

SWOT-ANALYSE

AV ØKOSYSTEM FOR SAMISK NÆRINGSUTVILING PÅ HELGELAND

Basert på intervjuer gjennomført av prosjektlederne Fransisca Kappfjell Herbst og Antje Schlecht med utvalgte aktører som tilhører økosystemet for næringsutvikling på Helgeland.

Overordnet

Intervjuene viser et økosystem som har høy vilje og mange verktøy, men som fortsatt står et godt stykke unna samiske bedrifter – særlig på kulturforståelse, arbeidsform og tydelighet i satsing.

Gjennomgående tema og innsikter

- **Stort, men lite realisert potensial:** Informantene peker på betydelig potensial i samisk reiseliv, kulturformidling, duodji og videreforedling av reinkjøtt og andre samiske matprodukter, men konstaterer at lite av dette er løftet inn i strukturert utviklingsløp og salg.
- **Avstand mellom samiske bedrifter og økosystemet:** Støtteapparatet har begrenset oversikt over hvem som er samiske aktører, få samiske møteplasser og lite systematisk kontakt; dette samsvarer med tidligere funn om at bedriftene opplever seg langt unna virkemiddelapparatet.
- **Kulturbarrierer og lav kulturell kompetanse:** Mange uttrykker usikkerhet på samisk kultur, kommunikasjon, konfliktbilder og hva som er «rett måte» å nærme seg samiske gründere på, og etterlyser crash-kurs og samarbeid med samiske institusjoner.
- **Personavhengighet og prosjektlogikk:** Arbeid mot samiske næringer drives ofte av enkeltpersoners engasjement og enkeltprosjekter, ikke av tydelig forankrede strategier; det gjør tilbudet sårbart og lite forutsigbart for bedriftene.
- **Relasjoner og tillit som nøkkel:** Der utvikling faktisk skjer (f.eks. Grane), peker informantene på langvarige relasjoner, «kjøkkenbordsmøter» og ydmyke holdninger som avgjørende for å bygge tillit og forståelse med reindriftsutøvere og andre samiske aktører.
- **Reiseliv som drivkraft – på godt og vondt:** Reiseliv fremstår både som en hovedmulighet (for historiefortelling, mat, duodji) og en potensiell trussel (masseturisme, stereotyper, manglende infrastruktur), der samisk innflytelse på utforming er avgjørende.

- **Behov for bedre koblinger og felles løft:** Aktører peker på behov for sterkere kobling mellom Sijti Jarng/Samisk næringshage og Helgelands-aktørene, samisk arbeidsgruppe i reisemålsledelsen, nettverk og møteplasser som ufarliggjør virkemiddelapparatet.

SWOT-analyse av økosystemet

Styrker

- **Vilje til å satse på samisk næringsliv:** Kommuner, Visit Helgeland, Rana Utvikling og Kunnskapsparken uttrykker tydelig interesse for å jobbe mer med samiske aktører, og ser samisk næringsliv som viktig for reiseliv, bosetting og regional attraktivitet.
- **Etablert virkemiddelapparat og bred verktøykasse:** Det finnes kommunale næringsfond, førstelinjetjenester, etablererveiledning, inkubatorprogram, reiselivsinkubator, reisemålsledelse, travel trade og innholdsproduksjon som i prinsippet kan tilpasses samiske behov.
- **Sterkt samisk ressursgrunnlag på Helgeland:** Reindrift, språk, kultur, duodji og mattradisjoner gir et unikt innhold for produkter og opplevelser, og flere informanter framhever at samiske miljøer sitter på «en skattekiste» av forretningsideer.
- **Eksisterende relasjoner og brobyggere:** I enkelte kommuner (særlig Grane) er det bygget opp tillit mellom kommune, reindrift og nasjonalparkforvaltning, og noen enkeltpersoner har kompetanse og relasjoner som gjør dem til viktige brobyggere.
- **Erkjennelse av egne begrensninger:** Aktører som Rana Utvikling og Kunnskapsparken sier eksplisitt at de mangler oversikt og samisk kompetanse, og etterspør crash-kurs og felles løft; det skaper rom for endring.

Svakheter

- **Stor avstand mellom samiske bedrifter og systemet:** Informantene kjenner få samiske aktører, mangler lister og møteplasser, og beskriver at de i liten grad blir «naturlig» kontaktet av samiske bedrifter; dette speiler tidligere funn om at bedriftene opplever seg stå utenfor økosystemet.
- **Begrenset kulturell kompetanse og metoder:** Støtteapparatet mangler ofte språk, forståelse og arbeidsformer som er tilpasset samiske gründere og reindriftsfamilier, noe som øker risikoen for feilforståelser av behov, tidsperspektiv og forretningsideer.

- **Bransjenøytralitet og svak strategisk forankring:** Samisk næringsutvikling er sjelden eksplisitt prioritert i planer og mandat; arbeidet skjer ad hoc og personstyrt, noe som gjør det lite synlig og forutsigbart for samiske bedrifter.
- **Lite tilpassede arbeidsformer og kanaler:** Systemet baserer seg mye på åpne kurs, søknadsprosesser og digitale flater, mens flere samiske aktører nås best gjennom oppsøkende arbeid, «kjøkkenbordsmøter», små grupper og langsiktige relasjonsløp.
- **Fragmenterte møteplasser og nettverk:** Det finnes få faste samiske møteplasser i det etablerte reiselivs- og næringsapparatet (f.eks. ingen etablert samisk arbeidsgruppe i reisemålsledelsen ennå), og ingen naturlig «inngangsport» som samiske aktører kan forholde seg til.

Muligheter

- **Bevisst nedbygging av kulturbarrierer:** Etterspørsel etter crash-kurs for forretningsutviklere, felles løft og tettere samarbeid med samiske institusjoner gir en konkret sjanse til å styrke kulturell kompetanse og redusere nøkkelbarrierer som tidligere kartlegginger har vist.
- **Samskaping av nye arbeidsformer og møteplasser:** Oppsøkende virksomhet, individuelle samtaler med reindriftsutøvere, samisk arbeidsgruppe under reisemålsledelsen, duodji-/matverksteder og temabaserte kurs kan knytte samiske bedrifter tettere til systemet på deres premisser.
- **Samisk næringsliv som spydspiss for ansvarlig reiseliv og mat:** Etterspørselen etter autentiske, ansvarlige opplevelser og mat- og kulturkonsepter gir mulighet til å utvikle samiske bedrifter som viser fram «den rette måten» å drive reiseliv, mat og kulturformidling på.
- **Kobling til samiske og nasjonale institusjoner:** Samisk næringshage, Sijti Jarngje og andre samiske miljøer kan bidra med «Sami Way»-metodikk, kulturkompetanse og nettverk som styrker hele Helgeland-økosystemets evne til å forstå og støtte samiske gründere.
- **Utvikling av kombinasjonsnæringer og verdikjeder:** Videreforedling av reinkjøtt, mat- og måltidsopplevelser, duodji, språktjenester og teknologi for reindrift kan skape inntekt og arbeidsplasser som både støtter reindrift og styrker samisk kultur og språk.

Trusler

- **Varig mistillit og tilbaketrekking fra systemet:** Hvis samiske bedrifter fortsatt opplever lav forståelse, lite tilpassede tilbud og kulturbarrierer, kan de velge å ikke bruke virkemiddelapparatet i det hele tatt, noe som sementerer avstanden.

- **Konflikter og polariserte debatter som farger relasjonene:** Interne konflikter i reindrifta, samt polariserte rovvilt-, areal- og scooterdebatter, kan gjøre dialog og samarbeid vanskeligere og påvirke hvordan både samiske aktører og støtteapparat møter hverandre.
- **Prosjektlogikk uten strukturell endring:** Dersom satsing på samisk næringsutvikling forblir tidsavgrensede prosjekt uten å endre rutiner, kapasitet og kompetanse i linjen, vil opplevelsen av avstand og manglende forståelse trolig vedvare.
- **Konkurransen om kapasitet og midler:** Andre prioriterte områder (industri, infrastruktur, generell reiselivsvekst) kan ta mest oppmerksomhet, slik at samisk næringsutvikling blir liggende som «nice to have» og kultur- og tillitsutfordringer ikke adresseres systematisk.
- **Risiko for «feil type» reiselivsutvikling:** Hvis volum- og prispress, eller stereotyp samisk profilering, blir styrende uten tilstrekkelig samisk innflytelse, kan det skade både kultur, omdømme og samiske aktørers vilje til å samarbeide med reiselivsapparatet.

Strategiske satsingsområder

Som anbefales basert på SWOT-analysen.

1. Redusere avstanden mellom samiske bedrifter og økosystemet

Etablere en tydelig samisk «inngangsport» på Helgeland (for eksempel Sijti Jarng/Samisk næringshage i partnerskap med førstelinjer og KPH/RU), med oppsøkende arbeid, bedriftsbesøk og systematisk oppfølging av samiske aktører.

2. Bygge samisk kulturkompetanse i støtteapparatet

Utvikle crash-kurs og kompetanseprogram for kommuner, næringsselskaper, KPH og Visit Helgeland om samisk kultur, konfliktbilder, «Sami Way»-metodikk og gode arbeidsformer (kjøkkenbordsmøter, relasjonsbygging).

3. Etablere strukturerte samiske møteplasser og nettverk

Opprette faste samiske nærings- og reiselivsnettverk (for eksempel samisk arbeidsgruppe under reisemålsledelsen, bedriftsnettverk Rana/Grane) og bruke disse til å teste produkter, dele erfaringer og ufarliggjøre virkemiddelapparatet.

4. Målrettet produkt- og forretningsutvikling innen reiseliv, duodji og mat

Prioritere noen konkrete pilotbedrifter/prosjekter (opplevelser, gallerier, duodji- og matkonsepter, reinkjøtt) inn i inkubator- og reisemålsløp med tydelig kvalitets- og bærekraftprofil, og med Visit Helgeland som markedspartner.

5. Konfliktreduserende og relasjonsbyggende tiltak koblet til næring

Bruke kurs, verksteder, beredskapsgrupper og næringslivstreff som arenaer for å bygge tillit mellom reindrift, kommuner, reiseliv og andre – og alltid knytte dette til konkrete næringsprosjekter, slik at samarbeid gir synlig verdi for alle parter.