

1. Innledning/bakgrunn

Det er inspirasjon fra St meld 21 (2005-2006) "Hjarte for heile landet. Om distrikts- og regionalpolitikken" (Distriktsmeldingen), som har satt fart i tankene om et pilotprosjekt innen Småsamfunnssatsing i Andøy.

Nordland fylkeskommune skrev 190606 til alle fylkets kommuner med anmodning om innspill i forbindelse med at Nordland fylkesting ville behandle sak om småsamfunnssatsing under fylkestingssamlingen i oktober 2006.

Andøy kommune gjorde innspill til fylkeskommunen 110806.

Fylkestinget drøftet i oktober 2006 det videre arbeidet med småsamfunnsoppgavene i Nordland, og vedtok bl a følgende:

"Fylkestinget åpner for medvirkning fra øvrige småsamfunn, uavhengig av kommunegrenser, forutsatt at aktuelle prosjekt/tiltak ansees å ha vesentlig betydning for å opprettholde bosettinger, samt ha stor overføringsverdi for tilsvarende områder."

Nordland fylkeskommune, Nærings- og samferdselsavdeling har i brev av 04.01.07 gitt positiv respons på Andøy kommunes innspill, og avslutter brevet slik:

"Vi ser gjerne at Andøy kommune viderefører arbeidet med det skisserte pilotprosjektet, og presenterer dette som et forslag til tiltak innenfor småsamfunnssatsingen. Søknaden bør utformes med grunnlag i en gjennomarbeidet prosjektbeskrivelse med tilhørende angivelse av bl a kostnader og forslag til finansiering."

2. Stortingsmelding nr 21 "Distriktsmeldingen"

Stortingsmeldingen er en "inspirerende ordre". Verdigrunnlaget til regjeringen er at det skal føres en aktiv distriktspolitikk, og fremelske samordning mellom ulike politikkområder. Det er et sterkt ønske at bruk av ulike virkemiddel skal føre til tilflytting til distriktene.

Det er mye som tyder på at dersom samhandlingen mellom kommune, næringsliv og de mange kreative arbeidsomme innbyggerne blir bedre (inspirerende), er det mange positive tiltak som kunne vært gjennomført.

I de fleste distriktskommunene er det til dels sterk nedgang i folketallet, og det fødes færre barn.

En rekke småsteder i Finnmark, Troms og Nordland er dømt til å gå under de nærmeste 10 til 20 årene på grunn av lave fødselstall og høy utflytting. Ungdom, og særlig unge kvinner, vil fortsette å søke til mer sentrale strøk for å ta utdanning.

Tall fra Statistisk Sentralbyrå, fra undersøkelser ved Universitetet i Tromsø og fra Norsk Institutt for By- og Regionforskning peker alle i samme dystre retning: Mot avfolking av

utkantkommunene fra Sogn og Fjordane i sør til Finnmark i nord. Utsiktene er mørkere jo lenger nord man kommer.

Det fødes nå ca 1.500 barn i Nord-Norge hvert år, mot ca 7.000 i begynnelsen av 70-årene. Arbeidskraft vil derfor i framtiden bli et hovedproblem for kystfylkene, spesielt i de nordligste fylkene.

Andøy kommune har tapt 100 innbyggere pr år i 30 år = 3.000. Nå er innbyggertallet ca 5.100.

Det er en utfordring å medvirke til omstilling og utvikling av konkurransedyktige bedrifter i distriktene.

Stortingsmeldingen gir kommunene ansvaret for å sette fokus på utvikling i bygdene.

Arbeid, inntekt og servicetjenester er ikke nok for å få nye innbyggere/hindre fraflytting. Boforhold, landskapet, butikktilbud osv bidrar også til å trygge bosettingen. Kulturtilbud, friluftsopplevelser, nettverk for omsorg, møteplasser osv har også betydning.

Det har gjennom mange år vært stor avskalling av bygdebutikker. Vi ser nå eksempler på at unge, velutdannede kvinner vil overta butikken i bygda. Hva gjør kommunen for å hjelpe disse? Hva gjør det øvrige virkemiddelapparatet?

Regjeringen vil at kommunen skal være samfunnsutvikler, altså en rolle utover å være gode forvaltere og tjenesteprodusenter. Dette vil kreve allsidig arbeid for å utvikle næringslivet og skape attraktive samfunn.

3. Hva ønskes oppnådd (mål) gjennom dette pilotprosjektet?

Andøy kommune ønsker at bygdebutikkene skal få en ny rolle.

Dette skal oppnås gjennom nært samspill fra den lokale bygdebutikken, det lokale næringslivet og bygdefolket. Disse skal sitte i førersetet gjennom dette utviklingsarbeidet. Butikken skal videreutvikles til det naturlige kontaktpunkt for alt av positive tiltak i bygda. Siden folketallet på bygdene reduseres, store butikkjeder driver en hard kamp for å tiltrekke seg kunder fra distriktene, må det utprøves samarbeidstiltak, som godt kan karakteriseres som ”lokal mobilisering”.

Det er erfart fra flere samfunn i Sverige at når butikken blir lagt ned, øker omsorgskravet fra bygdefolket mot kommunen. Dette betyr som kjent økte utgifter i kommunens regnskap. En slik utvikling er det ingen som ønsker seg, og det vil være nyttig gjennom et slikt pilotprosjekt å vinne erfaring gjennom 2-3 års forsøk.

4. Tiltak.

Det overordnede målet er å øke forståelsen i befolkningen, hos det lokale næringsliv og hos kommunens administrasjon og politikere for hva dagligvarebutikken har å si for lokalmiljøet – og totalt sett for Andøy kommune. Videre sette bygdebutikken inn i en ny rolle, som et virkemiddel i en evig kamp om positiv utvikling på landsbygda.

Som en del av dette, ønskes følgende tiltak prøvd ut/iverksatt/belyst knyttet til bygdebutikkene i Risøyhamn, Åse, Dverberg, Nordmela og Bleik i Andøy kommune:

- a) Det konkrete lokalmarkedet for dagligvarer og beregning av handelslekkasje.
- b) Analyse av drifta av hver enkelt butikk, med konkrete forslag til forbedringstiltak.
- c) Involvering av kommuneorganisasjonen, lag/foreninger og lokal befolkning.
- d) Kartlegge/gå i dybden på hvorfor det er 90% kvinner som etablerer bygdebutikker, og som står for driftsansvaret. Det er stadig flere yngre og velutdannede kvinner som overtar bygdebutikker. Hvorfor er det slik at dette overveldende store antall kvinnelige etablerere nesten ikke får nytte godt av distriktpolitiske virkemidler fra bl a Innovasjon Norge? Det må antakelig være såkalte ”føringer, policy og holdninger” fra de enkelte styrene i Innovasjon Norge, som har fått til dette. (Det er eget styre for Innovasjon Norge i hvert enkelt fylke).
- e) Det skal gjennomføres temamøter i kommunestyret om handel i utkantstrøk, herunder betydningen av bygdebutikker og dens rolle i distriktsutviklingen.
- f) Det er et faktum at kommunene deltar i forskjellige innkjøpsordninger. Alle innkjøp fra Andøy kommune skal kartlegges, med det mål å få handelen kanalisert gjennom bygdebutikkene, der den er noenlunde konkurransedyktig (pris, service, leveringsdyktig o.a.). Andøy kommunestyre har i 2006 vedtatt å gå ut av en fylkeskommunal innkjøpsordning. Motivasjonen for dette var politikernes ønske om å spille på lag med lokalt næringsliv, og bidra til at lokalt næringsliv kunne konkurrere seg til leveringsavtaler.

Noen påstår at kommunen sparer på å være med på en fylkeskommunal innkjøpsordning/annen innkjøpsallianse, som i stor grad ekskluderer bygdebutikkene.

Bygdebutikkene har direkte tap, som har indirekte negativ innvirkning for andre og kommunen. Så her er det om å gjøre å få frem kunnskaper og felles forståelse for hva som totalt sett er best for Andøy kommune og dets befolkning.

Ett år etter kommunestyrets vedtak, er ikke mye forandret. Det antas at kommunens innkjøpere ennå ”rir” på gamle kontrakter, og begrunner dette med at det ikke er administrativ kapasitet til å gå i konstruktiv dialog med lokalt næringsliv, og at det er hensiktsmessig å føre

videre gammel innkjøpspraksis. Hvis dette er tilfelle, betyr det at kommunestyrets vedtak om å handle lokalt, ikke blir gjennomført.

Det kan nevnes at MERKUR-programmet (merkantilt kompetanseprogram for utkantbutikker – www.merkur-programmet.no) har pågang forskning på dette området, og pilotprosjektet i Andøy vil sørge for nær kontakt med MERKUR.

I dette pilotprosjektet tenker man å få til rutiner, slik at bygdebutikkene og annen handel i utkantstrøk, innenfor statlige regler for offentlige innkjøp, kommer i posisjon for å kunne bidra til mer lokal handel.

Dersom dette lykkes, antas det muligheter for at statlige og fylkeskommunale virksomheter (bl a forsvaret, psykiatriske behandlingssteder og videregående skole) også kan bli inspirert til å anstrenge seg til å gjøre sine innkjøp lokalt.

- g) Den nye rollen til bygdebutikken må få kraftig statusheving. Det må nøye vurderes hvordan denne utviklingen skal synliggjøres, herunder hva som ligger bak de holdningene som er etablert i forhold til samspillet med bygdebutikken. Butikkens vurderinger i hva slags gevinst som ligger i dette samarbeidet for butikken, og ikke minst i hvilken grad butikkens ansvarlige driver, eller andre knyttet til butikken, kan fungere som en utviklingsaktør i egen bygd, blir en spennende øvelse.
- h) Bygdebutikken må få rollen som utviklingsaktør! Hvem ellers? I St meld nr 21 ”Distriktsmeldingen” har Regjeringen bedt om at kommunene tar rollen som utviklingsaktør. Det kan nok kommunen vedta – og klare. Men, kommunen er fullstendig avhengig av at det tas lokalt ansvar. Her kommer bygdebutikken inn. Det er en fellesvirksomhet, som både næringsliv og vanlige innbyggere kan identifisere seg med. Alle trenger flatbrød, ost, tørkepapir og melk!

Vi vet at kvinner i stor grad leder slike distriktsvirksomheter. Det skal utvikles tiltak i samarbeid mellom butikk og kommune mot det naturlige marked for bygdebutikken. Her vil også butikkjedene bli trukket inn i et kreativt arbeid.

- i) Vi vet at det er kapasitetsmangel i kommunen til å gå løs på nye tiltak, som både kan spare kommunen for utgifter, men også utvikle tjenester som befolkningen kan oppfatte som bedre enn dagens tilbud, og der bygdebutikken kan være kontaktpunkt/ha en rolle. Pilotprosjektet skal ha legitimitet til å gå løs på dette området.

- j) Samspillet mellom bygdebutikken, lokalbefolkningen og kommunen vil være avgjørende ”å kode”. Her vil man ha rede på hvilke forhold som hindrer samspillet, og derved kan bidra til å ødelegge butikken som viktig distriktsvirksomhet, og hvilke forhold som kan styrke samspillet. Det er en innbitt patriotisme i bygdene. Det ser vi under 17. mai feiring, St hans feiring, juletreffesten, store dugnadsinnsatser på bygdas samfunnshus, under sauesanking eller når noen mennesker har det vanskelig. Hjelpsomheten er stor, og det står ikke på penger når noe skal gjøres for felleskapets i bygda.

Pilotprosjektet skal gå mer i dybden på dette fenomenet, for å kunne utvikle en bedre forståelse for den rollen bygdebutikken har - og at vi ønsker å samhandle om å utvikle butikken inn i *en ny synlig utviklingsrolle i bygda*. Butikken er det naturlige treffsted, men det kan være fare for at dette treffstedet blir bort dersom ikke det utvikles en felles forståelse for butikkens betydning, og at det utvikles et mer patriotisk handlemønster hos bygdefolket.

- k) Det er svært få kommuner – ja, kanskje ingen - som har tatt initiativet til å sette bygdebutikken skikkelig på dagsorden, altså få den til å bli et politisk tema. Staten v/Regjeringen har gjort det. I forbindelse med behandlingen i Andøy kommunestyre om kommunal innkjøpspolitikk, var det imidlertid mange gode innlegg på denne fronten. Derfor mener jeg Andøy kommune ligger godt an i å bry seg om denne problematikken, og derved skulle være i stand til å kjøre et pilotprosjekt. Den betydelige plassen MERKUR-programmet har i KRD's distriktssatsing – og i St meld nr 21 ”Distriktsmeldingen”, viser at sentrale myndigheter ønsker at mer skal skje.

For butikkene er det antakelig ubegripelig at de kommunale innkjøpere (etatssjefene) ikke vil legge mer vekt på dette - dvs å være proaktiv i forholdet til bygdebutikken. Det kan se ut som om etatsjefene ikke forstår hvilke små marginer bygdebutikken har å drive under, og derved ikke forstår hvilken viktig rolle de har med å kanalisere handel til disse virksomhetene. Det kan se ut som om offentlige innkjøpsregler (og mer eller mindre kjennskap til disse reglene) er en trussel mot innkjøpere, og at de er redd for å ta et

initiativ i et samspill mellom kommune og disse distriktsbedriftene, som vil være et svært viktig tiltaksarbeid. Det er ikke helt ”svart” i Andøy kommune, men butikkene hadde gjerne sett en mer proaktiv holdning. Andøy kommune har negativ befolkningsutvikling, derfor er kommunen i en ny situasjon. Det er derfor viktig å få til en holdningsendring, hvor det er like viktig å sørge for at kommunens bygdebutikker får gode arbeidsbetingelser, enn å ha ”dobbelvakt” ovenfor paragrafer i offentlige innkjøpsregler. Her har lederne et viktig lederansvar. Vi må se totalt på utviklingen av Andøy kommune.

Et viktig tiltak vil være at de kommunale innkjøpere kartlegges av hver etatssjef/innkjøpere (sentraladm, helse/omsorg, plan/utvikling og oppvekst/kultur). Pilotprosjektet skal klarlegge hvordan de offentlige innkjøpene kan gjøres for at man skal gå lovlig til verks. Dette arbeidet vil kunne vise vei til andre offentlige og private innkjøpsorgan (f eks forsvaret, energiverk, fylkeskommunale psykiatriske senter, videregående skole oa).

- 1) Nye servicefunksjoner. Pilotprosjektet skal kartlegge de servicefunksjoner forskjellige kommuner og organisasjoner i inn- og utland har lagt ut i bygdebutikken. Dette er viktige erfaringer (politiske vedtak og iverksetting av vedtak), som har med å bedre

Flere studier av familier som har flyttet tilbake til kommunen, viser at servicefunksjoner på stedet er av betydning for hvordan en vurderer ei bygd som attraktiv eller ikke. De viktigste av slike tilleggsfunksjoner har til nå vært post i butikk og tipping. Ingen av disse servicefunksjonene bestemmes av kommunen. En annen type tilleggsfunksjon bygdebutikken har, er å være den naturlige møteplassen for stedets innbyggere. Spesielt er denne funksjonen viktig der andre naturlige møteplasser er borte – f eks skole, bank, kafè oa.

Uformell sosial kontakt er viktig - som å treffe venner, naboer og sambygdinge - uten å avtale dette på forhånd - oppleves som et gode, samtidig som flere arenaer og hverdagssituasjoner, der slik sosial kontakt skjer, forsvinner. Andre og nye servicefunksjoner, som ønskes utprøvd, tas sikte på å bli innenfor omsorgssektoren, i forhold til lag/foreninger (frivillig sektor), kontaktpunkt til kommuneadministrasjon (herunder Næringsavdelingen) og på andre områder. Veien blir ofte til mens vi går!

Det er viktig å være enige om å stille midler til disposisjon, slik at slikt lokalt tiltaksarbeid får en sjanse til å bli utprøvd. Det er et gjensidig avhengighetsforhold både mellom kommune og bygdebutikken, og mellom lokalbefolkningen og bygdebutikken, hvor alle tre aktører har interesser i at butikken eksisterer. Det betyr også at hver av aktørene har, eller kan ha, interesse i å bidra til at bygdas butikk opprettholdes, og derfor er villige til å handle på en slik måte at det bidrar til at lokalsamfunnet fortsatt kan ha en butikk på stedet. Som f.eks. å gjøre sine innkjøp regelmessig i den butikken som er i bygda, til tross for at de samme varene kan kjøpes billigere i sentrumsbutikker, eller at kommunen legger servicefunksjoner til bygdebutikken eller kjøper varer gjennom disse.

m) Det er lav etablerertakt i distriktsutbyggingsområdene i landet.

I flg. Distriktsmeldingen (St. meld. nr. 21 2005-2006) er det opplyst at mange kommuner innen distriktsutbyggingsområdene har problemer med svært lav etablerertakt. Gjennom sterk spissing på bygdebutikken, som det samlende punkt i bygda, og som er en virksomhet som krever kontinuerlig hardt arbeid for å overleve, vil man kunne inspirere andre til å komme frem med sine idèer til utvikling. Dette kan være nye impulser i form av attraktive arbeidsplasser og tjeneste- og kulturtilbud til glede for lokalbefolkningen og besøkende. Det er en særlig utfordring å gjøre bygdene attraktive for unge i etablererfasen og spesielt for kvinner. Det nye regelverk for regionalstøtte i EØS-området, som gjelder fra 2007, åpner for å gi støtte til ulike typer driftsutgifter i nye etablererfasen for bedriftene. Så er det bare om å gjøre at fylkeskommunen og Innovasjon Norge tar dette inn over seg, slik at disse distriktsutviklingsmidlene blir innrettet slik at vi kan se praktisk nytte av det ute i kommunene.

De nye støttereglene åpner for å løse likviditetsproblemer til nyetablerte i den første tiden etter oppstart, og åpner for å følge bedriften lenger ut i den vanskelige oppstartingsfasen, der vi vet at de fleste bedriftene må gi opp.

Pilotprosjektet i Andøy skal ta spesielt vare på de nyetablerte, som sokner til bygdebutikkens nærområde, og sammen med kommunens tiltaksapparat få fatt i disse utviklingsmidlene. Det er også bebudet ekstraordinære virkemidler til kvinnelige etablerere.

Bygdebutikken og dets eier/driver kjenner sitt område og sine innbyggere godt. I mange år har de fulgt folket, og kjenner den formalkompetanse, realkompetanse og grynderånd som folk besitter.

Pilotprosjektet vil kunne prøve ut i hvilken grad kreftene i og rundt bygdebutikken vil kunne bety nye betalbare tilleggstjenester til butikken, samt butikkens rolle for å oppnå konkrete resultat på etablererfronten.

n) Heie frem de gode eksemplene.

Bygdebutikken vil fortsatt være et møtested hvor folk snakker om de dyktige i bygda, og hva de har bidratt med for å utvikle bygda. Det vil også være et treffsted, hvor også ”tvilsomme” nyheter blir debattert. F eks hvis næringssjefen har blitt tatt for fyllekjøring, eller sognepresten tatt for butikktyveri!

Vekst og utvikling i småsamfunn har større muligheter dersom det er en oppriktig glede i folket til å ”heie frem” enkeltpersoner, som vil noe positivt. Det er her bygdebutikken kan spille en nye og viktig rolle, ved å være nyhetskanal for ”den gode historien”:

At Aminda har tenkt å bygge sin femte turisthytte, at Birgitte satser på minst én fiskerett hver dag i kaféen, at Ulf sine grisepurke nå har fødd frem nye 190 grisunger, at Olaf nå ”trør tel” med ny fiskebåt, eller at Jensine har pågang sitt fjerde barn - ja, alt dette er verdifulle og inspirerende nyheter!

o) Bygdebutikken skal kobles til MERKUR sitt kompetansehevende program for utkantbutikker - finansiert over KR D’s budsjett. Alle som har deltatt i dette programmet - ca 700 butikker i Norge - har hatt større fremgang (oppslutning og økonomisk) enn tilsvarende bygdebutikker, som ikke har deltatt.

Pilotprosjektet skal gi kommunens bygdebutikker innpass i dette programmet.

p) Kollektive goder er det mange av. Noen har kommunen og andre offentlige ordninger sørget for, mens noen slike goder produseres av bygdebutikken – gratis! På en måte er det biprodukt av deres næringsvirksomhet. Bygdebutikken kan altså forstås som en viktig faktor for å vedlikeholde et lokalsamfunn, og bør derfor betraktes som en infrastruktur, som bidrar til å hindre fraflytting. Det er forskere som karakteriserer bygdebutikken som en ”samfunnsentreprenør”. Den spesielle rollen bygdebutikken har i utkantstrøk, som i stor grad får lavere befolkningstall og en stadig eldre kundemasse, er verdifull. Ut fra dette kan det derfor argumenteres med at kommunen bør innta en aktiv rolle for å bevare bygdebutikken. De bidrar til spredt bosetting. Det er også slik at service i utkantene er positivt i reiselivsmessig sammenheng, både for hytteeiere og annen type turisme.

Pilotprosjektet skal prøve ut en direkte involvering av hyttefolk, som et stadig viktigere kundegrunnlag. Ressurssterke hyttefolk ønsker å investere/bidra på en positiv måte i sine

rekreasjonsområder. Pilotprosjektet har en utprøvningsrolle på denne sektoren, gjennom målrettet arbeid.

q) Pilotprosjektet skal spesielt utvikle tiltak som hever alle medarbeideres kompetanse. Det er et faktum at 90% av sysselsatte/ledere i bygdebutikker er kvinner. Det vil derfor også være viktig tiltak å finne ut hvilke forhold som bør strykes for at kvinner får ytterligere inspirasjon og glød til å utvikle bygdebutikken. Det faretruende signal om mindre og eldre kundegrunnlag, kan neppe være av det mest inspirerende for de som driver bygdebutikk.

r) Nordland har ei grunnleggende utfordring i forhold til utvikling i folketallet og sammensetning av befolkningen med hensyn til alder og kjønn. I de fleste kommunene i fylket er det kvinneunderskudd. Dersom vi skal greie å opprettholde hovedtrekkene i bosettingen, og få til en mer positiv og balansert befolkningsutvikling i fylket, må fylkeskommunens næringsutviklingsarbeid legge til rette for et næringsliv, som også gir arbeid og interessante utfordringer for kvinner. Dette er fylkesråd for næring og samferdsel Sonja A Steen meget klar på. Slik vi i Andøy ser det, er samarbeidet med Nordland fylkeskommune meget godt – det samme med Innovasjon Norge. Begge organ kan imidlertid med fordel se i gjennom sine virkemidler på nytt, og da ut fra at store deler av kvinnelige etablerere holdes i trygg avstand fra de distriktpolitiske virkemidlene. Det er stort sett mannfolk som drar av gårde med pengene, og det er ikke likestilling. En av årsaken til dette er at kvinner i stor grad satser innen handel- og servicenæringen. Av en aller annen grunn har i hvert fall Innovasjon Norge nærmest ”svartelistet” tiltak innen varehandel og service. Dette er til stor frustrasjon hos kvinner, og bidrar ikke til positive vibrasjoner.

For å få til ei mer synlig og resultatorientert satsing på kvinner, iverksatte Nordland fylkeskommune ei strategisk kvinnesatsing i Nordland i 2004 med utgangspunkt i Kvinnemeldinga og den påfølgende fylkestingssaka (sak 131/03). Det er tvil om at bygdebutikken, der det i hovedsak er kvinner som satser/har sitt arbeid, har merket noe til eventuelle gunstige finansieringsordninger.

Pilotprosjektet vil kunne kartlegge og fremme forslag, slik at det fra utkantkommuner kan komme innspill til forandringer av virkemiddelbruken.

s) Entreprenørskap.

Regjeringen vil utvikle en nasjonal handlingsplan for kvinnelige entreprenører, og opprette finansieringsordninger, som særlig stimulerer til innovasjon og entreprenørskap for kvinner (Regjeringens næringspolitikk). Det vil være viktig for pilotprosjektet å få kunnskap om disse nye virkemidlene, å klarlegge hvordan store deler av handelen i utkantstrøk skal innrette seg - samt nyttiggjøre seg gode ordninger.

t) Det er avgjørende for suksess for bygdebutikken at kommunens kontakt med butikken blir bedre. Pilotprosjektet vil foreta intervju med nøkkelpersoner i kommunen og butikkinnehavere, for å få et bedre innblikk i hvordan et samarbeid må være, som gagnar butikken på en positiv måte.

5 Kostnader

Lønn til bygdeinspirator (prosjektleder)	350.000
Feriepenger, 12%	42.000
Arbeidsgiveravgift, 5,1%	20.000
Pensjonsutgifter, 12,5%	49.000
Telefon	10.000
Reiseutgifter	25.000
Kontorhold, lys, oppvarming	80.000
Møteutgifter	20.000
Kunngjøring/markedsføring	20.000
Diverse uforutsette utgifter	14.000
SUM	630.000
Konkrete tiltak i 5 butikker	170.000
Totale utgifter pr. år	800.000

6 Finansiering

Tilskudd fra KRD/Nordland fylkeskommune	600.000 (75%)
Tilskudd fra Andøy kommune	100.000 (12,5%)
Butikkene betaler	100.000 (12,5%)
Totalt	800.000

7 Ansvar og oppgaver

Andøy kommune er ansvarlig for endelig prosjektplan, organisering og gjennomføring av arbeidet, og for rapportering til fylkeskommunen og andre.

8 Bakgrunn

Andøy kommune har tapt 100 innbyggere pr år i 30 år = 3.000 personer. Antakelig er Andøy den kommunen i landet som har hatt det høyeste relative tilbakegangen i folketallet de siste 30 årene.

Vi er ikke tilgodesett med statlige investeringer/virksomhetsetableringer utenom det som forsvaret har ansvaret for. Historien forteller at dette er tvilsomt å basere sin fremtid på. I det ene året legger forsvaret ned virksomheter, mens det andre året foretas til dels store investeringer, uten at det gir seg særlig utslag for nye arbeidsplasser/innbyggere. Mye tyder på at omstillinger i forsvaret har bidratt sterkt til en negativ befolkningsutvikling.

Småsamfunnsatsingen/pilotprosjektet vil kunne være med på å revitalisere de kreftene som er i bygdene, samt synliggjøre det potensialet som ligger i de mange ressursene. Det er de menneskelige og naturbaserte ressursene som sannsynligvis vil være basis for vår virksomhet i fremtiden. Vi tror ikke på at en statlig og/eller fylkeskommunal etablering vil komme til kommunen i overskuelig fremtid.

9 Visjon for næringsutvikling i Andøy kommune

Vilje til omstilling og utvikling gjennom samarbeid og bruk av alle naturgitte ressurser.

10 Mål for næringsutvikling i Andøy kommune

Andøy kommune skal være en attraktiv medspiller for næringslivet i arbeidet med å fremme et vekstkraftig, konkurransedyktig og lønnsomt næringsliv, som kan øke verdiskapingen, og derved skape grunnlag for sysselsetting og fortsatt velferdsutvikling.

Småsamfunnsprosjektet (pilotprosjektet) vil være vesentlig i denne sammenheng.

11 Prosjektorganisering

Prosjektets eier er Andøy kommune.

Næringsstyret vil peke ut et prosjektstyre (styringsgruppe).

Prosjektstyret vil peke ut en prosjektansvarlig (PA).

Det vil bli tilsatt bygdeinspirator - prosjektleder (PL).

12 Prosjektledelse

PA er den som har ansvaret for:

- Småsamfunnsprosjektets totale økonomi.
 - At det er samsvar mellom prosjektplan og mål.
- Overordnet kvalitetssikring.

- Gjennomføring av beslutningspunktmøtene.

PL er den som har ansvar for:

- Operativt prosjektarbeid.

Gjennomføring av prosjektplanen, herunder de krav som ligger i å involvere deltakende bygdebutikker, lag/foreninger/bygdefolk, lokalt næringsliv, MERKUR-programmet og andre som det vil være naturlig å involvere.

13 Økonomiske ressurser

- Pilotprosjektet vil ha en total økonomisk ramme på kr 800.000 pr år i 2 år, med mulighet for forlengelse et tredje år. For å klare gjennomføringen av pilotprosjektet, må en klare å få Nordland fylkeskommune/KRD med på en 75%-finansiering.
- Det er en forutsetning at Andøy kommune, gjennom sitt Næringsstyre, forplikter seg i prosjektet med inntil kr 100.000 pr år. Kommunen vil kunne tilby kontor og møterom, og gjennom dette fakturere budsjetterte utgifter til dette.
- Deltakende butikker har forpliktet seg til kontant deltakelse hver med kr 5.000 pr år. Det øvrige vil være ut fra de konkrete tiltak, som ikke kan forutsettes å være de samme for hver butikk. Et totalt beløp er her satt til inntil kr 20.000 pr år pr butikk.
- Andøy kommune vil i tillegg ha kommunale aktører (næringssjef, næringsmedarbeider, jordbrukssjef og de tre kommunalsjefer), som vil være en indirekte utgift som kommunen påtar seg.

14 Beslutningspunkter, oppfølging og milepæler

Et beslutningspunkt (BP) er en sentral aktivitet i Småsamfunnsprosjektet, der PA må ta en prinsipiell beslutning om konkrete tiltak skal videreføres eller avsluttes. Det er alltid minst to BP i en prosjektfase: ved start av operativt prosjektarbeid, og ved avslutning. PL vil ha nær kontakt med PA, som igjen er ansvarlig for at styringsgruppen er informert. I et slikt pilotprosjekt, vil det være naturlig med hyppige møter i styringsgruppen, hvor PL alltid deltar.

15 Kritiske faktorer

En kritisk faktor er en faktor som vil påvirke gjennomføringen av pilotprosjektet/Småsamfunnsprosjektet, herunder at man ser at resultater uteblir helt eller delvis.

Slike faktorer kan være:

- Manglende forpliktende deltakelse fra bygdebutikkene, herunder ikke gjennomfører de tiltak som anbefales/bestemmes, ikke deltar i kompetansehevende program gjennom MERKUR-programmet og/eller sine kjeder.
- At Andøy kommune ikke klarer å kartlegge alle sine innkjøp og innkjøpskanaler, og ikke klarer å lage en plan/system hvor bygdebutikker nyter godt av årlig forbruk i kommunal virksomhet.
- At bygdelag/foreninger ikke tar dette på alvor, og at det ikke blir et fruktbart samarbeide mellom bygdeinspiratoren og bygdefolket.