lokalsamfunn så på denne muligheten. «*En forventet knapphet på arbeidskraft framover, både ufaglært, faglært og høykompetansesarbeidskraft, taler for en sterkere satsing på de personrettede virkemidlene*». (Angell et al., 2013, s. 57)

Dette er de faktorene som framkommer fra industrien på Furuflatens side om hva som kan virke negativt eller positivt på Furuflatens omdømme som nærings- og bosted.

## 7 Oppsummering og avsluttende ord

Intensjonen med denne oppgaven har vært å utforske næringsattraktiviteten i distriktet. Gjennom denne oppgaven ønsker jeg å bidra med kunnskap til hvordan samfunnene i distriktet kan stå opp mot dagens utfordringer for utviklingen også tilknyttet den svake demografien, der jeg ser næringslivet som en viktig faktor for en positiv utvikling. For å finne ut av dette har jeg arbeidet ut ifra problemstillingen; *«Hva gjør et sted attraktivt for næringsliv og industri?»*.

På bakgrunn av de store demografiske utfordringene distriktene står ovenfor, med nedgang i folketall og aldrende befolkning, har det de siste årene blitt rettet større oppmerksomhet til utvikling i distriktene. Dette gjelder også distriktpolitikken, der regjeringen som sagt har utnevnt distriktsdemografiutvalget og distriktsnæringsutvalget, for å belyse samfunnsutviklingsutfordringene i distriktet. Distriktsdemografiutvalget viste til at distriktenes målsetting ikke burde være vekst i seg selv, men heller konsentrere seg om å skape gode samfunn for menneskene som bor der. Dette er viktig da det ved å legge for stor vekst på kvantitet, vil kunne gå på bekostning av kvaliteten. På samme tid om det ikke skal rettes oppmerksomhet til vekst, vil dette kunne være til hinder for de aktørene i næringslivet i distriktene som opplever at bedriften er i vekst. I slike tilfeller vil det kunne være nyttig å heller satse på vekst innen de tyngste næringene ved stedet, enn å satse på vekst innenfor mange næringer.

Denne oppgaven tar utgangspunkt i et case, fra industristedet på Furufalten i Lyngen kommune. For å besvare problemstillingen har jeg stilt tre forskningsspørsmål. Da attraktivt arbeid viser seg å ikke være tilstrekkelig alene for å rekruttere arbeidskraft der også attraktive bosted er viktig, ser jeg næringsattraktiviteten sammen med bostedsattraktiviteten. Dermed har jeg jobbet ut ifra det første forskningsspørsmålet; *«Hvordan opplever bedriftene bosteds- og næringsattraktiviteten på Furufalten?»*. Selv om kommunene ikke er lovpålagt å tilrettelegge for lokalt næringsliv, blir de sett på som den største støttespilleren for det lokale næringslivet som følger av at kommunen vil ha stor nytte av et sterkt næringsliv. Dermed har mitt andre forskningsspørsmål vært; *«Hvordan kan kommunen legge til rette for lokalt næringsliv og industri?»*. Da det på Furufalten skulle vise seg å være en fremtredende kultur, har det siste forskningsspørsmålet mitt vært; *«Hvilken rolle spiller kultur og lokale forhold for stedets attraktivitet for næringsliv og industri?»*.

For å besvare disse forskningsspørsmålene mine har jeg støttet meg til Telemarksforsknings programteori for attraktivitet. Her har jeg sett de to stedlige dimensjonene for attraktivitet, næringsattraktivitet og bostedsattraktivitet. Disse har blitt sett gjennom faktorene omdømme, areal og bygninger, ameniteter og identitet og stedlig kultur. I tillegg ble faktoren veiinfrastruktur lagt til på bakgrunn av sin høye aktualitet. Disse dimensjonene og faktorene har blitt sett gjennom perspektivet for industrien på Furuflaten. For å bedre kunne utforske faktoren for identitet og stedlig kultur, ble det også inkludert relasjonelle perspektiver for stedsidentitet.

Tilknyttet det første forskningsspørsmålet viste det seg at hva som angikk næringsattraktiviteten også skulle vise seg å være påvirkende for bostedsattraktiviteten. Disse to stedlige dimensjonene er avhengige av hverandre og påvirker hverandre gjensidig. De faktorer som viste seg å være særlig viktig for attraktiviteten for begge de stedlige dimensjonene, var større spekter av rammevilkår som tilgjengeligheten av et attraktivt boligmarked, tilfredsstillende veiinfrastruktur og de tiltakene som medfølger tiltakssonen for Nord-Troms og Finnmark. Til tross for at industrien ved Furuflaten fremstår som selvstendig, er det viktig at kommunen ikke driver næringstilrettelegging for nye næringer, som virker ødeleggende for industrien som allerede er veletablert og viktig for samfunnet.

Tilknyttet det siste forskningsspørsmålet, viser studien at de kulturelle og lokale forholdene er av stor betydning for industrien. I første omgang viser det seg å være en sterk kultur innad i industrien på Furuflaten, tilknyttet næringsklyngen. Kulturen her gir føringer for et sterkt samarbeid, der bedriftene fremfor å konkurrere mot hverandre forsøker å spille hverandre gode. Videre da industrien er en plasskrevende næring som også tilfører mye tungtrafikk langs veiene, er det til en stor fordel for bedriftene om de har støtte og aksept fra lokalbefolkningen. Dette viser seg å være tilfellet på Furuflaten, da den industrielle kulturen har forplantninger til lokalmiljøet.

For veien videre kan det se ut til at industrien ved Furuflaten vil ha stor nytte av å øke sitt samarbeid både innad i industrimiljøet mellom bedriftene og samarbeidet mellom bedriftene og kommunene. Det samme gjelder ved å styrke synligheten av industrien, både lokalt og regionalt, da mange av utfordringene synes å være tilknyttet manglede informasjon ut til omverdenen om hva som befinner seg ved industrien på Furuflaten og hvilke behov denne næringen har i framtiden. Tilknyttet arbeidet med å styrke samarbeidet og synligheten, vil satsningen på Furuflaten Næringspark være av stor betydning.



Industrien viser seg å ikke være flink nok til å reklamere om seg selv. Dette kan gjenspeiles til at de ikke har hatt like stort behov for det tidligere, i motsetning til nå tilknyttet et utfordrende rekrutteringsarbeid. At markedsføringen av industrien ved Furuflytten ikke har vært optimal, kan også gjenspeiles til meg som utflytter fra Furuflytten. Hadde jeg visst det jeg vet i dag om industrien på Furuflytten, ville jeg ikke innledende i mitt masterløp vært nølende til å skulle skrive masteroppgave om industribygda Furuflytten. Her har bedriftene en jobb å gjøre, der det kan startes med å markedsføre seg selv i større grad lokalt. En plass å starte denne markedsføringen kan være til de yngre, som i stor grad reiser ut av kommunen for å ta utdanning. Om disse potensielle tilbakeflytterne vet hvilke muligheter som finnes lokalt, vil de kunne fortelle dette til omverdenen og kanskje til og med komme tilbake selv en dag.

Kanskje kan de egenskapene som var med på å legge grunnlaget for industriutviklingen på Furuflytten, også sees videre til resten av samfunnet. Lillevoll og Bleie (2010) viste til eksempelet fra saueholdet i Lyngen. Til videre studier kunne det også vært interessant å undersøke om det framkommer en sammenheng mellom næringsutviklingen i Lyngen og en kultur for innovasjon og entreprenørskap. Dette da det er utviklet en rekke sterke varemerker i Lyngen, som for eksempel Lyngen-/Alpelam, Lyngenreker, Aurora Spirit og som vist til i denne studien Cinderella. I denne studien har oppmerksomheten vært rettet til Industrien ved Furuflytten. I videre studier ville det vært utfyllende å tilføre attraktivitetsfaktorene perspektiver fra for eksempel Lyngen kommune og befolkningen ellers i Lyngen.

Gjennom denne oppgaven har jeg sett hjem, i lys av ny kunnskap jeg har tilegnet meg gjennom mitt mastergradsstudium. Prosessen med denne oppgaven har på mange måter vært med på å endre min betraktning av mitt hjemsted Furuflytten, der industrien heretter vil ha en større plass i min forståelse av stedets tilblivelse og eksistens.

## Referanseliste

- Abelsen, B., Isaksen, A. & Jakobsen, S.-E. (2013). Innledning. I B. Abelsen, A. Isaksen & S.-E. Jakobsen (Red.), *Innovasjon - organisasjon, region og politikk*. Cappelen Damm Akademisk.
- Akva Ren AS. (2021). *Om Akva Ren AS*. Hentet 02.04.21 fra <https://akvaren.no/om-akva-ren/>
- Alsos, G. A. (2010). Ildsjeler og samfunnsentreprenører. I A. Førde & O. J. Borch (Red.), *Innovative bygdemiljø - Ildsjeler og nyskappingsarbeid*. Fagbokforlaget.
- Angell, E., Aure, M., Lie, I., Nygaard, V. & Ringholm, T. (2013). Attraktive lokalsamfunn og arbeidsmarkedsregioner i Nord-Norge. *Norut Alta*, 7.
- Berg, N. G. & Dale, B. (2013). Hva er stedsidentitet, og hvordan fanger vi den opp? I A. Førde, B. Kramvig, N. G. Berg & B. Dale (Red.), *Å finne sted, metodologiske perspektiver i stedsanalyser*. akademika forlag.
- Berg, N. G. D., Britt, Førde, A. & Kramvig, B. (2013). Introduksjon: Metodologiske utfordringer i stedsanalyser. I A. Førde, B. Kramvig, N. G. Berg & B. Dale (Red.), *Å finne sted, metodologiske perspektiver i stedsanalyser*. akademika forlag.
- Bleie, T. & Lillevoll, T. A. (2010). Shepherds of the Mountains: Sheep Farming in a North Norwegian Alpine Landscape as a Community of Practice. *Journal of Northern Studies*, (2), 11-32.
- Brun, C. (1998). Kjønn og entreprenørskap. I O. R. Spilling & T. Bolkesjø (Red.), *Entreprenørskap på norsk*. Fagbokforlaget.
- Brønn, P. S., Sjøbu, A. & Ihlen, Ø. (2009). *Åpen eller innadvendt : omdømmebygging for organisasjoner*. Gyldendal akademisk.
- Cinderella Eco Group AS. (2021). *Om Cinderella Eco Group AS*. Hentet 02.04.21 fra <https://www.cinderellaeco.com/no-no/about-cinderella>
- DNB. (2021a). *Om utregningen - ringvirkningskalkulatoren*. Hentet 07.04.21 fra <https://ringvirkninger.dnb.no/om-utregningen>
- DNB. (2021b). *Ringvirkninger Akva Ren AS*. Hentet 02.04.21 fra <https://ringvirkninger.dnb.no/vis/963772637/oppsummering>
- DNB. (2021c). *Ringvirkninger Cinderella AS*. Hentet 02.04.21 fra <https://ringvirkninger.dnb.no/vis/881174782/oppsummering>
- DNB. (2021d). *Ringvirkninger Haplast AS*. Hentet 02.04.21 fra <https://ringvirkninger.dnb.no/vis/987486945/oppsummering>
- Førde, A. & Borch, O. J. (2010). Innovative bygder - en introduksjon. I A. Førde & O. J. Borch (Red.), *Innovative bygdemiljø - ildsjeler og nyskappingsarbeid*. Fagbokforlaget.
- Grønvoll, J. N. (2019). *Omdømmebygging i distriktskommuner* [UiT - Norges arktiske universitet]. ikke publisert.
- Hanssen, G. S., Helgesen, M. & Vabo, S. I. (2018). *Politikk og demokrati : en innføring i stats- og kommunalkunnskap* (4. utg. utg.). Gyldendal.
- Haplast AS. (2021). *Om Haplast AS*. Hentet 02.04.21 fra <https://www.haplast.no/om-haplast/>
- Jacobsen, D. I. & Thorsvik, J. (2013). *Hvordan organisasjoner fungerer* (4. utg. utg.). Fagbokforl.
- Johannessen, A., Tufte, P. A. & Christoffersen, L. (2004). *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode* (2. utg. utg.). Abstrakt forl.
- Kjærland, F., Mathisen, T. & Solvoll, G. (2012). Verdsetting av ringvirkninger: et eksempel fra kraftbransjen.
- Kobro, L. U., Vareide, K. & Hatling, M. (2012). Suksessrike distriktskommuner. En studie av kjennetegn ved 15 norske distriktskommuner.
- Kommunal- og moderniseringsdepartementet. (2021). *Tiltakssonen i Finnmark og Nord-Troms*. Hentet 01.01.21 fra <https://www.regjeringen.no/no/tema/kommuner-og->

[regioner/regional--og-distriktpolitikk/Berekraftig-regional-utvikling-i-nord/virkemidler-i-tiltakssonen/id2362290/](#)

- Kvale, S., Brinkmann, S., Anderssen, T. M. & Rygge, J. (2009). *Det kvalitative forskningsintervju* (2. utg. utg.). Gyldendal akademisk.
- Lyngen kommune. (2016). *Strategisk næringsplan Lyngen kommune - revidert plan 2016*.
- Lyngen kommune. (2017). *Kommuneplanens samfunnsdel 2017-2029*.
- Moen, S. E. (2011). Kommunen som samfunnsutvikler - Drivere og hindringer for næringsutviklings- og sysselsettingsarbeid. *Fafo*.
- Munkejord, M. C. (2011). *Hjemme i nord : om bolyst og hverdagsliv blant innflyttere i Finnmark*. Orkana akademisk.
- NAV. (2020). *Ledigheten litt ned i reiseliv og transport i Troms og Finnmark*. Hentet 18.12.20 fra <https://www.nav.no/no/lokalt/troms-og-finnmark/pressemeldinger/ledigheten-litt-ned-i-reiseliv-og-transport-i-troms-og-finnmark>
- Nilsen, R. (2014). Rural modernisation as national development: The Norwegian case 1900-1950. *Norsk geografisk tidsskrift*, 68(1), 50-58.  
<https://doi.org/10.1080/00291951.2013.870598>
- Nilsen, R. E. (2011). Kystkrise og nyskaping. I S. Jentoft, J.-I. Nergård & K. A. Røvik (Red.), *Hvor går Nord-Norge? Tidsbilder fra en landsdel i forandring*. Orkana Akademisk.
- Nordtug, H. (2021). *Samarbeider om tettere kobling mellom plan og samfunnsutvikling*. Distriktssenteret. Hentet 26.01.21 fra <https://distriktssenteret.no/blogg/samarbeider-om-tettere-kobling-mellom-plan-og-samfunnsutvikling/#target-0>
- NOU. (2020a). *Det handler om Norge - bærekraft i hele landet*.
- NOU. (2020b). *Næringslivets betydning for levende og bærekraftige lokalsamfunn*. K.-o. m. Nærings- og fiskeridepartementet.
- Onsager, K. (2012). Regional nærings- og sektorutvikling - før, nå og i framtiden. I G. S. Hanssen, O. Langeland & J. E. Klausen (Red.), *Det regionale Norge 1950 til 2050*. Abstrakt forl.
- Onsager, K. (2019). Nærings-og distriktsutvikling-perspektiver, politikk/virkemidler og samhandling.
- Paulgaard, G. (1997). Feltarbeid i egen kultur : innenfra, utefra eller begge deler? I (s. s. 70-93). Universitetsforl.
- Pedersen, P. & Lanes, L. (2018). *Industrieventyr fra virkeligheten : Furuflaten - Vuošvággi i Lyngen 1946-2016*. ČálliidLágádus.
- proff.no. (2021a). *Akva Ren AS*, . Hentet 02.04.21 fra <https://www.proff.no/selskap/akva-ren-as/furuflaten/produsenter/IFXSZQ5016D/>
- proff.no. (2021b). *Cinderella Eco Production AS*, . Hentet 02.04.21 fra <https://www.proff.no/selskap/cinderella-eco-production-as/furuflaten/produsenter/IEKMMTA016D/>
- proff.no. (2021c). *Haplast AS*, . Hentet 02.04.21 fra <https://www.proff.no/selskap/haplast-as/furuflaten/produsenter/IGBX9SX016D/>
- Reve, T., Sasson, A. & Et Kunnskapsbasert, N. (2012). *Et kunnskapsbasert Norge*. Universitetsforl.
- Rød, J. K. (2017). *Innføring i GIS og statistikk : verktøy for å beskrive verden* (2. utg. utg.). Fagbokforl.
- Røe, P. G. (2002). Sosiokulturelle stedsanalyser–et supplement til de tradisjonelle stedsanalysene. *Plan*, 34(04-05), 76-81.
- Røe, P. G. & Vestby, G. M. (2013). Sosiokulturelle stedsanalyser: teorigrunnlag og metodologi. I A. Førde, B. Kramvig, N. G. Berg & B. Dale (Red.), *Å finne sted - metodologiske perspektiver i stedsanalyser*. akademika forlag.

- Schiefloe, P. M. (2011). *Mennesker og samfunn : innføring i sosiologisk forståelse* (2. utg. utg.). Fagbokforl.
- SIVA. (u.å. ). *Om SIVA*. <https://siva.no/om-siva/>
- Spilling, O. R. (1998a). Entreprenørskap på norsk. I O. R. Spilling & T. Bolkesjø (Red.), *Entreprenørskap på norsk*. Fagbokforlaget.
- Spilling, O. R. (1998b). Om entreprenørskap. I O. R. Spilling & T. Bolkesjø (Red.), *Entreprenørskap på norsk* Fagbokforlaget.
- SSB. (2020). Sentralitetsindeksen - oppdatering med 2020-kommuner.
- SSB. (2021a). *Kommunefakta Lyngen kommune*. <https://www.ssb.no/kommunefakta/lyngen>
- SSB. (2021b). *Statistikkbanken Furuflaten*.  
<https://www.ssb.no/statbank/table/04362/chartViewColumn/>
- SSB. (2021c). *Statistikkbanken Lyngen kommune*.  
<https://www.ssb.no/statbank/table/07459/tableViewLayout1/>
- Statsforvalteren i Troms og Finnmark. (2021). *Folketallsutviklingen i Troms og Finnmark 2020*. Hentet 02.04.21 fra  
<https://www.statsforvalteren.no/contentassets/8c91b4f6a3d74464ab901434fa586c86/folketallsutviklingen-i-troms-og-finnmark-2020-endelig-versjon-2.pdf>
- Sørli, K., Aure, M. & Langset, B. (2012). Hvorfor flytte? Hvorfor bli boende? Bo-og flyttemotiver de første årene på 2000-tallet.
- Thagaard, T. (2018). *Systematikk og innlevelse : en innføring i kvalitative metoder* (5. utg. utg.). Fagbokforl.
- Troms og Finnmark Fylkeskommune. (2021). *Troms og Finnmark i tall - demografi*. Hentet 19.03 fra <https://storymaps.arcgis.com/stories/bd7386bcb9184fe7bf20c681a5ea30ce>
- Tromsø kommune. (2018). *Regional strategisk næringsplan for Tromsøregionen 2018-2022*.
- Valentine, G. (2001). *Social geographies : space and society*. Pearson Education.
- Vareide, K. (2016). Attraktivitet, arbeidsplasser og verdiskapning. *Telemarksforskning*
- Vareide, K., Kobro, L. & Strm, H. (2013). Programteori for attraktivitet - Sammenhangsrapport. *Telemarksforskning*.
- Wadel, C., Wadel, C. C. & Fuglestad, O. L. (2014). *Feltarbeid i egen kultur* (Rev. utg. av Carl Cato Wadel og Otto Laurits Fuglestad. utg.). Cappelen Damm akademisk.
- Wæraas, A., Bjørnå, H. & Moldenæs, T. (2015). Place, Organization, Democracy: Three Strategies For Municipal Branding. *Public management review*, 17(9), 1282-1304.  
<https://doi.org/10.1080/14719037.2014.906965>



