

UMEÅ UNIVERSITET
Kulturgeografiska institutionen
C-uppsats, Kulturgeografi
Vt. 2003
Handledare: Örjan Pettersson

Turismen i Östra Kiruna

Visioner möter verklighet

Marcus Falck

***”Alla här borde ställa sig frågan - Arbetar man för att leva
eller lever man för att arbeta?”***

– Företagare i Vittangi

ABSTRACT

The communities of Vittangi and Karesuando are situated (rurally) in the eastern region of the municipality Kiruna, in the northernmost of Sweden. From here it's great distances to larger cities, which makes the region rather isolated, especially Karesuando with its 180 km to the town Kiruna. During the 1950^s and 1960^s almost every village in the region had a growing population, mainly thanks to an expansion in forestry and mining industry. With poorer conditions for the industry at the end of 1960^s the optimistic development ended, and a period of decreasing population took place. Today the communities of Vittangi and Karesuando stand with great losses, the inhabitants are getting older and among the people capable of work almost 30 percent are without a job. In recent years Kiruna has experienced a growing number of tourists. Today, people working for the municipality of Kiruna, companies and other inhabitants see the tourism industry as a solution for Kiruna to survive. Many development projects, financed by EU and others are today concentrated on this industry.

But is tourism a way to survive for the eastern region of Kiruna? Which conditions does eastern Kiruna really have, considering attractions and other factors that seem important for developing destinations? Is the great number jobless a supply or a hindrance to development?

This work is mainly based on qualitative data from interviews in the communities of Vittangi and Karesuando. Totally, 32 interviews were made, among the categories: unemployed, part-time unemployed, part-time working, working, sick-listed and self-employed.

The outcome shows that the interests to work in tourism industry are high among the unemployed, but not to start an own company. Although there are a growing number of tourists visiting the area there are still too high risks in opening a business on tourism. What existing companies can do better is to cooperate, for making eastern Kiruna more attractive, and in that way enable more people to make a living on tourism.

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1. INLEDNING	3
2. SYFTE OCH GENOMFÖRANDE	4
3 METOD	5
3.1 Kategorier som intervjuade	7
3.2 Dokumentation av Intervjuer	8
3.3 Källkritik	9
4 TURISM- MÅL, MEDEL, VERKAN OCH ORGANISATION	10
4.1 Begreppsförklaringar	10
4.2 Internationella och nationella trender inom turism	10
4.3 Agenda 2000 och Leader initiativet	12
4.4 Mål 1	13
4.5 Landsbygdsturism	13
4.5.1 <i>Utveckling av landsbygdsturism utifrån lokala perspektiv</i>	16
4.5.2 <i>Avgörande faktorer för att landsbygdsturism skall lyckas</i>	17
4.6 Turismens intressenter	20
5. DESTINATION ÖSTRA KIRUNA	22
5.1 Östra Kiruna- Områdesbeskrivning	22
5.1.1 <i>Befolkningsutveckling</i>	23
5.1.2 <i>Arbetslöshet</i>	24
5.1.3 <i>Sysselsättning i näringsgrenar</i>	24
5.1.4 <i>Försörjning och arbete</i>	27
5.2 Framtida behov och lösningar för Kiruna	28
5.2.1 <i>Kirunas Vision</i>	29
5.3 Incomingföretagens betydelse för turismen	30
5.4 Turismen i Östra Kiruna	32
5.4.1 <i>Marknadsföring och identifiering av turistisk verksamhet</i>	33
5.4.2 <i>Aktiviteter och attraktioner i Östra Kiruna</i>	35
5.4.3 <i>Vilka är turisterna?</i>	36
5.4.4 <i>Profilering</i>	36
5.4.5 <i>Marknadsanalys</i>	37
6. ATTITYDER TILL TURISM I ÖSTRA KIRUNA	39
6.1 Öppet arbetslösas syn på framtiden och turismnäringen	39
6.2 Deltidsarbetslöshet bara på papper	41
6.3 Arbetsförmedlingen styr utvecklingen	43
6.4 Vad krävs för att östra Kiruna skall lyckas vända trenden?	48
6.4.1 <i>Kultur och intressekonflikter måste upphöra!</i>	49

6.4.2 <i>Sluta vara avundsjuk och bygg upp självförtroendet</i>	52
7. SAMMANFATTNING	55
7.1 SWOT-analys Östra Kiruna	56
8. DISKUSSION	58
8.1 Turism eller vård och omsorg?	58
8.2 Små företag förblir små	59
8.3 Är företagen för produktinriktade?	60
8.4 Bidragssystemet passiviserar	62
8.5 Vem skall utveckla turismen?	64
8.6 Samarbetsproblematikens många sidor	65
9. REFERENSER	67
9.1 Internetadresser	68

Figurer

<i>Figur 1:</i> Utländska besökare, inklusive endagsbesökare efter resmål, år 2002	11
<i>Figur 2:</i> Turisters konsumtion av varor och tjänster i Sverige år 2001	15
<i>Figur 3:</i> Turismens intressenter	21
<i>Figur 4:</i> Antalet boende i respektive by i östra Kiruna	23
<i>Figur 5:</i> Andel av alla 20-64 år med enbart arbetsinkomst, arbetsinkomst plus arbetslöshetsersättning, enbart arbetslöshetsersättning och varken arbetsinkomst eller arbetslöshetsersättning i östra Kiruna år 1999	25

Tabeller

<i>Tabell 1:</i> Kategorier som intervjuades	8
<i>Tabell 2:</i> Sysselsättning i de 15 största näringsgrenarna i Vittangi 1991- 1999.	26
<i>Tabell 3:</i> Sysselsättning i de 15 största näringsgrenarna i Karesuando 1991- 1999.	27

1. INLEDNING

Om man tar fram en karta och lyfter blicken mot nordligaste Sverige så ser man inte mycket till bebyggelse, förutom några enstaka byar, ofta med finska ortsnamn. Vittangi och Karesuando församlingar ligger i östra delen av Kiruna kommun. Avstånden till större orter är stora vilket gör att människorna lever relativt isolerat, speciellt i Karesuando med ca 18 mil till centralorten Kiruna. Under 1950- och 1960- talet hade dessa byar en blomstringsperiod i form av en växande befolkning, mycket tack vare en skogs- och gruvnäring i kraftig expansion. Sedan 1970-talets inträde, i takt med trä- och gruvindustrins tillbakagång har trenden pekat neråt, med en fortskridande avfolkning och avveckling, med företag som gått i konkurs och till ett allt mer bidragsberoende samhälle. Idag har byn Vittangi ca hälften av det invånarantal som de en gång hade (LAN, 2003). Enligt arbetsförmedlingen (AF) i Vittangi är ca 30 procent av den arbetsföra befolkningen i östra Kiruna utan heltidsarbete. Det är framförallt inom offentlig sektor, t.ex. inom äldreården som det finns möjlighet för anställning. På senare år har dock Kiruna kommun haft en växande besöksnäring. Turismen ses av kommunen, företag och privatpersoner som en lösning för Kiruna kommuns framtida överlevnad. Många utvecklingsprojekt, EU finansierade och andra, är i dagsläget inriktade på denna näringsgren. För att lyckas med att utveckla turismen är lokalbefolkningens medengagemang en viktig framgångsfaktor. Ofta har projekt startats utan att lokala förutsättningar undersökts, vilket har lett till att pengar runnit ut i sanden.

Andra studier har visat att attityder hos den bofasta befolkningen gentemot turism kan ha stor påverkan på näringens möjligheter att nå framgång (Internet Gudmundson 2003). Det är därför av intresse att undersöka vilka attityder invånarna i Östra Kiruna har gentemot turismen och om det finns ett samband mellan avvecklingens effekter och invånarnas attityder till arbete och företagande inom turismen.

Vidare skall områdets förutsättningar för turism beträffande utbud och efterfråga, geografiskt läge, befolkningsutveckling, arbetsmarknad, och näringsliv belysas.

2. SYFTE OCH GENOMFÖRANDE

Syftet med uppsatsen är att undersöka förutsättningar för att utveckla turismnäringen i Vittangi och Karesuando församlingar. Uppsatsen fokuserar särskilt på invånarnas attityder till försörjning och turismnäringen. Ur detta kan följande frågeställningar specificeras:

- Vilka attityder finns det hos befolkningen i de berörda områdena angående turism? Kan arbetslösa och deltidsarbetslösa tänka sig att arbeta med turism? Är de intresserade av att driva företag eller stödja denna näring på annat sätt? Finns det attitydproblem som försvårar att turismen utvecklas? Hur ställer sig befintliga företagare till besöksnäringens framtid?
- Vilka andra förutsättningar finns det för turismen i området, t ex avseende marknadsföring, arbetsmarknad, utbud och efterfråga?

Datainsamlandet till uppsatsen skedde främst genom intervjuer, men för att redogöra för förutsättningar till turism krävdes det också att externa faktorer undersöktes, d v s marknadsaspekter såsom geografiskt område, infrastruktur, kommunikation och kundunderlag.

3. METOD

Metoderna att bedriva forskning på är många. Vilken metod som används beror i stor utsträckning på vad som är tänkt att undersökas, bl.a. i valet om kvalitativ eller kvantitativ forskning skall användas.

Kvantitativ forskning är deduktiv, d.v.s. den avgränsar forskningsområden. Kvantitativ data är ofta strukturerad i siffror och fakta vilket kan analyseras med statistik. Rådata kan på ett bra sätt användas för att beskriva förenklade rumsliga fenomen över en bestämd tid (Hartman 2001), exempelvis visa på hur pH-halten i marken har förändrats på en plats under en tioårsperiod. Kvantitativa metoder lämpar sig däremot inte för att lyfta fram enskilda individers attityder. En avgränsad problemformulering kan leda till att forskaren använder sig av ledande frågor till sin datainsamling. Exempel att forskaren utgår från ett eller flera antaganden, t.ex. att turister kommer till Kiruna för att uppleva kyla, och sedan testar om detta är sant eller falskt. Denna avgränsning kan leda till att de verkliga motiven till turistandet inte kommer med, vilket kan göra att forskningens resultat blir missvisande. Detta har varit kritik mot den deduktiva forskningen (Kitchin and Tate, 2000).

Kvalitativ data kan bestå av ord, bilder och ljud, fragment av något som kan vara svårt att göra om till numerisk data och sedan göra en förenklad modell på. Kvalitativa metoder är humanistiskt inriktade, de lyfter fram enskilda individers attityder och är induktiva, d.v.s. deras strävan är att inte utelämna någon information. Forskaren skall vid datainsamlandet inte styras av förutfattade meningar om varför situationer ser ut som den gör. Konkret är kvalitativ forskning mer öppen för nya idéer och tillåter en mer processinriktad arbetsform än vad den kvantitativa forskningen gör (Hartman 2001). Att använda kvalitativa intervjuer syntes således bättre vid en datainsamling angående människors attityder, vilket det handlar om i detta arbete.

Det insamlade intervjumaterialet användes förutom till denna uppsats även till ett projektarbete, till det s.k. ”Hela Projektet”¹. Intervjuerna hade därför två syften: Det första syftet var att samla in empiriskt material till denna uppsats gällande attityder till turism. Det andra syftet var att beskriva hinder och förutsättningar till att skapa heltidsarbeten i Östra Kiruna. Denna uppgift låg under ”Hela Projektet”.

Den intervjuteknik som användes har tidigare brukats för liknande forskning i andra landsdelar (Sundberg 2000). Intervjuerna i östra Kiruna skulle lyfta fram enskilda personers egenskaper, attityder och kompetenser genom att undersöka allt från bostadsmiljö, intressen, familjesituation till arbetserfarenheter och sociala relationer. Intervjuerna undersökte även individers flyttnings-, pendlings- och utbildningsbenägenhet. Genom att skaffa sig en helhetsbild av individer på detta sätt skulle hinder till att skapa heltidsarbeten komma fram. Den kärna som samtalen skulle leda till var försörjning, i dess olika bemärkelser. Datainsamlandet skedde mestadels som ett samtal, med öppna frågor där de intervjuade fick tid för att tänka efter innan de svarade. I några fall bads de intervjuade att berätta om hur en vanlig dag såg ut för dem, bl.a. för att ge en klarare bild av arbetstid, fritid och ansvar. Ju fler intervjuer som gjordes, desto mer detaljerade blev frågeställningarna, varpå de problembilder som under tidigare intervjuer kommit upp testades.

När merparten av de enskilda intervjuerna var gjorda intervjuades informanter för att svara på en del frågor som dykt upp. Exempel på problem eller företeelser som undersöktes vidare var samarbetssvårigheter, bidragsberoende, föreningsliv, nyföretagandet samt turismförutsättningar. Till informanterna var frågorna mer riktade till det problem som undersöktes, inte individernas egenskaper såsom tidigare.

För att ge läsaren en mer överskådlig bild på de förhållanden som rådde för turismnäringen i Vittangi gjordes en SWOT analys. Förkortningen ”SWOT” står för Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats, i svenskan översatt till

¹ Hela Projektet är ett regeringsprojekt för att hela Sverige skall kunna leva, stad som landsbygd. Uppgiften i Östra Kiruna var att ta reda på hinder och förutsättningar till att skapa heltidsarbeten (Internet: hela Projektet 2003)

Styrkor, Svagheter, Möjligheter och Hot. Ursprungligen härstammar SWOT-analysen från organisationsteorin och har växt fram som ett instrument för att identifiera styrkor och svagheter i olika organisationer. Kortfattat är metoden ett sätt att få underlag till att förändra till det bättre utan att förstöra de delar som fungerar bra. Kritik mot analysmetoden har varit att den till stor del är beroende av användarens förkunskaper och värderingar, det vill säga vad användaren av metoden, i det här fallet jag, ser som styrka, svaghet, möjlighet och hot (Boverket 2000). SWOT analysen för östra Kiruna grundas inte enbart på attityder, utan även på andra faktorer såsom kommunikation, infrastruktur, information, marknadsföring och kundunderlag. För att utöka det empiriska underlaget, rörande dessa aspekter användes statistik, litteratur och material, bl.a. från tidigare forskning om turism.

Vad jag känner till har ingen liknande studie tidigare gjorts i detta geografiska område. Detta gör att studien är explorativ, d v s den undersöker ett svåravgränsat problemområde som inte är tillräckligt känt eller där den kunskap som finns är otillräcklig. En explorativ studie lämpar sig också när man inte vet vilka egenskaper eller relationer som har betydelse. För mig som intervjuare inleddes undersökningen med att leta upp så mycket information på så kort tid som möjligt om situationen i området, vilket mynnade ut i långa intervjuer, vissa uppemot tre timmar.

Vidare har etiska forskningsregler beaktats under arbetets gång. De intervjuade privatpersonerna har utlovats fullständig anonymitet, vilket innebär att materialet avidentifierades för att inte kunna härledas till någon enskild individ. Vidare informerades respondenterna om studiens syfte, uppdragsgivare, utförare samt vad materialet skulle komma att användas till (Sundberg 2000).

3.1 Kategorier som intervjuades

Totalt intervjuades 34 personer, varav 25 intervjuades som respondenter och 9 som informanter. Informanterna bestod av tre anställda på AF, 3 turismföretagare, två pensionärer och en banktjänsteman. Banktjänstemannen och turismentreprenören intervjuades på telefon, resterande via möten. Ca hälften av de intervjuade var bosatta i Karesuando församling, hälften i Vittangi

församling. Av de totalt 34 intervjuade var 13 kvinnor och 21 män. Bland respondenterna var 8 heltidsarbetande, 8 öppet arbetslösa, 5 deltidarbetslösa, 1 deltidarbetande och 3 sjukskrivna. Tre av de intervjuade heltidsarbetande var företagare (se tabell 1). De två pensionärerna som intervjuades var engagerade i politik och föreningsliv, vilket sågs som relevant i forskningen. Hälften av alla personer som intervjuades fanns på en lista skapad av en kontaktperson i Karesuando. Den andra hälften som intervjuades var människor som jag själv valde ut och letade reda på, men också människor som jag blev tipsad om under resan. Datainsamlandet skedde mellan den 1:a och 10:e april år 2003.

Tabell 1: Kategorier som intervjuades

Respondenter	Antal	Varav företagare
Heltidsarbetande	8	3
Öppet arbetslösa	8	
Deltidarbetslösa	5	
Deltidarbetande	1	
Sjukskrivna	3	
Informanter		
Turismföretagare	3	
Pensionärer	2	
Anställda på AF	3	
Banktjänstemän	1	

3.2 Dokumentation av intervjuer

Samtliga intervjuerna dokumenterades med papper och penna. En analys om förutsättningar för att skapa heltidsförsörjning var det väsentliga enligt Hela Projektets direktiv. Eftersom turismen redan var ett försörjningsalternativ, eller åtminstone ett önskat sådant, för många av de intervjuade kom jag förhållandevis lätt in på detta område.

På grund av stora reseavstånd till byarna där intervjuerna gjordes hade jag varken tid eller möjlighet att efter varje intervju renskriva resultatet på dator.

Istället gjordes detta på kvällstid. Av det skälet togs noggranna anteckningar för att jag inte skulle glömma bort allt som sades.

Den slutliga analysen bestod av två delar, en utifrån ett företagarperspektiv och en utifrån övriga personers perspektiv, d v s arbetslösa, deltidsarbetare, anställda och sjukskrivna. Här lästes samband och skiljaktigheter ut mellan de intervjuade genom en noga granskning av det sammanställda materialet. På grund av att de intervjuade utlovades anonymitet presenteras en del citat utan referens. Detta därför att samhällena är relativt små och det finns en risk att personerna i fråga känns igen p.g.a. sambandet mellan något de sagt och deras yrke eller civilstånd.

3.3 Källkritik

Kvalitativa intervjuer är i allmänhet tidskrävande. Att inte gå in och detaljstyra är i vissa fall nästintill omöjligt. Intervjuerna tog i genomsnitt cirka 1 timme att genomföra men några varade uppemot 3 timmar, mycket beroende på stort intresse från min sida, men också p.g.a. att de som intervjuades var mån om att att få komma till tals. Jag har själv en koppling till Vittangi vilket kan både vara bra och dåligt. Bra i det avseende att få förtroende hos de intervjuade och att man tas på allvar, men dåligt i den meningen att de inte är villiga att berätta ”för” mycket. Med detta menar jag att de intervjuade avstår från att berätta om exempelvis ”svartarbeten”, eller från att blotta sina svaga sidor, varpå de är rädda för att jag skall förmedla det vidare till mina släktingar.

Vid kvalitativ datainsamling måste man kunna lita på att det som sägs är ärligt och uppriktigt, men när samtalet kommer in på känsliga områden som ”svarta inkomster”, d v s obeskattade inkomster, kanske inte hela sanningen kommer fram. Vem jag är som forskare, om jag är man eller kvinna, ung eller gammal, tornedaling eller Stockholmare, spelar en roll varpå människor bemöts olika. Att vara självreflekterande om dessa faktorer i varje möte är svårt och kräver eftertänksamhet.

4. TURISM – MÅL, MEDEL, VERKAN OCH ORGANISATION

4.1 Begreppsförklaringar

Uppfattningarna om turismen som begrepp, mål och medel för samhällsekonomisk utveckling skiljer sig beroende på var man befinner sig och vem man frågar. Turism innefattar alla aktiviteter som människor företar på resor och vistelser på platser utanför deras vanliga omgivning, i tjänsten eller på fritiden (Elbe 2002). World Tourism Organisation beskrev år 2003 turism på följande sätt:

”Tourism comprises the activities of persons travelling to and staying in places outside their usual environment for not just more than one consecutive year for leisure, business and other purposes” (Internet WTO 2003).

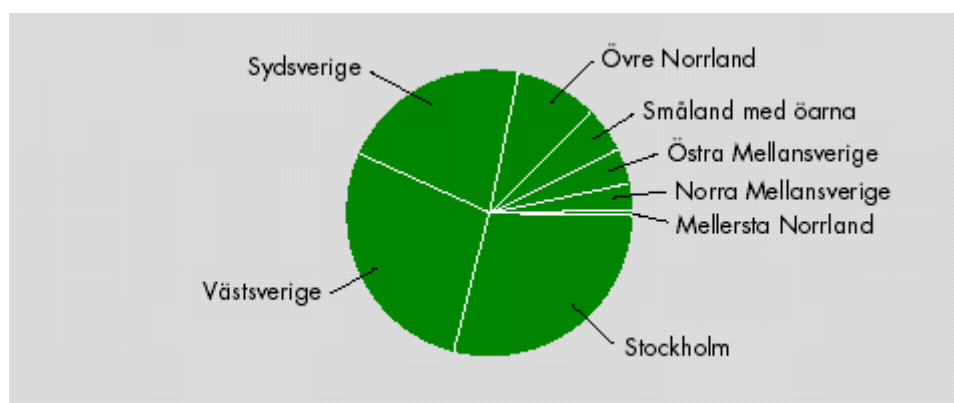
Resandet ger upphov till intäkter för de företag och andra organisationer som berörs av turisternas konsumtion. Turism kan därmed beskrivas med ekonomiskt hänseende som värdet av en rumsligt förflyttad konsumtion (Elbe 2002). En betydande del av den konsumtion som resandet genererar sker på de destinationer som besöks (Hall and Roberts 2001).

Destination är ett begrepp som används för att beteckna ett resmål. En destination är således en plats eller ett område som vi kan välja att resa till. En kommun, en region, en stad, en nation eller en bergskedja kan vara en destination. Med destinationsutveckling menas ett lokalt samhälles utveckling som resmål (Elbe 200).

4.2 Internationella och nationella trender inom turism

Turismnäringen bedöms vara världens största näring enligt World Tourism Organisation (Internet WTO 2003). Efterfrågan på rekreation och turism i världen ökade under hela 1990-talet. År 2000 ökade turistandet i världen med 7,4 procent och utgjorde ca 10,1 procent av världens BNP samt ungefär 10,6

procent av världens totala arbetande. År 2000 registrerades ca 700 miljoner internationella resenärer, en siffra som WTO tror kommer att passera 1 miljard innan år 2010 (Internet WTO 2003). År 2001 sjönk dock antalet internationella resenärer. Den världsdelen som tog emot flest turister år 2000 var Europa, cirka 50 procent av den totala summan resenärer. Flest resenärer hade Syd- och Västeuropa. Nordeuropa som region med länderna Sverige, Finland, Danmark, Storbritannien och Island tog emot minst antal besökare, ca 44 miljoner år 2000, men hade mellan år 1995 och år 1999 en årlig tillväxt på ca 3 procent (Internet WTO 2003). Sverige har ökat sin marknadsandel och passerade året 2002 Danmark som den största mottagaren av inkommande turister i absoluta tal i Norden. Från år 1992 till år 2002 har den totala efterfrågan på tillfälliga boendeformer ökat dubbelt så fort som utbudet. År 2001 beräknades Sverige ta emot cirka 14,6 miljoner utländska besök, där den största andelen utgjordes av endagsbesök från grannländer. Västsverige, Sydsverige och Stockholmsregionen tog år 2002 emot flest utländska besökare. Minst besökare tog mellersta norrland emot (se figur 1). I takt med att inkommande och inhemska turistandet ökat har även antalet gästnätter ökat. Trenden visar på en fortsatt växande turismnäring för Sverige. Stockholms län, Västra Götalands län samt Skåne län hade år 2002 flest gästnätter i Sverige. Norrbotten kom på 7:e plats och hade 1,75 miljoner gästnätter vilket kan jämföras med antalet gästnätter i Stockholm som var 7,2 miljoner. Mellan år 2001 och år 2002 ökade antalet gästnätter i Norrbotten med 3.3 procent. Ökningen i Stockholm mellan samma tidpunkt var 1.2 procent (Internet Tourist 2003)



Figur 1. Utländska besökare, inklusive endagsbesökare efter resmål, år 2002

Källa: Internet Tourist 2003

4.3 Agenda 2000 och Leader initiativet

I nästintill all landsbygdsutvecklingsarbete finns en spänning mellan det lokala och det globala. På ena sidan lokala individers och lokala entreprenörers vilja och på andra sidan den lokala potentialen som avgörs av lokala resurser, marknadsaspekter, politik, regleringar och stöd utifrån. Det är av stor vikt att förstå de politiska spelreglerna då de spelar en viktig roll för regional och lokal utveckling (Lordkipanidze 2002). I och med att EU utvidgats och nya regler anammats har politik gällande rural utveckling blivit allt viktigare. I Agenda 2000 fastslogs år 1999 enhetliga mål för EU: s medlemsländer. Enligt avtalet skulle varje medlemsland skapa och implementera ett eget program för landsbygdsutveckling. Agenda 2000 var EU: s första steg till att reformera den tidigare jordbrukspolitiken och fokusera mer på integrerad landsbygdsutveckling. Tron var att rurala utvecklingsprogram skulle bli effektivare ifall de verkställdes och stöddes på lokal nivå (Hall, Butler and Jenkins 1998, Lordkipanidze 2002). Genom det s.k. Leader initiativet skulle detta uppfyllas, bl.a. genom att skapa lokala partnerskap och aktionsgrupper för att utveckla landsbygden. Mellan åren 1995 och 1999 bistod Leader initiativet med ca 560 miljoner Euro för att utveckla turismen i Europa. Leader II efterträdde Leader initiativet år 1996 och norra Norrlands skogsland var ett av insatsområdena. Idag går gemenskapsinitiativet under namnet Leader+ och innefattar alla Sveriges län utom de fyra nordligaste, d v s de län som blivit erhållna mål 1 pengar. Regeringens beslut gällande Norrlands exkludering grundas i att man måste ta hänsyn till utvecklingen i hela landet, också i de delar som inte har tillgång till de regionalpolitiska resurser som finns i norra Sverige. I Norra norrland går det fortfarande att söka pengar för Leader liknande projekt genom Mål 1 (Internet Nutek 2003).² Fram till i juni år 2003 hade dock inga ansökningar till s.k. Leader projekt kommit in från länen inom mål 1 området. Både Övervakningskommittén och Kommissionen efterfrågade år 2003 sådana projekt (Internet Mål 1 SÖD 2003).

² Leaderprojekt skall med utgångspunkt från lokala förutsättningar och lokala initiativ stödja nyskapande metoder för utveckling och förnyelse av landsbygden. Trepartnerskap är fundamentet, där den offentliga, privata och ideella sektorn bildar en lokal aktionsgrupp (LAG) som håller ihop ett nätverk av olika delprojekt

4.4 Mål 1

EU:s strukturfondsprogram Mål 1 syftar till att främja utvecklingen och den strukturella anpassningen av regioner som släpar efter i utveckling. Programperioden löper från år 2000 till år 2006. Trots att Sverige är ett relativt rikt land och exempelvis Kiruna ses som ett av de rikaste områdena p.g.a. vattenkraften och gruvbrytning hamnade mellersta och norra Norrland inom målområdet. För Sverige innebär det ett finansiellt tillskott på cirka 19 miljarder kr under perioden 2000-2006, vilket kan jämföras med 1,315 miljarder euro under perioden 1995-1999, det vill säga en ökning med 66 %. Totalt för norra Norrland bidrar EU med 3,3 miljarder. Med svensk offentlig och privat finansiering uppgår den totala budgeten till nära 9 miljarder kronor för norra Norrland. Finansiering från Mål 1-programmet kan sökas av kommuner, offentliga organ, företag, organisationer och föreningar för projektverksamhet som bedöms främja regionens utveckling och allmänna tillväxt. Många av de projekt som mottagit mål 1 pengar är eller har varit inriktade på att stärka besöksnäringen på landsbygden. Ansvarig myndighet för Mål 1 Norra Norrland är Länsstyrelsen i Norrbotten (Internet Mål 1 2003).

Det samiska Mål 1 programmet har erhållit cirka 169 miljoner kronor som bl.a. skall prioriteras på att skydda kulturvärden, stärka rennäringen och öka sysselsättningen bland samer. För att motverka utflyttning från samebygder krävs det att fler samer kombinerar andra näringar med rennäringen, såsom turism. (Internet SRF 2003). Både Sametinget och Samernas Riksförbund arbetar i dagsläget för att skapa incitament för en växande samiskt turism. (Internet SRF 2003, Internet Sametinget 2003).

4.5 Landsbygdsturism

Begreppet rural turism (i svenskan: landsbygdsturism), framtog av Europeiska Gemenskapen (EG) för att innefatta alla turistaktiviteter i rurala områden eller ekonomiska aktiviteter som är beroende av, eller exploaterar landsbygden (Hall & Roberts 2001). Begreppet innefattar dock en mängd olika former såsom jordbruksturism, ekoturism, alternativ turism o s v, som har olika innebörder för olika länder. Landsbygdsturism är småskalig, både gällande byggnationer som

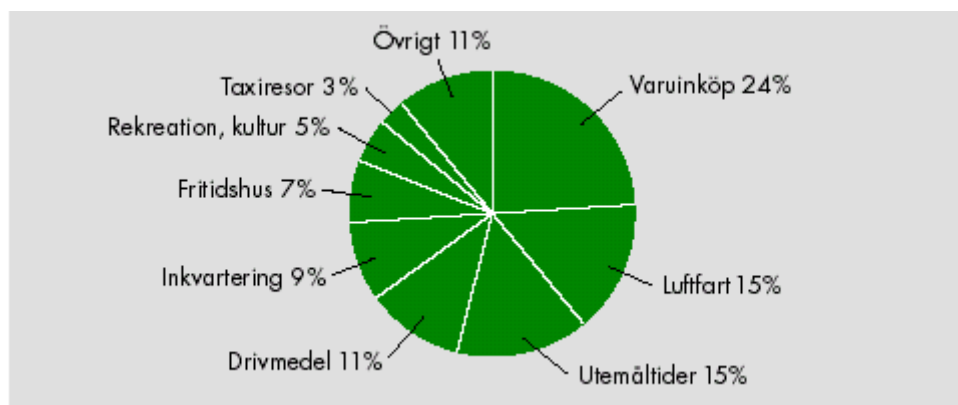
aktiviteter. En besökare i rurala områden står i närmare kontakt med naturen och erbjuds någonting som står i kontrast till stadslivet. Landsbygdsturismen erbjuder deltagande i aktiviteter, traditioner och den livsstil som anammats av lokalbefolkningen (Hall & Roberts 2001, Lordkipanidze 2002).

När jordbruk, skogsbruk och andra näringar förknippade med glesbygder minskat har nya behov för rural företagsamhet ökat. Landsbygdsturismen är en viktig del i den hållbara landsbygdsutvecklingen och ses alltmer som en lösning för rurala orters överlevnad. Detta i samband med att intresset för natur-, kultur- och alternativa resformer ökat (Hall & Roberts 2001). För östra Kirunas del handlar det inte om sol och badresor, utan om natur, kultur och upplevelser som attraktioner (Internet Kiruna Lappland 2003).

På den internationella marknaden utgör landsbygdsturismen en relativt liten del, dock med växande betydelse. Om regeringar och turistindustrin vill utveckla nya platser för turism, är det mycket möjligt att de inriktar sig på rurala områden, som fram till nu varit relativt isolerade från besök. Många lokala myndigheter och organisationer i Europa ser landsbygdsturism som en viktig del i den lokala utvecklingen och önskar att marknadsföra turismen med en speciell fokus på den lokala kulturen, så även i Kiruna (Hall & Roberts 2001, Lordkipanidze 2002, Internet Kiruna Lappland 2003). Totalt sett utgjorde landsbygdsturism år 1998 mellan 10 till 20 procent av alla turistaktiviteter jorden runt. I en undersökning från år 1994 visade det sig att 24 procent av alla européer årligen valde att semestra på landet (Hall & Roberts 2001). Det finns en stark tro på att turismen kan medföra stora fördelar till rurala områdets ekonomi och miljö om den integreras med andra aspekter i det rurala samhällslivet. Utan integration finns det en dock en stor risk till att rural turism misslyckas och istället påverkar platsen och lokalbefolkningen negativt (Hall & Roberts 2001).

Landsbygdsturismen medför inte bara ökade intäkter och fler arbetstillfällen utan kan stimulera hela samhällen ekonomiskt i ett bredare perspektiv. Landsbygdsturism kan diversifiera arbetsmarknaden, skapa underlag för nya marknader för lokal produktion och service samt bereda för nya inkomstmöjligheter för bönder och människor vars försörjning är hotad p.g.a.

förändringar i arbetsmarknaden (Hall & Roberts 2001). Turisters konsumtion i Sverige år 2001 (figur 2) visar på hur stora delar av samhället stimuleras t e x hur restauranger och affärer av olika slag får intäkter av turisters handlande (Internet Tourist 2003). En växande turismnäring kan också minska utflyttningar och t o m möjliggöra för en återflyttning (Hall & Roberts 2001).



Figur 2: Turisters konsumtion av varor och tjänster i Sverige år 2001

Källa: Internet Tourist 2003

Turister kan i kontakt med lokalbefolkningen öka medvetandet om natur- och kulturvärden samt behovet för att skydda dem. Ett slags allsidigt medvetande om destinationen kan på så sätt växa fram, vilket dels stärker ortsbefolkningens identitet men också ger turisterna ett starkare helhetsintryck om orten. I möten mellan turister och lokalbefolkningen kan även den lokala gemenskapen stärkas när lokalbefolkningen delger turister information om andra näringar, service och transportmöjligheter o s v. På så vis kan turismen hjälpa rurala gemenskaper att hitta nya krafter i dess lokala ekonomi, samtidigt som natur- och kulturvärden skyddas (Hall & Roberts 2001, Lordkipanidze 2002).

Utvecklandet av landsbygdsturism kan emellertid också leda till större kostnader för statlig service, ökade mark- och husvärden och ge upphov till obalans i arbetsmarknaden med många säsongs-, deltids- och kvinnoarbeten. Människor kan frestas att lämna sina traditionella yrken inom jordbruk eller andra näringar för att försöka skapa en försörjning inom turismen. Det finns ofta en stark övertro på turismens fördelar. Servicen på orten året runt kan försämrats om områdets näringsliv blir för beroende av intäkter från turismen. Konflikter

mellan ortsbefolkningen och besökare kan uppstå gällande mark- och resursrättigheter, en ökad trängsel, ökad brottslighet eller när besökarna påverkar ortens fysiska miljö med större mängder avgaser och sopor. En annan risk vid utvecklandet av turism är att platsers identitet kan infekteras när dess lokala miljöer och kulturer förändras till turistmål. Andra faror är ekonomiskt läckage, d v s att det inte är lokalbefolkningen själva utan externa intressenter som i högre grad får ta del av vinsterna som genereras. Lokal prisinflation, en förstörd arbetsstruktur genom arbetskraftsimmigration och ökat behov av säsongarbetare kan också uppstå vid en destinationsutveckling (Hall & Roberts 2001).

4.5.1 Utveckling av landsbygdsturism utifrån lokala perspektiv

Rurala områdens skiljer sig i karaktär, och samma kan sägas om landsbygdsturism. Regioner skiljer sig gällande kapacitet att attrahera samt absorbera turister. Avgörande vid en destinationsutveckling är hur mycket turismen redan i dagsläget har utvecklats, vilket skiljer sig stort mellan olika områden. Innan en kommun bestämmer sig för att satsa på turism bör man se över vad som är värt att bevara och inte (Hall & Roberts 2001). All turism påverkar samhället mer eller mindre och utifrån platsspecifika förutsättningar, och skala på redan befintlig turism skall kommuner besluta hur en fortsatt utveckling av turism skall ske (Lordkipanidze 2002). Ett måste för att utveckla hållbara turistformer är en diversifierad lokal ekonomi med olika sektorer i balans och som främjar varandra till utveckling. Saknas detta finns det en stor risk att turismen blir dominant, d v s att den utgör den ledande sektorn i ekonomin. Ett för stort beroende till turism förväntas leda till en obalanserad produktionssektor karakteriserad av utomstående investeringar och överexploatering av naturresurser. En utveckling av turismen ytterligare i detta läge förväntas bringa stora skador till samhället. Utvecklandet bör därför ske i kontrollerade former så att inte miljö och kulturvärden hotas (Lordkipanidze 2002).

Att utgå från den lokala viljan från ett nerifrån och upp perspektiv har blivit allt vanligare i turistisk utveckling, d v s att lokalbefolkningen själv bedriver utvecklingen (Lordkipanidze 2001, Prideaux 2001, Hall & Roberts 2001,

Internet Graffman 2003). Ska perifera områden locka turister krävs det unika attraktioner, eftersom reskostnaderna ofta är större dit än till kärnan (Prideaux 2001). I landsbygdsområden finns det en önskan att skapa besöksattraktioner som en räddning till ett dalande regional ekonomi. Men bara för att platser har ett vackert landskap, vackra byggnader, en säregen kultur, eller unika events behöver det inte locka till sig turister. Framgången i turistisk verksamhet avgörs mer av marknadsföring, kraftsamlingar, livskraft och styrning. Potentiella attraktioner i rurala områden kan vara naturfenomen, kultur, vildmark, vackra landskap och unika ekosystem o s v, men att exploatera dessa resurser i ett turistiskt syfte är ingen lätt uppgift. I utvecklingsarbetet av en destination finns ofta problem med konkurrens, bristande kommunal stöttning samt finansiering (Prideaux 2001).

De företag som inriktat sig på landsbygdsturism är oftast små och har problem med kapitalanskaffning. Företagen får ofta betala höga marknadsföringskostnader per såld enhet och har underskott på specialkompetens. Å andra sidan har småföretag också betydande fördelar framför storföretag, korta snabba och informella beslutsvägar, hög innovationsbenägenhet, små eller inga interna samordningsproblem och högre produktivitet (Internet Turistdelegationen 1996).

4.5.2 Avgörande faktorer för att landsbygdsturism skall lyckas

Enligt Prideaux beror framgångar inom turismnäringen i rurala områden först och främst på två saker, dels närvarandet av någonting som anses vara värt att besöka och dels tillgängligheten till attraktionen. Hur resurserna tas till vara på och marknadsförs är också av stor vikt. För hastiga beslut vid skapandet av besöksattraktioner kan få drastiska negativa konsekvenser. Besöksattraktionen är en komplex och oförstådd bit i turismindustrin, men är en av de viktigaste komponenterna gällande näringens utveckling. För att få en större förståelse angående utvecklingen av rurala attraktioner kan följande faktorer undersökas (Prideaux 2001).

- *Avstånd och tillgänglighet till attraktionen*
- *Något som anses vara värt att besöka*
- *Bidrag*
- *Förenad vilja*
- *Fungerande ekonomier av attraktioner lokaliserade i periferin*

Avstånd och tillgänglighet till attraktionen

Hur utbyggd infrastrukturen till och från attraktionen är spelar roll på hur pass nära en plats är. Saknas vägförbindelser, flygplatser och andra kommunikationsmöjligheter till blir det svårare för turister att resa till destinationen. Ny teknologi kan dock bryta en plats isolering genom att reducera restiden, minska reskostnaderna och öka tillgängligheten dit (Prideaux 2001).

Något som anses vara värt att besöka

Ju mer avlägsen en plats är från kärnan, desto unikare och större måste attraktionsvärdet på destinationen vara för att locka till sig turister. Annars finns det en risk för att turisterna väljer att stanna i kärnan, d v s i staden eller i dens direkta omgivning, vilket oftare är ett billigare och lättillgängligare alternativ. Detta fenomen har påträffats när attraktioner som rurala områden erbjuder finns närmare kärnan. Unikheten på själva attraktionen är därför den viktigaste faktorn för att skapa det mått av intresse som behövs för att bryta platsers tillgänglighetsproblem (Prideaux 2001).

Bidrag

Finansiell stöttning i form av statliga bidrag kan vara nödvändigt vid skapandet av turistattraktioner, speciellt i inledningsfasen. Bidrag kan också vara nödvändigt om livskraften visar sig dålig. Verkligheten har dock visat på att där statliga pengar använts för att skapa attraktioner har framgång uteblivits. För hastiga beslut och finansiella kriser är två konsekvenser av projekt som stöttats av statligt medel. För kommuner har ett annat problem varit att implementera projekten i det lokala samhället (Prideaux 2001). För att slippa dessa svårigheter krävs en noggrann identifiering av potentiella attraktioner beroende på den regionala kontexten gällande natur och kultur samt ekonomiska resurser (Prideaux 2001).

Förenad vilja

Att etablera en förenad vilja mellan kommunens alla aktörer för att stödja projekten, bland företag som allmänheten, är ett måste för att nå framgång. Enligt Prideaux skall även viljan, att under utvecklandet få rådgivning av oberoende konsulter finnas. Att tillsätta en kompetent styrelsegrupp är också ett viktigt element för kommuner. Denna styrelsegrupp bör presentera kommunens intressen och styra projektet i riktning, beroende på konsulternas råd. En viktig del i styrelsegruppens ansvar är att skapa en samarbetsvilja mellan kommunens aktörer (Prideaux 2001).

Fungerande ekonomier av attraktioner lokaliserade i periferin

I perifera områden är det viktigt att studera ifall nya attraktioner skapat förnyade behov. Exempelvis föreslås att kulturturister i rurala områden oftare består av en speciell kategori människor, t e x att de är i medelklassen, mellan 20 och 30 år, är utan barn, är välutbildad o s v. Om attraktioner fokuseras på kultur så kan därmed marknaden förberedas med ytterligare resurser för att täcka de behov som förväntas att uppstå. För att avgöra en attraktions livskraft måste följande faktorer analyseras; lönsamhet, arbetsmarknad, uppskattningar av multiplikator effekter och hela kommunens värde av turisminvesteringar gentemot värdet av investeringar på andra näringsgrenar. Ifall attraktionens kulturella värde är högt men chanserna att få ekonomisk uthållighet är lågt kan statligt bidrag komma till räddning. Faktorer som påverkar destinationers ekonomiska livskraft är följande:

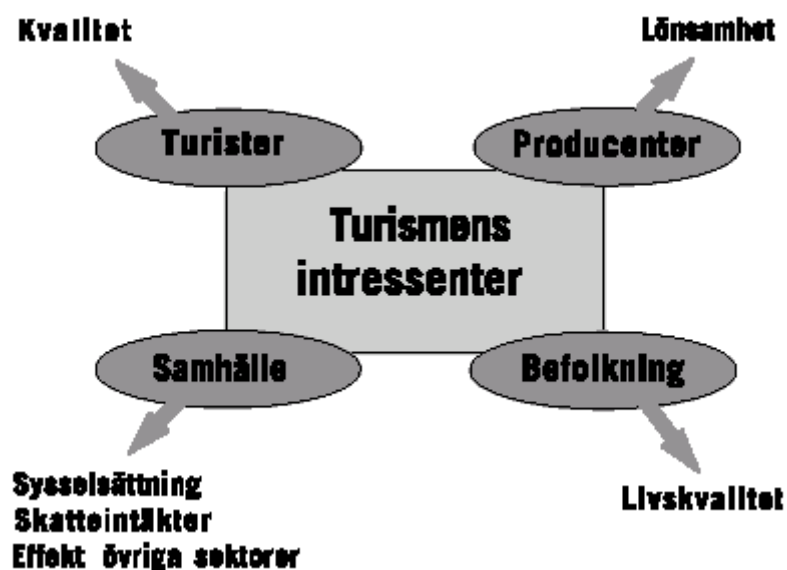
1. Attraktionens unikhet
2. Attraktionens storlek/ skala
3. Fungerande modell för attraktionen, d v s en modell som exempelvis säger vilka besökarna är, vad de behöver, vilka effekter det har på övriga samhället o s v.
4. Attraktionens (destinationens) förmåga att underhålla turister i ett längre perspektiv.
5. Effekten av konkurrenter
6. Komplexiteten i sortimentet av turistaktiviteter som stödjer attraktionen
7. Inslag i marknaden som är vidsträckt eller begränsad geografiskt och potentialen att attrahera nya generationer av turister

8. Långsiktig marknadsföring
9. Storleken på investeringar gentemot inkomsterna som genereras av besökarna
10. Avståndet till kärnan
11. Kommunikation och infrastruktur

Ovanstående faktorer varierar mycket mellan attraktioner. Det är oftast en kombination av dessa faktorer som avgör om destinationsprojekten i stora hela lyckas, eller om det behövs extern support från staten eller andra sponsorer för att få slagkraft. Unikheten på attraktionen, något som anses vara värt att besöka ses dock som det mest avgörande för att locka turister (Prideaux 2001).

4.6 Turismens intressenter

Graffman AB har varit delaktiga i skapandet av och strategiutvecklingen för Sveriges Rese och Turistråd AB och varit verksamma i över 30 destinationsutvecklingsprojekt. Deras nyckelord för att lyckas är dialog, delaktighet och samverkan. Alla i en förändringsprocess måste börja tala samma språk och se fördelarna med att vara delaktig i den. Detta kan vara en svår uppgift varpå människor ofta har olika intressen som ibland krockar (se figur 3) (Internet Graffman 2003).



Figur 3. Turismens intressenter

Källa: Internet Graffman 2003.

- Turisterna vill ha hög kvalitet, i dess olika bemärkelser. Hög kvalitet kan innebära få turister, att få uppleva en plats på lokalbefolkningens villkor eller att möta naturen utan att träffa andra människor. För andra är möten och kontakter med andra människor det viktigaste i semestern.
- Producenterna drivs till stor del av lönsamhet och utvecklingspotential³.
- De bofasta mår om livskvalitet. För vissa kan det handla om att inte bli störda för mycket av turisterna, medan andra lever upp då turisterna anländer och tar del av de aktiviteter som erbjuds under högsäsonger.
- Den offentliga sektorn ansvarar över sysselsättningen, skatteintäkterna, infrastrukturinvesteringar och effekterna på samhällets övriga sektorer. Den skall också ansvara över vården på kommunens natur- och kultur värden.

³ Dock kan detta diskuteras, i a f gällande små turismföretagare i Sverige eftersom undersökningar har visat att dessa i större grad drivs av att anamma en livsstil än av att tjäna pengar (Viken 2001).)

5. DESTINATION: ÖSTRA KIRUNA

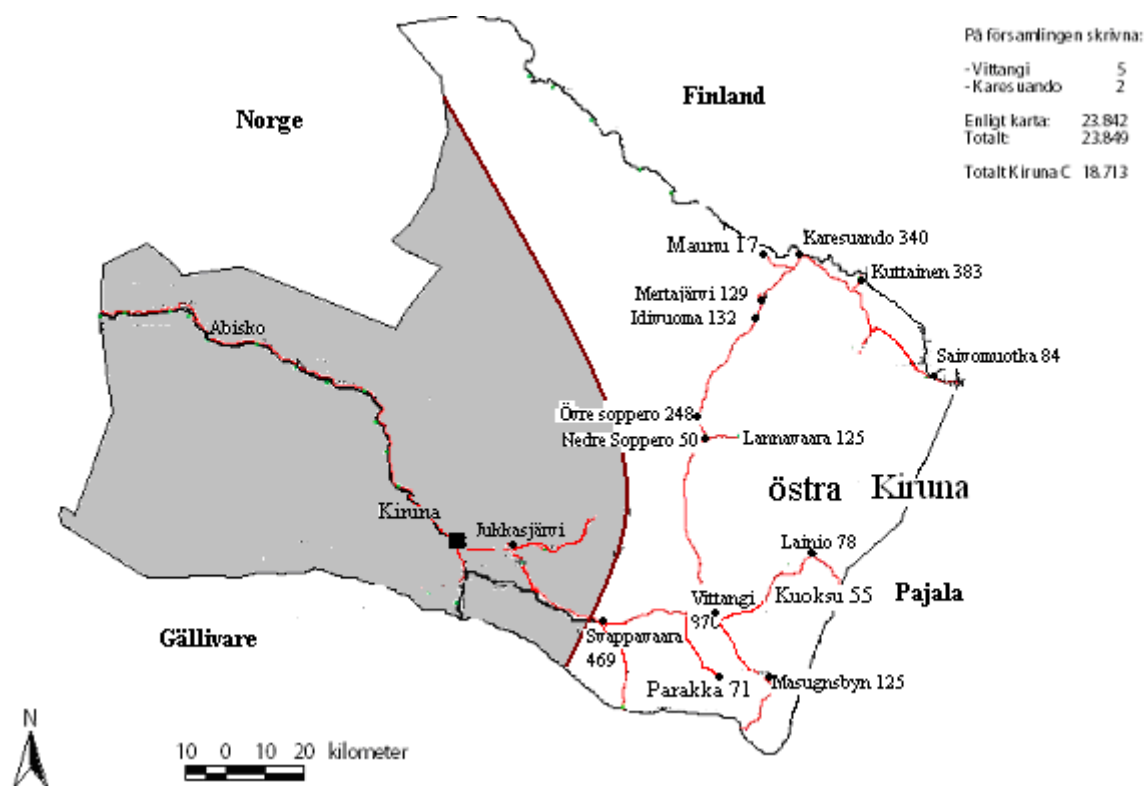
5.1 Östra Kiruna- Områdesbeskrivning

Kiruna kommun ligger i absolut nordligaste Sverige och har ca 24 000 innevånare, huvuddelen av dessa i centralorten Kiruna. Östra Kiruna består av församlingarna Vittangi och Karesuando och är ett av Sveriges mest glesbefolkade områden med ca 0,2 personer per kvadratkilometer, vilket kan jämföras med rikets siffra som är 21,8 människor per kvadratkilometer (Internet Regionfakta, 2003). I östra Kiruna finns ett trettiotal byar som ligger mellan 4 och 26 mil öster, sydost och nordost om kommuncentrat Kiruna (se figur 4). Folkmängden i byarna varierar från 5 till ca 870 personer vilket byn Vittangi hade år 2001 (Internet Kiruna 2003).

Vägnätet i området är glest och avstånden mellan byarna är stora. Om man med bil färdas från Karesuando till kommuncentrat Kiruna är man tvungen att köra söderut via Vittangi och sedan norrut mot Kiruna, en sträcka på ca 18 mil. I Kiruna finns flygplats och tågförbindelser. Flygplatser finns även i Pajala samt på finska sidan, i Enontekiö, 5 mil öster om Karesuando. Riksväg 45 går genom Gällivare och fortsätter upp till Vittangi och vidare till Karesuando. Innan vägen mot Norge, förbi Kiruna och Abisko öppnades i början av 1990 talet skedde många transporter på väg 45 förbi dessa orter. Idag har trafiken på väg 45 minskat och besöksströmmarna passerar utanför Vittangi och Karesuandos orter, vilket har gjort dem relativt isolerade. År 1999 hade hälften av de sysselsatta i Vittangi församling mer än 40 km till jobbet. En fjärdedel av Karesuando församlings sysselsatta hade mer än 95 km till arbetet och i både Vittangi och Karesuando hade 5 % mer än 27 mil till jobbet (Holm 2003).

Kännetecknande för norra Norrland är de olika kulturerna. I Sverige finns 51 samebyar med tillhörande renbetesland. I östra Kiruna finns 4 samebyar, varav 3 är fjällsamebyar. Dessa tre är Könkema, Lainiovuoma och Sarivuoma. Vittangi är en skogssameby. Antalet renföretag i östra Kiruna beräknades år 2001 till ca 200 (Internet SRF 2003). Andra tillhörigheter i området är tornedalingar, finnlandsvenskar, finnar och svenskar. Även väckelsegruppen læstadianer finns i området. Människorna som intervjuades kom främst från byarna Vittangi och

Karesuando, men även representanter från Maunu, Mertajärvi, Kuttainen, Saivomuotka, Masugnsbyn, Idivuoma och Svappavaara kom till tal (Se figur 4).



Figur 4: Antalet boende i respektive by i östra Kiruna år 2001 (de byar som visas har antingen nämnts i uppsatsen eller/och har mer än 50 invånare).

Källa: Internet Kiruna 2003.

5.1.1 Befolkningsutveckling

Befolkningsutvecklingen för hela Kiruna kommun har sedan 1970-talet varit mycket negativ. På 30 år har befolkningsantalet i kommunen minskat med 6300 personer till dagens ca 26000. Befolkningsprognoser fram till år 2015 pekar på en fortsatt nedgång. Under 1990 talet minskade den arbetsföra befolkningen med ca 12 procent. Totalt under 1990-talet var flyttningsunderskottet 3100 personer. Tillbakagångarna i åldrarna 20 till 34 år var störst, med hela 31 procent. Kirunas negativa befolkningsutveckling under 1990 talet berodde alltså mestadels på utflyttningar av arbetsföra ungdomar (Internet LAN 2002). En fortsatt minskning av arbetsföra kommer att medföra ohållbara konsekvenser för försörjningsbasen, skriver Länsarbetsnämnden i sin delrapport om

arbetsmarknadsläget i Kiruna kommun (Internet LAN 2002). I takt med att den äldre befolkningsandelen växer och försörjningsbasen minskar kommer kommunens och landstingets möjlighet att upprätthålla kommunal service, sjukvård och omsorg att urholkas. Om dagens utveckling fortgår fram till år 2030 kommer varje sysselsatt i Kiruna ha en försörjningsbörda motsvarande drygt två personer.

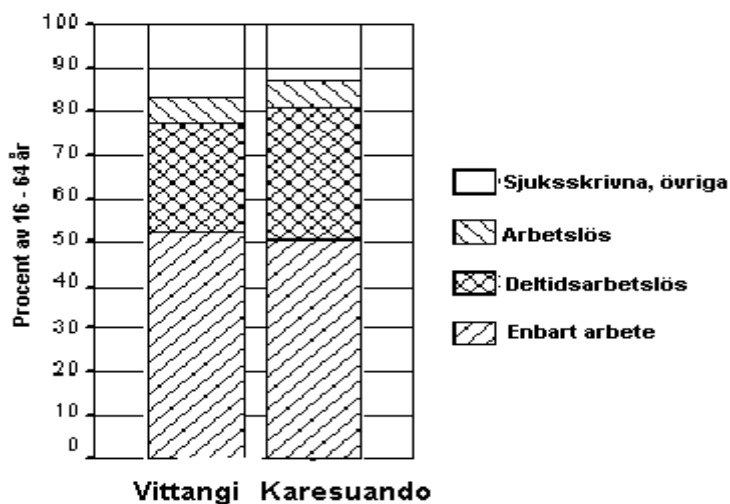
I östra Kiruna har trenden pekats ännu brantare neråt om man ser på befolkningsutvecklingen. Vittangi by hade år 1960 sin befolkningstopp på ca 1500 personer. Sedan dess har det gått utför. Totalt i Vittangi församling år 2002 bodde det 2103 personer, varav 870 bodde i Vittangi. Samma siffra för år 1976 var 3400. Karesuando församling var fram till år 1971 en egen kommun, då de inkorporerades med Kiruna kommun. År 2002 hade Karesuando församling 1128 invånare varav ca 340 bodde i byn Karesuando. På grund av höga födelsetal hade Karesuando församling en positiv befolkningsutveckling fram till år 1991, då församlingen hade sin befolkningstopp på 1318 personer. Under 1990-talet minskade befolkningen i Vittangi församling med hela 18 procent. Samma siffra för Karesuando församling var 13 procent. I länet minskade befolkningen med 2,4 procent under samma tid (Internet LAN 2002).

5.1.2 Arbetslöshet

Enligt AF i Vittangi i april år 2003 var 216 personer arbetslösa, av dem var 67 öppet arbetslösa, medan övriga befann sig i olika åtgärder. I Karesuando var 217 inskrivna, varav 64 var öppet arbetslösa. Det totala antalet arbetsföra i Vittangi och Karesuando församlingar beräknades år 2001 till cirka 2000 personer (Internet LAN 2000). Detta betyder att ca 22 procent av den arbetsföra befolkningen i området var inskriven på AF (Internet LAN 2002). Enligt anställda på AF i Vittangi var siffran på antalet arbetsföra utan arbete ännu större, ungefär var tredje person (Intervju AF Vittangi 2003). Antalet öppet arbetslösa i östra Kiruna har däremot från år 1996 minskat från 320 personer till 127 år 2003. Samtidigt som denna reducering av öppet arbetslösa ägt rum har inskrivna i åtgärder eller s.k. konjunkturprogram ökat. Andelen deltidsarbetslösa i östra Kiruna, d v s de människor som både lönearbetar och får

arbetslöshetsbidrag under samma år, var år 1999 större än andelen som endast fick arbetslöshetsbidrag (se figur 5). Av de inskrivna på AF i Kiruna kommun år 2003 var 64 procent män (Internet LAN 2002).

Arbete och arbetslöshet i östra Kiruna år 1999



Figur 5. Andel av alla 20-64 år med enbart arbetsinkomst, arbetsinkomst plus arbetslöshetsersättning, enbart arbetslöshetsersättning och varken arbetsinkomst eller arbetslöshetsersättning i Vittangi och Karesuando år 1999.

Källa: Holm 2003

5.1.3 Sysselsättning i näringsgrenar

Regeringens uppsatta mål för hela riket är 80 procent sysselsatta år 2004 (av alla människor i arbetsför ålder, d v s mellan 20 och 64 år) Sysselsättningsgraden i Kiruna var år 2001 ca 70 procent, vilket kan jämföras med rikssnittet 74 procent. Den främsta anledning till den låga sysselsättningsgraden i Kiruna kommun i jämförelse med andra kommuner är den höga andelen arbetslösa och förtidspensionerade (Internet LAN 2002). Omkring 45 procent av de yrkesverksamma i Kiruna kommun arbetade år 2002 inom vård och omsorg, utbildning samt civila myndigheter, vilket kan jämföras med länets andel 39 procent och rikets 32 procent. Det stora inslaget av tjänstjobb i Kiruna kommun karakteriseras av ett stort antal deltids- och vikariatsarbeten. Gruv och industrisektorn sysselsatte ca 22 procent av den arbetsföra befolkningen år 2002

i Kiruna kommun (Internet LAN 2002). 2,5 procent, motsvarande 1000 människor var sysselsatta inom besöksnäringen i maj år 2003. Antalet enskilda företag ökar och Kiruna rankades år 2003 bland de 10 bästa kommunerna i Svenskt Näringslivs undersökning om företagsklimatet i landets kommuner (Internet Progressum 2003).

De traditionella basnäringarna i östra Kiruna såsom jord- och skogsbruk, trävaruindustri, gruvor och byggnadsentreprenörer fanns fortfarande bland de 15 största näringarna år 1999, men antalet sysselsatta i dessa har kraftigt minskat sedan år 1991 (Holm 2003) (se tabell 2). De basala, stora verksamhetsområdena i östra Kiruna fanns år 1999 inom omsorg, skolutbildning, vård och annan kommunal verksamhet. Totalt sett minskar även antalet sysselsatta i dessa näringar i takt med befolkningsunderlaget (Holm 2003).

I Vittangi församling ökade antalet sysselsatta i organisationer, företagservice, hotell, restaurang och kök sammanlagt med 33 personer mellan åren 1991 och 1999, detta trots att befolkningsantalet minskade kraftigt under samma period (Holm 2003).

Tabell 2: Sysselsättning i de 15 största näringsgrenarna i Vittangi 1991- 1999

Källa: Holm 2003

Sysselsättning i de 15 största näringsgrenarna i Vittangi 1991 -1999						
Näringsgren	Antal sysselsatta		Sysselsatta 1999		Skillnad 1991-1999	
	1991	1999	%	kum %	antal	procent
Utvinning, gruvor	114	96	7,6	7,6	-18	-15,8
Transportföretag	78	74	5,9	13,5	-4	-5,1
Grundskolan	96	64	5,1	18,6	-32	-33,3
Annan social omsorg	7	59	5,1	18,6	-32	-33,3
Byggnadsentreprenörer	73	56	4,5	27,8	-17	-23,3
Statlig, komm, myndighet	43	54	4,3	32,1	11	25,6
Organisationer	33	49	3,9	36	16	48,5
Företagservice	34	46	3,7	39,7	12	35,3
Sjukhus, sjukhem	10	45	3,6	43,3	35	350
Omsorg, barn o ungdom	81	42	3,3	46,6	-39	-48,1
Jordbruk, skogsbruk, fiske	87	37	2,9	49,6	-50	-57,5
Omsorg, sjuka, äldre	33	30	2,4	52	-3	-9,1
Varuhus	41	24	1,9	53,9	-17	-41,5
Hotell, restaurang, kök	18	23	1,8	55,7	5	27,8
Vårdmottagningar	76	23	1,8	57,5	-53	-69,7
Alla näringsgrenar	1144	945	75,3	75,3	-199	-17,5
Ej syss. 20-64 år	337	310	24,7	100	-27	-8
Summa bef. 20-64 år	1481	1255	100		-226	-15,3

I Karesuando minskade sysselsättningen i näringarna jordbruk, skogsbruk och fiske med ca 60 procent, motsvarande 41 personer.

Antalet sysselsatta i agentur och partihandel och annan social omsorg ökade däremot, med ca 20 personer vardera. En ökning av sysselsatta ägde också rum inom organisationer, bensinstationer och arbeten förknippade med besöksnäringen, såsom kultur, information och nöjen (se tabell 3) (Holm 2002).

Tabell 3: Sysselsättning i de 15 största näringsgrenarna i Karesuando 1991- 1999.

Källa: Holm 2003

Sysselsättning i de 15 största näringsgrenarna i Karesuando 1991 -1999						
Näringsgren	Antal sysselsatta		Sysselsatta 1999		Skillnad 1991-1999	
	1991	1999	%	kum %	antal	procent
Grundskola	50	47	8,4	8,4	-3	-6
Statlig, komm, myndighet	45	42	7,5	15,9	-3	-6,7
Trävaruindustri	48	34	6,1	22	-14	-29,2
Byggnadsentreprenörer	28	34	6,1	28,1	6	21,4
Annan social omsorg	12	32	5,7	33,9	20	166,7
Jordbruk, skogsbruk, fiske	69	28	5	38,9	-41	-59,4
Organisationer	15	26	4,7	43,5	11	73,3
Agentur och partihandel	0	24	4,3	52,3	24	-
Företagsservice	25	18	3,2	55,6	-7	-28
Transportföretag	20	12	2,2	57,7	-8	-40
Omsorg, sjuka, äldre	9	11	2	59,7	2	22,2
Brandförsvaret	11	10	1,8	61,5	-1	-9,1
Bensinstationer	4	8	1,4	62,9	4	100
Kultur, information, nöjen	4	8	1,4	64,3	4	100
Varuhus	12	7	1,3	65,6	-5	-41,7
Alla näringsgrenar	483	435	78	78	-48	-9,9
Ej syss. 20-64 år	195	123	22	100	-72	-36,9
Summa bef. 20-64 år	678	558	100		-120	-17,7

5.1.4 Försörjning och arbete

En stor del av invånarna i östra Kiruna mellan 20 och 64 år har en liten eller ingen arbetsinkomst. Exempelvis skulle de intjänade arbetsinkomsterna i Karesuando bara räcka till hälften så stor befolkning om den skulle få lika mycket per person som genomsnittsinvånaren i Sverige får. Men trots lägre sysselsättning, lägre inkomster och den högre arbetslösheten belastar inte

invånarna i östra Kiruna nationalhushållet mer än vad andra inlandskommuner gör. Transfereringar av olika slag kompenserar till vis del de lägre inkomsterna, men sammantaget är de disponibla inkomsterna betydligt lägre i området än genomsnittet för glesbygder i Sverige, speciellt i Karesuando (Holm 2003).

Einar Holm, professor på Umeå universitet menar att oavsett arbetsinkomst blir nettoeffekten av alla transfereringar att individen får en disponibel inkomst på i genomsnitt ca 8300 kronor i månaden, som en ”medborgarlön”.⁴ Stora skillnader förekommer dock mellan individer gällande storleken på bruttolön och transfereringar. Det finns individer som har en bruttolön på 10 000 kr per månad, men vars disponibla inkomst (med bidrag) överstiger 20 000 kr, medan andra endast har beloppet på bruttolönen som sin disponibla inkomst (Holm 2003).

5.2 Framtida behov och lösningar för Kiruna kommun

Vad som väntar för Kiruna kommun är en åldrande befolkning och ett underskott på arbetsför befolkning. LAN beräknar att fram till år 2015 kommer 45 procent av dagens yrkesverksamma i Kiruna kommun lämna arbetsmarknaden av åldersskäl. Detta motsvarar ca 4800 personer. Skall alla pensionsavgångarna täckas behövs ett nytillskott på ca 320 personer per år. Ett annat problem i Kiruna är den stora massan av förtidspensionerade. År 2001 var ca 25 procent av samtliga 50 till 64 åringarna förtidspensionerade. Motsvarande andel för riket var vid samma tidpunkt 18 procent. Den stora mängden arbetslösa i Kiruna söker arbeten i yrken där efterfrågan nu och på sikt är tillbakagående, d v s inom jordbruks-, skogs- och fiskenäring samt bygg-, anläggnings och tillverkningsindustrin. Länsarbetsnämnden skriver att det i Kiruna kommun behövs stimulansåtgärder för att öka rörligheten (från tillbakagående yrken till expanderande yrken) men också geografiskt. Vad som betraktas som expanderande yrken i Kiruna är vård, omsorg och undervisning där det finns ett växande behov p.g.a. stora pensionsavgångar. En av åtgärderna

⁴ Einar Holm gjorde den kvantitativa undersökningen åt Hela projektet gällande förutsättningar att skapa heltidsarbeten i glesbygder. Nettoeffekten (medborgarlönen) av alla transfereringar bygger på data från de fem undersökningsområdena: Vittangi, Karesuando, Sollefteå, Ragunda och Sorsele och är därför grovt generaliserad.

bör vara att stimulera männen till utbildning och arbete inom vård och omsorg. Länsarbetsnämnden skriver att det finns ett stort behov av att stärka individer i allmänhet i rehabiliterande och utbudspåverkande åtgärder för att stärka deras position på arbetsmarknaden (Internet LAN 2002).

Andra prioriterade områden enligt länsarbetsnämnden är nyföretagande, som kan utvecklas vidare. Kiruna har under 1990 talet utvecklat sitt näringsliv genom att satsa på ny teknik och nya branscher. Gruvnäringen är en viktig del av Kirunas näringsliv, men vid sidan av den har en annan näring utvecklats under 1990 talet, nämligen turismnäringen, mycket p.g.a. av Jukkasjärvi ishotell som gett regionen global uppmärksamhet (Internet LAN 2002)

Rennäringen i Norrbottens län befinner sig i en svår ekonomisk och strukturell situation. För att rennäringen skall överleva krävs ökad lönsamhet med ett större antal renar per företag och ökat slaktuttag. Ett viktigt led för näringslivsutvecklingen är att skapa kombinationssysselsättningar för samerna och i detta är turismen det mest omtalade alternativet (Petterson och Lindahl 2002).

5.2.1 Kirunas vision

Sedan den kommunala avdelningen för näringsliv lades ner har ett nytt utvecklingsorgan bildats, nämligen Progressum. Bolaget Progressum har två anställda som skall driva Kiruna kommuns näringslivsfrågor. I april år 2003 hade bolaget 33 aktieägare under sig, varav kommunen var en. Progressum arbetar för att stärka existerande näringsliv, hjälpa till att etablera nya företag samt bistå med analyser och ge råd. Visionen är att göra Kiruna till en attraktiv stad med ett kraftfullt näringsliv. Det fanns i april år 2003 ett 15 tal projekt under Progressum och enligt bolagets VD Martina Kaplan var det besöksnäringen som det i framtiden skulle kraftsamlas på. År 2002 hade Kiruna kommun ca 350 000 gästnätter och ungefär 75 procent av flygpassagerarna till Kiruna i början av år 2003 var turister. Kiruna kommuns målsättning fram till år 2006 är att skapa ”riktiga” jobb i turismnäringen och utöka antalet besöksnätter till 600 000. Enligt Kaplan gäller denna satsning även för östra Kiruna

(Informationsträff; Martina Kaplan, 2003). Huvuddelen av attraktionerna finns dock för tillfället i Kirunas närområde, i Jukkasjärvi och upp mot Kirunafjällen (Internet Kiruna Lappland, 2003).

Progressum kan gå med som medfinansiär och satsa pengar i projekt som leder till långsiktig positiv utveckling. Bolaget har dock inget krav på att projekten skall leda till anställningar. Däremot har bolaget krav på egen satsning från företag. Bolaget kan ge kommersiellt bidrag till olika företag på upp till 5000 kronor. Budgeten år 2003 var 5 miljoner kronor. Dessa pengar ska gå till att marknadsföra Kirunas profil som en ”attraktiv etableringsort”(Informationsträff Martina Kaplan 2003).

5.3 Incomingföretagens betydelse för turismen

I Norrbotten finns några s.k. incomingföretag, vilka t e x arbetar med att marknadsföra länet i bl.a. Europa och Asien och sedan paketerar resor utifrån kundernas behov. Utländska reseföretag inbjuds till länet för visningar med förhoppningar att de skall introducera länet i sina utbud. Visningarna är kostnadsfria för företagen och ofta tar det några år innan de beslutar sig för att köpa länets utbud. Detta medför att incomingföretagen får ligga ute med mycket pengar. Incomingföretagen samarbetar med länets hotell, restauranger, anläggningar och aktivitetsentreprenörer. Viktiga samarbetspartners är också SAS och Sveriges Rese- och Turistråd skriver Pekkari och Oja i sin artikel för AMS: Arbeta för Nöjes skull i norrbotten. Artikeln grundas bl.a. på intervjuer med företagare inom upplevelseindustrin i Norrbotten (Internet Pekkari och Oja 2002).

Stora internationella företag har också blivit viktiga kunder för incomingföretagen. Dessa bjuder i sin tur sina kunder (oftast köpstarka sådana) på olika paketresor. Genom att avsiktligt inrikta sig på den här målgruppen kan länets turistintäkter således öka utan att hotell- och restaurangkapaciteten behöver utökas (Internet Pekkari och Oja 2003).

Enligt inomingföretagarna är utvecklingsmöjligheterna stora men för att näringen ska expandera är det viktigt att samarbetet inom länet ökar, bland annat mellan företag, kommuner, politiker och myndigheter, skriver Pekkari och Oja. Det krävs enligt inomingföretagen stora ekonomiska satsningar på marknadsföring för att fler gäster ska hitta till Norrbotten. I norra Finland marknadsförs turistorterna till en kostnad av flera miljoner kronor per ort och år, vilket resulterat i att turismnäringen vuxit sig stor. En jämförbar satsning på marknadsföring behövs även i länet enligt företagen. Exempelvis tampo inomingföretagen med höga marknadsföringskostnader av länet på grund av att det saknas tillräckligt mycket marknadsföringsmaterial för länet, exempelvis brosyurer. Nu bekostar inomingföretagen själva nästan allt material vid mässorna (Internet Pekkari och Oja 2002).

En viktig framgångsfaktor för turistnäringen i Norrbotten har varit ishotellet i Jukkasjärvi. För att ishotellet skall kunna fortsätta att vara motor för näringen är samverkan mellan företagen viktig, det vill säga att man hjälper och stöttar varandra så att fler turister kan komma till området skriver Pekkari och Oja. Ett exempel är att många konferensgäster efterfrågar besök till ishotellet och ett annat är att andra hotell i området erbjuder ishotellets kunder rabatterat boende när ishotellet har fullbokat. Intresset för ishotellet växer hela tiden och enligt inomingföretagare är det lättare att sälja paket till regionen om de kan erbjuda besök till Jukkasjärvi. Enbart i Jukkasjärvi omsätter samtliga företag cirka 100 miljoner kronor per år. Dock finns det regionala skillnader i länet gällande möjligheter att ta emot större turistvolym. Till exempel finns det inte tillräckligt med stora hotell i inlandet, exempelvis längs Torneälven, samtidigt som kustlandets hotell inte fullt ut kan tillgodose turisternas önskemål av vinteraktiviteter (Internet Pekkari och Oja 2002).

Det har visat sig att invånare i Europa alltmer efterfrågar de produkter som länet kan erbjuda och en föregångare på området är den turistindustri som växt fram i norra Finland (Flera internationella resebyråer har dock börjat efterfråga alternativ till Finland, eftersom de upplever att näringen där blivit alltför kommersialiserad.). Turisterna vill bland annat ha skoter- och hundslädturer, uppleva vinter, snö och norrsken samt möta en genuin befolkning. Inomingföretagen har fått tydliga signaler från sina kunder om att länet bör

bygga vidare på de resurser som redan finns, till exempel snö och is. Den här utvecklingen är positiv eftersom det ger länets glesbygd (som ofta har hög arbetslöshet) möjligheter att utveckla nya företag. Hos norrbottningarna generellt finns en positiv inställning till de turister som besöker länet och alltfler har insett att turismnäringen är en viktig faktor som gör det möjligt att bo kvar på orten. För att det ska bli fler företag krävs att det finns ett starkt stöd hos beslutsfattarna både på lokal och regional nivå (Internet Pekkari och Oja 2002).

I Turistdelegationens handlingsplan för svensk turism från år 1996 står det att den svenska turistnäringens starka fokuseringar på produkterna är ett problem. Den starka produktorienteringen måste ersättas av marknadsorientering, eftersom man annars kommer att skapa produkter som inte svarar mot marknadens önskemål. Tankemönstret "här är min produkt, var kan jag hitta en marknad" måste ersättas med "här finns en marknad och hur kan jag skapa en produkt för denna" (Internet Turistdelegationen 1996)

5.4 Turismen i östra Kiruna

Trots att turismen i Kiruna har ökat kraftigt under senare år kan man inte påstå att Karesuando och Vittangi haft en lika positiv utveckling. Antalet besökare har sedan år 2000 ökat både sommar och vintertid men fortfarande är turismutbudet litet och tydliga utvecklingsstrategier för näringen saknas. Endast ett fåtal företag är direkt eller indirekt beroende av de inkomster turismen genererar i området. I både Vittangi och Karesuando finns det dock nystartade turistbyråer, som exempelvis säljer paketresor och fiskekort och agerar marknadsförare åt (etablerade) turismföretagare i området. Enligt intervjuade i området saknas både samarbetsvilja och kunskap hos entreprenörerna för vidare utveckling, trots att det nu finns en ökad efterfråga.

År 2002 fanns det ca 40 samiska turismföretag i Sverige. Enligt institutet Etour som bedriver forskning om turistisk verksamhet i Sverige finns det en stor framtida potential för sameturismen för norra Sverige. Det finns ett stort intresse bland turister att få veta mer om den samiska kulturen. De enskilda turismföretagarna i Sverige säljer i dagsläget exempelvis deltagande i samiskt

vardagsliv, guidade turer, vandring med tamrenar, jolkuppvisning, besök i sameviste, övernattnig i kåta, samisk mat, berättarstunder och lassokastning, men mest populärt är vandring med samisk guide. Avgörande för att turister skall vara intresserade är dock bra priser och relativt korta reseavstånd (Pettersson 2001).

Det finns ett stort behov av samverkan mellan olika småskaliga aktörer inom sameturismen. Istället för att satsa på storskalighet skall de olika sameentreprenörerna nischa in sig på smala produktlinjer och specialisera sig på ett begränsat urval av tjänster som möjliggör småskalig verksamhet med bra ekonomiskt utfall. Olika strategiprogram finns i sameland där det återkommande nyckelordet är samverkan för att nå både gemensamma och individuella resultat. På detta sätt kan även attitydförändringar och utvecklingsoptimism åstadkommas i sameland (Pettersson och Lindahl 2002).

Trots långa avstånd till och från kommuncentrat Kiruna hade enstaka samer i östra Kiruna lyckats skapa en försörjning på turismen, bl.a. i Övre Soppero (Intervju). Innan idéer och attityder angående turistisk verksamhet för området presenteras skall befintlig profilering, marknadsföring och framtida behov gentemot befintlig turistisk verksamhet undersökas.

5.4.1 Marknadsföring och identifiering av turistisk verksamhet

Kiruna Lappland är Kiruna kommuns officiella turistportal. (Kiruna Lappland Internet 2003). Av alla företag som utgjorde Kiruna Lapplands ekonomiska förening i april år 2003 var endast fem av cirka 100 från östra Kiruna. Dessa fem var Lainio Vildmark, Vittangi turism, Kristallen i Lannavaara, LN activities i Merasjärvi och Rostujavre Fiskecamp i Lannavaara. Inget företag från Karesuando fanns med. I Kiruna byggs hotellen, där finns stora och kända attraktioner, där landar flygplanen, där finns en samverkan mellan företag, en närhet till marknaden, en närhet till naturen, och där finns förutsättningar för att

absorbera turister. På Norrbottens officiella turistportal, Turism Norrbotten nämns inte ens östra Kiruna.⁵

Ett av de största turistföretagen i östra Kiruna är Lainio Vildmark Tystnaden och har 2 till 9 anställda beroende på säsong (Intervju). Högsäsongen har Lainio vildmark vintertid. Företaget profilerar sig enligt följande på turismportalen Kiruna Lappland:

”Bort från vardagens stress, bort från mobiltelefonernas signaler under företagets konferenser, till Lainio där vildmarken, tystnaden och mystiken i de Åtta Årstidernas Rike väntar” (Internet Kiruna Lappland, 2002).

I april år 2003 fanns det mellan 150 och 160 företagare i Vittangi och Karesuando församling, mestadels enmans-, hobby- eller deltidsföretag (inte renföretagen inräknade). År 1997 startades ett EU finansierat besöksprojekt för att skapa en plattform för turistföretagare i östra Kiruna kallat ”de åtta årtiderna”. Projektet syftade till att förbättra samarbetet mellan företagarna så att de inte konkurrerade ut varandra, vilket det i initieringsfasen fanns tendenser till. 200 000 kronor erhöles för att starta upp en gemensam Internetportal där företagen under 3 år hade möjlighet att marknadsföra sig utan kostnad. När treårsperioden var över blev företagen tvungna att betala för tjänsten. Kostnaden för att marknadsföra företaget i ett år var 1200 kronor, en summa inte alla företagare var beredda att lägga ut, vilket ledde till att sidan lades ner. Enligt en inblandad i Vittangi berodde nedläggningen av sidan på de jämlika kraven i EU projektet, där alla företagare tilläts vara med, oavsett seriositet:

”Bara för att sidan var gratis ockuperades den av småföretagare, som ville marknadsföra sina produkter eller tjänster. Men många uppdaterade aldrig sin sida och var inte beredda att fortsätta när det

⁵ Där innefattas inte östra Kiruna i Kirunas turistregion, förutom delar av Karesuando församling. Östra Kiruna ligger under Norrlands skogs- och älvs turismområde tillsammans med inlandskommunerna Boden, Älvsbyn och Jokkmokk. Går man senare vidare på portalen och klickar in på detta turismområde har Östra Kiruna helt försvunnit. Östra Kiruna är avskuret från Norrbottens officiella turistportal. Inga aktiviteter eller attraktioner synes finnas här (Internet turism Norrbotten 2003).

började kosta pengar. Hade kraven på seriositet varit större hade sidan kanske fortfarande funnits” -företagare Vittangi

Turistbyrån i Vittangi fungerar inte som säljare och informatörer åt alla turismföretagare Vittangi församling, utan är relativt avgränsade i sina utbud. Enmansföretaget heter Fenno Ultima Lappland Destination, och samarbetar bl a med Kiruna Lappland, Jukkasjärvi ishotell, Lannavaara turism, Hotel Nordkalotten i Luleå osv, men framförallt Lainio Vildmark vilket är företagets bas för sommar- och vinteraktiviteter (Internet Lappland-Online 2003). Fenno Ultimo Lappland Destination är verksamhetsmässigt likt ett inomingföretag i liten skala, då de marknadsför länet och säljer paketresor åt ”attraktiva” företag. I april år 2003 hade företaget totalt 68 företag som kunder. Inget samarbete fördes med företaget Vittangi turism som disponerar över Vittangis enda campingplats (Intervju).

I Karesuando har ett tullhus gjorts om till turistbyrå och stötts finansiellt av EU. En ekonomisk förening med namn Eurosuando ansvarar över turistbyrån och har som syfte att utöka småföretagandet i Karesuando och underlätta samarbete mellan företag. I turistbyrån säljs diverse konst och hantverk som lokalbefolkningen gjort. Enligt en engagerad i föreningen måste företagen tillsammans arbeta mer för att få turisterna att stanna kvar i byn Karesuando, vilket de är för dåliga på i dagsläget.

Ett problem för turismföretagen i östra Kiruna är avsaknaden av snabb Internetanslutning, s.k. bredband. I och med en utveckling på IT området kan småföretagen lättare konkurrera med större företag (Internet Turistdelegationen 1996). Karesuando och Vittangi församlingar får bredband under åren 2003 och 2004.

5.4.2 Aktiviteter och attraktioner i östra Kiruna

Aktiviteter som erbjuds i östra Kiruna är hundspann, kanotturer, fiske, guldvaskning, jakt, längdskidåkning, norrskensturer, rensafari, samisk kulturupplevelse, skotersafari, båtturer och forsränning. Flertalet av dessa aktiviteter

kan även göras i Kiruna och Jukkasjärvi (Internet Kiruna Lappland 2003). Bland sevärda unikheter som exponeras på Kiruna Lapplands hemsida finns bl a Sveriges största fångstgropsystem för vildren i Lainio, en mineralutställning och guldvaskning i Lannavaara och leastadii pörte i Karesuando⁶. Till sevärdheterna tillhör också en kanjon samt unikt höga ormbunkar i Masugnsbyn, samt suptallen, en ovanlig tall med en krona som en boll 10 km från Vittangi.

5.4.3 Vilka är turisterna?

Enligt Turistbyrån i Vittangi är huvuddelen av vinterturisterna utländska, mestadels från England, Frankrike, Tyskland och Italien. Även Japaner lockas hit. På sommaren är det mer svenska turister än på vintern som kommer till området för att semestra, fiska eller besöka släktingar. Enligt intervjuade turistföretagare var grupp och konferensresor det som sålde bäst, något som fler och fler börjat inrikta sig på.

5.4.4 Profilering

När företagare marknadsför östra Kiruna på turistportaler används namnen: ”de åtta årstidernas rike” eller ”midnattssolens land”. Andra citat som marknadsför området lyder: ”Här lyser månskenet och midnattssolen och här möts kulturer från flera länder i en karg och storslagen natur.” ”Här erbjuds äventyr och tystnaden eller rättare sagt stillsamhet. Här hittar man kanske meningen med livet.” ”Vattnet i bäckarna går att dricka, bären går att äta, och man andas ren luft.” ”Renheten i naturen är unik.” Även kylan används i turistiskt profileringssyfte. Vittangi innehar Sveriges ”inofficiella” köldrekord på minus 53 grader. Även samiska kulturen, ursprunget, identiteten och hantverken uppvisas för att locka turister till området (Internet Vittangi turism 2003, Internet Kiruna Lappland 2003, Internet Kiruna 2003).

⁶ Laestadii pörte var den kända prostens Lars Levi Laestadius bostad i Karesuando mellan åren 1828 och 1849.

5.4.5 Marknadsanalys

Enligt företag och privatpersoner i både Vittangi och Karesuando har genomströmningen och övernattandet av turister ökat under början av 2000 talet. Det fanns enligt turistbyrån i Vittangi behov av nya turismentreprenörer i området, bl.a. saknades hundspanss- och renspannsförare vilket under år 2003 hyrdes in från Kiruna och Jukkasjärvi när det behövdes.

På tre år, från år 1999 till år 2002 har antalet besökare till turistbyrån i Karesuando under juli månad räknat ökat från 900 till 3400 (Intervju Karesuando).

Huvuddelen av de intervjuade företagen och privatpersonerna har en likartad uppfattning gällande turismnäringen, nämligen att den går att utveckla. Men mycket av de arbetstillfällena som kan skapas är säsongsbetonade och det krävs bättre samarbete mellan företagen för att näringen på allvar skall blomma ut. När undersökningen gjordes konkurrerade företagen ut varandra och enligt intervjuade saknades attraktioner som fick passerande resenärer att stanna upp. Stensliperiet i Lannavaara har bl.a. fått ökad uppmärksamhet i o.m. att en högskoleutbildning med inriktning på mineraler och stenar startat. Besöken till kommunen, speciellt till Kiruna, Jukkasjärvi och Kirunafjällen ökade, och intervjuade i östra Kiruna trodde att detta skall ge ytterligare spridningseffekter till deras område kommande år. I Vittangi rustades vid undersökningen en hembygdsgård upp för att kunna ta emot mat- och konferensgäster. Planer fanns även på att starta upp ett rekreativt centrum i området. Dock befinner sig traditionellt företagande i östra Kiruna, t.ex. dagligvaruhandel i en avvecklingsperiod och har varit det länge.

Genom åren har ett antal företag startats upp och fått starta-eget-bidrag från AF, med sedan tvingats lägga ner på grund av olönsamhet. Ett minskande kundunderlag i området har gjort att bankerna inte vill låna ut pengar till personer som önskar ta över äldre generationens företag. Enligt intervjuade fanns en stor brist på riskkapital i hela östra Kiruna.

Vad undersökningen beträffande turistisk verksamhet i Karesuando och Vittangi visade på fördes samarbeten mellan seriösa företag och mellan föreningar som lyfte fram östra Kirunas Profil. Dock skedde den största delen av marknadsföringen från turistikärnans portal, d v s Kiruna Lappland. Samverkansprojekt har funnits i Vittangi och fanns fortfarande i Karesuando vid undersökningsperioden, för att förbättra samarbetet mellan företag och på så vis även absorberingskraften till turister.

6. ATTITYDER TILL TURISM I ÖSTRA KIRUNA

6.1 Öppet arbetslösa syn på framtiden och turismnäringen

Av de sex öppet arbetslösa som intervjuades hade ingen ambitioner på att starta upp turisk verksamhet i det område de för tillfället bodde i. Två hade däremot fått banklån i Finland för att starta upp turistföretag där. Enligt dessa två fanns det bättre förutsättningar för denna verksamhet att lyckas i Finland än i Sverige. Orsaken till detta var enligt dem att bankerna satsade mer pengar där, att bidragen var förmånligare, företagsklimatet bättre och kundunderlaget större. Och så skulle de slippa avundsjukan som fanns på den svenska sidan. Sveriges höga momssatser för aktiviteter skulle de också slippa om de flyttade till Finland⁷. I Karesuando menade många på att förhållanden i Finland för att starta turismverksamhet bättre.

”Finnarna på andra sidan älven har redan kommit mycket längre gällande utveckling av turism än vad vi har”

En finska som intervjuades sade:

”Jag tror inte på turistisk verksamhet på den Svenska sidan, p.g.a. mentaliteten som råder där. Men det är lättare att få arbete där varpå människorna inte vill jobba där. A-kassan i Sverige är betydligt högre än på den finska sidan, nästan 30 procent högre. I Finland tvingas man att söka ett arbete för att överleva. I Sverige tillåts människorna att vara mer passiva vilket de är, vilket jag tror är en konsekvens av bidragssystemet. Sverige måste sänka a-kassan för att folk skall börja arbeta De har heller ingen orsak att röra på sig och söka jobb när de har en ekonomisk trygghet här”

⁷ Momssatsen för aktiviteter i Sverige är 25 procent och i Finland 8 procent (Pekkari och Oja 2002).

Fem av de åtta öppet arbetslösa hade relativt till hög flyttningsbenägenhet. Som nämnades var två på väg till Finland. Ytterligare två, en man och en kvinna, skulle flytta till Kiruna eller någon annan ort i länet om de fick arbete där, inte längre. Den sista var en kvinna som hade sökt arbete utanför länets gränser, och skulle flytta om hon fick jobb. Kvinnorna var i allmänhet mer pendlings- och flyttningsbenägna än männen och var högre utbildade. De arbetslösa männen hade mer platsbundna intressen såsom natur och friluftsliv och ville därför bo kvar. En av de arbetslösa männen hade blivit erbjuden två arbeten på annan ort, men tackat nej till båda. Han ville bo kvar i området med sin fru och sina barn, och gick hellre på bidrag än att flytta för att arbeta. En annan arbetslös man sade sig inte ha råd att flytta. Detta p.g.a. att han inte fick sålt det hus han fortfarande betalade av stora lån på. Samtliga arbetslösa förutom en kvinna skulle kunna tänka sig att arbeta inom turistisk verksamhet. Idéer fanns på attraktioner, såsom en älgfarm, fiskecamping och en hantverksframställning. Ingen av de arbetslösa medgav sig dock ha några försörjningssvårigheter. Arbetslösa, utom två hade en make eller maka med fast inkomst. Samtliga arbetslösa kritiserade bidragssystemet och AF:s aktivitetsprogram som meningslöst, utan logik eller som passiviserande.

Hur de öppet arbetslösa såg sin situation i östra Kiruna varierade. Vissa gjorde det med en stark tro på turismens växande marknad, andra var mer hopplösa. Vad människorna skyllde på varför de var arbetslösa var mestadels externa faktorer, i viss mån dem själva:

”Staten, Stockholm och kommunen vill inte att människor skall bo här uppe”

En företagare som försökte utöka sin personalstyrka sommartid med 2 anställda och hade genom AF utannonserat de lediga platserna sade:

”Jag har haft ute platserna i några veckor, men än så länge har bara 2 stycken från södra Sverige hört av sig. Ingen från byn har ringt trots så många arbetslösa.”

En deltidsanställd på en verkstad sade:

”Det finns inga unga som är intresserad av att komma hit och skita ner sig. De går hellre på bidrag än att jobba här, så är det. Jag förstår inte vad alla arbetslösa 20 åringar gör kvar här och bara släpar sina ben efter sig”

6.2 Deltidsarbetslöshet bara på papper

Fem deltidsarbetslösa intervjuades, varav bara en med tydlig tidsuppfattning när de var arbetslösa. Av dessa fem var endast en kvinna. Hon var den enda av de fem som hade hög flyttnings- och pendlingsbenägenhet. Av männen var det bara en som kunde tänka sig att flytta om han fick ett heltidsarbete på annan ort. Kvinnan var också den enda av de fem som inte uppgav sig ha några ”svarta” sidoinkomster. De fyra männen hade alla svarta inkomstkällor på sidan. Ju äldre de var desto mer svarta intäkter syntes de ha, allt från konst, finsnickerier, fiskeguidande och datahjälp till stuguthyrning, maskinuthyrning, skogsarbeten och fordonsreparationer. Detta var produkter och tjänster som såldes under den s.k. ”arbetslösa” tiden som de stämplade på.

”Är man ensam bidragstagare med diverse sidoinkomster klarar man sig bra här. Är man däremot två stycken bidragstagare klarar man sig mycket bra eftersom så mycket är gratis när man bor här. Vi norrlänningar är otroligt pålästa på hur Sveriges skatte- och bidragssystem fungerar. När staten öppnar sin plånbok är jag inte sen på att ta pengar. Man får skämmas om man dör fattig. Sådana är byborna här, men ingen vågar riktigt säga det. Vittangi är egentligen en välmående by, trots alla arbetslösa” – deltidsarbetslös Vittangi

Bara en av de deltidsarbetslösa hade planer på att starta ett turistföretag på sina bisysslor. Denna hade sökt att få starta-eget-bidrag men fått avslag från AF. De andra hade inga (direkta) planer på att starta ett företag. De var rädda för att misslyckas, saknade ekonomiskt intresse eller ansåg sig inte behöva det. Två

ville hellre ha hederliga heltidsarbeten än ett eget företag. Dock trodde samtliga ”deltidsarbetslösa” på att turismnäringen skulle växa i östra Kiruna.

”Folk här har försökt på turism, men oftast med halvhjärtade insatser som slutade i konkurs. Vi måste lära oss att skapa kombinerade aktiviteter så att turister lockas hit. Finnarna har kommit längre med turismen och vi måste börja samarbeta med dem för att komma någon vart i framtiden. Vi måste lyckas sammanföra alla byns krafter mot ett gemensamt mål, något som är svårt när det råder en sådan hård jantelag här... Tryggheten här i byn ligger i bidragssystemet. När det går bra för Sverige och det satsas på landsbygden, ja då är folk trygga. När det går dåligt för Sverige ökas oron och jantelagen växer. Folk stirrar sig blind på det bidragssystem som finns.” – deltidsarbetslös Karesuando

Bristen på arbete och kundunderlag har gjort östra Kiruna starkt beroende av bidrag från AF, detta gällande både arbetslösa och företag. De två största företagen som intervjuades utnyttjade säsongarbetande, arbetspraktikanter eller tillfälliga arbetande i sin verksamhet. En tendens i har varit att i led med att kundunderlaget minskat har näringslivet blivit allt mer säsongbetonat och arbetsmarknaden likaså. Beroende till vad företagen inriktar sig på har de olika tidpunkter då hög respektive lågsäsong infaller. Företagare med inriktning på hotell, vandrarhem och dagligvaruhandel sade sig ha ett ökat besöksunderlag och ett större behov av att anställa under sommarmånaderna än under vintermånaderna. På sommaren skedde det en större genomströmning av turister då området befolkades av hemvändare och fritidshusägare. Men på sommaren var det enligt företagare i Karesuando svårt att få personal, då alla vill ha ledigt och fiska. Att högsäsongen var under sommarmånaderna juni till augusti var inte alla företag överens om. Företag med inriktning till upplevelser och aktiviteter gällande kultur, snö, kyla och skoter hade sin högsäsong under vintern. Sett i ett året runt perspektiv försvagades livskraften i östra Kiruna enligt de intervjuade. Allt fler heltidsarbetande blev deltidsarbetslösa eller öppet arbetslösa och de ungdomar som valde att flytta fick en allt mindre lust att flytta tillbaka eftersom servicen på bygden gradvis försämrades.

”De unga med ambitioner flyttar. Det är bara nötterna som stannar kvar.” - sade en deltidsarbetslös.

6.3 Arbetsförmedlingen styr utvecklingen

Ingen av de intervjuade företagsledarna hade under april år 2003 ekonomiska möjligheter att utöka sin verksamhet med en heltidsanställd. Det billigaste alternativet för företag att utöka sin personalstyrka under högsäsongen i östra Kiruna har blivit att använda sig av arbetspraktikanter, s.k. APR- platser via AF.

”Att provanställa en person själv är ett för stort risktagande” - berättade en företagare som ville utöka sin turistiska företagsamhet men en till anställd under sommarmånaderna.

APR skall enligt AF inskola arbetslösa till ett arbete och på sikt om personen i fråga finnes lämplig leda till ett heltidsarbete. Detta system fungerade dock inte i östra Kiruna när undersökningen gjordes varpå företagen inte hade råd att anställa när APR perioden var slut. APR användes därför endast i två syften. För det första användes det vid tillfälliga arbetskraftsbehov inom företag och kommunen, men framförallt inom föreningar. Det andra syftet med APR var enligt de intervjuade och från AF:s sida att få ner statistiken på de öppet arbetslösa.

En person som tidigare arbetat med arbetslösa sade att huvudmålet på papperet med APR platser var att skapa arbeten, men det egentliga målet var att aktivera de arbetslösa åtta timmar om dagen, för att lura statistiken. När företag tar in en APR får de själva betala 3000 kronor av lönen till den APR anställda, resten är bidrag. När kommunen anställer en APR får de betala cirka 1000 kronor själv, resten i bidrag. När däremot en ideell förening står som huvudman för APR behöver de inte betala ett öre i månaden, utan får allt betalt med bidrag från Länsarbetsnämnden via AF. Detta var enligt den intervjuade det billigaste sättet för att skapa projekt som människor sysselsatte sig i, speciellt för kommunen som redan hade ont om pengar. Kravet var alltså att få igång människor i aktiviteter. Vi

hittade den billigaste vägen för det, men absolut inte den effektivaste, ur en synpunkt att skapa arbete, sade personen i fråga.

Kiruna kommun är Sveriges föreningstätaste kommun, med över 400 föreningar. Bara i Vittangi församling fanns det i april år 2003 32 föreningar, varav tre var ekonomiska föreningar. Föreningar kan ansöka om aktivitetsstöd för att skapa sysselsättningar, därför så många föreningar, förklarade en pensionär.

”Bidragssystemet med tillhörande aktivitetsgaranti som idag skall skapa kreativitet skapar istället passivitet. De APR anställda engagerar sig inte, utan är slöa och omotiverade till att arbeta.” - sade en pensionär som hade arbetat med APR anställda inom föreningslivet.

Samma pensionär berättade senare att de APR anställda klipptes bort från projektet när huvuddelen av arbetet var klart.

”Det riktiga APR systemet tillämpas inte i östra Kiruna utan används bara för att täcka upp statistik. Jag går hellre hemma än slussas runt mellan olika APR platser och projekt som inte leder till någonting.” - sade en arbetslös som varit APR anställd.

En person som tidigare arbetat med arbetslösa under 1990- talet sade:

”Folk tänker så olika än vad man själv gör. För det första ville de arbetslösa göra så lite som möjligt för en så stor summa som möjligt när samhällstjänster fanns. Sedan kom de olika projekten in i bilden, drivna av AF, med LAN som pådrivare. Projekten fick inte konkurrera med företagen i området och ledde aldrig till något. Det enda kurserna och projekten har skapat är en sämre självtillit hos de arbetssökande... Det LAN går efter är statistik. Man ser till att folk är aktiva i olika projekt för att täcka över arbetslöshetssiffrorna. När projekten var slut var det lika många arbetslösa som innan.

”Vi har krav från sossarna som vill få ner de öppet arbetslösa, krav som vi också måste anpassa oss till för att fortsätta verka” – anställd på AF i Vittangi.

AF i Vittangi har efter ett flertal förfrågningar på hur många heltidsarbeten och företag som skapats genom APR än inte gett något svar.

För att starta ett företag kan också starta-eget-bidrag beviljas på under 1 år. Under 1990-talet och början av 2000-talet hade flera nya företagare erhållit starta eget bidrag men efter bidragsåret tvingats lägga ner p.g.a. olönsamhet. Varje år ser man nya försök som misslyckas berättade en företagare i Vittangi. Anställda på AF sade att det var ett problem att endast 2 av 16 turistföretag i området gick bra.

Tre personer tvekade att starta turistföretag just för att starta eget bidraget var otillräckligt. De sade att turismnäringen var så säsongsbetonad och att inget bidrag gick att få under de lågsäsongsmånader som väntade. Detta var ett problem som tillkom när starta-eget-bidraget gått ut menade de på. En äldre etablerade turismföretagare sade att de som måste ta till bidrag inte har en nog bra affärsidé. En annan turistföretagare såg nystartade bidragstagande turistföretagare som oseriösa och utan riktig kunskap om branschen.

Intervjuade såg en del i oviljan i att samarbeta mellan företag som en konsekvens av de prioriteringar AF gjorde. Det var som sagt AF som valde vilka nystartade företag som skulle få starta-eget-bidrag. De som fick avslag kände sig underprioriterade av AF och menade att bidragssystemet var partiskt. När sedan nystartade bidragstagande företag började konkurrera med de ”etablerade” företagen som aldrig fått bidrag växte oviljan hos de senare att samarbeta. Hos arbetslösa och företagare fanns en ilska till denna prioritering:

”Ska man få jobb här, eller få bidrag till att starta ett företag krävs det att man är släkt med chefen på AF.” - arbetslös

”När det väl finns ambitioner till att utveckla inom turismnäringen får man avslag av AF.” - företagare

”Stensliperiet är ett jäkla bluffföretag, helt bidragsstyrt och har konkurrerat ut alla andra stenföretag i området” - deltidsarbetslös

”Människor här tror att de kan starta upp någonting här och tror att kunderna skall komma på automatik. Men de flesta som startar upp här är inga entreprenörer. Det är bara de själva som tror det” - AF.

Märkliga varianter på hur turismföretag försörjde sig genom AF: s hjälp noterades dock. Ett exempel var en företagsform där drivaren av företaget inte stod som ägare, utan som projektledare till diverse aktiviteter som AF satsade på. AF svarade att dessa lösningar var en konsekvens av ett dåligt anpassat skattesystem. Enligt AF behövs cirka 27 000 kronor i brutto för att man skall klara av att driva ett enmansföretag. AF menade på att marknaden i östra Kiruna var för liten för att komma upp i sådana summor pengar. Företagarens F-skatt borde därför sänkas och regler borde anpassas till verksamheten. På detta sätt skulle också svartjobben försvinna menade de på. Skulle man ge en samhällslön (medborgarlön) på 5000 kronor istället för det bidragssystem som för tillfället efterlevs så trodde AF att ett enormt entreprenörskap skulle bryta ut. Flertalet av de arbetslösa, deltidsarbetslösa och heltidsarbetande hävdade samma sak.

”Hade jag fått en samhällslön på låt oss säga 4- till 5000 kronor istället för det bidrag jag får genom att slussas runt på olika kurser och aktiviteter som inte leder någonstans så skulle jag ha tid och möjlighet att utveckla mina egna bisysslor för att sedan bli självförsörjande. Detta är någonting som staten skulle tjäna många tusenlappar på att göra.” -arbetslös i Karesuando.

Resursproblem och brist på riskkapital var också orsaker till att varför turismen inte utvecklades. Bankerna lånade inte ut pengar p.g.a. fallande kundunderlag i området och i o m detta har AF fått en ännu mer avgörande roll för företagsamheten i östra Kiruna än tidigare.

”Den person som har mest makt i östra Kiruna är chefen på AF” - företagare

”Eftersom de arbetslösa är så många och företagen så beroende av bidrag och hjälp, har AF fått en stor maktposition” – företagare

För att nya företag skulle klara sig ekonomiskt i östra Kirunas säsongsbetonade marknad sades det krävas goda förbindelser med AF (Detta kom fram speciellt för Karesuando församling, där isoleringen, enligt de intervjuade var värre och tillgången till riskkapital mindre). Ett undantag i östra Kiruna var företaget Kristallen i Lannavaara som enligt intervjuade hade fått gå in och låna upp och gett hela byn ett ekonomiskt och befolkningsmässigt lyft. Problem med upplåning från banker noterades även Vittangi. En intervjuperson hade ansökt om banklån för att ta över ett etablerat företag. Både ägaren av företaget och den tänkta köparen var överens om köpet, men bankerna sade nej till utlåning, detta trots att företaget redovisat en stigande omsättning och vinst de senaste tre åren. Orsaken till avslaget var det fallande kundunderlaget i östra Kiruna.

Att AF hade mycket makt var de anställda själva medvetna om och på grund av de omständigheter som rådde med så stort antal arbetslösa och så lite jobb skulle de förutom att agera arbetsförmedlare även fungera humanitärt, med ett ”socialt öga” som de själva uttryckte det. Huvuddelen av de arbetslösa, deltidsarbetslösa och flertalet av företagarna och de intervjuade pensionärerna var dock missnöjda med AF:s metoder och styre. Närheten mellan AF:s anställda och lokalbefolkningen kritiserades. Även AF:s sätt att välja vilka idéer och företag som skulle satsas pengar på kritiserades. Pengarna spreds ut snarare för att uppfylla statistiska krav än för att skapa hållbara företagsformer. Krav utifrån uppfylldes för att AFs framtida existens skulle säkras. I och med detta växte oviljan till att samarbeta mellan företag och missnöjdheten mot AF. Och på detta sätt skapades ohållbara företagslösningar med okunniga entreprenörer, enligt de etablerade turistföretagarna.

Drivaren av det företag som stöddes av AF och som tidigare belystes sade dock att hans företag gick allt bättre och såg möjligheter till nyanställningar om några år.

6.4 Vad krävs för att östra Kiruna skall lyckas vända trenden?

Trots den negativa befolknings- och arbetskraftsutvecklingen i östra Kiruna trodde många av invånarna på framtiden. Huvuddelen av de intervjuade ville stanna i området och flertalet trodde på turismnäringens framtid, trots de stora avstånden. På frågan vad som krävdes för att befolkningen i östra Kiruna skall vända den rådande utvecklingen hördes många svar, bl a.

”Jag tror på turismen men det krävs ett bättre samarbete mellan ortens befolkning för att lyckas med den. Man måste också lägga ner AF med APR och hela det bidragssystem som nu snart hela samhället vilar på och börja tänka om i nya banor. Ska det satsas på turismen så måste det verkligen göras det. Men som det ser ut nu med så många arbetslösa och så få arbetstillfällen ser jag ingen bättre lösning än att ge mindre medborgarlön och skapa samhällstjänster för de arbetslösa som i sig kanske skulle leda till någonting.”

”Det behövs lokala eldsjälar, entreprenörer som vågar ta klivet ut, likt Yngve Bergkvist i Jukkasjärvi. Nu finns det inget annat än turismen man kan tro på längre. Men ett syndrom har blivit att det är slusken, patrasken som stannar kvar. De som har ambitioner och blickar framåt, dvs de som byn behöver, de har redan stukit. Att denna del av inlandet har blivit så bidragsberoende är kanske inte så konstigt.”

”Lägre skatter och slopade sociala avgifter mynnar ut i ökade sysselsättningar. Det måste också finnas ett riskkapital.”

”Vi måste gemensamt lära oss att dela på de frukter turismnäringen kan ge och få de passerande turisterna att stanna upp lite längre.”

Samarbete var en viktig faktor till turistisk framgång enligt de intervjuade och som försvårades genom AF:s närvaro och det bidragssystem som präglade området. Att det samarbetades för lite berodde enligt vissa företagare på okunskap om marknaden. Men bakom oviljan till att samarbeta framgick även

andra aspekter, såsom kultur och intressekonflikter och avundsjuka, eller den skiljaktelagen.

Att sameturismen i området kunde utvecklas ännu mer trodde många av de intervjuade. P.g.a. att så få representanter från den samiska befolkningen intervjuades i östra Kiruna har jag använt mig av citat från en konferens om samisk turism i Östersund år 2002 (Pettersson och Lindahl 2002). Följande citat ser jag kan diskuteras gällande östra Kiruna, dock är de från samer i andra områden:

”Är vi bara objekt blir turismen ett hot. Det finns fler och fler ”egna” operatörer. Så länge rennäringens folk driver företagen är problemen små. Påverkan måste ske inifrån. Rennäringen är primärt när det gäller markutnyttjandet”.

”Var går gränsen mellan samisk turism och annan turistverksamhet?”

6.4.1 Kultur och intressekonflikter måste upphöra!

”För att lyckas som turistmål är samarbete mellan samhällets olika aktörer ett måste, någonting som i dagsläget kan göras en hel del för att förbättra”

I en undersökning som Diskrimineringsombudsmannen genomförde bland samer 1998 svarade 60 procent att motsättningarna mellan samer och icke-samer har ökat under de senaste fem åren (Pettersson och Lindahl 2002). I östra Kiruna delar många kulturer och nationaliteter de resurser som finns. Sameturism i området finns, men kan utvecklas ännu mer enligt många av de intervjuade. Enligt intervjuade i östra Kiruna fanns konflikter gällande mark och fiskerättigheter, tjuvjakt och bidrag som försvårade att en samverkan mellan områdets invånare kom till stånd. Enligt Pekkari och Ojas rapport angående upplevelseindustrin i Norrbotten finns det en ökad efterfrågan på skoterleder i norra Sverige. Om det utvecklades skulle det gynna flertalet turistföretag

(Internet Pekkari och Oja 2002).⁸ I östra Kiruna gick dock inte turismnäringen och rennärningen alltid ihop gällande frågan om markanvändning

*”Nu när turismnäringen vill utöka sin markanvändning i området möts man av motstånd. Ett exempel är frågan om tillkomsten av skoterleder som önskas skall förbinda Kiruna med Karesuando. Men samebyarna säger nej. Istället fortsätter den fria körningen mellan leder vilket orsakar större slitage och störningar på renbeståndet.”
- företagare.*

En same som kom till tals förklarade att renarna kan gå upp på de stora skoterlederna och kan vandra många mil i felaktig riktning. Han var därför negativ inställd till större skoterleder vid Karesuando. Fördomar gentemot samerna uppmärksammades på många håll:

”Av alla som bor här är samerna de som är mest beroende av sociala bidrag. Av alla hundra sameföretag i nedre och Övre Soppero är bara 6 självförsörjande. Många av samerna är alkoholiserade och de är i allmänhet mycket fattigare än ortsbefolkningen. Jag känner samer som aldrig har deklarerat en krona. Samerna skjuter också varandras renar, sedan säljs köttet svart... de måste bli flitigare på att jobba, även på sommaren då renarna betar.” - deltidarbetslös

Vissa såg konflikten mellan samer och ortsbefolkningen på ett mer tolerant sätt:

”Konflikter mellan ortsbefolkningen och samer har alltid funnits och kommer att finnas. Det är ett naturligt fenomen, som att det växer löv på träden.” – Deltidarbetslös

⁸ Efterfrågan på skoterleder är stort, till exempel har de finska turitföretagen en stor tillväxt samtidigt som tillgången till skoterleder är liten där. Genom att utveckla det svenska ledssystemet skulle flerturister kunna köra skoter i länet och samarbetet mellan svenska och finska företag öka ytterligare (Internet Pekkari och Oja 2002).

Andra såg konflikterna som ett problem som behövde lösas om turismen skulle utvecklas:

”I detta lilla samhälle har man tre grundskolor för barn. En för finska, en för svenska, en för samiska. Inte undra på att man aldrig lär sig att samarbeta när man delas in i fack redan som barn.” - heltidsanställd

Den icke-samiska befolkningen ville i högre grad att barnen skulle gå i en gemensam skola för att göra samarbetet bättre och komma ifrån rådande konflikter. En samisk kvinna som intervjuades hade dock en annorlunda uppfattning om samarbetsproblematiken:

”Jag har valt att placera mitt barn i samisk skola för att skydda hans identitet. Det är de människor som saknar en identitet som startar konflikter. Roten till osämjan är okunskapen om andra människors kulturer. Man måste skapa samarbetsprojekt som på allvar går in för att lösa osämjan där respektive grupp visar upp sina värden och vad man kan. De problem som visar sig i skolan med rasism kommer från föräldrarnas rädsla och osäkerhet, inte barnens... AF-chefen som styr är för kunskapsvek. Åtgärder med arbetslösa stannar i dataprojekt. Vi måste börja lyssna på människorna vad de verkligen vill göra och försöka bygga broar mellan människorna som håller. Människorna här har en rädsla för auktoriteter och många har för lite självtillit och för dåligt självförtroende för att på egen kraft bryta sig loss från den passivisering i bidragssystemet många har hamnat i.”

Hur människorna i östra Kiruna uppfattade varandras situation skiljde sig mellan åldersgrupper, bidragstagare och icke bidragstagare, samer och icke samer. Heltidsarbetares syn på arbetslösa kan utläsas genom följande yttringar:

”Det finns människor som alltid ha tagit emot bidrag och aldrig tagit ett hederligt handtag. De finns de som inte ens har åkt söder om macken OK här i byn för att söka arbete. De lever kvar med skyggglappar för ögonen. Då händer ingenting. Människorna här

måste ut och se sig omkring efter arbete. Betyder orten så mycket kan man väl veckopendla Det är för mycket tomgnäll på att det inte finns några arbeten”

Vid tre tillfällen när jag skulle tala med kvinnor möttes jag av tystnad. Jag hade bland annat bokat tid för att träffa en læstadianisk kvinna i Kuttainen. När jag var på väg till henne ringde hennes man och avbokade mötet. Mannen sade att kvinnan inte hade lust att prata med mig. Jag fick sedan förklarat av en kvinna i Karesuando att denna tystnad kunde bero på att församlingen hade bett kvinnan att tåga, och att det var mannens uppgift att se till att hon var tyst. Vid ett möte med en samisk kvinna hände samma sak, förutom att då var det hon själv som ringde upp och inte ville prata. Vad detta berodde på fick jag däremot ingen förklaring på.

6.4.2 Sluta vara avundsjuk och bygg upp självförtroendet!

Avundsjukan, eller jantelagen ansåg de flesta av de intervjuade vara ett problem för östra Kiruna. ”Alla som bor här är så avundsjuka, vilket är ett problem om man skall starta ett företag” sade många intervjuade personer. Lustigt nog medgav sig ingen av de intervjuade att själv vara avundsjuk. Meningen: ”man kan inte vara profet i sin egen by” hördes också från flera och menade till att om östra Kiruna skulle utvecklas, skulle det hända med hjälp utifrån.

”Sedan jag bestämde att starta ett företag har människorna blivit otrevligare mot mig.” - sade en arbetslös i akt att starta företag.

”Kommer man på en bra affärsidé tar det bara veckor innan fem andra i byn gör samma sak. Jag har redan drivit två företag som har gått i konkurs, vad skulle byborna tänka om jag gjorde det igen.” - deltidsarbetslös

Idéer på produkter och företag fanns det mycket av hos de intervjuade i östra Kiruna. Men att öppna ett företag var det inte många som vågade eller

var beredda att på att göra. Tron på områdets framtid uppfattades svagare hos den yngre skaran av befolkningen än hos den äldre befolkningen. Vid ett möte i Vittangi där Vigert Engström, ansvarig för Innovation Norrbotten samt Martina Kaplan, VD för Progressum talade om östra Kirunas framtid och möjligheter var endast en av åskådarna under 35 år. Av det 20-tal som hade samlats var huvuddelen män mellan 45 och 70 år.

”Vi pensionärer har det bra, vi kan jobba ideellt, tycker det är kul att träffas och har engagemang till att skapa något, det är därför vi gör det, och vi har redan börjat marknadsföra våra idéer. De unga, de sitter fast i bidragssystemet.” – förklarade en pensionär som tillsammans med en annan äldre man hade ansökt om EU-medel för att på starta upp ett företag. Dessa två fanns med på mötet.

Att de arbetslösa var passiva i sitt sökande efter arbete tyckte både pensionärer och heltidsanställda. Att de var kräsna i sitt val av arbete ansågs också vara ett problem. Vissa intervjuade gjorde klara skiljelinjer mellan VI och DEM, d v s vi med arbete och dem utan, nästan som två olika varelser. För att de arbetslösa skulle kunna starta upp turistisk verksamhet trodde två av de intervjuade heltidsarbetarna att man måste börja med att stärka människornas självförtroende. De arbetslösas passivitet var enligt dem en konsekvens av bidragssystemet och samhället i sig, och berodde inte på dem själva.

”Jantelagen, avundsjukan, oviljan i att samarbete skulle brytas om alla var starka, hade en identitet, och inte själva var så rädda att misslyckas. Rädslan är någonting som är nedärvt generationer tillbaka. Det är rädslan som föder rasism och står som huvudorsak till de konflikter som blommat upp på sistone.”

”Att satsa på kompetenshöjande verksamheter är inte att skapa kurser och utbildningar som de arbetslösa människorna med tvång skickas till”

”Alla här borde ställa sig frågan - Arbetar man för att leva eller lever man för att arbeta”

Befolkningens vädjan till att någon annan skall ”göra det” berodde enligt de intervjuade inte främst på brist på vilja och kompetenser på orten utan som en konsekvens av det ingrodda system som rådde. Konceptet och idéerna på hur turismen skall utvecklas sitter de själva på men nu är de för svaga för att utveckla dem, sade en kvinna som intervjuades. Denna kvinna försvarade dock bidragssystemet, som en rättighet för dessa människor i Norra Sverige. Hon sade att om norra Lappland hade varit en egen ekonomisk region, såsom Nordnorge hade alla norrlänningar varit rikare. Det är synd, tillade hon, att bidragen passiviserar vissa, oftast dem med en svag identitet och utan en riktig tillhörighet.

7. SAMMANFATTNING

Landsbygdsturism ses av stater och kommuner som ett medel för fortsatt livskraft för glesbygder när bl.a. sysselsättningen inom traditionella näringar som jord- och skogsbruk minskat. Förhoppningarna är att turismen kan vända en negativ befolkningstrend och föra med sig samhälliga fördelar som t.ex. ökade intäkter och en ökande livskraft. Enligt Prideaux (2001) är de viktigaste incitamenten för att landsbygdsturism skall lyckas att det finns något som anses vara värt att besöka, samt tillgängligheten till destinationen. Ju mer avlägsen en plats är från kommunikationskärnan desto unikare måste attraktionen vara för att locka turister. Andra viktiga faktorer som avgör om destinationen lyckas är storlek på attraktionen, destinationens komplexitet i utbud, samverkan mellan destinationens aktörer, en fungerande modell för attraktionen, konkurrens, marknadsföring, avstånd från urbant centra, infrastruktur, transportmöjligheter och organisation. Prideaux (2001) skriver att vid utvecklandet av en turismdestination kan kommunal stöttning komma till stor nytta. Att sammanföra intressen och få aktörer att samverka är en svår men nödvändig åtgärd för att lyckas utveckla en turistdestination. Det egna systemet, lokalbefolkningens vilja och attityder till förändringsprocessen har också en stor inverkan på utfallet.

Under april år 2003 då denna undersökning gjordes styrdes utvecklandet av turismen i östra Kiruna av en rad aktörer. Bolaget Progressum hade nyligen fått ansvaret för hela Kiruna kommuns näringsliv. Besöken till kommunen har ökat under senare år, mycket tack vare Jukkasjärvi ishotell och Progressums vision är bl.a. att utöka besöksnäringen ytterligare. Enligt intervjuade i östra Kiruna hade besöken dit också ökat, dock inte med samma takt som i kommuncentrat. Östra Kirunas geografiska läge, med långa avstånd till flygplats och tågförbindelser ställer höga krav på att området har något som anses vara värt att besöka. Idag erbjuds ungefär samma turistaktiviteter i östra Kiruna som i Kiruna, vilket är ett lättillgängligare alternativ för turisterna. Tron till turismen hos de intervjuade var dock stor, och flertalet av de intervjuade männen skulle kunna tänka sig att arbeta inom denna näringsgren. Dock är efterfrågan än så länge för liten för de utbud som företagen erbjuder. Enligt intervjuade saknades det också kunskap hos företagarna angående vikten av att lansera sina produkter och att samarbeta.

Befolkningen i östra Kiruna har kraftigt minskat under 1990- talet och bland den skara människor som valt att bo kvar strömmar det många olika intressen som försvårar att samarbete kommer till stånd. Enligt intervjuade fanns det bl.a. intressekonflikter mellan turismföretagare och renägande samer i frågan om utbyggandet av skoterleder i Karesuando. En dragning av större skoterlederna skulle inskränka på samernas renbetesland och störa renarnas naturliga vandring. Å andra sidan skulle en ökad skoterturism gynna företagandet i området. Förutom att östra Kiruna behöver något som anses vara värt att besöka krävs det människor som är beredda att utveckla turismen.

Något som genomsyrar och påverkar befolkningens handlingskraft i östra Kiruna är bidragssystemet. AF har med en krympande arbetsmarknad fått större uppgift i att dela ut bidrag till invånarna än att förmedla arbeten. Cirka en tredjedel av den arbetsföra befolkningen går utan heltidsarbete Ingen av de intervjuade företagarna vågade utöka sin verksamhet med en anställd utan AF:s hjälp. Enligt intervjuade ledde de nyetableringar AF stod bakom ofta till konkurs när bidragsperioden tog slut. Bidragssystemet var också under hård kritik, dels för att det passiviserade människor (i den meningen att de arbetslösa kände att de inte kunde styra över sina egna liv som de önskade), men också för att vara favoriserande. Med en krympande budget för AF tilläts inte alla som ville starta eget att få bidrag, vilket väckte missnöje hos de människor som blev nekade. Både arbetslösa och AF hävdade dock att om bidragen skulle bytas ut mot en lägre samhällslön skulle ett större entreprenörskap uppstå.

7.1 SWOT analys östra Kiruna

Följande analys sammanfattar undersökningen och kan vara behjälplig för att som läsare lättare kunna förstå de förhållanden som råder i östra Kiruna. Analysen innefattar både interna faktorer (individrelaterade) samt externa faktorer (allmänna förhållanden i östra Kiruna). Somliga faktorer förklaras utförligare i diskussionen (kapitel 8).

SWOT ANALYS

SWOT ANALYS	
Styrkor Yttre faktorer	Svagheter Yttre faktorer
<p>Förutsättningar för Sameturism Förutsättningar för Vinterturism Förutsättningar för fiske, natur, upplevelse och eko turism. Etnisk mångfald Relativt stor arbetskraftstillgång Antalet turister till östra Kiruna ökar Närheten till Finland och Norge Etablerade företag, ex Lainio Vildmark eller Kristallen i Lannavaara. Ökat behov av ren- och hundspanssförare Invånarna är tvåspråkiga Mål 1 finansiering Aktivt föreningsliv</p> <p style="text-align: center;">Inre faktorer</p> <p>Låg flyttningsbenägenhet bland männen. Stort intresse till arbete inom turismen bland männen Kompetenser att arbete inom turismen finns. Idérikedom bland intervjuade. Framtidstro</p>	<p>Antalet arbetsföra sjunker Åldersbestigen befolkning Brist på riskkapital Stort bidragsberoende Kvinnorna flyttar Stora avstånd mellan byarna och från byarna till Kiruna Avsaknad av huvudattraktioner Högre momssatser på aktiviteter i Sverige än i Finland Företag är för marknadsorienterade till Kirunas turismutbud Ingen enhetlig destinationsutveckling för församlingar i sig. Brister i marknadsföring Säsongsvariationer i turismintäkter Ineffektivt bidrags- och APR system</p> <p style="text-align: center;">Inre faktorer</p> <p>Attitydproblem mellan grupper i området. Intresse- och kulturkrockar Avundsjuka (Jante) Dåligt självförtroende hos de arbetslösa Passivitet hos bidragstagare</p>
Möjligheter	Hot
<p>Kirunas vision är att stärka besöksnäringen i hela kommunen Intresset för Sameturism ökar Efterfrågan på turistformer med snö och is som ingredienser är stor. Ett ökat samarbete mellan företagare skulle stärka områdets attraktionskraft. Närhet till välbesökta områden i Finland kan ge ”spill-over” effekt till Sverige som kan nyttjas. Det efterfrågas komplement till Finland turismutbud. En medborgarlön som alternativ till bidraget skulle höja entreprenörskapet?</p>	<p>Turismföretagen klarar inte av att konkurrera. Små turismföretag förblir små och livsstilsanpassade. Turismnäringen blir ännu mer säsongsbetonad. Företagen arbetar inte tillräckligt för allmännyttan. Samerna och icke samer ser inga fördelar i att samarbeta för att utveckla turismnäringen. Offentlig sektor, vård och omsorg får stort arbetsunderskott Byarna dör ut.</p>

8. DISKUSSION

8.1 Turism eller vård och omsorg?

Av de företagare som intervjuades hade ingen ekonomi att utöka sin verksamhet med anställda. Än så länge är efterfrågan för liten till det utbud som finns i östra Kiruna. I o m det kan man undra om inte arbetskraftsbristen bl.a. inom offentlig sektor skulle prioriteras före turismnäringen. Detta borde vara en bättre lösning, åtminstone på kort sikt, för att skapa de ”riktiga arbeten” Progressums VD Martina Kaplan talade om. Vad östra Kiruna behöver är en näring som på längre sikt kan ge ”spin of effekter” och vända den negativa befolkningstrenden. En uppgift som vård och omsorg sektorn är oförmögen att infria, men som turismen om den lyckas i sin helhet kan åstadkomma.

Det är främst i Kiruna centralort efterfrågan på arbetskraft inom exempelvis vård och omsorg ökar, vilket kräver att många av de arbetsökande i östra Kiruna måste arbetspendla eller flytta om de ska hitta ett arbete. Kvinnorna som intervjuades var mer intresserade att flytta eller arbetspendla än männen. Männen vill i större grad bo kvar och arbeta i området och endast 2 av 16 män kunde tänka sig att ta ett vård- eller omsorgsjobb. När traditionella näringar avvecklats finns det enligt männen inte så många fler försörjningsalternativ att välja på än turismen för att slippa att arbeta inom vård och omsorg.

Med dessa omständigheter har turismen blivit lite som en eftergångare till den IT-bubbla som för några år sedan skulle rädda glesbygden. Jag menar att turismnäringen ”kan” vara en räddning för östra Kiruna och de många arbetslösa uppfattar det också på det viset. Ingen vet dock riktigt säkert. Att näringen ligger nära förknippad med de arbetslösa männens intressen till natur- och friluftsliv ser jag som en orsak till att turismen ideligen omtalas som ett tänkt försörjningsalternativ. Bland de intervjuade männen fanns inte särskilt många andra tänkbara försörjningsalternativ än turismen. En annan förklaring till denna ”snävhet” kan bero på är att kommunen lägger stor prioritet på att utveckla besöksnäringen. Kommunens positiva attityd

gentemot turism har smittat av sig på invånarna i östra Kiruna. Problemet är att Östra Kiruna inte har några slalombackar eller ishotell, eller några andra typer av huvudattraktioner som lockar turister i stor skala, i a f inte än. AF:s inverkan på näringslivet, brist på riskkapital, kulturkrockar och oviljan att samarbeta mellan befintliga företagare anser jag är faktorer som först bör ses över innan befolkningen uppmuntras att utveckla turismen. Finns förutsättningarna så finns turismen.

8.2 Små företag förblir små

Viken (2001) skriver att små turistföretagare oftare drivs av att anamma en livsstil än att tjäna pengar. Det var ingen hemlighet hos de intervjuade att många av de företag som startats upp med inriktning mot turism har misslyckats. Jag anser att det krävs både tid, pengar och engagemang för att ett företag skall bli konkurrenskraftigt. Dock innebär halvhjärtade finansiella satsningar inte en total ödeläggning av en företagares ekonomi vid en eventuell konkurs. Den gemensamma marknadsföringen under ”De åtta årstiderna” upphörde när det började kosta pengar för företagen. Att inte företagen hade råd att marknadsföra sig kan vara en av orsakerna till att sidan lades ner. En troligare orsak kan vara att de små företagen inte drivs av vinstintresse och därmed inte vill ta risken att lägga ut pengar på marknadsföring. Med de svaga marknadsförhållanden som råder i östra Kiruna är inte inställningen att hålla sitt företag litet och livsstilsanpassat så obefogad. Det finns än så länge för stora ekonomiska risker i att utveckla turismnäringen i östra Kiruna.

Under intervjuerna framfördes ofta åsikten att någon ”utifrån” skulle göra det, d v s utveckla turismen. Dessutom framfördes ofta kommentaren: ”man kan inte bli profet i sin egen hemby”. Dessa kommentarer tolkar jag som att de inte ville att någon annan från byn skulle lyckas bättre än de själva. Hos flera av de intervjuade fanns en avundsjuka till de personer/företagare som trots allt hade lyckats. Denna avundsjuka som ofta benämns ”jantelagen” är kännetecknande bland invånare i små glesbygds-samhällen, men jag uppfattar den som ovanligt stark i östra Kiruna. Här

konkurrerar företagen ut varandra. Här kivas folkgrupper om olika rättigheter. Här uppfattas i hög grad en persons/företagares framgång som ett hot mot någon annan. Att hålla företaget litet och livsstilsanpassat betyder, förutom mindre ekonomiska risker, också att man inte stör den sociala balansen eller ”trampar någon på tårna”.

8.3 Är företagen för produktinriktade?

Att skilja på intresse och kompetens är viktigt när det handlar om start av turistisk företagsamhet. De människor som vet bäst hur man vistas och klarar sig i naturen behöver inte vara de som lyckas bäst med att skapa ett framgångsrikt turismföretag. Kompetenser för att vara anställd inom denna näringsgren ser jag finns hos de intervjuade arbetslösa, man kanske inte kunskapen om hur man driver ett företag.

Turistdelegationen (1996) skrev att svenska turismföretag i allmänhet är för produktinriktade. Etablerade företagare antydde också vid intervjuerna att det saknades kunskap om marknaden och om marknadsförning hos de nya företagarna i östra Kiruna. Hade företagen varit mer marknadsorienterade kanske en del företag kunnat gå bättre. Däremot innebär en fulländad marknadsorienterad företagsamhet en kopiering/komplettering av de utbud som på marknaden redan efterfrågas. En sådan företagsanda skulle inte ge östra Kiruna något ”unikt” att besöka, som Prideaux (2001) betonade som viktigt. De små turismföretagen i östra Kiruna erbjuder redan i stort sett samma typer av utbud som företagen i Kiruna och Jukkasjärvi erbjuder. Jag anser att detta är en av anledningarna till att så få turismföretagare går bra. Har man som turist upplevt kylan, skoterkörning och samekulturen i Kiruna åker man inte ytterligare 10-tals mil för att uppleva samma sak igen. Att som turist stanna i Kiruna är också en bekvämare lösning gällande närhet till matställen, boende och kommunikationsmöjligheter mm. Lainio vildmark erbjuder paketlösningar, med boende, mat och diverse aktiviteter. Företaget marknadsförs aktivt och lockar med paketresor, som turisterna i de flesta fall har köpt redan innan de landar i Kiruna. På liknande sätt måste fler företag i östra Kiruna arbeta. Jag anser att avståndet till Kiruna är för

stort för att turismföretag i östra Kiruna skall kunna komplettera dess utbud med enstaka aktiviteter. Nyetablerade företag i östra Kiruna borde därför istället antingen agera marknadsorienterat till den efterfråga som finns från andra företag i området (bl.a. bemöta efterfrågan på renspann- och hundspanssförare som finns), eller skapa egna paketylösningar för konferenser och gruppresor (vilket enligt intervjuade företagare efterfrågades allt mer). Dock krävs det ett utökat samarbete så att de små företagen kan bistå de ”etablerade företagen” med tjänster eller gemensamt med andra småföretagare skapa s.k. paketylösningar som inomingföretagen är villiga att marknadsföra och sälja. Jag anser att med en utökad samverkan mellan företagen i östra Kiruna skulle attraktionskraften kunna höjas avsevärt, vilket jag anser behövs om östra Kirunas framtid skall vila på turismens axlar.

Enligt Pekkari och Oja (2002) skall företagen i norr fortsätta sin profilering på snö och is, därför att efterfrågan till dessa turistformer är stor. Intervjuade företagare hävdade att efterfrågan på vinteraktiviteter ökade, men att det krävdes attraktioner eller aktiviteter året runt som lockade turister, så inte de intäkter som genereras under vintern ”äts upp” under lågsäsongen. Enligt många av de intervjuade var säsongsvariationerna anledningen till att de inte startade upp ett turismföretag, samt att det inte gick att få något bidrag som höll företaget vid liv under lågsäsongen.

Jag anser även att destinationsutvecklingarna bör ske separat för respektive församling. Detta p.g.a. att avståndet mellan Vittangi och Karesuando är för stort. Det vore lämpligare för Karesuando församlings företagare att samarbeta och marknadsföra sig turistiskt med den finska sidans företagare. Det är bara 5 mil till Enontekiös flygplats i Finland från Karesuando, jämfört med 18 mil till flygplatsen i Kiruna. Huvuddelen av invånarna i Karesuando talar tornedalsfinska så några språkbarriärer finns det inte. Pekkari och Oja (2002) skriver att efterfrågan ökar från invånare i Europa på liknande turistverksamheter i Sverige som finns i norra Finland, så varför inte försöka locka över dem till Sverige, när endast en bro skiljer länderna emellan? Vittangi har ca 8 mil till kommuncentrat, 10 mil närmare än Karesuando och kan lättare attrahera turister från Kiruna än företag från

Karesuando församling (d v s med dagens utbud på aktiviteter och attraktioner). På Kiruna Lapplands hemsida marknadsförs inte ett enda företag från Karesuando, däremot ett antal från Vittangi. Kanske finns det redan en medvetenhet bland företagen i Karesuando om detta.

Medgångarna för turismnäringen i norra Finland beror i hög grad på de miljoner som lagts ner på att marknadsföra orter och dess utbud som destinationer (Pekkari och Oja 2002). Turistföretag i Norrbotten har inte haft samma förutsättningar som i Finland. Här har inte det kapital, den kunskapen, de attraktioner eller den tillräckliga drivkraften funnits till att marknadsföra de olika byarna/församlingarna som destinationer. Snarare marknadsförs de aktiviteter och attraktioner som är kopplade till de ”etablerade” företagen. Detta har medfört att lanseringen av Kiruna kommun, som jag ser det, i större utsträckning drivs av företagets nytta, än hela kommuns eller enstaka orters nytta, vilket har lett till ett för turisterna (mer utspritt och) svåröversiktligt utbud att orientera sig mellan.

Enligt intervjuade berodde bristerna i marknadsföring och avsaknaden av attraktioner i östra Kiruna i jämförelse med Finland på sämre möjligheter till riskkapital samt andra regelverk gällande starta-eget-bidrag i Sverige än i Finland. Sveriges högre momssatser kan också vara en förklaring till varför att de svenska företagen inte klarar av att konkurrera med de finska

När kommunens vision är att stärka besöksnäringen i hela området kan man tycka att de borde ha ansvar för marknadsföringen. Ett annat problem är att området inte ens nämns på Norrbottens officiella turistportal.

8.4 Bidragssystemet passiviserar

Ingen av de arbetslösa som intervjuades sade sig ha försörjnings-svårigheter. Tvärtom fick jag förklarat att östra Kiruna var mycket välmående trots så hög arbetslöshet. Enligt andra som intervjuades var arbetslöshetsersättningen för generös, den tvingade inte de arbetslösa till att söka ett arbete. Men att gå på bidrag var enligt de arbetslösa inte heller en

omtyckt livsstil. Varför gör de arbetslösa och deltidsarbetslösa inget åt situationen kan man då fråga sig? Utifrån intervjumaterialet har jag hittat två förklaringar till hur bidraget passiviserar de arbetslösa och deltidsarbetslösa.

Istället för att flytta och eventuellt hitta ett arbete stannar de arbetslösa kvar i området där de har sina familjer och vänner. Den kategori som flyttar består oftare av kvinnor, eller av män utan platsbundna fritidsintressen, såsom jakt och fiske och utan intäkter från "svartarbeten". De arbetslösa skulle kunna tänka sig att lämna området eller arbetspendla ifall "rätt" arbete dök upp, och inom ett rimligt avstånd från byn, i exempelvis Kiruna eller Gällivare. Dock efterfrågas inte de kompetenser som de arbetslösa har här heller, utan passar bättre mot arbetsmarknaden i större städer, vid kusten eller i södra Sverige, exempelvis inom bygg- eller databranschen. En bidragande faktor till den relativt låga rörelsebenägenheten är också att de har en villa som de inte får sålt, men fortfarande har stora lån på, eller en make/maka med fast anställning och som vill stanna. Bidraget och makans/makens inkomst tvingar inte heller av ekonomiska skäl de arbetslösa att flytta. Väntan på att "rätt" arbete skall dyka upp kan på så sätt bli för evigt. Att starta ett eget företag kan bli en väg bort från AF: s krav på aktivitetsengagemang, oftast inte en väg bort från bidragsberoendet. Bidragen påverkar därför starkt initiativtagandet hos de arbetslösa, vare sig det gäller flytt, arbete eller start av eget företag.

En annan förklaring på hur bidraget passiviserar grundas i att de flesta intervjuade arbetslösa och deltidsarbetslösa männen hade sidoinkomster (ofta "svarta" d.v.s. obeskattade), eller en maka i familjen som arbetade. Familjens sammantagna inkomst blir så pass stor så de arbetslösa inte tvingas söka arbete. De arbetslösa männen väntade istället på att "få" ett arbete som passade dem. Den långa väntan har för många av de arbetslösa lett till en livsstil anpassat efter bidragen. Förtjänsterna av svartarbeten är dock inte så höga så att de arbetslösa kan skapa ett företag på dem. Startar de ett företag mister de även bidragen, får betala skatt för sina tjänster och får mindre utrymme för sina fritidsintressen. Deklarerade säsonganställ-

ningar förekommer, dock inte längre än vad som krävs för att få ut ytterligare bidrag.

8.5 Vem skall utveckla turismen?

Kommunal stöttning kan vara nödvändigt för att utveckla destinationer, speciellt i inledningsfasen skrev Prideaux (2001). Näringslivsbolaget Progressum kan högst ge 5000 kronor i bidrag i kommersiellt syfte och har inget krav på att projekten skall leda till anställningar. Är det inte konstigt att målet är att skapa ”riktiga” arbeten när det inte finns krav på anställningar?

Som det ser ut idag är det AF som styr turismutvecklingen och med bidrag hjälper till att starta upp företag i Östra Kiruna. Men med de förhållanden som råder, d v s med en krympande budget och krav på att få ner antalet öppet arbetslösa skapas huvudsakligen ohållbara företagslösningar. Endast 2 av 16 turistföretag i östra Kiruna gick bra ekonomiskt. Enligt intervjuade skapade bidragen mer konflikter, avundsjuka och ovilja till att samarbeta mellan företag än livskraftiga företag. Jag hävdar att det behövs handlingsplaner över hur och av vem utvecklingen av turistisk utveckling i östra Kiruna skall ske.

Att söka om EU-medel, genom det s.k. Mål 1 för att starta upp turistisk verksamhet hade två av de intervjuade gjort och väntade på beslut. Flertalet av de övriga intervjuade tyckte att regelverket och ansökningshandlingarna var krångliga eller saknade kunskap om dem. Hade kunskapen varit större i östra Kiruna på om hur bidrag ansöktes, hade kanske fler företag haft råd att lansera sina tjänster.

P.g.a. minskande kundunderlag i området sade bankerna nej till utlåning för start av ny verksamhet. Jag anser att utan riskkapital så kommer turismutvecklandet och övrigt företagande i östra Kiruna stå still. AF:s maktinflytande i östra Kiruna kritiserades av flertalet intervjuade. Med brist på riskkapital kommer AF:s maktinflytande att fortsätta vara stark. Detta kan

medföra att invånarnas initiativkraft och handlingsutrymme minskar ännu mer.

Men vem skall starta ett turistföretag egentligen? De som var mest beroende av bidrag, nämligen de arbetslösa, var också de som var mest kritiska till AF. Huvuddelen av de arbetslösa riktade hård kritik mot AF, dess styre och dess bidragssystem för att vara antingen passiviserande, favoriserande eller utan logik. Flertalet av de arbetslösa männen ville hellre ha en ”medborgarlön” på ca 5000 kronor (vissa ännu mindre) istället för bidraget, som var några tusenlappar högre. De kunde då själv utveckla de kompetenser och idéer de hade. Även anställda på AF trodde att ett stort entreprenörskap skulle bryta ut om alla de arbetslösa fick en samhällslön på 5000 kronor i månade istället för det bidrag som gavs ut med krav på aktivitetsengagemang. Holm (2001) menar att oavsett arbetsinkomst blir nettoeffekten av alla transfereringar att individen får en disponibel inkomst, på i genomsnitt ca 8300 kronor i månaden, som en ”medborgarlön”. Detta är mer än 3000 kronor över förslagna belopp. Så varför då inte försöka på något nytt system för de arbetslösa i denna landsdel kan man fråga sig. Än så länge har inte befolkningen i östra Kiruna fått visa vad de kan gällande turistisk utveckling.

8.6 Samarbetsproblematikens många sidor

Prideaux (2001) skrev att en av de viktigaste faktorerna är att etablera en förenad vilja mellan kommuners alla aktörer, företag som allmänheter för att stödja projekten. En gemensam vilja som Prideaux talar om finns inte i östra Kiruna. Huvuddelen av de intervjuade hade negativa attityder gentemot sin omgivning, t e x mot samerna, mot arbetslösa eller mot vissa företagare, men förklarade samtidigt att samarbete var en nödvändighet för att befolkningen i området skulle lyckas med turistisk verksamhet. Jag uppfattade situationen som att det rådde en stor dubbelmoral gällande deras syn på samarbete. Ena stunden pratades det om hur viktigt det var att samarbete och i andra stunden klankades det ner på någon av de tänkta samarbetsparterna. Intervjupersonerna tyckte att avundsjukan var ett stort

problem, men ingen sade sig själv vara avundsjuk. Jag uppfattar därför samarbetsproblematiken snarare som att det finns en misstänksamhet gentemot attityder mellan invånarna än en direkt ovilja till att samarbeta, exempel att icke-samer ”tror” sig vara illa omtyckta av samer och vice versa, och agerar därefter. Vad jag anser saknas i Vittangi och Karesuando församlingar är en mötesplats där områdets aktörer kan träffas för att prata om områdets framtid. Att samerna tycker att andras utvidgande av markanspråk missgynnar dem har jag förståelse för. Om utvecklingen av turism sker i samråd med både samer och övriga befolkningen tror jag att de negativa attityderna till varandra kommer att minska.

En viktig fråga att debattera är: Vad är det som skiljer ett samiskt turistföretag från andra turistföretag? Är det de anställdas kulturarv eller är det innehållet i det som erbjuds som avgör? Om den icke-samiska befolkningen tillåts ta del av den samiska kulturen och använda den i turistiska sammanhang tror jag att många arbetstillfällen kan skapas. Frågan kvarstår dock om den icke-samiska befolkningen kan tänkas göra det och om den samiska befolkningen tillåter det.

Att skapa en förenad vilja hos befolkningen för att utveckla turismen är svårt. Står man som invånare utanför de intäkter som genereras direkt av turismen kan man lätt tycka att näringen inskränker på ens egna intressen. Hos invånarna i östra Kiruna är intresset för friluftsliv stort. Naturen, sjöarna, älvarna, skoterlederna och vägarna är något som invånarna måste lära sig att dela med sig av om turismnäringen skall kunna växa.

9. REFERENSER

Boverket.(2000b): ”Planera med miljömål - en idèkatalog”. Naturvårdsverket (SAMS), ISBN (Boverket) 91-7147-618-0

Butler. R, Hall C.M and Jenkins. J.(1998): “*Tourism and Recreation in Rural Areas*”. John Wiley and Sons Ltd, Chichester.

Elbe. J.(2002): ”*Utveckling av turismdestinationer genom samarbete*”, Uppsala universitet. Uppsala.

Hall. D and Roberts L.(2001):“*Rural Tourism and Recreation: Principles to Practice*”. CAB International. Wallingford.

Hartman. J. (2001): “*Grundad teori*”. Jan Hartman och studentlitteratur.

Kitchin. R and Tate. J. (2000): “*Conducting research in Human Geography: Theory, Methodology and Practice*”, Pearson Education Limited. Edingburgh.

Lordkipanidze, M (2002): “*Enhancing entrepreneurship in rural tourism for sustainable regional development*”. Lund.

Pettersson, R. (2001): “*Sami Tourism – supply and Demand*”: Two Essays on Indigenous Peoples and Tourism in Sweden. Vetenskapliga bokserien 2001:8, Etour, Östersund.

Pettersson, R och Lindahl (2002): ”*Turism- Hot eller möjlighet för den samiska kulturen?*”. Slutrapport för projektet ”*ökad kunskap genom turism*”. Utredningsserien 2002:9, Etour, Östersund.

Prideaux, B (2001): *“Building visitor attractions in peripheral areas- Can uniqueness overcome isolation to produce viability?”* John Wiley & Sons, Ltd.

Sundberg. L.(2000): *“A Holistic Approach to Competence Development”*, Research Paper, John Wiley and Sons, Ltd. Stockholm.

Viken. A (2001): *”TURISMEN adjonger og trender”*. Gyldendal Förlag. Oslo

9.1 Internetadresser

Kiruna Lappland (2003): <http://www.lappland.se/>. Kiruna Lappland Ekonomiska Förening. 2003-05-10.

Regionfakta(2003)
<http://www.regionfakta.com/norrbotten/kommun/Kiruna/kiruna.htm>.
Länsstyrelsen i norrbottens län. 2003-06-08

Tourist (2003): <http://www.tourist.se/> “Fakta om svensk turism”
Turistdelegationen. Stockholm. 2003-05-25

Kiruna (2003): <http://www.kiruna.se/> Kiruna Kommun. 2003-06-10.

Turism Norrbotten (2003): <http://turism.norrbotten.se/>. Norrbotten/ Lapplands ekonomiska förening. Mats Åström. 2003-05-25.

Nutek (2003):<http://www.nutek.se/sb/d/168/a/671>. 2003-11-30

Mål 1 (2003): <http://www.mall.nu/>. Länsstyrelsen i norrbottens län. 2003-06-08.

Mål 1 SÖD (2003): <http://www.z.lst.se/eu/index.htm>. Södra Skogslänsregionen
2003-11-05

LAN (2002):
<http://www.ams.se/admin/Documents/norrbotten/Kiruna/kirunarapport.pdf>.

”Arbetsmarknadsrapport Kiruna Kommun”. Länsarbetsnämnden Kiruna. 2003-06-05.

Pekkari och Oja (2003):

http://www.ams.se/admin/Documents/LAN/Norrbottnens_lan/Lansarbetsnamnden/utvarderingar/upplevskr.pdf ”Arbeta för nöjes skull i norrbottnen”:
Länsarbetsnämnden Norrbotten. 2003-09-15.

Lapland Online (2003): <http://www.lapland-online.com>. Fenno Ultima - Lapland Destination. 2003-05-25

Gudmundson,A(2003):

<http://www.etour.mh.se/5.c79809f5b0471bfd7fff2649.html>. Etour. 2003-09-25

Turistdelegationen (1996): <http://www.sverigeturism.se/forst/handprg3.htm>.
2003-09-25

WTO (2003): <http://www.world-tourism.org/>. 2003-05-01

SRF (2003) <http://www.sapmi.se/ssr/> Samernas Riksförbund. NG.Labba. 2003-08-20.

Sametinget (2003) <http://www.sametinget.se/>2003-05-01

Graffman (2003): <http://www.graffman.se/downloads/VartEnResa.pdf>. “Värt en resa” Kraftprocessen. Graffman AB 2003-05-05

Progressum (2003) <http://www.progressum.se/>2003-05-11

Vittangi turism (2003): <http://www.vittangiturism.se/> 2003-05-01

