



Velkommen til

hyttefolk.no



Hyttefolk = nyttefolk?

Resultater fra en spørreundersøkelse blant hyttefolk
i Tinn kommune og Øyfjell, Vinje kommune
høsten 2007

Av Ingeborg Nordbø

Forord

Følgende rapport er et resultat av en spørreundersøkelse i regi av prosjektet "Hyttefolk". Prosjektet "Hyttefolk" er et samarbeidsprosjekt mellom Vinje og Tinn kommuner og Telemark Fylkeskommune i fjellregionsamarbeidet i Telemark. Prosjektet er finansiert av Småsamfunnssatsingen i KRD og de to kommunene selv. Spørreundersøkelsen ble gjennomført i månedene oktober-desember i Tinn og oktober-januar 2007/8 i Øyfjell, Vinje.

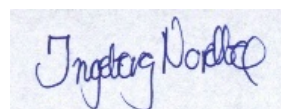
Hyttedebatten i media verser ofte rundt hyttefolk som "konfliktskapere" og "inntrengere" vis a vis lokalbefolkning og lokalsamfunn, og vi hører litt om tilspissede konflikter mellom hyttefolk og grunneiere, hyttefolk og naboer, hyttefolk og andre næringsinteresser, hyttefolk og natur- og kulturminnevern, osv. Gjennom fremstillingen skapes et bilde av hyttefolk som egosentriske og snobbete individualister som kun er ute etter egen vinning og etter å kare til seg større hytte og større tomt, flere skiheiser og lavere renovasjonsavgifter. Kontakten med lokalbefolkningen ser ut til å være gjennom krangling med naboen over "hagegjerdet" og mekling i konfliktråd.

Vi møter overraskende få slik hyttefolk i denne rapporten. Snarere møter vi en rekke hytteeiere som på forskjellig vis viser en genuin interesse for hyttekommunen, og som også gjerne bidrar med sin kompetanse for å utvikle lokalsamfunnet. Vi møter et hyttefolk som ønsker at lokalbefolkningen og lokalsamfunnet vil se på dem som en ressurs og som er opptatt av å gi mer tilbake enn hva de "tar ut". Ønsker du å lære mer om *denne typen* hyttefolk? Ja, da er du velkommen til å lese med.

Rapporten inneholder mye spennende informasjon, og viser at det finnes mange hytteeiere som har både interesse, kompetanse og vilje til å "gjøre en forskjell" innenfor en rekke områder (kultur, fritid og næringsliv) i lokalsamfunnet. Det store spørsmålet er nå som en av hytteeierne så treffende uttrykte det: *"Hva ønsker lokalbefolkningen med hyttefolket? Er vi velkomne?"* Undersøkelsen har ingen verdi hvis den ikke nå blir brukt og fulgt opp på en hensiktsmessig og god måte!

Undertegnede har hatt det faglige ansvaret for utforming av spørreskjemaer, bearbeidelse og analyse av empirien samt rapportutarbeidelse, og vil benytte anledningen til å takke prosjektlederne, arbeidsgruppe og styringsgruppe for et godt samarbeid. Og sist, men ikke minst rettes det en stor takk til hyttefolket i Tinn og Øyfjell, og alle som har deltatt ved å fylle ut og returnere spørreskjemaer! En svarprosent på henholdsvis 43 % (Øyfjell) og 47 % (Tinn) viser i seg selv et stort engasjement!

Rjukan 25/3 2008



Ingeborg Nordbø
Faglig ansvarlig

Innhold

FORORD.....	2
1. MÅLSETNINGER, METODE OG SAMMENDRAG	5
1.1 BAKGRUNN OG MÅLSETNINGER	5
1.2 VALG AV DATAINNSAMLINGSMETODE.....	6
1.3 UTFORMING AV SPØRRESKJEMA.....	7
1.4. BEGREPSAVKLARINGER OG SVARPROSENTER	9
1.5 SAMMENDRAG OG ANBEFALINGER	10
2. HYTTEFOLK I TINN	13
2.1 HYTTEFOLKET I TINN	13
2.1.1 HVOR I TINN "BOR" HYTTEFOLKET?.....	13
2.1.2 HVOR KOMMER HYTTEFOLKET FRA?	15
2.1.3 HYTTEFOLKET'S ALDERSSAMMENSETNING	16
2.1.4 HYTTEFOLKET'S UTDANNELSE	17
2.1.5 HYTTEFOLKET'S YRKESKATEGORIER	18
2.1.6 HVORFOR TINN SOM HYTTEKommUNE?.....	20
2.2 HVOR OFTE BRUKES FRITIDSBOLIGEN?.....	22
2.3 HVA BRUKES FRITIDSBOLIGEN TIL?	24
2.4 BRUK AV FRITIDSBOLIGEN I ARBEIDSYEMED	26
2.4.1 FORRETNINGSFORBINDELSER	26
2.4.2 BRUK AV FRITIDSBOLIGEN SOM HJEMMEKONTOR	30
2.5 HYTTEFOLKET'S BRUK OG OPPFATTELSE AV VARE- OG TJENESTETILBUDET I TINN	33
2.5.1 HVILKE VARER OG TJENESTER BRUKER HYTTEFOLKET I DAG?	33
2.5.2 HVILKE VARE- OG TJENESTETILBUD SAVNER HYTTEFOLKET?	35
2.5.3 VIL UTVIDEDE ÅPNINGSTIDER ØKE HYTTEFOLKET'S BRUK AV VARE- OG TJENESTETILBUDET? ...	36
2.6 HYTTEFOLKET'S BRUK OG OPPFATTELSE AV KULTUR- OG FRITIDSTILBUDET I TINN	37
2.6.1 HVILKE KULTUR- OG FRITIDSTILBUD BRUKER HYTTEFOLKET I DAG?	37
2.6.2 HVILKE KULTUR - OG FRITIDSTILBUD SAVNER HYTTEFOLKET?	39
2.7 HYTTEFOLK OG LOKALBEFOLKNING	40
2.8 ØNSKER HYTTEFOLKET Å BIDRA AKTIVT I UTVIKLINGEN AV TINN SOM BOSTEDS- OG HYTTEKommUNE?	42
2.9 PÅ HVILKE OMRÅDER ØNSKER HYTTEFOLKET Å BIDRA?	44
2.10 OPPSUMMERING	48
3. HYTTEFOLK I ØYFJELL.....	53
3.1 HYTTEFOLKET I ØYFJELL	53
3.1.1 HVOR I ØYFJELL "BOR" HYTTEFOLKET?	53
3.1.2 HVOR KOMMER HYTTEFOLKET FRA?	55
3.1.3 HYTTEFOLKET'S ALDERSSAMMENSETNING	55
3.1.4 HYTTEFOLKET'S UTDANNELSE	57
3.1.5 HYTTEFOLKET'S YRKESKATEGORIER	58
3.1.6 HVORFOR ØYFJELL SOM HYTTEKommUNE?	60
3.2 HVA BRUKES FRITIDSBOLIGEN TIL?	61
3.3 HVOR OFTE BRUKES FRITIDSBOLIGEN?.....	63
3.4 HVOR BRUKES TIDEN PÅ HYTTA?	66

3.5 HVEM HAR HYTTEFOLKET MED PÅ HYTTA?	67
3.6 BRUK AV FRITIDSBOLIGEN I ARBEIDSØYEMED	68
3.6.1 FORRETNINGSFORBINDELSER	68
3.6.2 BRUK AV FRITIDSBOLIGEN SOM HJEMMEKONTOR	71
3.7 BRUK OG OPPFATTELSE AV VARE- OG TJENESTETILBUDET I VINJE.....	73
3.7.1 HVILKE VARER OG TJENESTER BRUKER HYTTEFOLKET I DAG?	74
3.7.2 HVOR FORETAR HYTTEFOLKET SINE DAGLIGVAREINNKJØP?	76
3.7.3 HVILKE VARE- OG TJENESTETILBUD SAVNER HYTTEFOLKET?	77
3.7.4 VIL UTVIDEDE ÅPNINGSTIDER ØKE HYTTEFOLKETS BRUK AV VARE- OG TJENESTETILBUDET? ...	78
3.8 BRUK OG OPPFATTELSE AV KULTUR- OG FRITIDSTILBUDET I VINJE	79
3.8.1 HVILKE KULTUR- OG FRITIDSTILBUD BRUKER HYTTEFOLKET I DAG?	79
3.8.2 HVILKE KULTUR - OG FRITIDSTILBUD SAVNER HYTTEFOLKET?	81
3.9 BRUK OG OPPFATTELSE AV TILBUD OG TJENESTER I ØYFJELL.....	81
3.10 POTENSIELL BRUK AV TILBUD OG TJENESTER I ØYFJELL	83
3.11 HYTTEFOLK OG LOKALBEFOLKNING	85
3.12 ØNSKER HYTTEFOLKET Å BOSETTE SEG I ØYFJELL?	88
3.13 ØNSKER HYTTEFOLKET Å BIDRA I UTVIKLINGEN AV VINJE SOM BOSTEDS- OG HYTTEKOMMUNE?	89
3.14 PÅ HVILKE OMRÅDER ØNSKER HYTTEFOLKET Å BIDRA?	91
3.15 OPPSUMMERING	94
 <u>4. KONKLUSJONER, ANBEFALINGER OG TILTAK.....</u>	 <u>98</u>
 4.1 ULIKE GRUPPER HYTTEFOLK UT FRA BAKGRUNN, ALDER OG BRUK AV FRITIDSBOLIGEN	98
4.2 HYTTEFOLKETS RESSURSER OG KOMPETANSE.....	102
4.3 HYTTEFOLKET ØNSKER OG VILJE TIL BIDRAG VIS A VIS LOKALBEFOLKNING OG LOKALSAMFUNN.....	103
4.4 HVORDAN TILRETTELEGGE FOR SAMARBEID OG UTVIKLING	104
4.5 ANBEFALINGER OG FORSLAG TIL TILTAK.....	105
 <u>5. LITTERATURLISTE.....</u>	 <u>110</u>

1. Målsetninger, metode og sammendrag

Følgende kapittel redegjør for undersøkelsens målsetning og for hvilke valg og fravalg som ble tatt i forbindelse med planleggingen av undersøkelsen.

1.1 Bakgrunn og målsetninger

Hytteliv og hyttebygging har lange tradisjoner og stort omfang i Norge. I henhold til en undersøkelse gjennomført av Østlandsforskning var det i 2004 ca 370.000 fritidsboliger i Norge, noe som tilsvarer en økning på ca. 90 % sammenlignet med 1970. I gjennomsnitt bygges det mellom 4.000-6.000 nye fritidsboliger pr. år (Ericsson et al. 2005: 13). Ca. en tredjedel av fritidsboligene finnes i Hedmark, Oppland, Buskerud og Telemark og ca. 40 % av tilveksten i nye fritidsboliger foregår i disse fylkene, de fleste da som fjell- eller innlandshytter (Taugbøl, et al. 2001: 7). Hyttebygging og hytteturisme er i dag med andre ord en svært viktig del av reiselivsnæringen i mange kommuner/regioner som i en rekke tilfeller danner basis for det øvrige næringsliv, og man snakker sågar om at *en ny type beboere* i distriktene er "hyttefolket", sekundær - eller deltidsboerne.

Tradisjonelt sett representerer hyttedrømmen og hytteoppholdet et av de mest typiske norske ferie – og fritidsidealene. Stikkord har vært stillhet og ro, materiell nøkternhet, naturopplevelse og stedsforankring, men i løpet av særlig de siste 15 år har deler av hytteutbyggingen fått et omfang, en stil og en lokalisering som rokker ved denne tradisjonelle og relativt entydige hytteforståelsen. Dagens nye hytter er gjennomgående større og har en høyere standard enn tidligere tiders hytter, og tett sosialt liv, fart og spenning (nærhet til alpin – og turistanlegg) har kommet inn som nye sterke føringer for hyttebygging. Flere forskere påpeker at vi i dag er inne i en postmodernistisk hyttefase der gamle tradisjoner og normer blir utfordret bl.a. av nye ønsker om hva en hytte er og skal være (se for eksempel Taugbøl et al. 2001). Samtidig ser vi i Norge, som i en rekke andre land, en utvikling hvor arbeidsmarked og velstandutvikling gir rom for mer fritid og mer fleksibilitet i arbeidslivet (se f.eks. Arnesen 2003). Grovt regnet sies det i dag å være ca. 14 mill. overnattinger på norske hytter årlig, hvilket nesten er på nivå med antall hotellovernattinger (Taugbøl et al. 2001). Pågående utbygging av bredbånd og annen infrastruktur i mange hyttekommuner legger rammene til rette for en utvidet hyttebruk ved at hyttefolk i større grad kan flytte deler av jobben med seg på hytta.

De ovenfor beskrevne forhold åpner for nye muligheter med hensyn til samspillet mellom lokalsamfunn og hyttefolket, og med hensyn til hvorvidt hyttefolket også kan bli "nyttefolk" for hyttekommunen på en helt annen måte en tidligere. I de siste årene har således også sett at spørsmålet om hvorvidt hyttefolket kan være et kraftelement i å utvikle bosettings- og næringsssvake bygdesamfunn har blitt reist. Imidlertid har vi pr i dag for lite kunnskap om hyttefolket, hvem de er, hvorfor de er der, hva de gjør og hvor ofte de bruker fritidsboligen til å kunne besvare slike spørsmål (se bl.a. Andersen 2003). Det som vi pr. i dag vet en del om er at de positive lokaløkonomiske effektene av hyttebygging og hytteturisme for mange

kommuner og lokalsamfunn er betydelige med hensyn til den omsetning som bygging og bruk av hytten representerer, men vi vet lite om hvordan lokalsamfunnet best kan nyttiggjøre seg og utvikle hyttenæringen/-turismen, samt hvilke behov for tilrettelegging som oppstår i denne sammenheng (se f.eks. Taugbøl et al. 2001). Vi ser at i den grad det i Norge har vært gjort studier av hvordan fritidshuseiere og brukere kan bidra til lokalt næringsliv, har det i overveiende grad vært fokuser på hvordan en kan få fritidshuseiere og fritidshusbrukere til å bruke mer penger i lokalsamfunnet. Ericsson et al. (2005) viser til at det finnes liten systematisk kunnskap om den rolle hytteeiere, eller hva de kaller sekundærbosatte, kan spille med tanke på næringsutvikling (utover detaljhandel) i hyttekommunen. De peker spesielt på at sekundærbosatte kan tenkes å ha et annet (mer forpliktende) forhold til bygda enn vanlige turister siden de stadig vender tilbake til samme sted, samt at de kan besitte ressurser i form av profesjonelle (fag og finans) nettverk og kapital. Taugbøl et al. (2001) fremhever noen av de samme forhold og påpeker at viktige stikkord vis a vis hytteeiere er: tilstedeværelse, vilje til positiv utvikling og kapitalstyrke.

Med bakgrunn i de ovennevnte forhold er undersøkelsen hovedmålsetning således å kartlegge den potensielle ressurs som hyttefolket kan være for hyttekommunen, og da spesielt med fokus på hvordan hytteeiere kan integreres i lokalt nærings- og kulturliv, og hvordan de på denne måten å bidra med sin kompetanse til utvikling av hyttekommunen. Mer spesifikt skal prosjektet i henhold til punkt 1-4 i prosjektplanens pkt. 2 "Omfang/Oppgavespesifikasjon" kartlegge følgende fire delmål:

1. Kartlegge ulike grupper fritidsburar (finnes det ulike segmenter hyttefolk i Tinn, bakgrunn, kor mykje nyttar dei hytta o.s.b.) Samanlikne med fritidsbuarar i Øyfjell.
2. Kartlegging hyttefolks ressursar.
3. Kartlegge kva for rolle fritidsbebruarane ynskjer å spele i lokalsamfunnet.
4. Kartlegge hyttefolkets syn på kva og korleis Tinn og Vinje kommunar bør leggje til rette for å nyttiggjøre seg hyttefolkets kompetanse og erfaring, særleg med tanke på næringsutvikling.

I tillegg til hovedmålsetningen med tilhørende delmål skal undersøkelsen også fremskaffe kvalifisert informasjon som kan danne grunnlag for iverksetting av tiltak i prosjektets fase 2 i henhold til prosjektplanen, samt å fremskaffe kunnskap og erfaring som kan danne grunnlaget for tilsvarende satsningsområder i andre kommuner.

1.2 Valg av datainnsamlingsmetode

For kommunene Tinn og Vinje har det ikke tidligere vært gjennomført undersøkelser som har kartlagt tilsvarende problemstillinger som gjengitt ovenfor, og vi har ovenfor også sett at eksisterende informasjon på nasjonalt hold er begrenset. På bakgrunn av dette ble det besluttet å innsamles primære (førstehånds) data fra hytteeiere- og leiere i Tinn og Øyfjell som vil kunne gi et tilstrekkelig empirisk¹ datagrunnlag for å besvare problemstillingen.

¹ Empiri er avledet av gresk "empeiria" som betyr erfaring (Andersen 1998:31) .

Når det gjelder innsamlingsmetode mht. primære data, har man i utgangspunktet to metoder å velge mellom: henholdsvis kvantitative og kvalitative. Valg av metode vil avhenge av undersøkelsens problemstilling og utgangspunkt, hvem vår målgruppe er (er det f.eks. ansatte i en virksomhet vil man ha andre muligheter enn hvis målgruppen er innbyggerne i en by) og sist, men ikke minst av hvilke ressurser (kostnad og tid) man har til rådighet. Både kvantitative og kvalitative metoder har sine fordeler og ulemper, og valg av metode krever en inngående kjennskap til metodene samt en grundig overveielse og avklaring av ovennevnte forutsetninger innen man går i gang. En grundig forberedelse er viktig, da det ikke er mulig "å snu" når undersøkelsen først er i gang. Kvantitative metoder (eks. strukturerte spørreskjemaer) brukes typisk til å innhente mengdebestemte/tallmessige data, dvs. når man ønsker å nå en stor gruppe mennesker på relativt kort tid og til en "rimelig" pris. Kvalitative metoder (eks. intervju) brukes til å innsamle artsbestemte data, og er mest hensiktsmessig når man skal undersøke en mindre populasjon. Kvalitative metoder muliggjør at man kan gå mer i dybden med enkelte emner og områder, og man kan i større grad tilpasse spørsmål og informasjon til den enkelte respondent (se for eksempel Andersen 1998, Kvale 1998).

Denne spørreundersøkelsen skiller seg ut fra mer tradisjonelle spørreundersøkelser ved at den er basert på både kvantitative og kvalitative data, hvilket kalles å triangulere metoder (Andersen 1998: 43-44). Utslagsgivende for valg av metode var hensynet til representativitet (å få en bred og mest mulig representativ tilbakemelding fra hyttefolket i hele Tinn og Øyfjell), målgruppens art (relativt små populasjoner og således tids- og kostnadsmessig mulig å nå alle hytteeiere/-leiere) samt at vi ønsket at respondentene (hyttefolk i Tinn og Øyfjell) skulle ha mulighet for å komme med individuelle kommentarer, innspill og utfyllende informasjon. Etter således å ha vurdert fordeler og ulemper med de forskjellige metoder opp mot undersøkelsens målsetninger ble det besluttet å benytte et semi-strukturert spørreskjemadesign. Dette innebærer at spørreskjemaene (se vedlegg 1 og 2) har lukkede svaralternativer, samtidig som så å si alle spørsmålene også har et åpent tekstfelt for kvalitative kommentarer. De kvalitative kommentarene gir viktig tilleggsinformasjon og bidratt til å avklare, presisere og konkretisere de grafiske fremstillingene. Vi opplever således at de kvalitative inputene har hevet kvaliteten av undersøkelsen betraktelig, og hyttefolket i både Tinn og Øyfjell har virkelig benyttet anledningen til å komme med utfyllende informasjon, synspunkter, ideer og forslag til tiltak.

1.3 Utforming av spørreskjema

Selve layout og utforming av spørreskjemaene i denne undersøkelsen er basert på erfaringer med tilsvarende undersøkelser, og bygger på følgende forutsetninger:

- Skjemaet måtte være kort og oversiktlig.

Svarprosent og frafall øker betraktelig jo mer omfattende et spørreskjema er med hensyn til antall sider og spørsmål. Det ble derfor besluttet at spørreskjemaene skulle være så korte, presise og oversiktelige som mulig. Det ble utarbeidet et skjema for Tinn (vedlegg 1) og et

skjema for Øyfjell (vedlegg 2). Årsaken til at det ble utarbeidet to forskjellige spørreskjemaer var at Tinn og Øyfjell er to forskjellige undersøkelsesområder forstått på den måte at mens undersøkelsen i Tinn omfatter alle hytteområder og hytteeiere i Tinn, omfatter undersøkelsen i Vinje kun Øyfjell hytteområde. Dette innebærer også at Øyfjell hadde et ønske om å inkorporere spørsmål som ikke kun var knyttet til Vinje som hyttekommune, men også mer spesifikt til Øyfjell som hytteområde og stedsspesifikke muligheter og behov for tilrettelegging vis a vis hytteeiere. For å imøtekomme dette ønsket, men samtidig sørge for at undersøkelsene var mest mulig sammenlignbare i henhold til prosjektplanens mandat, ble det besluttet at spørsmålsstrukturen skulle bygges opp likt, og at Øyfjells ekstra spørsmål ble integrert som et "istikk" i form av to ekstra sider. Dette medførte at mens skjemaet i Tinn er på 4 sider er skjemaet i Øyfjell på 6.

- Spørsmålsformuleringene var entydige og presise.

Spørsmålene skulle gi minst mulig anledning til personlige og individuelle fortolkninger, derfor har vi forsøkt å gjøre spørsmålene så korte som mulig. I tillegg har spørreskjemaene både i Tinn og Øyfjell blitt kvalitetssikret gjennom utprøving på aktuelle brukere innen ferdigstillelse, for på denne måte å få tilbakemelding på skjemaenes relevans, forståelighet, brukervennlighet, spørsmålsstillinger og annet.

- Populasjonen skulle bestå av alle hytteeiere/-leiere med bosted utenfor hyttekommunen.

Prosjektlederne ønsket å kartlegge de hytteeiere/-leiere med bosted utenfor hyttekommunen, da hytteeiere/-leiere som bor i hyttekommunen først og fremst vil være heltids- og ikke deltids- eller sekundærboere, samt at det således må antas at de allerede er en del av det etablerte kultur- og næringsliv.

- Demografiske variabler som skulle med var kjønn, alder, stilling og bosted.

For å kunne analysere på hvordan tilfredshet og utilfredshet varierer i forhold til aldersgruppe, bygd og eventuelt kjønn ble det besluttet å inkludere ovennevnte demografiske variabler. Det ble også vurdert om inntekt skulle være med, men dette ble valgt bort da det ikke var nødvendig ut fra undersøkelsens formål, og fordi erfaring tilsier at det øker frafallet da mange vegrer seg for å svare på dette punktet.

- Spørreskjemaene skulle etterfølge en informasjonsstrategi.

For å øke svarprosenten ble det også i forkant av utsendelsen av spørreskjemaene laget en "informasjons- og kommunikasjonsstrategi" hvor prosjektlederne via media og andre kanaler (hytteforeninger, etc.) informerte hyttefolket om det igangsatte prosjektet "Hyttefolk" (bakgrunn og målsetninger), og om at de snart ville motta et spørreskjema i posten som man håpet de ville ta seg tid til å fylle ut.

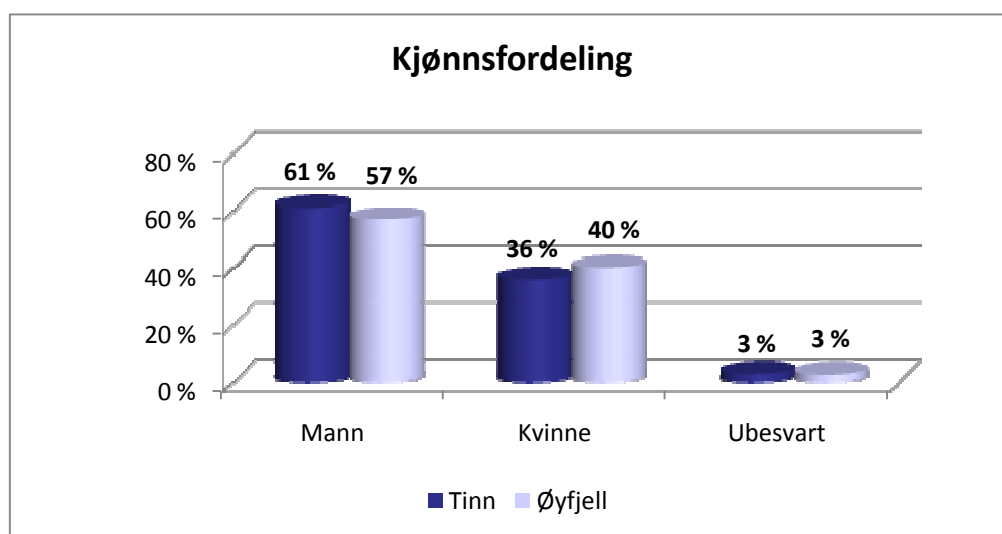
1.4. Begrepsavklaringer og svarprosjenter

I rapporten har vi brukt begrepet "hyttefolk", "hytteeier/-leier" og noen ganger "sekundær-bosatte" for å skille respondentene i denne undersøkelsen fra lokalbefolkning for øvrig og også fra "vanlige" tilreisende turister. Likeledes har vi brukt "hytte" og "fritidsbolig" til å beskrive de boligene som eies av hyttefolk og som omhandles i undersøkelsen. Når vi taler om både hytteeiere/-leiere er det fordi undersøkelsen er utsendt gjennom kommunenes hytteregister. Disse omfatter normalt hytteeierne, men som vi ser av undersøkelsen er det en minoritet tilsvarende 1-2 % av hyttefolket som leier (se avsnitt 2.1.6 og 3.1.6). I analysen refereres det også en del steder til "respondenten", hvilket vil si vedkommende som har besvart skjemaet.

I Tinn kom det totalt inn 848 besvarelser på første utsendelse, herav 150 via web og resten via tradisjonell post. I Tinn ble det sendt ut 1865 skjemaer, hvorav 65 kom i retur. Samlet sett gir dette således en svarprosent på i overkant av 47 % på første respons, hvilket er meget høyt, og høyt nok til det ble besluttet at det ikke var nødvendig med en ytterligere puring. I Øyfjell ble det sendt ut totalt 420 spørreskjemaer, hvorav 20 kom i retur. Totalt kom det inn 122 besvarelser på første utsendelse, hvilket tilsvarer en svarprosent på 30,5 % når de returnerte skjemaene holdes utenfor. I Øyfjell ble det derfor besluttet å sende ut en puring og de 20 skjemaene som kom i retur ble også sjekket opp jamfør adresse og ble således utsendt på nytt. Purringen resulterte i 60 nye besvarelser, og en endelig svarprosent på 43 % (totalt 182 skjemaer), hvilket også er høyst tilfredsstillende. Den lavere svarprosenten i Øyfjell på første utsendelse er nok relatert til at spørreskjemaet, som påpekt i forrige avsnitt, var mer omfattende. I tillegg kan også forhold som motivasjon og engasjement blant hytteeierne, grad og omfang av informasjonen i forkant, etc. også spille inn.

Hvis vi således ser på hvordan svarprosenten fordeler seg i forhold til kjønn i denne undersøkelsen så fremgår dette av diagram 1.1.

Diagram 1.1



Det er en klar overvekt av menn som har besvart skjemaet. I Tinn er 61 % av besvarelsene fylt ut av menn, mens den tilsvarende andelen for Øyfjell er 57 %. I spørreundersøkelser ser man ofte at kvinner er mer "samvittighetsfulle" vedrørende å returnere skjemaer. Årsakene til den høye andelen menn som har fylt ut skjemaet i denne undersøkelsen kan således være at spørreskjema ble sendt ut i adresserte konvolutter og at fritidsboligene ofte er registrert på mannen i familien. En annen forklaring kan være at flere av spørsmålsstillingene opplevdes som mer relevante for menn enn kvinner (vedrørende spørsmålene knyttet til næringsliv er det jo pr. i dag for eksempel langt flere menn i ledende stillinger og styrer i Norge enn kvinner). En tredje og sentral faktor er også at selv om det således i skjemaet er krysset av for "mann" er det svært mange av skjemaene hvor det fremgår at besvarelsene gjelder for "par".

1.5 Sammen drag og anbefalinger

De fleste prosjekter og undersøkelser som belyser samspillet mellom hyttefolk og hyttekommuner i Norge har normalt enten fokus på å kartlegge hyttefolkets økonomiske bidrag til hyttekommunen (hvor mye penger hyttefolket "legger igjen") eller så har de fokus på hvordan hyttekommunen bedre kan "servisere" hyttefolket (ved å tilrettelegge for økt servicetilbud, infrastruktur, etc.). Tradisjonelle undersøkelser har således hovedsakelig hatt et "kapitaloverføringsperspektiv" (fokus på overføring av kapital eller lokalt forbruk). I denne undersøkelsen har fokus først og fremst vært på "kompetanseoverføring", dvs. å kartlegge hyttefolkets kompetanse eller ressurser vis a vis det lokale kultur- og næringsliv, samt hvorvidt og på hvilke områder de kunne tenke seg å bruke denne kompetansen vis a vis lokalsamfunnet.

Vedrørende det mer tradisjonelle *kapitaloverføringsperspektivet* har undersøkelsen imidlertid kartlagt respondentenes bruk av det eksisterende vare- og tjenestetilbudet i Tinn, Vinje og Øyfjell, forbedringsområder vedrørende eksisterende tilbud samt hvilke varer og tjenester som savnes i de omtalte områdene. I tillegg har analysen også kartlagt hvorvidt utvidede åpningstider vil bidra til økt bruk av det eksisterende vare- og tjenestetilbudet. Rapporten konkluderer med at det ikke er grunnlag for utvidede åpningstider når man ser hele vare- og tjenestetilbudet under ett, men at man bør vurdere en *tilpassning av åpningstidene* for enkelte spesifikke tilbud, steder og dager/tidspunkter. Det vil i denne forbindelse være hensiktsmessig å innhente informasjon fra andre turistkommuner for å belyse erfaringer de måtte ha med tilsvarende tilpassninger.

Når det gjelder *kompetanseoverføringsperspektivet* ser vi at undersøkelsen inneholder mange interessante data både vedrørende hyttefolkets kompetanse og ressurser vis a vis det lokale kultur- og næringslivet, samt i henhold til deres ønske om og vilje til å bidra i hyttekommunen(e). I tillegg har vi også kartlagt, både gjennom kvantitative så vel som kvalitative data, hvilke konkrete områder de enkelte respondenter ønsker å bidra på og hvilken form for bidrag de ser for seg. Når det gjelder næringslivet har vi således bl.a. kartlagt hvor mange blant hyttefolket som på generelt grunnlag kan tenke seg å bidra til å utvikle det etablerte næringsliv, hvem som kan tenke seg å sitte i styret eller være mentor for en lokal

bedrift og hvorvidt noen kan tenke seg å flytte eller etablere egen bedrift i hyttekommunen. Vedrørende det lokale kulturlivet har vi også kartlagt omfang av eksisterende bruk samt ikke minst hvilke tilbud som savnes. Også når det gjelder deltakelse i politiske organer og fora, samt råd og utvalg for lokal utvikling viser undersøkelsen til interessante tall, som gir grunn til en revurdering av dagens systemer og strukturer.

På bakgrunn av undersøkelsen har vi også fått en langt bedre innsikt i hvem hyttefolket er, deres tilknytning til hyttekommunen, hva de bruker fritidsboligen til og hvor ofte, samt hva de gjør under oppholdet. Vi ser at hyttefolket langt fra er en homogen gruppe, og at selv om de samsvarer på en rekke områder i henhold til en rekke funn i undersøkelsen avviker de på en rekke andre, hvilket gjør det naturlig å snakke om forskjellige segmenter av hyttefolk.

På bakgrunn av undersøkelsen anbefales det således en rekke generelle tiltak på følgende områder:

Vare- og tjenestetilbudet

Innspill vedrørende bruk og forbedringspotensialer tilknyttet det eksisterende vare- og tjenestetilbudet inkl. åpningstider samt hvilke tilbud som savnes oversendes

Handelstandsforeningen og andre aktuelle aktører i de respektive kommuner for oppfølging og distribusjon blant medlemmer og de konkrete steder (Byggmakker, lokalbutikken i Øyfjell, etc.) som er nevnt i undersøkelsen.

Kultur- og fritidstilbudet

De konkrete tilbakemeldingene vedrørende bruk, savn og forbedringsmuligheter vis a vis det lokale kulturliv oversendes Kulturkontoret og andre aktuelle aktører i lokalsamfunnet (hytteforeninger, utviklingslag, idrettslag, etc.) for oppfølging.

Prosjektet "Hyttefolk" legger til rette for:

- Flere arrangementer med fokus på lokal kultur og historie.
- Flere møteplasser og utvidet samarbeid mellom hyttefolk og lokalbefolkning vedrørende kultur.
- Å kanalisere og veilede konkrete forslag til "her og nå" prosjekter (forslag som er kommet opp, og hvor der er hyttefolk som "ivrer" etter å sette i gang, er for eksempel matfestival, kunstgalleri, m.fl.)

Næringslivet

- Innspill som gjelder eksterne aktører (bredbånd, mobildekning, etc.) må oversendes de aktuelle virksomheter og aktører for oppfølging.
- Det må etableres en webbasert ressursbank/database hvor hyttefolk som ønsker å delta vis a vis spesifikke områder og bransjer har mulighet for å registrere sin CV og preferanser.

- Næringsetaten i kommunene må i samarbeid med prosjektlederne ta ansvaret for å kontakte og følge opp hytteeiere som ønsker å etablere egen bedrift i kommunene.
- Næringsetaten i kommunene, prosjektet "Hyttefolk", utviklingslag og andre aktuelle aktører må samarbeide om å etablere flere møteplasser mellom hyttefolk og det lokale næringslivet for idédugnad, erfaringsutveksling, nettverksbygging og samarbeid. Møteplassene kan være både via web, fysiske, etc.
- Næringsetaten i kommunene i samarbeid med relevante aktører bør legge til rette for at hyttefolk som profesjonsmessig er knyttet til såkalte frie yrker (advokater, leger, tannleger, ingeniører, arkitekter, rådgivere, konsulenter og forskere, osv.) kan "flytte" deler av praksisen sin til hyttekommunen. Tilsvarende tilrettelegging har vært gjennomført i Oppdal, hvor en del fritidshuseiere med privatpraktiserende virksomhet, har etablert kontordag i hyttekommunen både via etablering av hjemmekontor og etablering i Oppdal Næringshage samt Oppdal Medisinske Senter (se Jystad 2000; Jystad pers.med. 2005).

Informasjonstiltak

Prosjektet "Hyttefolk" og kommunene må legge rette for at hyttefolket får mer, bedre og lett tilgjengelig informasjon av betydning for økt deltakelse og engasjement. Hjemmesiden hyttefolk.no vil kunne ha en slik funksjon, men for å sikre kontinuiteten bør Servicekontorene i de to kommunene gradvis overta ansvaret for oppdatering. Kanskje kan også noen fra hyttefolket selv bidra til drift av siden(e).

Iverksetting av forprosjekt vedrørende hyttefolks medvirkning i hyttekommunen

Undersøkelsen viser at hyttefolket ønsker en viss medinnflytelse og at de også kan være en potensiell ressurs innenfor det politiske liv, men hvordan kan man kanalisere dette behovet for politisk medvirkning? Dagens systemer og lovverk er ikke tilrettelagt for at hyttefolket har noen reell innflytelse eller medvirkning i det politiske liv i hyttekommunen, idet den formelle adgang til representasjon gjennom valg er regulert via adressen i folkeregisteret. Rapporten anbefaler derfor at Styringsgruppa tar initiativet til et forprosjekt for å kartlegge muligheter og utfordringer vedrørende hyttefolks deltakelse og medvirkning vis a vis hyttekommunen.

Utover de mer generelle anbefalinger er det i samarbeid med prosjektlederne i avsnitt 4.5 foreslått en rekke områdespesifikke tiltak for prosjektet "Hyttefolk" på bakgrunn av undersøkelsen.

2. Hyttefolk i Tinn

I dette kapitlet vil vi konsentrere oss om resultatene av undersøkelsen i Tinn. Vi vil i henhold til undersøkelsens formål og problemformulering som gjengitt i kapittel 1 se på hva som kjennetegner hyttefolket i Tinn i henhold til en rekke spesifikke karakteristika som alder, utdannelse, yrkeskategorier, bostedskommune, mm. Vi vil også belyse hvor ofte hyttefolket i Tinn bruker fritidsboligen og hvilket bruksformål fritidsboligen tjener. Videre vil vi også se på bruken av fritidsboligen i arbeidsøyemed, og vi vil se på hyttefolket bruk og oppfattelse av vare- og tjenestetilbudet samt kultur- og fritidstilbud i Tinn. Og sist, men ikke minst, vil vi kartlegge hvorvidt hyttefolket ønsker å bidra i utviklingen av Tinn som bosteds- og hyttekommune og eventuelt på hvilke konkrete områder.

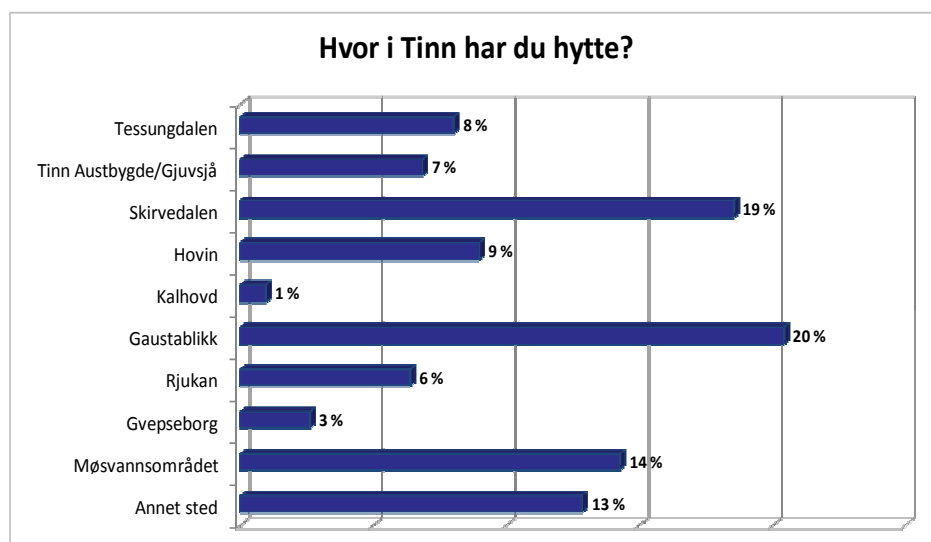
2.1 Hyttefolket i Tinn

I dette avsnittet skal vi konsentrere oss å belyse og analysere noen sentrale karakteristika ved hyttefolket i Tinn. Det vil selvsagt ikke ut fra denne undersøkelsen være mulig å danne seg et entydig bilde av hvem hyttefolket i Tinn er, nettopp fordi hyttefolket i Tinn langt fra er en homogen masse, men til dels svært forskjellige individer med spesifikke ønsker, innspill og meninger. Selv om hyttefolket således er forskjellige skal vi allikevel se at vi gjennom de analyser og den informasjonen som presenteres i de følgende seksjonene vil lære mye om denne, som påpekt i kapittel 1, hittil ganske anonyme gruppen mennesker som i hvert fall har en ting til felles; de har alle hytte i Tinn kommune. I det kommende avsnitt skal vi se nærmere på hvor i Tinn hyttefolket "bor".

2.1.1 Hvor i Tinn "bor" hyttefolket?

I dette følgende vil vi belyse hvordan besvarelsene fra undersøkelsen fordeler seg på forskjellige hytteområder i Tinn. En slik inndeling er interessant fordi den på grunn av den høye svarprosenten som påpekt i avsnitt 1.4, også faktisk gir oss en indikasjon på hvordan hyttene i Tinn er fordelt i henhold til geografiske områder og det relative størrelsesforholdet mellom dem. I tillegg er dette nyttig kunnskap fordi den, som vi vil se senere i kapitlet, muliggjør sammenligning mellom de forskjellige hytteområdene i Tinn i henhold til spesifikke emner og temaer som det har vært ønskelig å få belyst i denne undersøkelsen. Hvordan hytteområdene således fordeler seg i Tinn i henhold til undersøkelsen er gjengitt i diagram 2.1 på neste side.

Diagram 2.1



Vi ser at de områdene som således peker seg ut i henhold til antall besvarelser, ikke overraskende, er Gaustablikk og Skirvedalen med henholdsvis 20 % og 19 % og Møsvannsområdet med 14 %, og gjenspeiler således den regulering og utvikling av nyere og større hyttefelt som vi har sett i Tinn de siste tiår. Det som kanskje er mest interessant mht. den relative størrelsesfordelingen mellom hytteområdene som det fremgår av diagram 2.1 er at pr. i dag er ca. 6 % av alle hytter i Tinn lokalisert til Rjukan, og fenomenet "byhytter" som er oppstått relativt nylig og i kjølvannet av Kommunestyrets vedtaket om å åpne for salg av fritidsleiligheter i sentrum av Rjukan fra 14.12 2004.

Vi ser også at 13 % av hyttefolk i Tinn har krysset av for at de har hytte "annet sted" enn det som er gjengitt i diagram 2.1, og over 80 % av de som har krysset av for "annet sted" har også benyttet anledningen til å komme med utfyllende indikasjoner på hvor. Nedenunder er disse utfyllende kommentarene systematisert og grupper, og som det fremgår av tabell 2.1, viser de en stor geografisk spredning.²

Tabell 2.1

Sted	Antall
Frøystul/Skarfoss	13
Hjerdalen	11
Krokan-Rjukan Fjellstue	10

² Besvarelsene er gjengitt i antall, og ikke prosent.

Småroi	8
Mæl/Miland	8
Hyldalen	8
Nystauldalen	4
Vatnali	3
Atrå	3
Luredalen	2

Andre steder som også var nevnt var: Øverli (ved Sandvatn), Leiregrov, Fjøsbudalen, Midtfjell, mellom Gvepseborg og Kalhovd, Hukebø-området og Koks fjell.

2.1.2 Hvor kommer hyttefolket fra?

Med tanke på å kartlegge hvorvidt hyttefolket er en potensiell ressurs for hyttekommunen er det også relevant å kartlegge hvor hyttefolket kommer fra, både med hensyn til nasjonalitet og bostedskommune. Det er f.eks. nyttig å vite noe om den geografiske avstanden til bostedskommunene med tanke på å eventuelt å tilrettelegge for at hyttefolket i et fremtidig scenario får muligheten for reell medvirkning i utviklingen av hyttekommunen.

Når det således gjelder nasjonaliteten til hyttefolket i Tinn fremgår dette av diagram 2.2.

Diagram 2.2



Vi ser at 98 % av hyttefolket i Tinn er norske og kun 1 % utenlandske. De utenlandske er således henholdsvis en fra Finland, to fra Tyskland, en Nederlender og en fra USA. En av de norske oppgir også at han har britisk kone.

Når det gjelder hyttefolkets geografiske fordeling ut fra bosteds så fremgår denne av tabell 2.2

Tabell 2.2

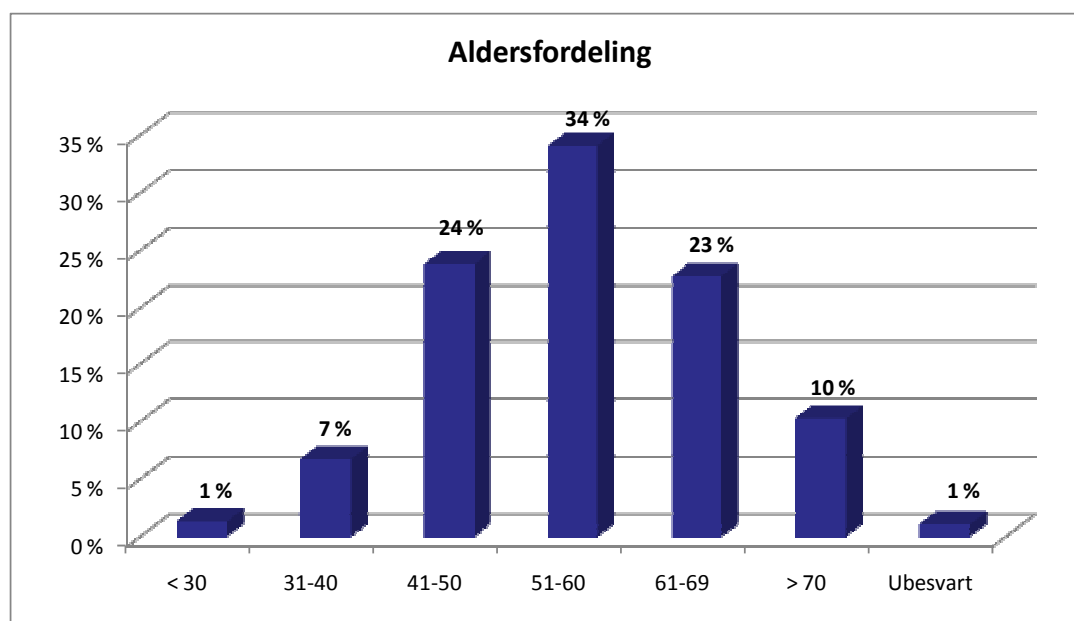
Bostedsområde	Prosentvis fordeling
Kyststrøk Telemark-Vestfold	20 %
Oslo og omegn	19 %
Asker og Bærum	11 %
Drammen-Øvre Eiker	9 %
Grenland	9 %
Kongsberg/Notodden	8 %
Kyststrøk Øst	5 %
Øvrig	16,5 %
Ubesvart	2,5 %

I tabell 2.2 er hyttefolket i Tinn inndelt etter nærmere angitte geografiske områder i henhold til bostedskommune. En mer detaljert oversikt over hyttefolkets bostedskommune finnes i 2.1. Vi ser således at nær 15 % av alle hyttefolk i Tinn er fra Oslo, og at ca. 45 % er enten fra Oslo og omegn, Asker/Bærum, Drammen/Lier, Nedre/Øvre Eiker og Kongsberg. Videre ser vi at ca. 29 % er enten fra Grenland eller kystområdene rundt Grenland. Det skiller seg ut tre klare grupperinger med hensyn til hvor hyttefolket i Tinn kommer fra. Majoriteten er altså fra strekket Oslo med omland til Kongsberg, kyststrekket Telemark og Vestfold og Grenland.

2.1.3 Hyttefolkets alderssammensetning

Med den hensikt å belyse hvorvidt hyttefolk er en potensiell ressurs for hyttekommunen er det også interessant å se nærmere på aldersfordelingen blant hyttefolket i Tinn. Ikke minst fordi det er naturlig å anta at forskjellige aldersgrupper ikke kun har forskjellig motivasjon og ønsker om å bidra i utviklingen av lokalt kultur- og næringsliv i hyttekommunen, men også svært forskjellige forutsetninger. Det er for eksempel naturlig å anta at unge mennesker under 30 år vil ha mindre forutsetninger for å kunne fungere og lykkes som mentor for lokale virksomheter enn personer som har vært lengre i yrkeslivet. Samtidig er det naturlig å anta at personer over 70 år vil ha mindre forutsetninger for å delta i for eksempel fysisk krevende dugnadsarbeidet. Som en av respondentene også påpekte på spørsmålet om hvorfor han ikke ønsket å delta aktivt i utviklingen av Tinn som bosteds- og hyttekommune: "Gammel og trett (77 år)" (se avsnitt 2.8). I forlengelsen av det ovennevnte er det således også viktig å kjenne alderssammensetningen fordi det, som for inndeling ut fra hytteområde, er nyttig å kunne sammenligne svarene på sentrale områder i henhold til alderskategorier. Med hensyn til aldersfordelingen blant hyttefolk i Tinn som har svart på undersøkelsen, så kan den fremstilles som i diagram 2.3 på neste side.

Diagram 2.3

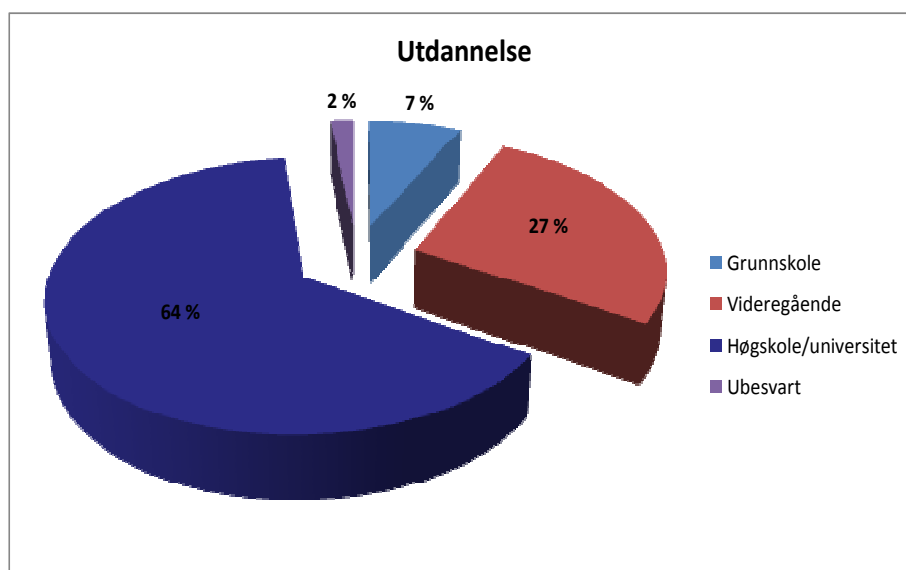


Vi ser således at 81 % av hyttefolket i undersøkelsen finner seg i aldersgruppen 41-69 år. Aldersgruppen 41-50 og 61-69 fordeler seg jevnt med henholdsvis 24 % og 23 %, mens den største andelen besvarelser er i aldersgruppen 51-60 som alene utgjør 34 %. Dette er interessant idet aldersgruppen 51-60 ofte tilhører hva man innen reiselivsforskning kaller "empty nesters", dvs. voksne par i yrkesaktiv alder, men hvor barna har forlatt redet. Et kjennetegn ved denne gruppen som er interessant i henhold til undersøkelsens formål, er at de ofte har bedre tid og friere økonomi enn de to forutgående aldersgruppene. Kun 7 % av besvarelsene i undersøkelsen tilhører aldersgruppen 31-40. Dette samsvarer med at et generelt trekk ved denne aldersgruppen på landsbasis er at den består bl.a. av familier med barn i barnehage- og grunnskolealder og at familiene ofte relativt nylig har etablert seg ("first home"), og hvor kun en liten andel vil ha investert i fritidsbolig ("second home").

2.1.4 Hyttefolkets utdanning

Et annet område det er interessant å belyse med tanke på å kartlegge hyttefolket i Tinns ressurser er utdannelsesnivå. Utdannelsesnivå koplet mot hvilken bransje og stilling hyttefolket innehar som det fremgår av vedlegg 2.2 og 2.3 gir oss en tydelig indikasjon på hvilken fagkompetanse hyttefolket besitter. I undersøkelsen ble således hyttefolket bedt om å angi deres utdanningsnivå i henhold til tre svarkategorier, nemlig "grunnskole", "videregående" og "høgskole/universitet". Besvarelsene fra Hyttefolket i Tinn fremgår av diagram 2.4 på neste side.

Diagram 2.4



Vi ser at 27 % av hyttefolket i Tinn har utdanning tilsvarende fullført videregående, mens hele 64 % har utdanning tilsvarende høgskole eller universitetsnivå. Det er tydelig at hyttefolket i Tinn er meget høyt utdannet, for om vi sammenligner prosentene over med det generelle utdanningsnivået blant befolkningen i Norge ser vi at det på landsbasis for aldersgruppen 25+ er 28,3 % med utdanning tilsvarende høyskole eller universitet.³

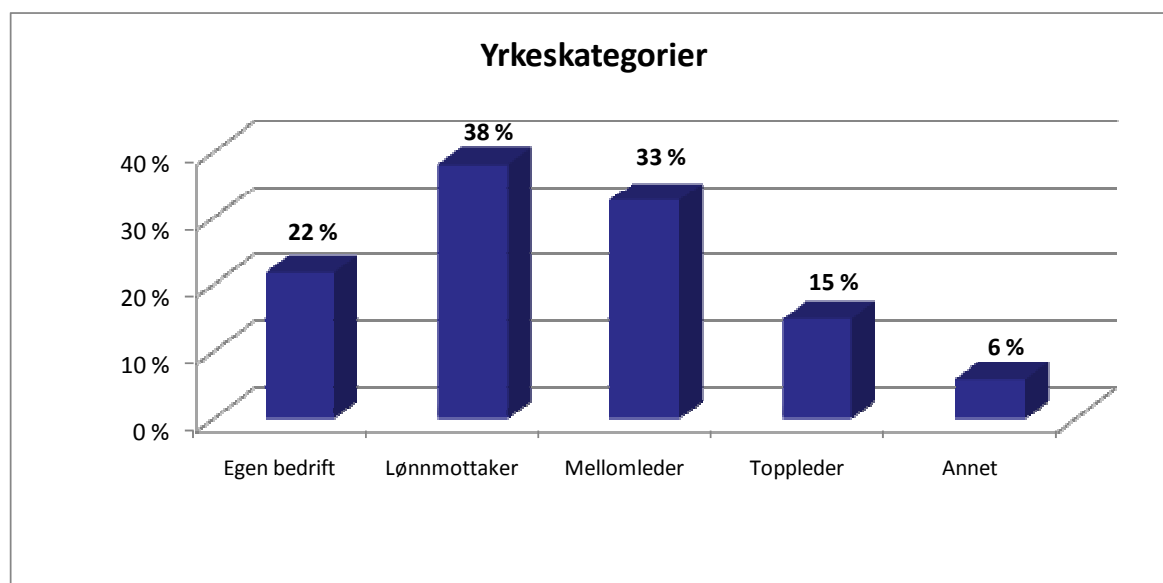
Undersøkelsen indikerer således at utdanningsnivået blant hyttefolket i Tinn er meget høyt og at de har inngående kompetanse på sine respektive fagfelt. En nærmere forståelse av kompetansen hyttefolket i Tinn besitter får vi også ved å belyse hyttefolkets posisjoner eller yrkeskategorier, hvilket er hovedfokus i neste avsnitt.

2.1.5 Hyttefolkets yrkeskategorier

Som påpekt ovenfor er det i henhold til å kartlegge de ressurser som hyttefolket besitter nyttig å kjenne litt mer til hyttefolkets yrkesmessige status, ikke minst med tanke den kompetanse de eventuelt besitter vis a vis næringslivet. I undersøkelsen ba vi således hyttefolket om å angi posisjon eller yrkesmessige status i henhold til inndelingen gjengitt i diagram 2.5 på neste side.

³ Beregninger på bakgrunn av tabellen "Utdanningsnivå i befolkningen", Statistisk Sentralbyrå (2006), <http://www.ssb.no/emner/04/01/utniv/tab-2007-08-27-03.html>

Diagram 2.5



Blant hyttefolket i Tinn som har besvart spørsmålet vedrørende yrkesmessig status ser vi at 38 % er lønnsinntakere, mens 48 % pr. i dag har lederstillinger, fordelt på henholdsvis 15 % på toppledernivå og 33 % på mellomledernivå.⁴ I tillegg ser vi at 22 % driver egen bedrift.⁵ Disse tallene indikerer at hyttefolket i Tinn har omfattende kunnskaper og erfaringer både med hensyn til ledelse og det å utvikle og drive egen virksomhet innenfor en rekke bransjer, og er ikke minst interessante sett i lys av at 169 personer, som vi skal komme tilbake til i avsnitt 2.8, har uttrykt at de enten kan tenke seg å sitte i styret eller være mentor for en lokal bedrift i Tinn.

Hyttefolket ble også bedt om å fylle ut hvilket yrke de har i dag, og mer enn 500 benyttet denne anledningen. På grunn av mengden besvarelser er det ikke mulig å ta med alle her, men vi har systematisert og gjengitt dem i vedlegg 2.3. Ut fra dette vedlegget er det således mulig å danne seg et mer komplett bilde over hyttefolkets forskjellige bransjeerfaring og tilhørende fagkompetanse.

Vi ser at 6 % av hyttefolket har krysset av for "annet" i diagram 2.5 og hvis vi ser på de kvalitative kommentarene som er knyttet til dette punktet får vi tabell 2.3 på neste side.

⁴ 94 % av hyttefolket har besvart dette spørsmålet.

⁵ Bemerk at tallene her ikke summerer til 100 % fordi det har vært mulig å krysse av for mer enn ett alternativ pr. respondent. Noen av hyttefolket er således f.eks. både lønnsinntakere samt driver egen bedrift.

Tabell 2.3

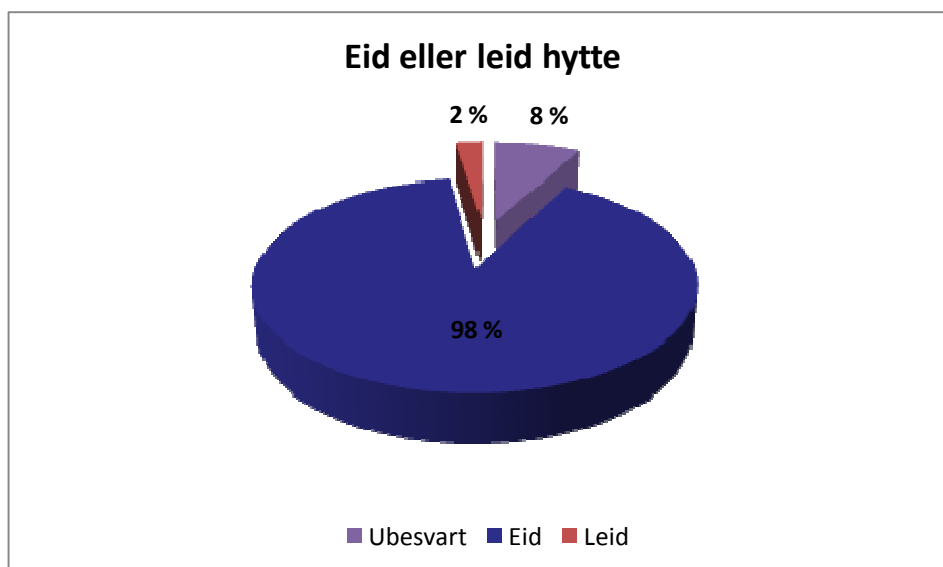
Yrkesmessig status, kategorien "annet"	
✓ Atføring (delvis)	✓ Lærer
✓ Avd. leder i en liten bedrift	✓ Medeier i firma
✓ Barneskole, institusjon	✓ Overlege
✓ Bedriftsrådgiver	✓ Pensjonert (6 stk.)
✓ Bonde	✓ Politiet
✓ Data	✓ Privat næringsliv
✓ Disiplin ansvarlig pr. prosjekt	✓ Prosjektleder (2 stk.)
✓ driftsingeniør /prosessingeniør	✓ Rådgivende ingeniør.
✓ Egen bedrift (2 stk.)	✓ Selvstendig næringsdrivende
✓ Egen bedrift i tillegg	✓ Senior megler
✓ Eier, partner i investeringsselskap	✓ spesialist praksis
✓ Flere selskaper	✓ Spesialiststilling, rådgiverstilling
✓ Forsker	✓ Student
✓ Freelancer	✓ styrearbeid
✓ Fylkesordfører	✓ Styreleder i flere selskaper
✓ Hus & hjem	✓ Tidligere leder
✓ Kommune	✓ Trener
✓ Konsulent	✓ Uføretrygdet

2.1.6 Hvorfor Tinn som hyttekommune?

I forbindelse med prosjektet ønsket vi også å belyse hvorfor hyttefolket har valgt Tinn som hyttekommune, hvorvidt hytten er eid eller leid samt hvor lenge de har hatt hytten. Årsaken til at vi ønsker å belyse disse faktorene er at de bl.a. sier oss noe om den tilhørighet og tilknytning hyttefolket har vis a vis Tinn, samt at vi får en grundigere forståelse av hyttefolkets valg og prioriteringer og hvordan disse igjen evt. henger sammen med deres engasjement for Tinn og motivasjonen for å delta i utviklingen av kommunen på bestemte områder.

Når det således gjelder hvorvidt hyttene er eid eller leid, så fremgår dette av diagram 2.6 på neste side.

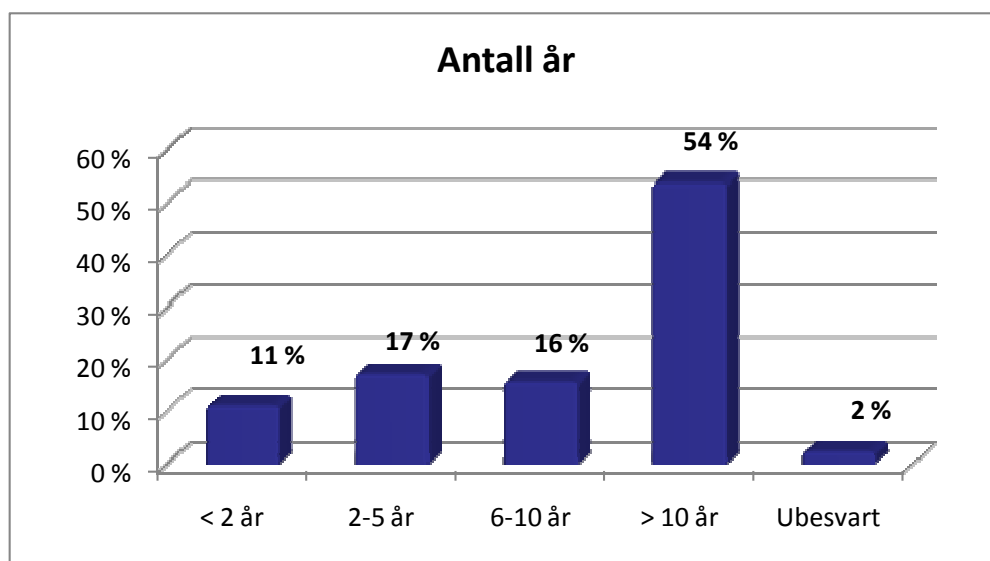
Diagram 2.6



Vi ser at kun 2 % oppgir at hytten er leid, mens 98 % oppgir at den er eid. Det skal også tas med at et par av hytteeierne påpeker at de bruker hytten til utleie. Tallene er kanskje ikke overraskende tatt i betraktning at spørreundersøkelsen ble utsendt i henhold til kommunens hytteregister, men allikevel er det interessant å få denne fordelingen dokumentert. Dette henger ikke minst sammen med en antakelse om at eierskap, i motsetning til f.eks. mer kortvarige leieforhold, også øker ønsket om og viljen til å integrere seg og medvirke i hyttekommunen.

Når det gjelder hvor lenge hyttefolket har eid eller leid hytten så fremgår dette av diagram 2.7.

Diagram 2.7



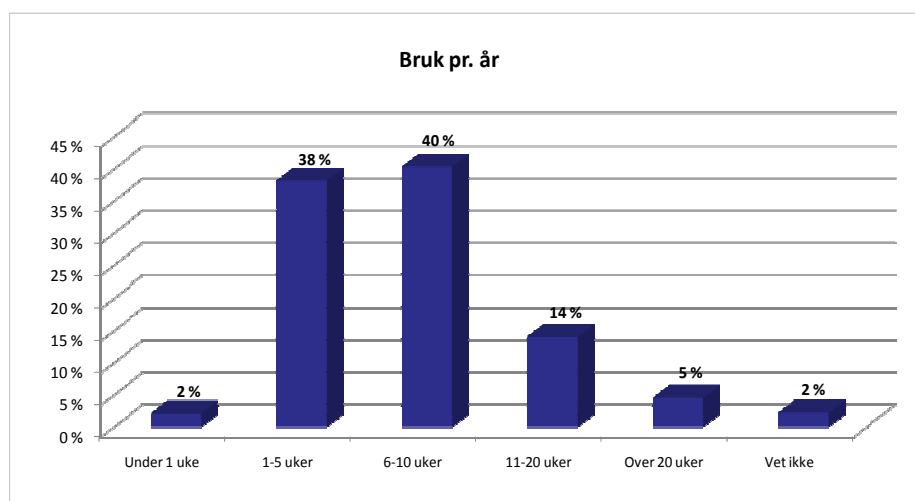
Om vi således ikke var særlig overrasket over fordeling på henholdsvis eide og leide hytter blant hyttefolket i Tinn som det fremgår av diagram 2.6, er vi ikke desto mindre overrasket over at 54 % oppgir at de har eid eller leid hytten i over 10 år.

Med disse tallene i mente er det også interessant å se på hvorfor hyttefolket har valgt Tinn som hyttekommune. Vi ser at hele 814 personer har valgt å svare på dette spørsmålet hvilket tilsvarer 98 %, og svarene fremgår av vedlegg 2.4. Vi ser at **"arv"**, **"tilknytning til Tinn"** (familie, oppvekst og/eller bodd i kommunen tidligere), **"avstand til bostedskommune"**, **"anbefalt av venner og bekjente"** samt ikke minst **"naturen"** (både som visuelt skue og som arena for aktiv utfoldelse) er de begrunnelser som går igjen. Noen oppgir også at det var tilfeldig at de kjøpte hytte i Tinn, samt at noen, om enn svært få, oppgir at de kjøpte hytten på impuls!

2.2 Hvor ofte brukes fritidsboligen?

For å kunne kartlegge den potensielle ressurs som hyttefolket kan være for hyttekommunen er det også sentralt å vite noe om hvor mye hyttefolket faktisk bruker hytten i løpet av gitt tidsperiode. For å kartlegge dette ble hyttefolket derfor bedt om å angi bruksfrekvens i henhold til kategoriene som fremgår av diagram 2.8.

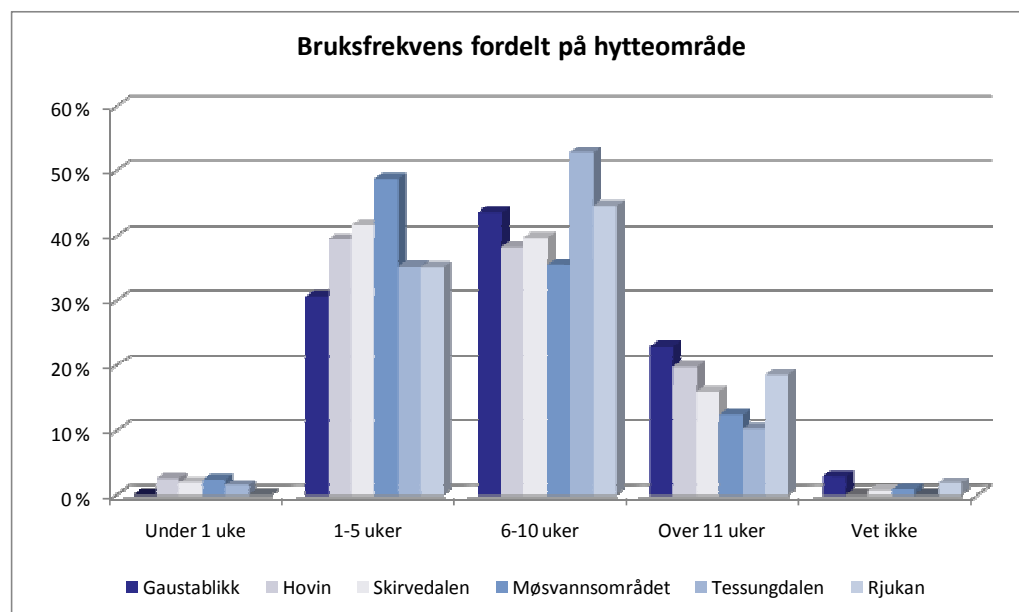
Diagram 2.8



Vi ser at i Tinn bruker 40 % av hyttefolket fritidsboligen mellom 6-11 uker per år, hvilket for den gjengse yrkesaktive nordmann vil tilsvare alle disponible ferier samt en del helger i tillegg pr. år. Kun 2 % bruker hytten mindre enn 1 uke i året, og 19 % bruker hytten over 11 uker.

I forbindelse med omfanget av bruken av hytta er det også interessant å se på om det er variasjoner i bruk i henhold til hytteområde, og for Tinns vedkommende får vi da følgende oversikt:

Diagram 2.9

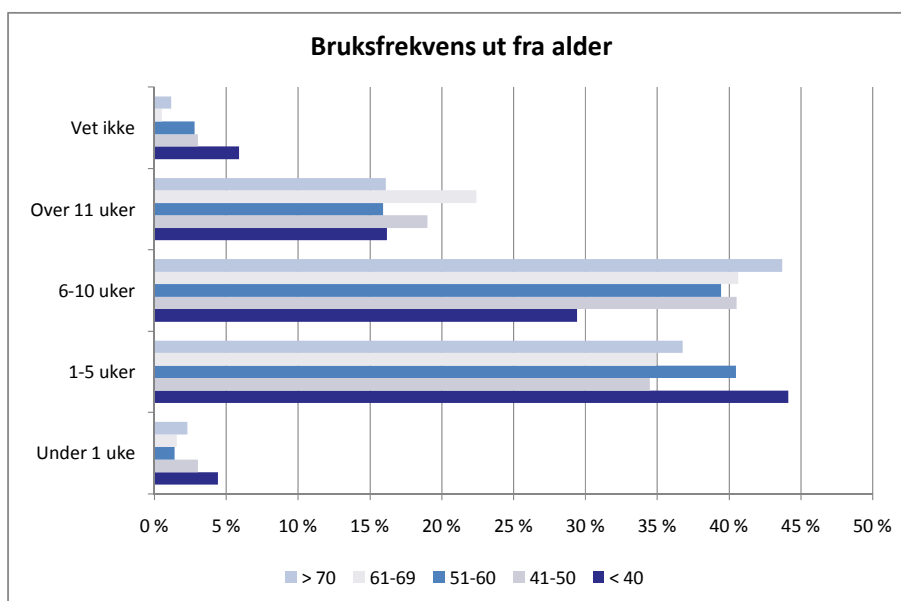


I diagram 2.9 har vi for oversiktighetens skyld valgt ut seks hytteområder som vi mener representerer bredden i "hyttetilbudet" i Tinn både med hensyn til geografisk område (fjell, bygd og by), hyttenes alder, størrelse og standard og "hyttetetthet", dvs. konsentrasjon av hytter pr. kvadratmeter i de forskjellige hytteområdene. I tillegg er kategorien "11-20 uker" og "over 20 uker" for oversiktighetens skyld samlet til en kategori: "over 11 uker".

Diagrammet viser således bl.a. at Møsvannsområdet ser ut for å være det hytteområdet med kortest bruksperiode pr. år (nesten 50 % oppgir 1-5 uker pr. år), hyttefolket i Tessungdalen dominerer i kategorien 6-10 uker (over 50%), samt at Gaustablikk, Hovin og Rjukan i nevnte rekkefølge er de hytteområdene hvor flest bruker hytta over 11 uker pr. år (rundt 20%).

Det er også relevant å belyse hvorvidt bruken varierer i henhold til hytteeiers alder, og for Tinn kommune under ett får vi da fordelingen som gjengitt i diagram 2.10 på kommende side.

Diagram 2.10

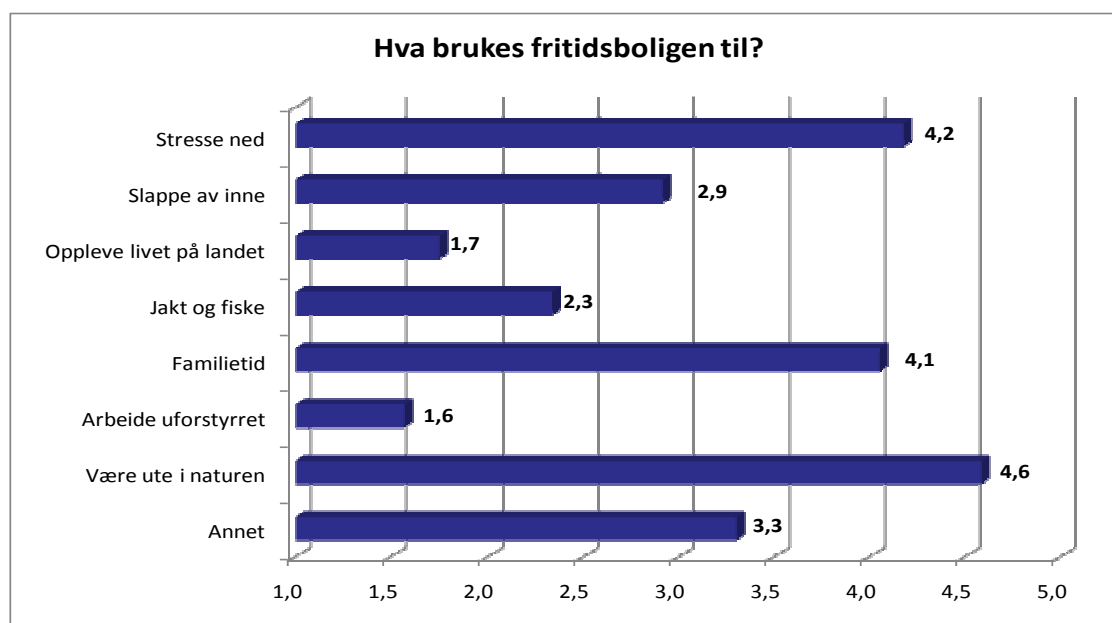


Da det bare er 11 hytteeiere/-leiere i Tinn under 30 år, har vi valgt å slå dem sammen med kategorien 31-40 år, samt at vi som i diagram 2.3.4 har valgt å samle kategoriene "11-20 uker" og "over 20 uker" til en kategori "over 11 uker". Vi ser således at bruksfrekvensen øker noe i takt med alderen, og mens 28 % av hyttefolket under 40 år bruker hytten 6-10 uker i året, er tilsvarende andel for aldersgruppen 61-69 år 40 %. For aldersgruppen over 70 år er den 43 %. Når det gjelder bruken over 11 uker, så er denne, som forventet, størst for aldersgruppen 61-69 år og avtar igjen for aldersgruppen over 70.

2.3 Hva brukes fritidsboligen til?

Som påpekt i kapittel 1 har nordmenns vaner vis a vis fritidsboliger endret seg betydelig de siste tiår. I forrige avsnitt har vi fått belyst hvor mye hyttefolket i Tinn bruker fritidsboligen per år, i dette avsnittet vil vi gå ett skritt videre og belyse hva hyttefolket bruker fritidsboligen til m.a.o. hvilket behov tjener den til å tilfredsstille. Hva hyttefolket bruker fritidsboligen bidrar både til å klargjøre hyttefolkets behov og prioriteringer, samt gir oss en ramme for å forstå en del av de innspill og kommentarer som kommer frem gjennom de påfølgende avsnitt. I tillegg er den sammen med de faktorer som kom frem i avsnitt 2.1.6 en viktig indikator med hensyn til Tinns fortrinn som hyttekommune. For å belyse hva hyttefolket i Tinn bruker fritidsboligen til ble de således (på en Likert skala fra 1-5) bedt om å angi hvor enige de var i henhold til 7 påstander rundt hva de bruke fritidsboligen til (hvor 1 er svært uenig og 5 er svært enig). I tillegg hadde hyttefolket anledning for å krysse av for "annet" og gi kvalitative innspill til hva "annet" således var. Vektningen og resultatene fra Tinn er gjengitt i diagram 2.11 på neste side.

Diagram 2.11



Kanskje ikke uventet ser vi at å "være ute i naturen", "stresse ned" og "familietid" i gjengitte rekkefølge er de påstander som hyttefolket i Tinn mest identifiserer seg med, mens det å "arbeide uforstyrret" og å "oppleve livet på landet" scorer lavest. Vi ser også at kategorien "annet" scorer relativt høyt og svært mange blant hyttefolket har her benyttet anledningen til å komme med utfyllende kommentarer som gir oss en inngående kunnskap om hva de her mener. Vi har oppsummert og systematisert besvarelsene under "annet" i vedlegg 2.5 og gruppert dem i seks hovedkategorier. Den første kategorien har vi kalt "**Aktiviteter i friluft og natur**" og er mest av alt et supplement til kategorien "være ute i naturen" i diagram 2.11, i den innholdet konkretiserer de aktiviteter som hyttefolket ofte foretar seg når de er utendørs som følgende kommentar fra vedlegg 2.5 indikerer: "*Gå på ski, sykle, gå turer sommer - vinter.*" Den andre kategorien har vi kalt "**Rekreasjon/avveksling fra hverdagslivet**" og kan vel best, som følgende kommentar indikerer, beskrives som et supplement til kategorien "stresse ned": "*Jeg stresser ned og koser meg i byhytta mi. Kort vei til sentrum, skibakker, fjell og historie. Spennende, driftig kommune hvor mye skjer.*" Flere påpeker således at fritidsboligen brukes til mental rekreasjon, å komme vekk fra jobb og daglige rutiner og gjøre ting man ellers ikke har tid til i hverdagen. Den tredje kategorien under "annet" som fritidsboligen brukes til har vi kalt "**Sosialt samvær**". Det er tydelig at mange bruker hytten til - nettopp - sosialt samvær, både med den nære familie som angitt i henhold til kategorien "familietid" i diagrammet ovenfor, men også til sosialt samvær med både venner, slekt og lokalbefolkning som bl.a. følgende kommentar henspiller på: "*Pleie vennenettverk og familien i Tinn. Og engasjere oss i lokale aktiviteter i bygda.*" Den fjerde kategorien som vi har kalt "**Besøke hjemtraktene**" er knyttet både til kategorien "være ute i naturen" i diagram 2.11 og "sosialt samvær" jfr. ovenfor. Kategorien henspiller på at flere av hytteeierne/-leierne også påpeker at de bruker fritidsboligen til å holde kontakten med hjemstedet, både når det gjelder natur og slekt: "*Holde litt kontakt med kommunen jeg bodde i som barn og ung voksen.*" At dette er et

sentralt element er forståelig med hensyn til den høye andelen av hyttefolk som har familiær tilknytning i Tinn som påpekt i avsnitt 2.1.6 og vedlegg 2.4. Den femte kategorien har vi kalt **"Fysisk arbeid (egeninnsats/vedlikehold)"** og henspiller på at mange også har oppgitt at fysisk arbeid, enten vedlikehold av selve hytta eller aktiviteter i nærområdet (for eksempel vedhugst, "hagearbeid", etc.) også utgjør en stor del av tiden de bruker på hytta. Det blir også fremhevet at praktisk, fysisk arbeid for en del oppleves som en fin variasjon fra ens egen arbeidssituasjon som ofte innebærer mye stillesitting, være seg på kontoret, foran PC eller i møter. Som en av respondentene uttrykker det: *"For meg er det fin utspreddelse fra det daglige arbeidet."* Sist, men ikke minst har vi en siste kategori som vi har kalt **"Diverse"**, og som beskrivelsen i seg selv indikerer har vi her samlet opp en diverse "hyttebruk" som ikke umiddelbart passer inn i de fem kategoriene angitt ovenfor.

2.4 Bruk av fritidsboligen i arbeidsøyemed

Et av de områdene som undersøkelsen ønsket å kartlegge var hvorvidt noen av hytteeierne/-leierne brukte hytten i arbeidsøyemed og det ble utarbeidet to konkrete spørsmål med dette for øye. Det første var et ønske om å kartlegge hvorvidt hytteeierne/-leierne tok med forretningsforbindelser på hytta, og var først og fremst rettet mot selvstendige næringsdrivende og personer med høy stillinger innen det private næringsliv. Det andre spørsmålet var på et mer generelt grunnlag rettet mot å kartlegge bruken av hytta som "hjemmekontor", da dette bl.a. vil kunne gi viktige indikasjoner på hvilke muligheter hyttekommuner har for å tilrettelegge for utvidet bruk av fritidsboligene.

2.4.1 Forretningsforbindelser

Når det gjelder hvorvidt hyttefolket i Tinn tar med forretningsforbindelser på hytta fremgår besvarelsene fra undersøkelsen i diagram 2.12.

Diagram 2.12

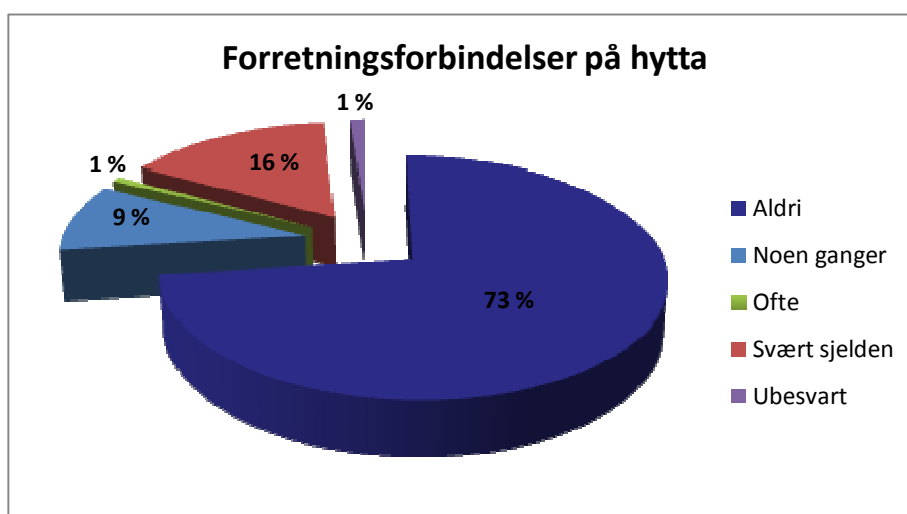
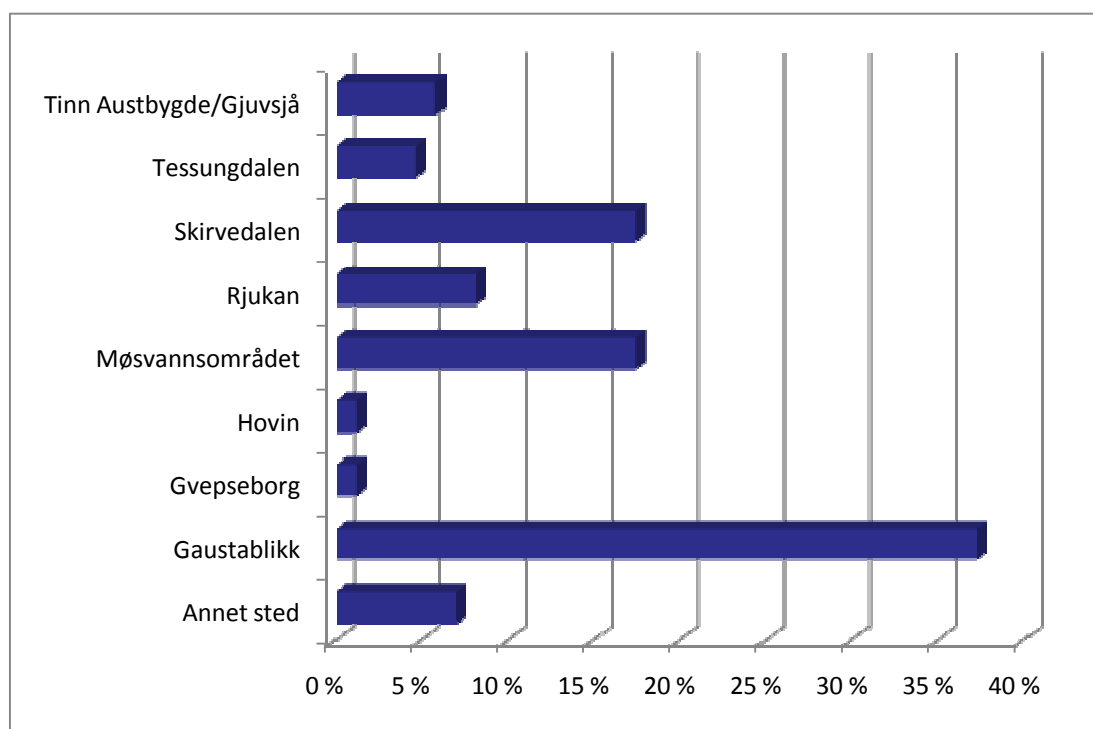


Diagram 2.12 indikerer at 26 % av hyttefolket har bruk fritidsboligen vis a vis forretningsforbindelser, men kun 1 % tilkjenner at de tar med forretningsforbindelser ofte og 9 % sier det gjør det noen ganger. 16 % tar forretningsforbindelser med svært sjelden og den store majoriteten (73 %) gjør det aldri. Her er det således viktig å påpeke som vi vil komme tilbake til i tabell 2.3, at 38 % av hyttefolket har definert seg selv som "lønnsmottaker" hvilket også vil innebære at mange ikke har et arbeid hvor de har forretningsforbindelser.

Med referanse til undersøkelsens formål er det også interessant å belyse hvorvidt det å ta med forretningsforbindelser på hytta vil variere i henhold til hytteområde. For å kartlegge dette ble således diagram 2.13 utarbeidet.

Diagram 2.13



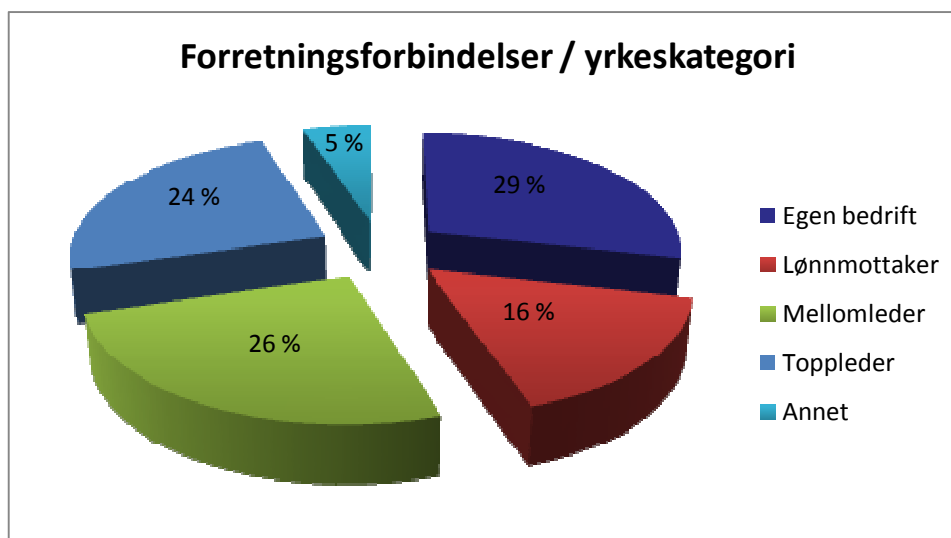
Her er kategoriene "noen ganger" og "ofte" i diagram 2.12 slått sammen og analysert i henhold til hytteområde. Totalt er det 86 hytteeiere/-leiere som har svart at de ofte eller noen ganger har med forretningsforbindelser på hytta⁶, av disse er henholdsvis 39 % kvinner og 61 % menn. Ser vi dette opp mot kjønnsfordelingen på besvarelsene så indikerer disse at 9,5 % av kvinnene i undersøkelsen "noen ganger" tar med forretningsforbindelser på hytta, mens tilsvarende prosentsats for menn er 10,3 %. Det er interessant å se hvor tydelig Gaustablikk "leder an" med hensyn til geografisk plassering, med Møsvannsområdet og Skirvedalen på henholdsvis andre plass. Når det således Gaustablikk så angir 20 % av besvarelsene at de

⁶ Måler vi dette tallet opp mot populasjonen på 1.800 tilsvarer dette litt i overkant av 180 hytteeiere/-leiere i Tinn som ofte eller noen ganger har med forretningsforbindelser på hytta.

"ofte" eller "noen ganger" tar forretningsforbindelser med på hytta, mens tilsvarende andel for Møsvann er i overkant av 12 % og for Skirvedalen 9 %.

Det kan også være relevant og interessant å se på om det å ta med forretningsforbindelser varierer i henhold til yrkeskategori som gjengitt i avsnitt 2.1.5. For å kunne vurdere dette ble følgende diagram utarbeidet hvor vi har belyst yrkeskategoriene til de 10 % som i diagram 2.12 har gjengitt at de "ofte" eller "noen ganger" tar forretningsforbindelser med på hytta.

Diagram 2.14



Oppstillingen viser tydelig at det å ta med forretningsforbindelser på hytta varierer i henhold til hyttefolkets yrkeskategori. Vi ser for eksempel at 29 % av de som har oppgitt at de "ofte" eller "noen ganger" tar med forretningsforbindelser på hytta driver egen bedrift, mens 26 % er mellomledere og 24 % er toppledere. Ser vi på hvor mange dette utgjør i henhold til antall respondenter på den enkelte yrkeskategoriene i undersøkelsen, ser vi at dette tilsvarer 20,2 % av alle topplerne, 9,6 % av alle mellomlederne, i overkant av 16 % av de som driver egen virksomhet og 5,2 % av lønsmottakerne.

Det var også i relasjon til dette spørsmålet mulig å komme med utfyllende informasjon. Kommentarene som er knyttet til hvorfor hyttefolket "aldri" eller "svært sjelden" tar med forretningsforbindelser på hytta, kan gi oss nyttig kunnskap om årsakene til dette. Årsakene som hyttefolket i Tinn oppgir er således systematisert og gruppert i tabell 2.3 på følgende side.

Tabell 2.3

Hytta er fristed/ for venner og familie	Ikke den type jobb	Pensjonert	Hyttestandard
✓ Arbeid skal ikke være med på hytta.	✓ Har ikke den type jobb hvor det er aktuelt.	✓ Er pensjonist	✓ Enkel hytte satt opp i 1954
✓ Bare venner og familie.	✓ Har ikke slik jobb.	✓ Er pensjonist, tar med venner og familie.	✓ For tiden - ikke innlagt vann.
✓ Dette er fristedet vårt	✓ Har ingen	✓ Er pensjonister.	✓ Gammel, ikke vinterisolert
✓ Familie og venner.	✓ forretningsforbindelser i min jobb.	✓ Jeg er pensjonist.	✓ hytte. I tillegg svært liten, men så koselig.
✓ Har med mye venner.	✓ Har ingen.	✓ Pensjonist.	✓
✓ Har med oss venner og familie.	✓ Som pensjonist og lærer har vi ingen slike, men vi har med familie og venner.	✓ Pensjonist bare med familien	✓ Hytta er det man kalte hytte i 60
✓ IKKE foretningsforbindelser, MEN familie og venner.	✓ Vi jobber i kommunale jobber, og kan ta med oss venner på hytta, men det er ikke aktuelt med noen forretningsforbindelser.	✓ Vi er pensjonert.	✓ årene. Enkel, uten vann og strøm, ca. 45km.
✓ Nei, men venner og familie, fra inn- og utland.	✓ Jeg tar med venner/familie, men som lønnsinntaker i off. tjeneste, har jeg ikke forretningsforbindelser.	✓ Vi er pensjonister.	
✓ Tar gjerne med venner og familie.		✓ Er nå pensjonist, men har ofte med gamle kolleger. Disse er nå mer venner enn forretningsforbindelser.	
✓ Forretningsforb.=nøytral grunn.		✓ Pensjonist.	
✓ Først og fremst for familie og venner.			
✓ Primært hytte til fritids- og familieliv.			
✓ Aldri forretningsforbindelser, men venner (kan være via jobb).			

Av kommentarene ser vi at de hyppigste årsakene som hyttefolket gjengir som grunn til at de "aldri" eller "svært sjelden" tar med forretningsforbindelser på hytta er, at hytta er et fristed, hvor man tar med familie og venner (kanskje gode kolleger som er blitt venner i årenes løp), men ikke arbeid. I tillegg ser vi, som vi også påpekte innledningsvis i avsnittet at mange har en arbeidssituasjon hvor de ikke har forretningsforbindelser. Øvrige kommentarer som ble gjort i forbindelse med hvorvidt man tar med forretningsforbindelser på hytten er gjengitt i tabell 2.4 under.

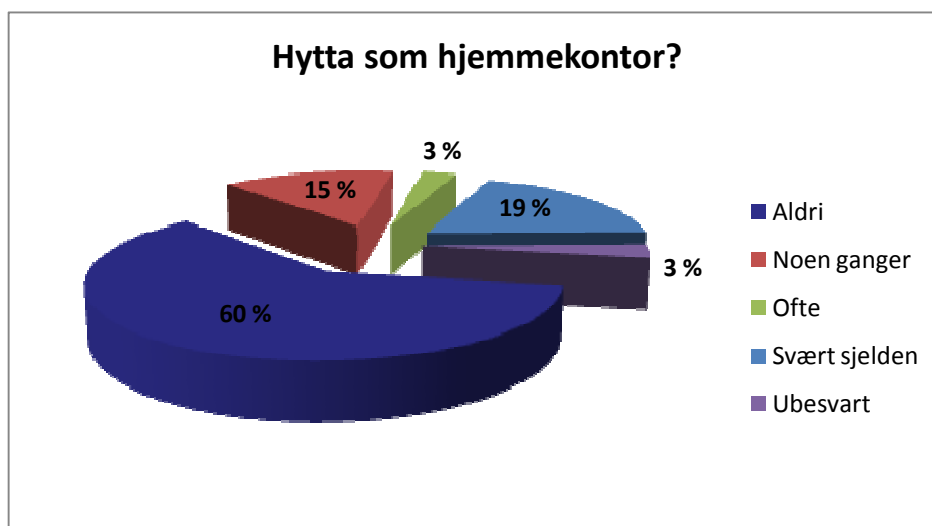
Tabell 2.4

Øvrige kommentarer	
✓ Har foreløpig ikke vært aktuelt.	✓ Nei, men låner den gjerne ut til hyggelige kolleger.
✓ Ikke foreløpig, kan bli aktuelt.	✓ Uaktuelt.
✓ Ingen aktuelle forbindelser jeg vil ha med dit.	✓ Det er i dag vanskelig pga dagens generelle korrupsjonstankegang.
✓ Jeg er uføretrygdet, mannen min er selvstendig med eget mekanisk verksted.	✓
✓ Har tilbudt firmaweekend og venneturer.	

2.4.2 Bruk av fritidsboligen som hjemmekontor

Mens spørsmålet vedrørende hvorvidt hytteeierne/-leierne tar med forretningsforbindelser på hytten hovedsakelig var utarbeidet med tanke på å kartlegge den del av hyttefolket som er selvstendige eller har høye stillinger innefor det private næringslivet, favner spørsmålet vedrørende hjemmekontor også lønsmottakerne. Når det således gjelder hvorvidt hyttefolket i Tinn bruker hytten som hjemmekontor fremgår besvarelsene av diagram 2.15.

Diagram 2.15



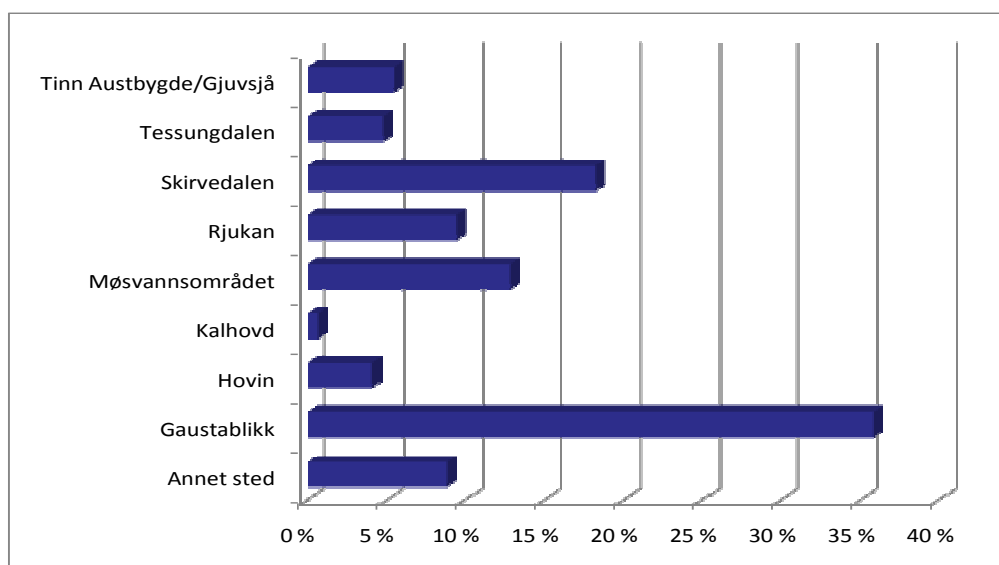
Vi ser av diagrammet at det, som forventet, er flere hyttefolk i Tinn som bruker hytten som hjemmekontor enn det er som tar med forretningsforbindelser på hytta. 37 % av hyttefolket i Tinn svarer at de bruker hytta som hjemmekontor, hvorav 3 % sier de gjør det "ofte", 15 % "noen ganger" og 19 % "svært sjelden". Majoriteten (60 %) gjør det imidlertid aldri.

Det kan også her være interessant å belyse om det er forskjeller i bruken av hytten som hjemmekontor i henhold til hytteområde og for å kartlegge dette ble diagram 2.16 utarbeidet.

I diagram 2.16 er kategoriene "Ofte" og "Noen ganger" slått sammen og gruppert i henhold til hytteområde på samme måte som i diagram 2.13. Totalt er det 148 hytteeiere/-leiere som har svart at de "ofte" eller "noen ganger" bruker hytten som hjemmekontor⁷, av disse er henholdsvis 36 % kvinner og 64 % menn. Ser vi imidlertid dette opp mot antall menn og kvinner som har besvart undersøkelsen får vi en fordeling der bruken er likt fordelt på de to kjønnene, dvs. at 17 % av både mennene og kvinnene svarer bekreftende på at de "ofte" eller "noen ganger" bruker hytta som hjemmekontor. Som for forretningsforbindelser ser vi at av hytteområdene er det Gaustablikk som har størst bruksfrekvens når det gjelder å bruke fritidsboligen som hjemmekontor, og at Skirvedalen og Møsvannsområdet følger på henholdsvis andre og tredje plass.

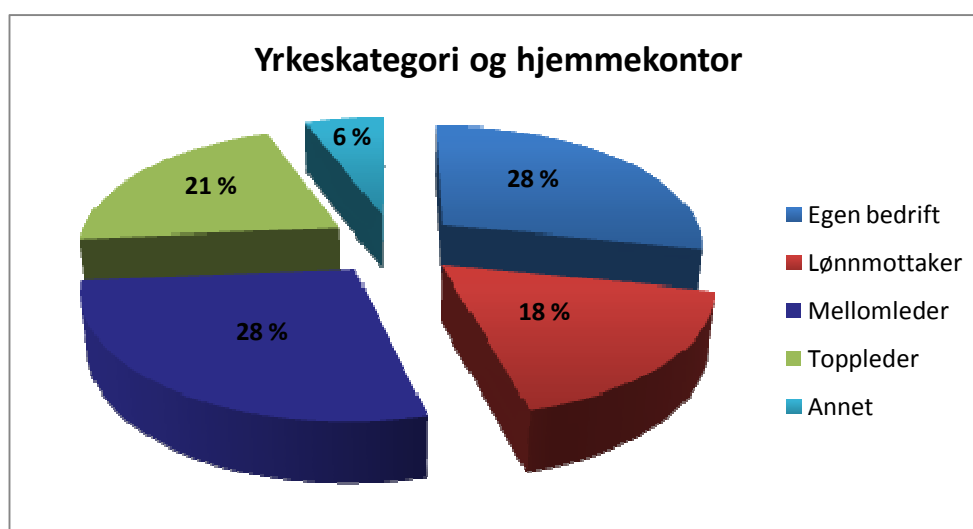
⁷ Måler vi dette tallet opp mot populasjonen på 1.800 gir dette ca. 320 hytteeiere/-leiere i Tinn som ofte eller noen ganger bruker fritidsboligen som hjemmekontor.

Diagram 2.16



Det kan også være relevant å analysere hvorvidt det å bruke hytta som hjemmekontor varierer i henhold til yrkeskategori som det fremgår av diagram 2.5, og for å kunne vurdere dette ble diagram 2.17 utarbeidet. Her har vi belyst yrkeskategoriene til de 18 % som i diagram 2.15 har gjengitt at de "ofte" eller "noen ganger" bruker hytta som hjemmekontor.

Diagram 2.17



Vi ser at også vedrørende det å bruke hytte som hjemmekontor er det forskjeller i henhold til yrkeskategori. Vi ser for eksempel at 28 % av de som har oppgitt at de "ofte" eller "noen ganger" bruker hytta som hjemmekontor driver egen bedrift, mens 26% er mellomledere og 24% er toppledere. Skillene er, som forventet, noe mindre enn i diagram 2.15 hvor det å ta med forretningsforbindelser var i fokus. Ser vi på hvor mange dette utgjør i henhold til antall respondenter på den enkelte yrkeskategoriene i undersøkelsen, ser vi at dette tilsvarer at

30,2% av alle topplederne, 18,4% av alle mellomlederne, 28,2 % av de som driver egen virksomhet og 10,2% av lønsmottakerne ofte eller noen ganger bruker fritidsboligen som hjemmekontor.

Som i avsnitt 2.4.1 vil kommentarene knyttet til hvorfor hyttefolket "svært sjelden" eller "aldri" bruker hytta som hjemmekontor kunne tilføre oss nyttig kunnskap om årsakene hertil. Årsakene hyttefolket i Tinn oppgir er således systematisert og kategorisert i tabell 2.5.

Tabell 2.5

Ingen nettforbindelse	Diverse	Hytten er fristed
√ Det er ikke nettforbindelse der.	√ I lange perioder - ukes høstferie eller vinterferie.	√ Prøver å legge jobben hjemme i fritiden.
√ Hadde skjedd oftere dersom det var mulig med mobiltelefondekning eller bredbånd på Vatnali.	√ Kan av og til lese faglitteratur på hytta.	√ Vi reiser på hytta for å komme bort fra alt stress.
√ Finnes ikke telefonforbindelse/PC ikke mulig.	√ Kommer til å gjøre det mer når barna er ferdig med 10-årig skole.	√ Ønsker å ha hytta som fristed, ikke arbeidssted.
√ Hadde vært mulig med bredbånd.	√ Kun når jeg har arbeid som må utføres i helgen.	√ Helt uaktuelt.
√ Har ikke bredbånd og tilstrekkelig mobilforhold. Dessverre.	√ Vil gjøre det mer i fremtiden.	
√ Har ikke telefonforbindelse, ikke internetttilgang.	√ Noen jobbtelefoner i vinterferie/høstferie.	
√ Hvis det blir fiberoptikk fra og til hytta, vil det bli en mulighet.	√ Pensjonist.	
√ I Hovin ved Blefjell camping er det elendig mobildekning.	√ Eventuelt til å lese dokumenter.	
√ Ikke nettforbindelse.	√ Som toppsjef er jeg i prinsippet alltid på jobb.	
√ Ingen nettdækning.	√ Har en sønn som av og til gjør det.	
√ Jobber i IT-bransjen og har ikke bredbånd på hytta.	√ Har ikke mulighet for hjemmekontor.	
√ Med internett på hytta ville det vært mer aktuelt.	√ Har ikke innlagt strøm.	
√ Nettetilgangen (bredbånd) må bli bedre og mer fleksibel mht perioder man betaler for tilgang.	√ Har ikke slik jobb.	
√ Kan bli mer aktuelt etter hvert når oppgradering avsluttet.		
√ Svake mobilforhold/mulighet for internett gjør dette vanskelig.		
√ Nei, men vurderer det (hvis bredbånd).		

Vi ser at de fleste årsakene som er oppgitt er direkte knyttet til manglende nettilgang, og at flere også indikerer at de ville brukt fritidsboligen som hjemmekontor hvis de hadde tilgang

til internett være det seg gjennom bredbånd eller via mobil. Vi ser også at noen påpeker at de bruker fritidsboligen som hjemmekontor i den betydning at de for eksempel tar arbeidsrelaterte telefoner og leser faglitteratur. Igjen ser vi også at enkelte påpeker at de ikke bruker hytta som hjemmekontor fordi hytta, som påpekt i avsnitt 2.3 og vedlegg 2.5, er et fristed og at jobbrelaterte aktiviteter således ikke hører hjemme.

2.5 Hyttefolkets bruk og oppfattelse av vare- og tjenestetilbudet i Tinn

I dette avsnittet vil vi se på omfanget av hyttefolket i Tinns bruk av det eksisterende vare- og tjenestetilbudet i kommunen. I tillegg vil vi belyse om det er varer og tjenester hyttefolket savner, samt hvorvidt åpningstider bedre tilpasset hyttefolkets behov vil påvirke bruken i positiv retning.

2.5.1 Hvilke varer og tjenester bruker hyttefolket i dag?

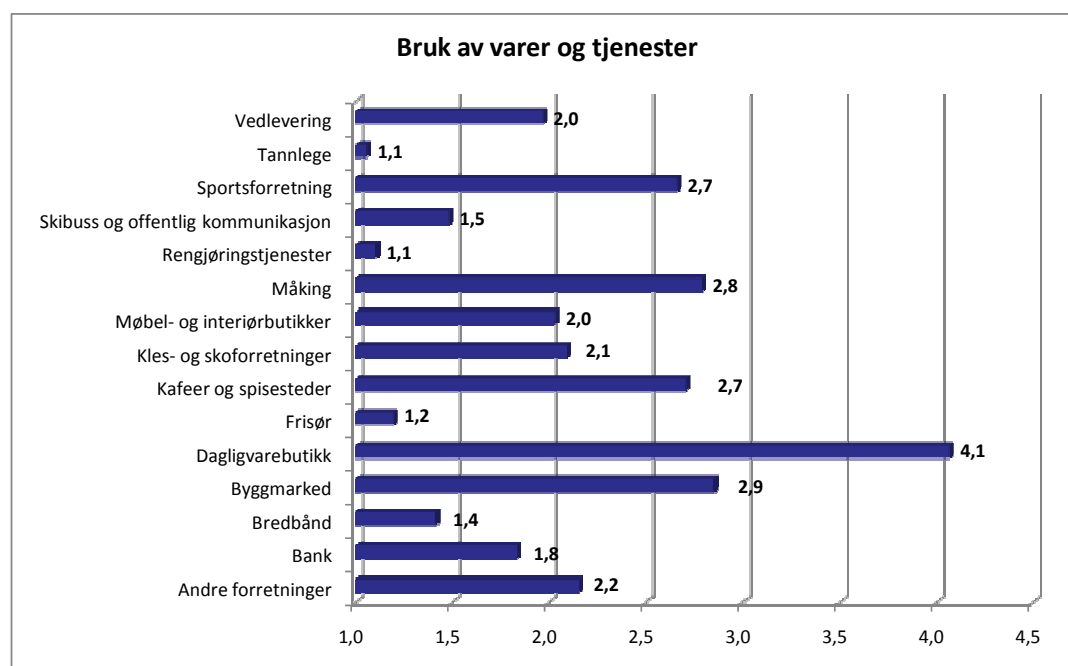
Hyttefolket ble bedt om å gi en tilbakemelding på hvilke vare- og tjenestetilbud de bruker når de er i Tinn. Dette vil være en sentral tilbakemelding til næringslivet og handelsstanden i kommunen, og ikke minst vil de kvalitative kommentarene knyttet til kartleggingen kunne gi nyttige pekepinner på forbedringsmuligheter vis a vis det eksisterende vare- og tjenestetilbudet, samt ikke minst også hentyde behovet for utvikling og tilrettelegging av nye.

Hyttefolket i Tinn ble således i undersøkelsen bedt om å angi hvor ofte de bruker de vare- og tjenestetilbudene angitt i diagram 2.16 på neste side i henhold til en Likert-skala fra 1-5, hvor 1 er aldri og 5 er alltid.⁸

Vi ser altså at dagligvarebutikk, kanskje ikke uventet, er det tilbudet som benyttes oftest. Omfanget av bruken er her veldig høyt. Vi ser også at hyttefolket relativt ofte bruker lokalt byggemarked og sportsforretninger, hvilket også samsvarer med tilbakemeldinger fra bl.a. Byggmakker på Rjukan som sier at en stor del av deres omsetning i dag er knyttet til hyttefolk. Hyttefolket benytter seg også av kafeer og spisesteder, og av vedlegg 2.7, fremgår det at dette også er et tilbud som noen også gjerne skulle hatt mer av i Tinn. Spesielt etterlyses dette på Gaustablikk, i Rjukan (større utvalg og bedre åpningstider) samt i Tinn Austbygd (spisested, sosial møteplass også på kveldstid.) I tillegg ser vi at snømåking har en relativt høy bruksfrekvens, men her er det viktig om at det både kan være snakk om brøyting av vei så vel som måking av tak og rundt hytte. Selv om antallet respondenter som har bekreftet at det bruker lokal frisør, tannlege og bank er begrenset, så tyder besvarelsene på at bedre tilrettelegging vis a vis hyttefolket vil kunne bidra til å øke bruken.

⁸ Beregningene er foretatt blant de som har svart på spørsmålet, dvs. ubesvarte felter er holdt utenfor.

Diagram 2.16



Hyttefolket ble også bedt om å gi en tilbakemelding på om det er andre varer og tjenester de bruker i Tinn. Idet besvarelsene her er ganske omfattende er det ikke mulig å ta dem med i selve rapporten, men i vedlegg 2.6 har vi systematisert besvarelsen i henhold til seks overordnende kategorier, henholdsvis **"Håndverkere"**, **"Diverse tjenestetilbud"**, **"Andre butikker/handelstilbud"**, **"Fritidstilbud"**, **"Mangfoldig bruk"** og **"Diverse"**. Av vedlegget fremgår det således at den kategorien som dominerer i antall kommentarer under annen bruk av varer og tjenester i Tinn kommune, ikke overraskende, er håndverkere. Mange oppgir her at de har brukt lokale håndverkere til oppføring av fritidsboligen, samt også ved utførelse av vedlikehold og oppgraderinger. Som en av respondentene påpeker: *"Alltid lokale håndverkere."* Når det gjelder den andre kategorien som vi har kalt "diverse tjenestetilbud" som hyttefolket benytter seg av ser vi at snøscooterkjøring (varetransport, ol.) dominerer. I tillegg nevnes tjenester som bl.a. legevakt, bunadssøm og kjøp av lokal mat. Den tredje kategorien har vi kalt "Andre handelstilbud/butikker" siden det dreier seg om andre butikker som hyttefolket har benyttet, bl.a. bensin/servicestasjon og vinmonopol. Den fjerde kategorien har vi kalt "Fritidstilbud" idet innholdet her består mer av hva vi normalt forbinder med fritidsaktiviteter enn varer og tjenester. Innholdet i denne kategorien må således ses i sammenheng med den informasjonen som fremkommer i avsnitt 2.6 hvor nettopp kultur- og fritidstilbudet i Tinn vis a vis hyttefolket er i fokus. Under "Fritidstilbud" ser vi spesielt at Rjukanbadet dominerer som et tilbud mange hyttefolk benytter seg av, hvilket også samsvarer med tilbakemeldingene i avsnitt 2.6. Den femte kategorien har vi kalt "Mangfoldig bruk" og henspiller nettopp på, som det også går frem av kategori fire, at majoriteten av hyttefolket har en variert bruk av de tilbud som finnes i Tinn både kultur- og fritid, varer og tjenester som

følgende beskrivelse fra en av hytteeierne indikerer: *"Gardsmat. Snekker, murer, elektriker, rørlegger, polet, svømmehall, skiheis etc."* Siste kategori under andre vare- og tjenester som hyttefolket benytter er **"Diverse"** og samler opp de tilbakemeldinger som ikke passer inn i de øvrige kategoriene.

2.5.2 Hvilke vare- og tjenestetilbud savner hyttefolket?

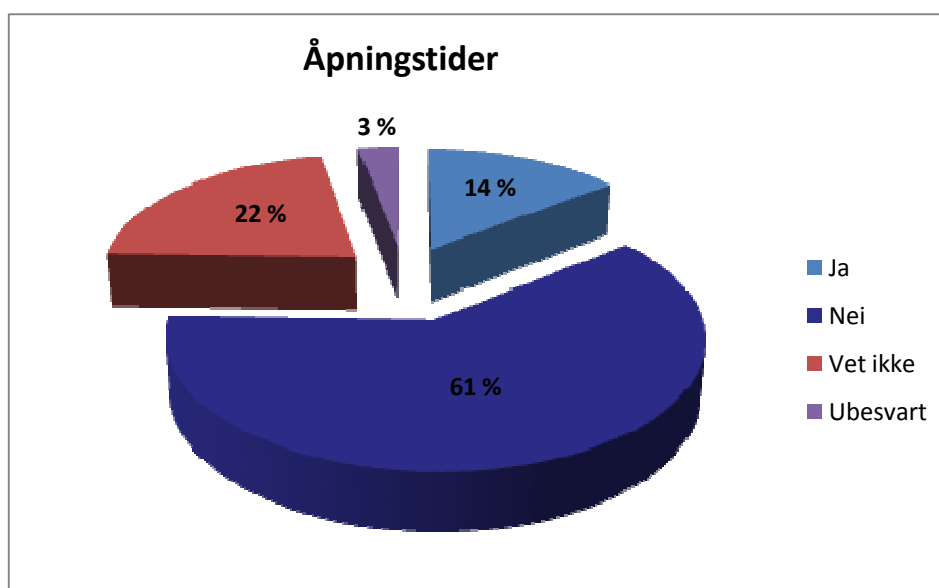
Et annet sentralt moment med hensyn til vare- og tjenestetilbudet i Tinn som undersøkelsen ønsket å kartlegge var hvorvidt det finnes udekkede behov som både kan gi nyttige innspill med tanke på tilrettelegging av eksisterende tilbud, samt eventuelt danne grunnlag for utvikling av nye. Hyttefolket ble således bedt om å komme med kvalitative innspill på vare- og tjenestetilbud de savner i Tinn. Igjen har responsen vært overveldende og vi har systematisert innspillene i henholdsvis sju kategorier som er gjengitt i vedlegg 2.7. Den første kategorien har vi kalt **"Bredbånd/internett/mobil"** og henspeiler som navnet tilsier på at flere hytteeiere/-leiere savner nettilgang og/eller mobildekning, som en av respondentene påpeker: *"Savner bredbånd. VELDIG VIKTIG hvis en skal være på hytta i lengre perioder."* Nettilgang og mobil henger delvis sammen som påpekt i avsnitt 2.4.2 idet dårlig mobildekning også hindrer oppkobling til nett via Bluetooth. I tillegg vanskeliggjør dårlig mobildekning bruk av mobil til arbeidsrelaterte telefonsamtaler. Den andre kategorien i henhold til varer og tjenester som hyttefolket i Tinn savner har vi kalt **"Kollektiv transport"** og igjen avslører navnet hva det handler om, nemlig at noen av hyttefolket etterlyser bedre busstilbud til fra forskjellige steder i kommunen: *"Skulle gjerne sett at det var lettere å komme til og fra med buss - kveldstid."* Den tredje kategorien har vi kalt **"Hytteservice"** i det den inneholder eksempler på konkrete tiltak som for eksempel feiehjelp, tilsyn og sikkerhetstjenester for hytta, etc. som vil være naturlig å kople opp mot en form for hytteservicetilbud. Den fjerde kategorien har vi kalt **"Sosiale møteplasser/spisesteder og kultur"** og inneholder som påpekt i forrige avsnitt konkrete ønsker med hensyn til flere sosiale møteplasser, spisesteder og kulturtilbud: *"Vin/kaffebar/kafe/galleri. Noen gode spisesteder i Rjukan og åpne turisthytter i turområdene, ikke bare Gvæseborg."* Det er også her viktig å se innspillene i relasjon til avsnitt 2.6 hvor nettopp kultur- og fritidstilbudet i Tinn vis a vis hyttefolket, som tidligere påpekt, er i fokus. Den femte kategorien har vi kalt **"Forbedringspotensialer"** idet den favner en rekke innspill med hensyn til hva hyttefolket opplever er mangler med eksisterende vare- og tjenestetilbud, samt konkrete forslag til tilrettelegging. Den femte kategorien er således igjen inndelt i en rekke underkategorier, nemlig: "Butikker og spisesteder", "Håndverkere", "Kommunale tjenester", "Turistinformasjonen" og "diverse". Kategoriene inneholder svært presis og konkrete tilbakemeldinger om ulike tilbydere. I henhold til for eksempel Turistinformasjonen, ser vi at innspillene dreier seg om ønsker om utvidede åpningstider: *"Det er turistinformasjon, men det er ofte stengt på tider da bl.a turister gjester Tinn. Ha i alle fall åpent på lørdager og utvidet i uka."* Den sjette kategorien har vi kalt **"Stedsspesifikke ønsker"** og er en rekke konkrete forslag og innspill knyttet til de forskjellige hytteområdene, spesielt Gaustablikk og Møsvann. Denne kategorien er således også inndelt i henholdsvis underkategoriene "Gaustablikk", "Møsvann", "Austbygde/Tessungdalen/Skirvedalen" og "Øvrig". Kommentarene strekker seg

over et bredt spekter av ønsker og innspill, og inkluderer alt fra bedre strøing av vei til ønske om for eksempel gondolbane fra sentrum av Rjukan og opp til Gaustablikk. Den syvende og siste kategorien har vi kalt "**Diverse**" og summerer opp de innspill som ikke helt passet inn i noen av de øvrige kategoriene.

2.5.3 Vil utvidede åpningstider øke hyttefolkets bruk av vare- og tjenestetilbudet?

I tilknytning til vedlegg 2.7 og diskusjonene i de to forutgående avsnitt er det tydelig at hyttefolket har mange konkrete ønsker med hensyn til forbedring og utvidelse av eksisterende vare- og tjenestetilbud i Tinn. Et siste moment som vi ønsket å kartlegge gjennom undersøkelsen var som påpekt innledningsvis hvorvidt åpningstider bedre tilpasset hyttefolkets behov også ville resultere i økt bruk. Besvarelsene fra undersøkelsen på dette feltet fremgår av diagram 2.17.

Diagram 2.17



Som vi ser svarer 61 % av hyttefolket at de ikke ville brukt vare- og tjenestetilbudet mer om åpningstidene var bedre tilpasset deres behov, mens 14 % svarer ja og 22 % er usikre. For å få en bedre forståelse av besvarelsen er det igjen nødvendig å gå til de utfyllende kommentarene som hyttefolk har gitt i forbindelse med besvarelsen på dette konkrete spørsmålet. Mange har igjen benyttet anledningen til å begrunne besvarelsen og vi har systematisert og gruppert svarene i vedlegg 2.8 i henhold til "**Ja**", "**Vet ikke**" og "**Nei**" besvarer. Som vi ser av besvarelsene under "Ja" får vi her mange utfyllende kommentarene som gir oss nyttige innspill på *hvorfor*, *når* og *hvor* det er behov for utvidede åpningstider. Det dreier seg om ønsker om lengre åpningstider for dagligvareforretninger på fredager og kanskje langdag på fredag i stedet for torsdag; lengre åpningstider på lørdager, spesielt når det gjelder byggmarked; og spisesteder med bedre kvelds- og helgeåpent. Nå hvor Monter er kommet

som konkurrent til Byggmakker på Svadde vil kanskje utvidede åpningstider etter hvert bli en naturlig konsekvens. Begrunnelsene for lengre åpningstider henger tydelig sammen med at en del ankommer hytta sent fredagskveld: *"Hadde dagligvarebutikker vært åpne til f.eks. 20 eller 21 på fredager hadde vi handlet der isteden for å handle hjemme eller stoppe på Kongsberg."* Når det gjelder åpningstidene på dagtid henger det sammen med at de fleste prioriterer å være ute i naturen og drive med friluftaktiviteter på dagtid, og derfor ikke rekker å benytte vare- og tjenestetilbudet som følgende kommentar indikerer: *"Fordi jeg ofte er ute på tur mens dagslyset er på, og fordi klokken 13 er veldig tidlig på lørdagen."* Det er også riktig mange som har forklart hvorfor de **ikke** ville ha benyttet vare- og tjenestetilbudet mer om åpningstidene var bedre tilpasset deres behov, og tilbakemeldingene spenner her fra at de "tilpasser seg eksisterende åpningstider" til at "hytten ligger for langt fra vare- og tjenestetilbudet".

Gir denne oversikten oss således et grunnlag for å vurdere utvidede åpningstider? Svaret er nei når det gjelder kommunen og alle vare- og tjenestetilbudene under ett, men det er grunnlag for å vurdere utvidede åpningstider i henhold til spesifikk tilbud og steder. Hvis vi for eksempel ser på andelen som har svart "Ja" til at de ville brukt vare- og tjenestetilbudet mer hvis åpningstidene var bedre tilpasset deres behov, ser vi at 60 % av dem befinner seg enten på Gaustablikk, Rjukan eller Møsvannsområdet, altså innenfor en radius av 20 min. til/fra Rjukan. Tilbakemeldingene tyder også på at behovet, som påpekt, er størst fredagskveldene hvor det altså er forslag både om utvidede åpningstider samt flytting av langdag fra torsdag til fredag og lørdag ettermiddag tilknyttet bl.a. Byggmarked. I tillegg er det mer generelt behov for utvidede åpningstider tilknyttet spisesteder og turistinformasjon. Generelt ville det også være hensiktsmessig å innhente informasjon fra andre turistkommuner for å belyse erfaringer de måtte ha med hensyn til tilsvarende tilpassninger.

2.6 Hyttefolkets bruk og oppfattelse av kultur- og fritidstilbudet i Tinn

I dette avsnittet vil vi se på omfanget av hyttefolket i Tinns bruk av det eksisterende vare- og tjenestetilbudet i kommunen. I tillegg vil vi belyse hyttefolkets innspill vedrørende om det er kultur og fritidstilbud de savner.

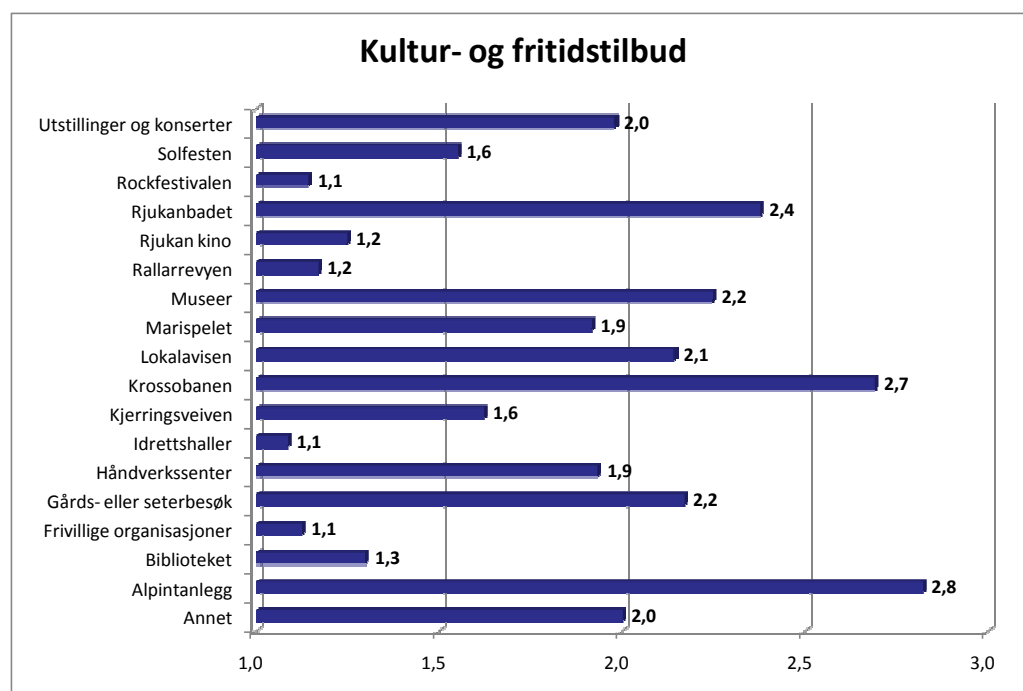
2.6.1 Hvilke kultur- og fritidstilbud bruker hyttefolket i dag?

På tilsvarende måte som vedrørende hvilke vare- og tjenestetilbud hyttefolket bruker i Tinn som angitt i avsnitt 2.5.1 ble hyttefolket gjennom undersøkelsen bedt om å gi en tilbakemelding vedrørende bruken av eksisterende kultur- og fritidstilbud. Dette henger selvsagt sammen med prosjektets målsetning som også hadde fokus på å kartlegge hyttefolket som ressurs vis a vis det lokale kulturlivet. Tilbakemeldingene via undersøkelsen vil være gode innspill til politikere, administrasjon og kommunens øvrige kulturaktører med hensyn til både hvilke kultur- og fritidstilbud hyttefolket bruker hyppigst, samt at de kvalitative kommentarene knyttet til kartleggingen også vil kunne gi nyttige pekepinner på

forbedringsmuligheter, og sist men ikke minst, kunne identifisere konkrete behovet for utvikling og tilrettelegging av nye.

Hyttefolket i Tinn ble således i undersøkelsen bedt om å angi hvor ofte de bruker kultur- og fritidstilbudene angitt i diagram 2.18 i henhold til en Likert-skala fra 1-5, hvor 1 er aldri og 5 er alltid.⁹

Diagram 2.18



Vi ser av oversikten at det er fritidstilbudene som, kanskje ikke overraskende, har den høyeste bruksfrekvensen, og alpinanlegg, Krossobanen og Rjukanbadet topper statistikken. Relativt høyt oppe er også gårds- og seterbesøk, hvilket også samsvarer med tilbakemeldinger fra for eksempel Seterliv i Tinn som påpeker at hyttefolket er deres største kundegruppe. På kultursiden ser vi at museumsbesøk, utstillinger og konserter samt lokale håndverkssenter også brukes med jevne mellomrom.

Hyttefolket ble også bedt om å gi en tilbakemelding på om det er andre kultur- eller fritidstilbud de bruker i Tinn. Tilbakemeldingene er systematisert i vedlegg 2.9 og spenner over et vidt bruksspekter, og inkluderer både Gaustabanen, Fjellvåken, "Det skjer i Tinn" (et tilbud som svært mange for øvrig setter pris på), riding, sykling, etc. Her er det også viktig å minne om at også vedlegg 2.6, kategori "Fritidsaktiviteter", gjengir kultur- og fritidstilbud i

⁹ Beregningene er foretatt blant de som har svart på spørsmålet, dvs. ubesvarte felter er holdt utenfor.

Tinn som hyttefolket benytter. Undersøkelsen tyder således på at hyttefolkets bruk av det lokale kultur- og fritidstilbudet er mangfoldig og som enkelte påpeker er det en av årsakene til at de finner at Tinn er en spennende kommune å legge sitt andre hjem til.

2.6.2 Hvilke kultur - og fritidstilbud savner hyttefolket?

Et annet sentralt moment med hensyn til kultur- og fritidstilbudet i Tinn som undersøkelsen ønsket å kartlegge var hvorvidt det finnes udekkede behov som både kan gi nyttige innspill med tanke på tilrettelegging av eksisterende tilbud, samt eventuelt danne grunnlag for utvikling av nye. Hyttefolket ble således, på samme måte som for vare- og tjenestetilbudet, bedt om å komme med kvalitative innspill på om det er kultur- og fritidstilbud de savner i Tinn. Igjen har responsen vært stor og vi systematisert innspillene i henholdsvis 9 kategorier som er gjengitt i vedlegg 2.10. Den første kategorien har vi kalt **"Skiløyper"**. Strengt tatt kunne denne vært en del av kategorien "Idrett og friluft" som også er en kategori i vedlegg 2.9, men idet det så pass mange tilbakemeldinger som er knyttet til skiløyper har vi valgt å ha den med som et eget punkt. Tilbakemeldingene tilknyttet denne kategorien er konkrete på den måte at mange av dem også spesifiserer behov for flere og/eller bedre skiløyper, samt at de fleste også indikerer *hvor* det ønskes en utvidelse/forbedring som i følgende kommentar: "*Savner bedre turløyper i aktuelle områder som Gaustablikk og Mjøsvatn. Tidligere var det preparerte løyper rundt Heddersfjell og tilsvarende flere er borte på Mjøsvatn. Se hvordan andre har gjort f.eks. Sjusøen og Nordseter på Lillehammer samt turløypen.*" Den andre kategorien har vi kalt **"Spisesteder/sosiale møteplasser"**, og kan ses på som en forlengelse og konkretisering av kategorien "Sosiale møteplasser/spisesteder og kultur" i vedlegg 2.7 i avsnitt 2.5.2. Innspillene er både mer generelle og spesifikke mot sted. Den tredje kategorien har vi kalt **"Kultur og historie"** og henspiller på en rekke innspill og forslag knyttet til kultur: "*Utstillinger, konserter, åpne kirker i sommersesongen.*" Den fjerde kategorien har vi kalt **"Åpningstider"** som i likhet med "Spisesteder/sosiale" møteplasser kommer opp i forbindelse med flere av de undersøkte aktiviteter og tilbud i undersøkelsen. Som det også fremgikk av avsnitt 2.5.3 påpeker hyttefolket at de er ute på friluftaktiviteter på dagstid og at dette innebærer at de sannsynligvis ville brukt en del av de mer permanente kultur- og fritidstilbudene hvis åpningstidene hadde vært bedre tilpasset dette: "*Flotte tiltak, men mange av oss hadde benyttet Rjukanbadet og kinoen om de heller hadde satset på å ha åpent på ettermiddag/kveld når vi kommer hjem/fra aktiviteter i helgene.*" Den femte kategorien har vi kalt **"Informasjon"** og inneholder alt fra ønsker om bedre merking av turstier til et ønske om en nettutgave av RA: "*Bedre merking av turstier, etc. Alle hus som har tilknytning til "kjente personer som har gjort Tinn kjent". Burde ha "skilt" som forteller litt om vedkommende (bl.a Hellberg - Kjartan, osv.).*" Den sjette kategorien har vi kalt **"Opplegg"** og er konkrete ønsker om turer og aktiviteter både innen næringsliv, friluft og kultur, og gjerne en kombinasjon som i følgende innspill: "*Organiserte turer, for eksempel turer til et bestemt mål ca hver søndag. Gjerne med innslag av kulturhistorie.*" Den sjuende kategorien har vi kalt **"Idrett og friluft"** og er spenner over alt fra ønske om bedre tilrettelagte tur-/og sykkelstier, via golfbane til bedre muligheter for jakt: "*Flere muligheter til å leie terreng for rypejakt.*" Vi ser at noen ganger er det også noen av de kultur- og fritidstilbud som hyttefolket etterlyser som eksisterer

allerede, men hvor det således sannsynligvis ligger en utfordring med hensyn til å få informert hyttefolket om eksistensen. Squash-hall er et av de fritidstilbud som etterlyses under "Idrett og friluft", men som er et tilbud som i dag finnes i Såheimshallen. Den neste og åttende kategorien har vi kalt "**Stedsspesifikt**" og henspiller som navnet indikerer på en rekke konkrete ønsker tilknyttet de forskjellige hytteområder/steder i kommunen. De fleste knytter seg til Gaustablikk som i følgende eksempel: "*Aktivitetstilbud til barn og ungdom på Gaustablikk, feks kveldsbelyst akebakke i Tinnløypa.*" Den siste kategorien har vi igjen kalt "**Diverse**" og som vanlig samler den opp på kommentarer og innspill som ikke passer inn under de øvrige kategoriene.

2.7 Hyttefolk og lokalbefolkning

Med tanke på å tilrettelegge for samarbeid, samspill og møteplasser mellom lokalbefolkning og hyttefolk med tanke på utvikling både av kultur og næring, kan det være nyttig å få innspill på hvordan relasjonen mellom lokalbefolkning og hyttefolket er og ikke minst hvordan hyttefolket stiller seg med hensyn til utvidet kontakt med lokalbefolkningen. For å kartlegge dette ble Hyttefolket i Tinn i undersøkelsen således bedt om å angi hvorvidt de ønsker mer kontakt med lokalbefolkningen. Besvarelsene fremgår her av diagram 2.19.

Diagram 2.19



Som vi ser av besvarelsene ovenfor er det 14 % av hyttefolket i Tinn som svarer bekreftende på at de ønsker mer kontakt med lokalbefolkningen, 41 % er usikre, mens 45 % ikke ønsker mer kontakt.¹⁰ Hva forteller disse tallene oss? For å kunne si noe om det må vi må vi gå litt bak den umiddelbare grafiske fremstillingen. Først og fremst er det viktig å påpeke at 14 % av alle besvarelsene utgjør 119 personer/familier og målt opp mot populasjonen vil det tilsvare i

¹⁰ 95 % av hyttefolket i Tinn har besvart dette spørsmålet.

overkant av 250 personer/familier. I tillegg ble hyttefolket også bedt om å begrunne besvarelsene sine i henhold til hvorfor de ønsker mer kontakt eller hvorfor de ikke gjør det, og har medført en rekke kvalitative kommentarer som gir oss en langt mer utfyllende og komplett forståelse av besvarelsene i diagram 2.19. Begrunnelsene er mange og er derfor systematisert og gruppert i henhold til "Ja", "Nei" og "Vet ikke" i vedlegg 2.11.

Hvis vi således kikker nærmere på de begrunnelsene som er kommet under "Ja"-svarene, har det vært naturlig å gruppere dem i fem underkategorier. Den første og mest omfattende er **"Møteplasser og arrangementer"** og fletter seg fint inn i forlengelsen av enkelte av ønskene som fremkom i forrige avsnitt, idet besvarelsene her uttrykker ønsker om flere møteplasser mellom hyttefolk og lokalbefolkning. Noen av ønskene går på behov for flere møteplasser for sosialt samvær som følgende eksempel fremhever: *"Bli litt kjent. Noe som vill vært lettere med et samlingssted kveldstid i Austbygda. Rjukan er for langt."* Andre er mer spesifikke ønsker om tilstelninger og arrangementer spesielt tilknyttet kultur: *"Utstillinger og kulturelle arrangement"*. Mens atter andre har ønsker om å møte lokalbefolkningen for å utveksle erfaringer, ideer og bygge nettverk vis a vis næringslivet: *"Mulighet til å komme i kontakt med næringslivet for idéutvikling og nettverksbygging"*. Den andre kategorien under Ja-svarene har vi kalt **"Hjelp til vedlikehold"**. Denne taler vel egentlig for seg selv og innholder kun to innspill som passer inn under kategorien "Hytteservice" i vedlegg 2.7. Vi har allikevel bibeholdt den her fordi den også gir et konkret bilde av hvilken type kontakt enkelte hyttefolk ønsker vis a vis lokalbefolkningen. Den tredje underkategorien som hyttefolket har oppgitt som årsak til at de ønsker mer kontakt med lokalbefolkningen har vi kalt **"Informasjon"**. Denne må ses i forlengelsen av kategorien med samme navn i forrige avsnitt og henspiller på at hyttefolket ønsker mer kontakt med lokalbefolkningen for å få innspill og kunnskap om alt fra tilstelninger til turtips, som bl.a. følgende kommentarer indikerer: *"Tips om fiske, jakt, bær, loppe- og bruktmarked, offentlige tilstelninger, felespill."* Den fjerde kategorien har vi kalt **"Har god kontakt og ønsker mer"**, med henvisning til at mange hyttefolk i Tinn har god kontakt med lokalbefolkningen allerede og at dette er en positiv opplevelse de godt kan tenke seg mer av, og som vedkommende påpeker gjerne både med hensyn til fritid og næring: *"Har allerede venner i området og det ville vært fint å bli kjent med flere. Både med tanke på fritidssysler, men også potensielle forretningsforbindelser."* Den femte og siste kategorien er som tidligere **"Diverse"** og samler opp på kommentarer som er gitt, men hvor det ikke er krysset av for verken "Ja", "Nei" eller "Vet ikke".

Det er også interessant å se på de kommentarer som er knyttet til majoriteten (45 %) av hyttefolket som altså har svart at de ikke ønsker mer kontakt med lokalbefolkningen. Umiddelbart kan dette tolkes negativt, dvs. at Hyttefolket i Tinn har mer enn nok med seg selv og ikke ønsker å involvere seg med "de innfødte" og vertskommunen. Systematiserer vi imidlertid begrunnelsene som er knyttet til besvarelsen, ser vi igjen hvor uvurderlig det er å ha kvalitative innspill og kommentarer som supplement til den kvantitative oppstilling i grafer og diagrammer. Det vi således ser ved å analysere de kvalitative innspillene under "Nei"-besvarelsene i vedlegg 2.11 er at majoriteten av begrunnelsene er knyttet til det forhold at mange hytteeiere/-leiere allerede har svært god kontakt med lokalbefolkningen, enten gjennom

at de opprinnelig er fra Tinn eller har bodd her i en periode i sitt liv, eller gjennom den kontakt de har oppnådd gjennom å ha hytte i kommunen over en periode. Disse innspillene er således helt i tråd med det faktum at 54 % av hyttefolket i Tinn har eid/leid hytten i mer enn 10 år som belyst i diagram 2.7, samt at svært mange som det fremgår av vedlegg 2.4 har familiære eller andre bånd til Tinn, og således har et stort nettverkt av slekt, venner og/eller bekjente i kommunen.

2.8 Ønsker hyttefolket å bidra aktivt i utviklingen av Tinn som bosteds- og hyttekommune?

I forbindelse med kommentarene knyttet til hvorvidt hyttefolket ønsker mer kontakt med lokalsamfunnet som redegjort for i forutgående avsnitt fremkommer det noen innspill som det er verdt å dvele litt ved. Innspillene går på et genuint ønske fra hyttefolket om å bli oppfattet som en ressurs av lokalbefolkningen som følgende to eksempler illustrerer: *"At hyttefolket bor og sees som en ressurs og ikke bare til besvær"* og *"Ønsker å være "good citizens" i Tessungdalen, legge igjen mer en vi "tar ut"."* Er det slik som disse innspillene indikerer at hyttefolket virkelig har en genuin interesse i å delta i utviklingen av hyttekommunen? For å komme litt nærmere en forståelse av dette valgte vi i undersøkelsen å inkludere et spørsmål som gikk på hvorvidt hyttefolket ønsker å bidra aktivt i utviklingen av Tinn som bosteds- og hyttekommune. Det er her viktig å bemerke seg at vi ikke kun har spurt hyttefolket om de ønsker å delta, men faktisk om de ønsker å delta *aktivt*. Besvarelsene fra hyttefolket i Tinn fremgår av diagram 2.20.

Diagram 2.20



Vi ser her at en andel tilsvarende 18 % av hyttefolket ønsker å delta aktivt i utviklingen av Tinn som bosteds- og hyttekommune, 39 % er usikre, mens 43 % ikke ønsker å delta.¹¹ Selv om vi i første omgang kan tenke at 18 % ikke er "all verden" må vi igjen som påpekt i forrige avsnitt trenge bak tallene for å få en innsikt i hva besvarelsene gjemmer. For det første så tilsvarer 18 % av alle besvarelsene i undersøkelsen 152 personer/familier og målt opp mot populasjonen vil det tilsvare ca. 320 personer/familier som kan tenke seg å delta *aktivt* i utviklingen av Tinn som bosteds- og hyttekommune, hvilket jo for eksempel er mer enn nok til å fylle alle råd og utvalg i kommunen opptil flere ganger. I tillegg ble hyttefolket også i tilknytning til dette spørsmålet bedt om å begrunne besvarelsene sine i henhold til

"Hvorfor/Hvorfor ikke?", og igjen har vi fått en rekke kvalitative innspill som gir oss en langt mer utfyllende og komplett forståelse av besvarelsene i diagram 2.20. Kommentarene er igjen mange og er derfor systematisert og gruppert i henhold til "Ja", "Nei" og "Vet ikke" i vedlegg 2.12.

Hvis vi således kikker nærmere på de begrunnelsene som er kommet under "Ja"-svarene, har vi gruppert dem i henholdsvis fem underkategorier. Den første har vi kalt "**Tilhørighet**" og rommer en rekke begrunnelser som henspeiler på tilknytningen hyttefolket føler vis a vis Tinn som følgende eksempler illustrerer: "*Er interessert i kommunen og føler tilhørighet ut over "feriegjest" eller "Tinn er som vårt andre hjem og vi føler oss knyttet til området. Som "byfolk" er det godt å kjenne til lokal historie, folk, muligheter og utvikling.*" Den andre kategorien har vi kalt "**Ubenyttet potensial**" og henspeiler på at enkelte hytteeiere/-leiere føler at Tinn har uutnyttede potensialer bl.a. som reiselivskommune som de kan tenke seg å bidra til å utvikle: "*Jeg tror Tinn med Møsvann har et stort potensial innen turist og reiseliv. Pr. i dag er dette dårlig utnyttet.*" Den tredje kategorien har vi kalt "**Hyttefolk som ressurs**" og viser til, som også kommentarene gjengitt i innledningen av dette avsnittet illustrerer, at hyttefolket ønsker at lokalbefolkningen og kommunen skal se dem som en ressurs: "*Vi liker både menneskene og området, og vil gjerne bli betraktet som en ressurs, og ikke bare som "hytteinnvandrere.*" Og gjennom undersøkelsen ser vi flere steder at hyttefolket også uttrykker at de besitter spesifikk kompetanse som kan komme Tinn-samfunnet til gode innenfor gitte rammer: "*Det er alltid interessant å være med på utviklingen der vi oppholder oss. Vi har mye å tilføre av ideer, tanker & meninger samt ressurser. På den andre siden er vi på hytta for å koble av, da hverdagen ellers er altfor travel.*" Den fjerde kategorien har vi kalt "**Spesifikke områder/dugnad**" og omfatter en rekke konkrete områder som respondenten ønsker å bidra innenfor: "*Er meget interessert i mat og matkultur. Kan bidra med en del på næringslivssiden.*" eller "*Utvikle Gvæpseborgområdet for å øke trafikken på Krossobanen.*" Den siste kategorien under Ja-besvarelsene er "**Diverse**" og samler igjen opp på begrunnelser og kommentarer som ikke passer inn under de øvrige.

Det er også interessant å se på de begrunnelser som hyttefolket oppgir som årsak til at de ikke ønsker å bidra aktivt i utviklingen av Tinn som bosteds- og hyttekommune. Vi ser således ut fra vedlegg 2.12 at det er naturlig å gruppere begrunnelsene i sju hovedkategorier. Den første

¹¹ 92 % av hyttefolket i Tinn har besvart dette spørsmålet.

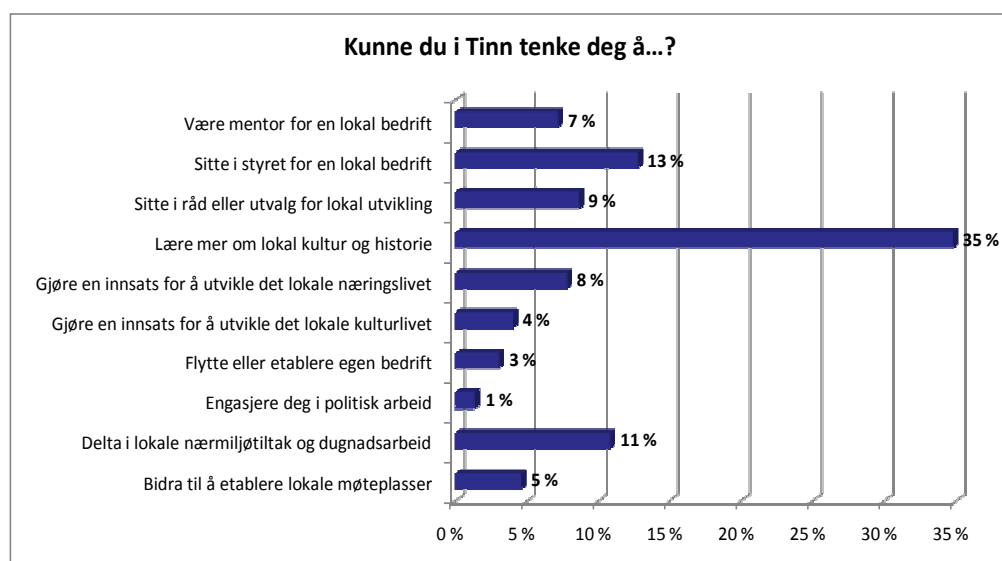
og kategorien har vi gitt overskriften "**Alder/helse**" og henspeiler på at flere av hytteeierne/-leierne oppgir alderen og/eller helsen som årsak til at de ikke har mulighet til å delta i utviklingen av Tinn som hytte- og bostedskommune: "*Jeg er for gammel (84 år).*" Den andre kategorien har vi kalt "**Tidsklemme**" og henspeiler på hva respondentene opplever som mangel på tid til å bidra: "*Har allerede for mye å gjøre i egen jobb.*" Den tredje kategorien har vi kalt "**Bruker hytta for lite**" og behøver vel egentlig ikke videre forklaring: "*For mer aktiv deltagelse krever det at vi reiser oftere til hytta.*" Den fjerde kategorien har vi kalt "**Ikke samsvar med bruksformål**" og henspeiler på at hytta som også påpekt i tabell 2.3 for mange hyttefolk har et helt klart bruksformål som for eksempel sosialt samvær og mental avkobling at det å engasjere seg i "utvikling" således oppleves som ikke å være "forenelig" med disse formålene: "*Hytte = samlingssted for familie og venner, utgangspunkt for turer, på et sted med minst mulig aktivitet og "utvikling"*" eller "*Vi er så aktive i hverdagen og vil ha fri når vi er på hytta.*" Den femte kategorien har vi kalt "**Bidrar allerede**" og indikerer at enkelte hytteeiere/-leiere allerede bidrar aktivt på spesifikke områder som følgende eksempel illustrer: "*Nok med å være formann i Hytteeierforeningen.*" Den femte kategorien har vi kalt "**Er fornøyd**" og henspeiler på at respondentene er tilfreds med slik det er i dag og ønsker ikke ytterligere utvikling: "*Tilfredsstiller våre behov. Ikke nødvendig med utvidet utvikling for oss.*" Og sist, men ikke minst har vi kategorien "**Diverse**" som også her fanger opp på de kommentarer som ikke passer inn under de øvrige.

2.9 På hvilke områder ønsker hyttefolket å bidra?

I avsnittet ovenfor har vi på et generelt grunnlag fått en tilbakemelding på om hyttefolket ønsker å bidra aktivt i utviklingen av Tinn som bosteds- og hyttekommune. I dette avsnittet vil vi se nærmere på om hyttefolket ønsker å bidra på en rekke konkrete områder, områder som vi har valgt ut som essensielle med utgangspunkt i prosjektets formål som er å belyse hyttefolket som ressurs, spesielt med henblikk på det lokale kultur- og næringslivet. Besvarelsene fra Tinn på disse områdene er således gjengitt i diagram 2.21 på neste side.

I henhold til diagram 2.21 er det vesentlig å huske på at vi ikke først og fremst er ute etter prosentandelene, men at vi som illustrert i de to forutgående avsnittene må trenge bak tallene for å få en forståelse av hva de "gjemmer". I tillegg er det interessant også å se at flere personer som har svart "Nei" i diagram 2.20 allikevel har krysset av for at de ønsker å bidra i diagram 2.21. Dette henger mest sannsynlig sammen med at det for noen mennesker er vanskelig å svare ut fra generelle spørsmål ala diagram 2.20 og at det er lettere for dem å forholde seg til de mer konkrete punktene i diagram 2.21.

Diagram 2.21



Hvis vi således først ser på de kategoriene i diagram 2.21 som er direkte relatert til næringslivet ser vi at 8 % av respondentene, tilsvarende 66 personer på et mer generelt grunnlag ønsker å gjøre en innsats for å utvikle det lokale næringslivet, hvilket utgjør en ressursbank på potensielt 144 personer målt opp mot den totale populasjonen (altså alle hyttefolk i Tinn). Vedrørende kategorien **"Være mentor for en lokal bedrift"** så er det 7 % av respondentene som bekrefter at dette er et område de kunne tenke seg å bidra på. 7 % tilsvarer faktisk 61 personer (!) som er interessert i å en slik oppgave, og målt opp mot populasjonen som sådan vil det potensielt være snakk om opp mot 126 personer. For kategorien **"Sitte i styret for en lokal bedrift"** så svarer 13 % bekreftende på at de kan tenke seg dette, hvilket tilsvarer 108 personer i henhold til antall besvarelser i undersøkelsen, og 234 personer målt opp mot populasjonen. I henhold til Statistisk Sentralbyrås oversikt¹² har vi i Tinn 137 bedrifter med mer enn 4 ansatte, og vi har altså potensielt nok interesserte hyttefolk til å sitte i hvert eneste av disse styrene. Den siste kategorien som direkte angår næringslivet er kategorien **"Flytte eller etablere egen bedrift"**, og 3 % bekrefter at dette er noe de kunne tenkt seg. Ved å gå bak tallene ser vi at dette utgjør 26 personer og altså potensielt 26 nye bedriftsetableringer i Tinn, og målt opp mot populasjonen utgjør dette 54 potensielle etableringer. Når vi således i avsnitt 2.1.5 og 2.1.6 har sett at hyttefolket har en meget stor kompetanse både med hensyn til en generelt høy utdanning innenfor en rekke spesifikke fagområder, har omfattende ledelseserfaring samt at mange også har konkret og praktisk erfaring fra etablering og utvikling av bedrifter, er det nå viktig at Tinn som kommune og samfunn sørger for å tilrettelegge for at hyttefolket kan bli den ressurs de ønsker å være med hensyn til utvikling av det lokale næringslivet.

¹² Statistisk Sentralbyrå (2008): Tabell 03109: Bedrifter, etter næring og antall ansatte (K), <http://statbank.ssb.no/statistikkbanken/Default.FR.asp?PXSid=0&nvl=true&PLanguage=0&tilside=selectvarval/define.asp&Tabellid=03109>

Lokalpolitikken legger mange føringer for utviklingen av et samfunn og derfor ønsket vi også i undersøkelsen å kartlegge hvorvidt hyttefolket var interessert i å **engasjere seg i politisk arbeid** og/eller å **sitte i råd og utvalg for lokal utvikling**. Vi ser således at 1,4 % av respondentene i undersøkelsen, tilsvarende 12 personer har uttrykt at de ønsker å engasjere seg i politisk arbeid, mens hele 73 personer (13 %) kan tenke seg å sitte i råd og utvalg for lokal utvikling. Måler vi igjen disse tallene opp mot populasjonen får vi henholdsvis 25 personer som potensielt er interessert i å engasjere seg i politisk arbeid og 228 som potensielt kan tenke seg å sitte i råd og utvalg for lokal utvikling. Vi ser altså at også innenfor det politiske liv kan hyttefolket være en potensiell ressurs, men utfordringen ligger her på at dagens systemer og lovverk ikke er tilrettelagt for at hyttefolket har noen reell innflytelse eller medvirkning i lokale politiske fora. På bakgrunn av den økte bruken av dagens fritidsboliger samt den store andelen av "befolkningen" hyttefolket utgjør i en rekke kommuner i Norge i dag, kan det kanskje være på sin plass å vurdere hvorvidt tiden er moden for en endring på dette området?

Når det gjelder hvorvidt hyttefolket ønsker å **bidra til å utvikle det lokale kulturlivet**, ser vi at 4%, tilsvarende 34 personer, kan tenke seg en slik rolle. Måler vi dette igjen opp mot den totale populasjonen utgjør det 72 personer. Når det gjelder kategorien "**Lære mer om lokal kultur og historie**" ser vi at interessen er meget stor, og hele 35 % av hyttefolket i undersøkelsen hvilket tilsvarer 295 personer ønsker dette. Målt opp mot populasjonen utgjør det 630 personer. Tallene stemmer således for øvrig godt med de tilbakemeldingene vi har fått i en rekke av de andre avsnitt i undersøkelsen, hvor vi bl.a. i vedlegg 2.10 så at et av de områdene som ble trukket frem i henhold til hvilke kultur- og fritidstilbud hyttefolket savnet nettopp var flere konkrete opplegg bl.a. om kultur og historie: *"Tilbud som fokuserer på Stedets historie, arkitektur osv. Fortell historiene!! Sightseeing nede på byen. Industri- og byhistorien, mer enn bare på Vemork."*

I diagram 2.21 er det også en kategori som går på om hyttefolket ønsker å **bidra til å etablere lokale møteplasser** og en som går på om hyttefolket ønsker å **bidra i lokale nærmiljøtiltak og dugnadsarbeid**. Vedrørende den første har 5 %, tilsvarende 39 personer, sagt at de ønsker å bidra til dette. Målt opp mot populasjonen gir dette 85 personer. Vi har også gjennom de forutgående avsnitt sett at "møteplasser" både sosiale så vel som næringsrelaterte samt mer generelt som følgende eksempel illustrerer: *"Kunne vært mer samarbeid for å rette på ting i lokalsamfunnet, tilpasse og gjøre ting lettere for besøkende/gjennomreisende."* Møteplasser av diverse art er således et emne som har vært oppe i flere av kapittelets avsnitt og er også egne kategorier både i vedlegg 2.7, 2.10 og 2.11. Vedrørende å delta i lokale nærmiljøtiltak og dugnadsarbeid så er 11 % tilsvarende 92 personer positive til dette. Mål opp mot populasjonen innebærer det potensielt 195 personer.

Tabell 2.6 på neste sider oppsummerer resultatene gjengitt ovenfor i tallformat.

Tabell 2.6

Deltakelse på konkrete områder	Tinn (undersøkelse)	Tinn (potensielt)
Være mentor for en lokal bedrift	61	126
Sitte i styret for en lokal bedrift	108	234
Sitte i råd eller utvalg for lokal utvikling	73	228
Lære mer om lokal kultur og historie	295	630
Gjøre en innsats for å utvikle det lokale næringslivet	64	144
Gjøre en innsats for å utvikle det lokale kulturlivet	34	72
Flytte eller etablere egen bedrift	26	54
Engasjere deg i politisk arbeid	12	25
Delta i lokale nærmiljøtiltak og dugnadsarbeid	92	195
Bidra til å etablere lokale møteplasser	39	85

Hyttefolket ble også oppfordret til å komme med innspill på om det var andre områder enn de på forhånd angitte svaralternativene i diagram 2.21 som de kunne tenke seg å bidra på, og rundt 80 personer har benyttet denne anledningen. Idet besvarelsene således er ganske omfattende er de systematisert og gruppert i henhold til syv overordnende kategorier i vedlegg 2.13. Den første kategorien har vi kalt **"Fritidstilbud"** og inneholder en rekke konkrete ønsker om å bidra til å utvikle tilbud og aktiviteter innen kultur og natur i Tinn. Flere av innspillene er således også en konkretisering av alternativet "Bidra til å utvikle det lokale kulturlivet" i diagram 2.21 idet de gjenspeiler konkrete forslag med henblikk på å utvikle det lokale kulturlivet, som bl.a. følgende eksempel illustrerer: *"Nytelsesfestival? Matkultur dager? (Fransk, Spansk, Tysk, Italiensk mat etc.) Oktoberfest? Opprette tvillingby med liten fransk by langs middelshavskysten og utveksling av ungdommer. Reiselivskontakter med Frankrike (har kontakter)."* I tillegg innholder kategorien også konkrete forslag til bidrag i henhold til både en mer generell forbedring av fritidstilbudet i Tinn samt mer spesifikke tiltak som følgende to eksempler illustrerer: *"Utvikle/videreutvikle fritidstilbudet. Gjøre naturen mer tilgjengelig for de som ikke er lokalkjente"* og *"Hvorfor er det ikke noe fokus på idrett? Burde fremme Tinn / Gaustablikk mye mer i idrettssammenheng. Flere idrettsarenaer og idrettsarrangement, lysløyper, skøytebane"*. Den andre kategorien har vi kalt **"Næringsliv"** og inneholder mest av alt utdypninger og presiseringer av respondentenes avkrysninger innen kategoriene som er direkte relatert til næringslivet i diagram 2.21: *"Har bred erfaring innen handel og kjøpesenterutvikling på mindre steder. Ser hvor viktig dette er for selvfølelsen på små steder"* og *"Har vurdert å se på muligheten av å flytte deler av vår virksomhet til Tinn"*. Den tredje kategorien har vi kalt **"I hytteområdet"** og mest av alt en konkretisering av punkt "Delta i lokale nærmiljøtiltak og dugnadsarbeid" i diagram 2.21 som følgende eksempel illustrerer:

"Vedlikehold av kulturminner i nærheten av hytta vår, samt rydding av turstier i området kan være aktuelle dugnadsoppgaver." Den fjerde kategorien har vi kalt "**Diverse bidrag**" og inneholder innspill til bidrag på en rekke forskjellige områder, som bl.a. følgende to eksempler illustrerer: "*Les lok. sykehus, dette er svært viktig for Rjukan og Tinn Kommune*" og "*Markedsføre Tinn*". I tillegg inneholder kategorien også noen "tvilstilfeller", dvs. folk som ønsker å bidra men føler de har for liten tid eller mulighet ellers: "*Må vurderes i ft. egen kompetanse og tid tilgjengelig*" eller "*Skulle gjerne engasjert oss mer, men ser begrensningene i og med at vi ikke bor eller er lokalkjente i Tinn*". Den femte kategorien har vi kalt "**Bidrar allerede**" og inneholder en rekke presiseringer og beskrivelser av hvordan hyttefolket allerede bidrar i utviklingen av Tinn på forskjellige områder: "*Sitter i dag i styret i Krossobanen*" og "*Engasjert i utviklingen av Gaustaområdet*". Den sjette kategorien har vi kalt "I fremtiden" og viser til hyttefolk som viser vilje til å bidra, men som pr. i dag ikke har kapasitet: "*For tiden er jeg sterkt belagt, men jeg er pensjonist om et år og får bedre tid til Tinn da*" og "*På sikt kunne jeg ha lyst til å engasjere meg*". Flere påpeker således at de kunne tenke seg å engasjere seg mer aktivt når de når pensjonsalder. Den syvende, og siste, kategorien har rett og slett kalt "Nei" fordi den inneholder en rekke begrunnelser for hvorfor man ikke ønsker å bidra, og rommer alt fra alder til manglende samsvar med hyttas bruksformål som også observert tidligere, bl.a. i avsnitt 2.8.

2.10 Oppsummering

Som påpekt i avsnitt 2.1 har vi gjennom de analyser og diskusjoner som har vært utført i dette kapittelet fått en større innsikt i hvem hyttefolket i Tinn er, og spesielt deres valg og preferanser vis a vis det lokale kultur- og næringsliv. I dette avsnittet vil vi oppsummere hovedresultatene.

Med hensyn til hvordan hyttefolket i Tinn fordeler seg på de forskjellige hytteområdene, viser analysene at 20 % av hyttefolket er hjemmehørende på Gaustablikk, 19 % i Skirvedalen og 14 % i Møsvannsområdet. Videre ser vi at ca. 6 % av alle hytter i Tinn pr. i dag er lokalisert på Rjukan. Dette er interessant fordi fenomenet som ofte refereres til som "byhyttene" i Tinn er av nyere dato og det er således første gang at man har registrert omfanget av disse. Når det gjelder hvor hyttefolket i Tinn kommer fra ser vi at ca. 1 % av hytteeierne/-leierne er utlendinger, de resterende er norske. Blant de norske skiller det seg ut tre klare grupperinger hvor majoriteten er fra strekket Oslo med omland til Kongsberg (45 %), kyststrekket Telemark og Vestfold (20%) og Grenland (10 %).

Når det gjelder hyttefolkets alderssammensetning ser vi at den store majoriteten, dvs. 81 % er mellom 41-69 år, og herav er 34 % i aldersgruppen 51-60. Kun 7 % er under 41 år. 27 % av hyttefolket i Tinn har utdanning tilsvarende fullført videregående, mens hele 64 % har utdanning tilsvarende høyskole eller universitetsnivå. Vedrørende den yrkesmessige statusen ser vi at 38 % av hyttefolket i Tinn er lønnsinntakere, 48 % innehar lederstillinger, fordelt på henholdsvis 15 % på toppledernivå og 33 % på mellomledernivå og 22 % driver egen bedrift. Ser vi således utdanning, erfaring og fagkunnskaper for hyttefolket i Tinn under ett ser vi at

de besitter en kompetanse som kan være en stor potensiell ressurs blant annet med tanke på utviklingen av det lokale næringslivet innenfor en rekke områder og bransjer.

"Arv", "tilknytning til Tinn" (familie, oppvekst og/eller bodd i kommunen tidligere), "avstand til bostedskommune", "anbefalt av venner og bekjente" samt ikke minst "naturen" (både som visuelt skue og som arena for aktiv utfoldelse) er de begrunnelser som går igjen med hensyn til hvorfor hyttefolket har valgt Tinn som hyttekommune. Med hensyn til hva hyttefolket i Tinn bruker fritidsboligen til, altså fritidsboligens bruksformål, ser vi at det å "være ute i naturen", "stresse ned" og "familietid" er de bruksformål som scorer høyest, mens det å "arbeide uforstyrret" og å "oppleve livet på landet" scorer lavest. I tillegg ser vi at kategorier som "aktiviteter i friluft og natur", "rekreasjon/avveksling fra hverdagslivet", "sosialt samvær", "besøke hjemtraktene" og "Fysisk arbeid (egeninnsats/vedlikehold)" er de hovedkategoriene som trekkes frem i tilknytning til de kvalitative kommentarene vedrørende annet bruksformål. Vi ser således at det som forventet er et visst overlapp mellom fritidsboligens bruksformål og begrunnelsene knyttet til hvorfor hyttefolket har valgt Tinn som hyttekommune, og at overlappene er spesielt knyttet til naturopplevelser - og bruk.

Vedrørende hvor ofte hyttefolket i Tinn er på hytta, ser vi at kun 2 % bruker hytten mindre enn 1 uke i året, 19 % bruker hytten over 11 uker og 40 % bruker fritidsboligen mellom 6-11 uker per år, hvilket for den gjengse yrkesaktive nordmann, som tidligere påpekt, tilsvarer alle disponible ferier samt en del helger i tillegg pr. år. Møsvannsområdet ser ut for å være det hytteområdet med kortest bruksperiode pr. år (nesten 50 % oppgir 1-5 uker pr. år), hyttefolket i Tessungdalen dominerer i kategorien 6-10 uker (over 50 %), samt at Gaustablikk, Hovin og Rjukan i nevnte rekkefølge er de hytteområdene hvor flest bruker hytta over 11 uker pr. år (rundt 20 %). Det er også interessant å observere at 54 % av hyttefolket har eid, henholdsvis leid, hytta i Tinn i mer enn 10 år.

Når det gjelder bruk av hytta i arbeidsøyemed ser vi at 26 % av hyttefolket i Tinn har hatt forretningsforbindelser med på hytta. 1 % oppgir at de tar med forretningsforbindelser ofte, mens 9 % sier det gjør det noen ganger og 16 % tar forretningsforbindelser med svært sjelden. Den store majoriteten (73 %) gjør det imidlertid aldri. Når det gjelder å ta med forretningsforbindelser på hytta i henhold til hytteområde, så skiller Gaustablikk seg klart ut og 20 % av hyttefolket her angir at de "ofte" eller "noen ganger" tar forretningsforbindelser med på hytta. Tilsvarende andel for Møsvannsområdet er i overkant av 12 % og for Skirvedalen 9 %. I Tinn ser vi også at det å ta med forretningsforbindelser på hytta tydelig varierer i henhold til hyttefolkets yrkeskategori. Vi ser for eksempel at 29 % av de som har oppgitt at de "ofte" eller "noen ganger" tar med forretningsforbindelser på hytta driver egen bedrift, mens 26 % er mellomledere og 24 % er toppledere. Ser vi på hvor mange dette utgjør i henhold til antall respondenter på den enkelte yrkeskategoriene i undersøkelsen, ser vi at dette tilsvarer 20,2 % av alle topplerne, 9,6 % av alle mellomlederne, i overkant av 16 % av de som driver egen virksomhet og 5,2 % av lønnsinntakerne. 37 % av hyttefolket i Tinn svarer at de bruker hytta som hjemmekontor, hvorav 3 % sier de gjør det "ofte", 15 % "noen ganger" og 19 % "svært sjelden". Majoriteten (60 %) gjør det imidlertid aldri. Som for

forretningsforbindelser ser vi at av det er forskjeller i bruk av hytten som hjemmekontor i både i henhold til hytteområdene og yrkeskategori. Igjen er det Gaustablikk som har den største bruksfrekvens og med Møsvannsområdet og Skirvedalen på henholdsvis andre og tredje plass. Når det gjelder yrkeskategori at 30,2 % av alle topplederne, 18,4 % av alle mellomlederne, 28,2 % av de som driver egen virksomhet og 10,2 % av lønnsinntakerne oppgir at de "ofte" eller "noen ganger" bruker fritidsboligen som hjemmekontor.

Vedrørende hyttefolket oppfattelse og bruk av det eksisterende vare- og tjenestetilbudet i Tinn kommune har, som forventet, dagligvarebutikk den høyeste bruksfrekvens, og at omfanget av bruken er høy. Videre ser vi at hyttefolket også relativt ofte bruker lokalt byggemarked og sportsforretninger. Hyttefolket benytter seg også av kafeer og spisesteder, og snømåking har også en relativt høy bruksfrekvens. Når det gjelder hvilke vare- og tjenestetilbud hyttefolket savner i Tinn har vi gruppert dem i henhold til syv underkategorier, henholdsvis "bredbånd/internett/mobil" og "kollektiv transport", "hytteservice" (for eksempel feiehjelp, tilsyn og sikkerhetstjenester for hytta, etc.), "sosiale møteplasser/spisesteder og kultur", "Forbedringspotensialer" (innspill med hensyn til hva hyttefolket opplever er mangler med eksisterende vare- og tjenestetilbud og konkrete forslag til tilrettelegging), "stedsspesifikke ønsker" (en rekke konkrete forslag og innspill knyttet til de forskjellige hytteområdene, og spesielt Gaustablikk og Møsvannsområdet) og "diverse" (summerer opp de innspill som ikke helt passer inn i noen av de øvrige kategoriene). Når det gjelder hvorvidt hyttefolket ville brukt det eksisterende vare- og tjenestetilbudet mer om åpningstidene var bedre tilpasset deres behov svarer 61 % nei, mens 14 % svarer ja og 22 % er usikre. er vi på andelen som har svart "Ja" til at de ville brukt vare- og tjenestetilbudet mer hvis åpningstidene var bedre tilpasset deres behov, ser vi at 60 % av dem befinner seg enten på Gaustablikk, Rjukan eller Møsvannsområdet, altså innenfor en radius av 20 min. til/fra Rjukan. De kvalitative kommentarene knyttet til besvarelsene gir oss en rekke nyttige innspill på *hvorfor*, *når* og *hvor* det er behov for utvidede åpningstider. Det dreier seg således om ønsker om lengre åpningstider for dagligvareforretninger på fredager og kanskje langdag på Rjukan på fredag i stedet for torsdag; lengre åpningstider på lørdager, spesielt når det gjelder byggemarked; og spisesteder og turistinformasjon med bedre tilpassning av åpningstider på kveldstid og i helger. Generelt ville det også være hensiktsmessig å innhente informasjon fra andre turistkommuner for å belyse erfaringer de måtte ha med hensyn til tilsvarende tilpassninger av åpningstider.

Angående bruken av eksisterende kultur- og fritidstilbud i Tinn ser vi at det er fritidstilbudene som, kanskje ikke overraskende, har den høyeste bruksfrekvensen, og alpinanlegg, Krossobanen og Rjukanbadet topper statistikken. Relativt høyt oppe er også gårds- og seterbesøk. På kultursiden ser vi at museumsbesøk, utstillinger og konserter samt lokale håndverkssenter også brukes med jevne mellomrom. Når det gjelder hvilke kultur- og fritidstilbud hyttefolket savner i Tinn har vi gruppert tilbakemeldingene i 8 underkategorier, henholdsvis "skiløyper", "spisesteder/sosiale møteplasser", "kultur og historie", "åpningstider" (som altså i likhet med "spisesteder/sosiale møteplasser" kommer opp i forbindelse med flere av de undersøkte aktiviteter og tilbud i undersøkelsen), "informasjon"

(alt fra ønsker om bedre merking av turstier til et ønske om en nettutgave av lokalavisa RA), "opplegg" (konkrete ønsker om turer og aktiviteter både innen næringsliv, friluft og kultur), "idrett og friluft" (spenner over alt fra ønske om bedre tilrettelagte tur-/og sykkelstier, via golfbane til bedre muligheter for jakt), "stedsspesifikt" (henspeiler som navnet indikerer på en rekke konkrete ønsker tilknyttet de forskjellige hytteområder/steder i kommunen, hvor de fleste knytter seg til Gaustablikk) og "diverse" (samlar som vanlig opp på kommentarer og innspill som ikke passer inn under de øvrige kategoriene).

14 % av hyttefolket i Tinn ønsker mer kontakt med lokalbefolkningen, 41 % er usikre, mens 45 % ikke ønsker mer kontakt. 14 % av alle besvarelsene utgjør 119 personer/familier og målt opp mot populasjonen vil det tilsvare i overkant av 250 personer/familier. Når det gjelder begrunnelser for økt kontakt har det vært naturlig å gruppere dem i fem underkategorier, henholdsvis "møteplasser og arrangementer" (uttrykker som tidligere observert et ønske om flere møteplasser mellom hyttefolk og lokalbefolkning både for sosialt samvær, kultur- og næringsformål), "hjelp til vedlikehold" (innholder innspill ala hytteservice), "informasjon" (mer kontakt med lokalbefolkningen for å få innspill og kunnskap om alt fra tilstelninger til turtips), "har god kontakt og ønsker mer" (mange hyttefolk i Tinn påpeker at de allerede har god kontakt med lokalbefolkningen og at dette er en positiv opplevelse de godt kan tenke seg mer av) og "diverse". Når det gjelder begrunnelser på hvorfor hyttefolket ikke ønsker mer kontakt med lokalbefolkningen er majoriteten av begrunnelsene knyttet til det forhold at mange hytteiere/-leiere allerede har svært god kontakt med lokalbefolkningen, enten gjennom at de opprinnelig er fra Tinn eller har bodd her i en periode i sitt liv, eller gjennom den kontakt de har oppnådd gjennom å ha hytte i kommunen over en periode, og at de således ikke har behov for eller kapasitet til ytterligere kontakt.

18 % av hyttefolket ønsker å delta aktivt i utviklingen av Tinn som bosteds- og hyttekommune, 39 % er usikre, mens 43 % ikke ønsker å delta. 18 % tilsvarer 148 personer/familier i henhold til undersøkelsen, og 300 personer/familier målt opp mot populasjonen. Når det således gjelder begrunnelsene for ønsket om å bidra aktivt har det vært naturlig å gruppere dem i fem underkategorier, henholdsvis "tilhørighet" (rommer en rekke begrunnelser som henspeiler på tilknytningen hyttefolket føler vis a vis Tinn), "ubenyttet potensial" (henspeiler på at enkelte hytteiere/-leiere føler at Tinn har uutnyttede potensialer bl.a. som reiselivskommune som de kan tenke seg å bidra til å utvikle), "hyttefolk som ressurs" (viser til at hyttefolket ønsker at lokalbefolkningen og kommunen skal se dem som en ressurs), "spesifikke områder/dugnad" (omfatter en rekke konkrete områder som respondenten ønsker å bidra innenfor) og "diverse" (samlar igjen opp på begrunnelser og kommentarer som ikke passer inn under de øvrige kategoriene). Vedrørende deltakelse i henhold til spesifikke områder ser vi at det er 61 personer som kan tenke seg å være mentor for en lokal bedrift, 108 personer kan tenke seg å sitte i styret for en lokal bedrift, 26 personer (!) kan tenke seg å flytte eller etablere egen bedrift i Tinn, mens 64 personer på et mer generelt grunnlag kan tenke seg å bidra til å utvikle det lokale næringslivet. 73 personer påpeker at de kan tenke seg å sitte i råd eller utvalg for lokal utvikling, mens 12 personer faktisk kan tenke seg å engasjere seg i politisk arbeid. 92 personer kan tenke seg å delta i

lokale nærmiljøtiltak og dugnadsarbeid og 39 personer kan tenke seg å bidra til å etablere lokale møteplasser. 34 personer kan tenke seg å gjøre en innsats for å utvikle det lokale kulturlivet, mens 295 personer ønsker å lære mer om lokal kultur og historie. Potensielt vil disse tallene, som det fremgår av tabell 2.6 være langt høyere.

3. Hyttefolk i Øyfjell

I dette kapittelet vil vi konsentrere oss om resultatene av undersøkelsen i Øyfjell. Vi vil i henhold til undersøkelsens formål og problemformulering som gjengitt i kapittel 1 se på hva som kjennetegner hyttefolket i Øyfjell i henhold til en rekke spesifikke karakteristika som alder, utdanning, yrkeskategorier, bostedskommune, mm. Vi vil også belyse hvor ofte hyttefolket i Øyfjell bruker fritidsboligen, hva de bruker den til, hvor tiden på hytta tilbringes og hvem de normalt har med seg på hytta. Videre vil vi også se på bruken av fritidsboligen i arbeidsøyemed, og vi vil se på hyttefolket i Øyfjells bruk og oppfattelse av vare- og tjenestetilbudet samt kultur- og fritidstilbud i Vinje. Mer spesifikt vil vi også se på eksisterende bruk og oppfattelse av tilbud og tjenester i Øyfjell, samt eventuell bruk av en rekke potensielle tilbud og tjenester. Vi vil også kartlegge hvorvidt det finnes personer blant hyttefolket som kan tenke seg å bosette seg i Øyfjell, samt hvorvidt hyttefolket ønsker å bidra i utviklingen av Vinje som bosteds- og hyttekommune og eventuelt på hvilke konkrete områder. Fra oppdragsgiver i Øyfjell var det også et ønske om at resultatene fra Øyfjell skulle sammenlignes med resultatene fra Tinn både på generelt grunnlag, men også i henhold til hytteområder som geografisk og demografisk vil være mest mulig sammenfallende med Øyfjell. De hytteområdene som vi så ut fra diagram 2.1 har valgt ut til dette formålet er Tessungdalen, Tinn Austbygd/Gjuvsjå, Skirvedalen, Hovin og Kalhovd, dvs. hytteområdene i bygdene i Tinn. I de kommende avsnitt har vi foretatt en slik analyse der det er funnet hensiktsmessig og relevant.

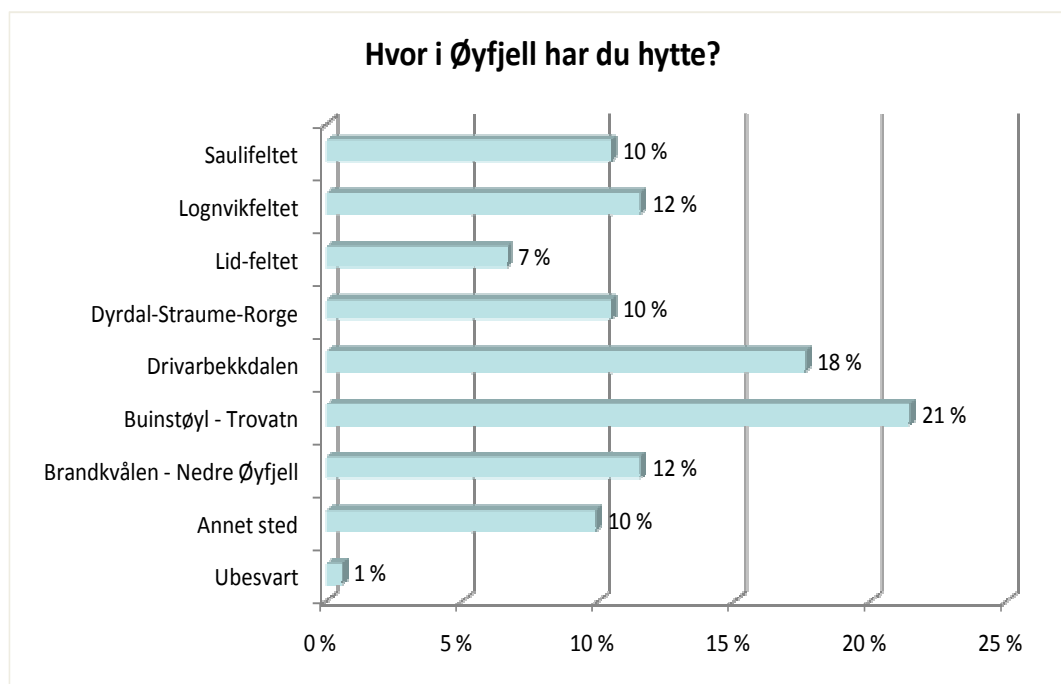
3.1 Hyttefolket i Øyfjell

I dette avsnittet skal vi konsentrere oss å belyse og analysere noen sentrale karakteristika ved hyttefolket i Øyfjell, på tilsvarende måte som vi i forrige kapittel analyserte hyttefolket i Tinn. Gjennom de analyser som gjennomføres vil vi gradvis bli bedre kjent med de mennesker som har valgt å legge sitt "andre hjem" til Øyfjell. I det kommende avsnitt skal vi således se nærmere på hvor i Øyfjell hyttefolket "bor".

3.1.1 Hvor i Øyfjell "bor" hyttefolket?

I dette avsnittet vil vi belyse hvordan besvarelsene fra undersøkelsen fordeler seg på forskjellige hytteområder i Øyfjell. En slik inndeling er interessant fordi den, på grunn av den høye svarprosenten som påpekt i avsnitt 1.4, på samme måte som for Tinn også gir oss en indikasjon på hvordan hyttene i Øyfjell er fordelt i henhold til geografiske områder og det relative størrelsesforholdet mellom dem. I tillegg er en slik oversikt nyttig fordi den, som tidligere påpekt, muliggjør sammenligning mellom de forskjellige hytteområdene i Øyfjell i henhold til spesifikke emner og temaer som det har vært ønskelig å få belyst i denne undersøkelsen. Hvordan hytteområdene således fordeler seg i Øyfjell i henhold til undersøkelsen er gjengitt i diagram 3.1 på neste side.

Diagram 3.1



Vi ser at de områdene som således peker seg ut i henhold til antall besvarelser er Buinstøyl-Trovatn og Drivarbekkdalen med henholdsvis 21 % og 18 %. Vi ser også at 10 % av hyttefolk i Øyfjell har krysset av for at de har hytte "annet sted" enn det som er gjengitt i diagram 3.1, og i tabell 3.1 har vi oppsummert de nærmere angivelsene av "annet sted" som hyttefolket i Øyfjell gjengir.¹³

Tabell 3.1

Sted	Antall
Smørlid	3
Ved Homvatn	2
Homvasståland	1
Mostul	1
Solbjør	1
Ståland	1
Store Breivatn	1
Sundovli	1
Øyfjell sentrum	1
I Øyfjell	1

¹³ Besvarelsene er gjengitt i antall, og ikke prosent.

3.1.2 Hvor kommer hyttefolket fra?

Med tanke på å kartlegge hvorvidt hyttefolket er en potensiell ressurs for hyttekommunen er det som påpekt i forrige kapittel også relevant å kartlegge hvor hyttefolket kommer fra, både med hensyn til nasjonalitet og bostedskommune. I henhold til undersøkelsen i Øyfjell gir den geografiske avstanden til bostedskommunene nyttig kunnskap med tanke på å i fremtiden å skulle tilrettelegge for at hyttefolket får større medvirkning i utviklingen av hyttekommunen, samt at trafikkstrømmen til og fra hyttekommunen også gir et godt bilde av de trafikale hovedinnfartsårer og tilknyttede innkjøpsmønstre vedrørende dagligvarer.

I Øyfjell har 100 % av hyttefolket norsk nasjonalitet, og med hensyn til hyttefolket i Øyfjells geografiske fordeling ut fra bostedskommune så kan dette oppsummeres i følgende tabell:

Tabell 3.2

Bostedsområde	Prosentvis fordeling
Grenland	39 %
Oslo og omegn	16 %
Kysten Øst	14,3 %
Bamble/Nome	9,3 %
Øvrige Telemark	6 %
Sørlandskysten	2,2 %
Vestlandet Sør	2,2 %
Annet sted	3,9 %
Ubesvart	7 %

I tabell 3.2 er hyttefolket i Øyfjell inndelt etter nærmere angitte geografiske områder. En mer detaljert oversikt over hyttefolkets bostedskommune finnes i vedlegg 3.1.

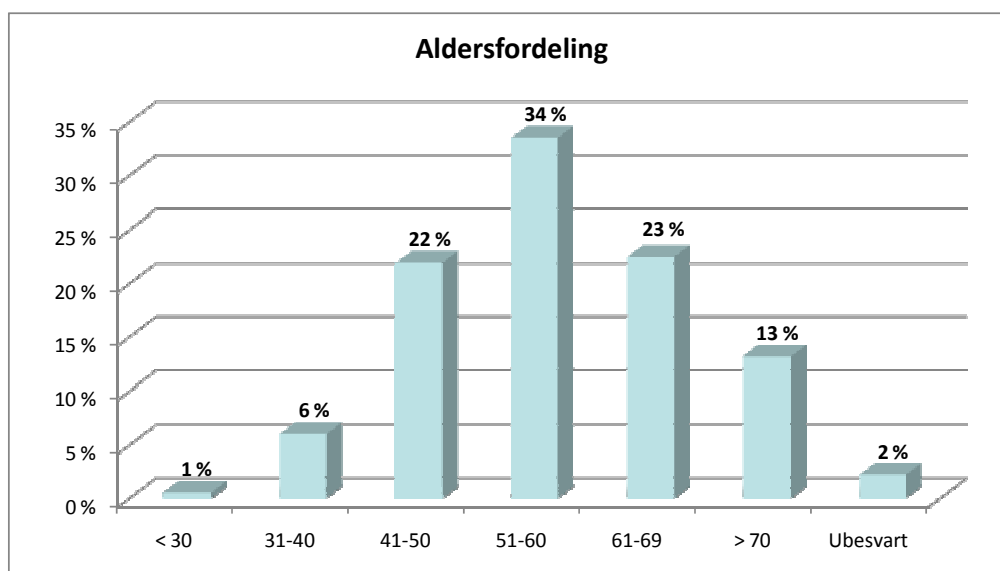
Vi ser at nær 40 % av alle hyttefolk i Øyfjell er fra Grenland, og at 16 % er fra Oslo og omegn. I tillegg ser vi at Kyststrøkene Øst og Sør til sammen utgjør 16 %. I Telemark dominerer Bamble og Nome kommuner med nær 10 % av totalt antall hyttefolk i Øyfjell. Det skiller seg altså ut fire klare grupperinger med hensyn til hvor hyttefolket i Øyfjell kommer fra. Grenland, Oslo og omegn, Kyststrøk og Bamble og Nome kommuner.

3.1.3 Hyttefolkets alderssammensetning

Med den hensikt å belyse hvorvidt hyttefolk er en potensiell ressurs for hyttekommunen er det også som tidligere påpekt interessant å se nærmere på aldersfordelingen blant hyttefolket i Øyfjell. Årsaken er Ikke minst som tidligere påpekt at det er naturlig å anta at forskjellige aldersgrupper ikke kun har forskjellig motivasjon og ønsker om å bidra i utviklingen av lokalt kultur- og næringsliv i hyttekommunen, men også svært forskjellige forutsetninger. I tilknytning til det ovennevnte er det således også viktig å kjenne alderssammensetningen fordi

det, som for inndeling ut fra hytteområde, muliggjør en analyse av hvorvidt svarene på sentrale områder avhenger av alder. Vi så således at i avsnitt 2.8 og vedlegg 2.12 oppgis høy alder som en av hovedkategoriene blant den del hyttefolket som oppgir at de ikke ønsker å delta aktivt i utviklingen av hyttekommunen. Med hensyn til aldersfordelingen blant hyttefolket i Øyfjell som har svart på undersøkelsen så fremgår den av diagram 3.2.

Diagram 3.2



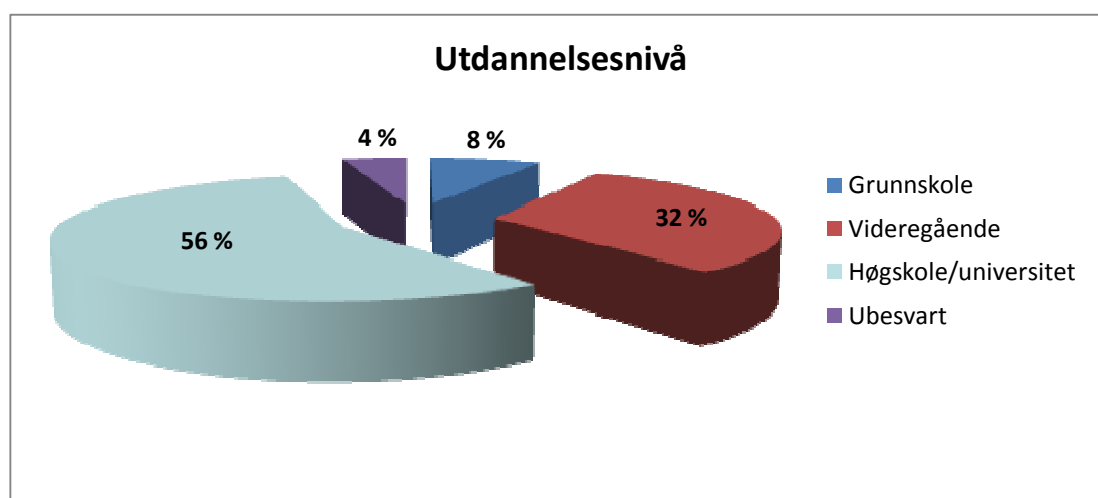
Det som således bl.a. er interessant å observere ut fra diagram 3.2 er at aldersfordelingen nesten er identisk med aldersfordelingen blant hyttefolket i Tinn. Vi ser at aldersgruppen < 30, 51-60 og 61-69 er identisk, mens Øyfjell har 3 % flere hytteeiere/-leiere over 70 år, og tilsvarende 1 % mindre i aldersgruppen 31-40 og 2 % mindre i aldersgruppen 41-50. 3 % forskjell er dog ikke meget.

Vi ser således at 79 % av hyttefolket i undersøkelsen finner seg i aldersgruppen 41-69 år. Aldersgruppen 41-50 og 61-69 fordeler seg jevnt med henholdsvis 22 % og 23 %, mens den største andelen besvarelser som for Tinn er i aldersgruppen 51-60 som alene utgjør 34 %. Som påpekt i avsnitt 2.1.3 er dette interessant fordi aldersgruppen 51-60 ofte tilhører hva man innen reiselivsforskning kaller "empty nesters", dvs. voksne par i yrkesaktiv alder, men hvor barna har forlatt redet. Et kjennetegn ved denne gruppen som er relevant i henhold til undersøkelsens formål, er som tidligere påpekt, at denne gruppen ofte har bedre tid og friere økonomi enn de to forutgående aldersgruppene. Kun 6 % av besvarelsene i undersøkelsen tilhører aldersgruppen 31-40. Dette samsvarer med at et generelt trekk ved denne aldersgruppen på landsbasis er at den består bl.a. av familier med barn i barnehage- og grunnskolealder og at familiene ofte relativt nylig har etablert seg med bolighus ("first home"), og hvor kun en liten andel således vil ha investert i fritidsbolig ("second home").

3.1.4 Hyttefolkets utdanning

Med tanke på å kartlegge hyttefolkets ressurser i henhold til prosjektets målsetning er det hensiktsmessig å belyse hyttefolkets utdannelsesnivå. Utdannelsesnivå koplet mot hvilken bransje og stilling hyttefolket innehar gir oss som redegjort for i avsnitt 2.1.4 for eksempel en tydelig indikasjon på hvilken fagkompetanse hyttefolket besitter. I undersøkelsen ble således hyttefolket bedt om å angi deres utdanningsnivå i henhold til svarkategoriene "grunnskole", "videregående" og "høgskole/universitet", og besvarelsene fra Hyttefolket i Øyfjell fremgår således av diagram 3.3.

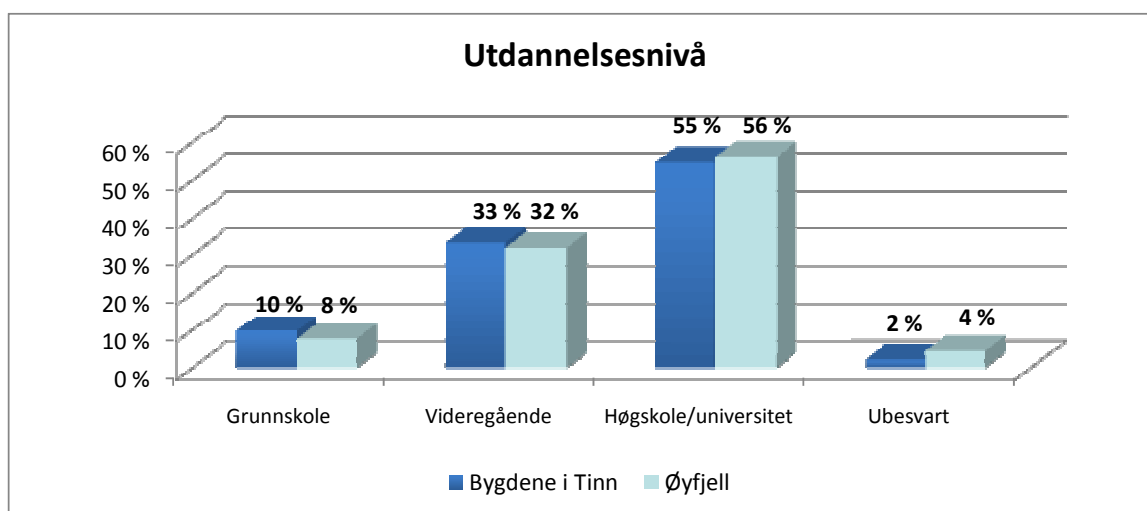
Diagram 3.3



Vi ser at 32 % av hyttefolket i Øyfjell har utdanning tilsvarende fullført videregående, mens 56 % har utdanning tilsvarende høgskole- eller universitetsnivå. I avsnitt 2.1.4 så vi at 28,3 % av den norske befolkning i tilsvarende aldersgruppe har høgskole- eller universitetsutdanning. Selv om antallet hyttefolk i Øyfjell med høgskole- og universitetsutdanning er noe lavere enn i Tinn (64 %) er også utdanningsnivået blant hyttefolket i Øyfjell svært høyt. Hyttefolkets utdanningsnivå indikerer at de besitter inngående kompetanse på sentrale fagfelt i henhold til undersøkelsens formål, hvilket også vil bli nærmere belyst i kommende avsnitt hvor fokus er hyttefolket i Øyfjells yrkeskategorier.

Sammenligner vi Øyfjell med bygdene i Tinn i henhold til formålet beskrevet innledningsvis i kapittelet får vi diagram 3.4 på neste side. Her ser vi at når vi sammenligner Øyfjell med de hytteområdene i Tinn som har tilsvarende geografisk beliggenhet og demografi, får vi stort sammenfall vedrørende utdannelsesnivå.

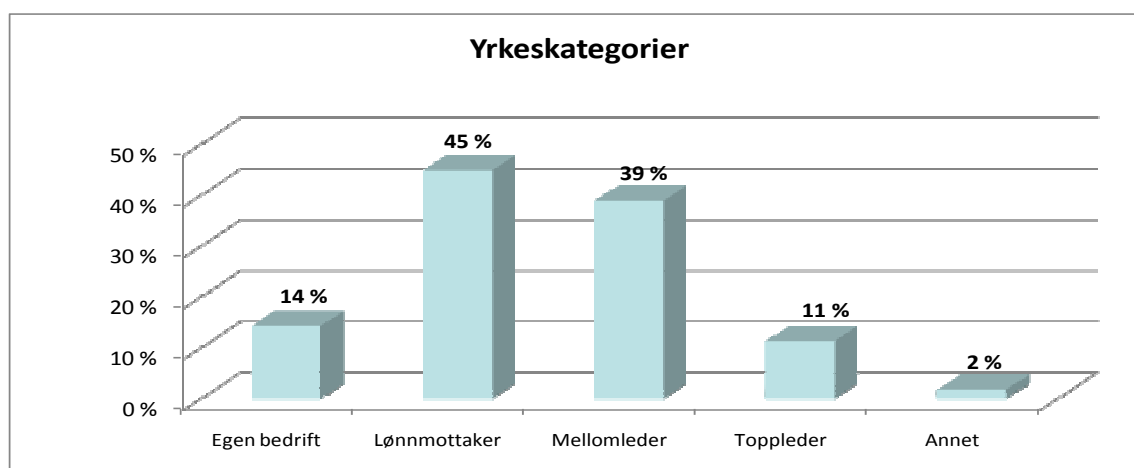
Diagram 3.4



3.1.5 Hyttefolkets yrkeskategorier

Som påpekt i avsnitt 2.1.5 er det med hensyn til å kartlegge hyttefolkets ressurser også nyttig å vite litt mer om hyttefolkets yrkesmessige status, ikke minst med tanke på den kompetanse de eventuelt besitter vis a vis det lokale næringslivet. Besvarelsene fra hyttefolket i Øyfjell fremgår av diagram 3.5.

Diagram 3.5



Blant de av hyttefolket i Øyfjell som har besvart spørsmålet vedrørende yrkesmessig status ser vi at 45 % er lønnsinntakere, mens 50 % pr. i dag har lederstillinger, fordelt på henholdsvis 11 % på toppledernivå og 39 % på mellomledernivå.¹⁴ I tillegg ser vi at 14 % driver egen bedrift.¹⁵ Sammenligner vi tallene med Tinn ser vi at den største forskjellen er relatert til at

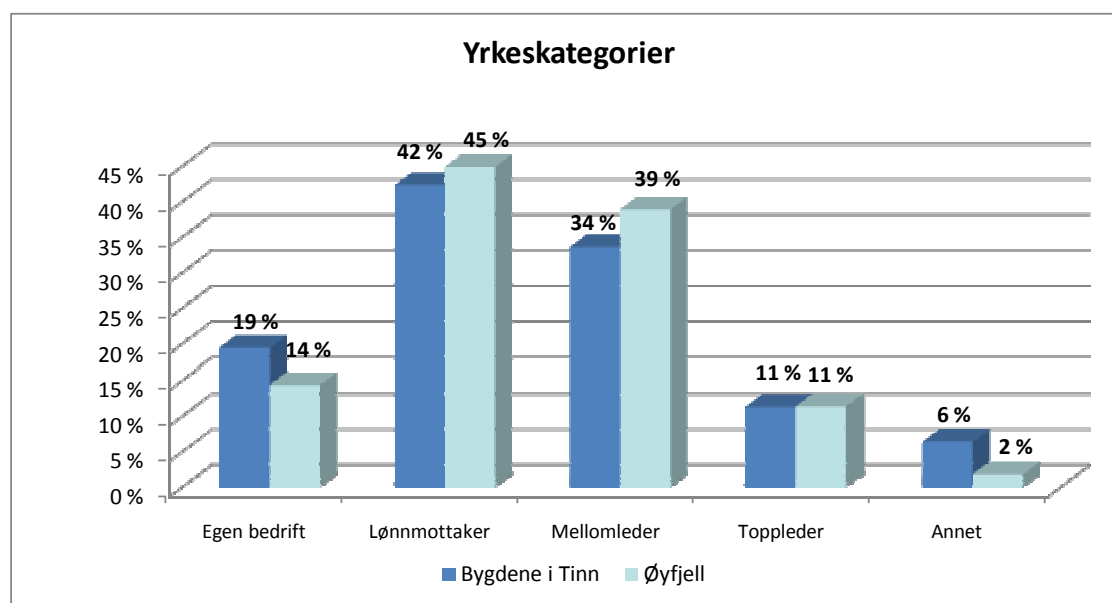
¹⁴ 92 % av hyttefolket i Øyfjell har besvart dette spørsmålet.

¹⁵ Bemerk at tallene her ikke summerer til 100 % fordi det har vært mulig å krysse av for mer enn ett alternativ pr. respondent. Noen av hyttefolket er således f.eks. både lønnsinntakere og driver egen bedrift.

det er 8 % færre som driver egen bedrift i Øyfjell, samt 7 % flere lønnsmottakere. Andelen ledere totalt er relativt lik, men det er 6 % flere mellomledere i Øyfjell og 4 % færre toppledere. Som for Tinn indikerer tallene fra Øyfjell at hyttefolket har kunnskaper og erfaringer med hensyn til ledelse innenfor en rekke bransjer, samt at flere også har kompetanse vedrørende å utvikle og drive egen virksomhet.

Også vedrørende yrkeskategorier var det ønskelig å kunne sammenligne Øyfjell med bygdene i Tinn og på bakgrunn av dette ble således diagram 3.6 utarbeidet.

Diagram 3.6



I henhold til diagram 3.6 ser vi at forskjellene mellom Tinn og Øyfjell minsker når vi sammenligner Øyfjell med bygdene i Tinn. For eksempel ser vi at toppledernivået utjevnes (gjennomsnittlig i Tinn har 15 % av hyttefolket topplederstillinger, mens prosentandelen for bygdene er 11 %), samt at *forskjellen* i andelen av hyttefolk som driver egen bedrift i Tinn og Øyfjell reduseres fra 8 % til 5 %. I tillegg øker andelen lønnsmottakere fra 38 % for Tinn sett under ett til 42 % for bygdene i Tinn, hvilket er tett på Øyfjell som altså har 45 %.

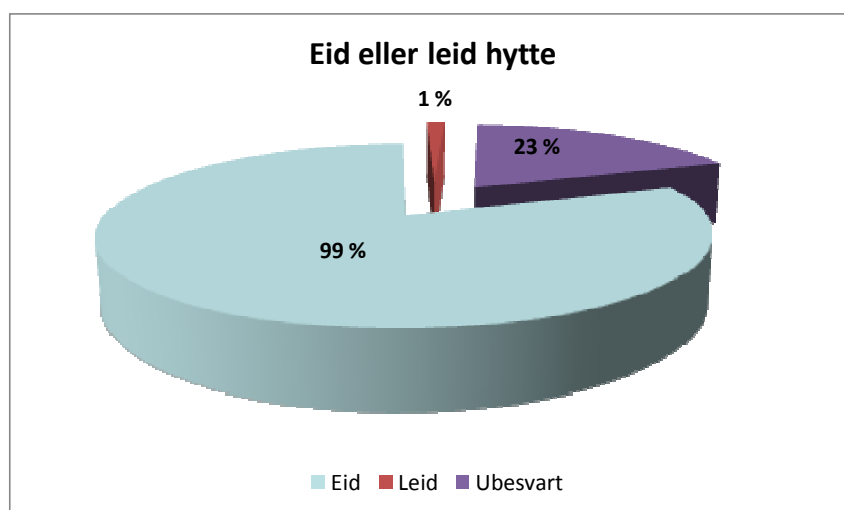
Hyttefolket ble også bedt om å fylle ut stillingsbeskrivelse og bransje, og mange har benyttet denne anledningen. På grunn av mengden besvarelser er det ikke mulig å ta dem med her, men vi har systematisert og gjengitt dem i henholdsvis vedlegg 3.2 og vedlegg 3.3. Ser vi således diagram 3.5 i lys av disse vedleggene får man et langt mer komplett bilde over den fagkompetanse som hyttefolket i Øyfjell besitter innenfor forskjellige næringer og bransjer, og som potensielt kan være en stor ressurs for utviklingen av det lokale næringslivet i Vinje generelt og Øyfjell spesifikt.

3.1.6 Hvorfor Øyfjell som hyttekommune?

I forbindelse med prosjektet ønsket vi også som påpekt i avsnitt 2.1.6 å belyse hvorfor hytteeierne-/leierne har valgt å ha hytte i Øyfjell, hvorvidt hytten er eid eller leid samt hvor lenge de har hatt hytten. Årsaken til at vi ønsker å belyse disse faktorene er som tidligere påpekt at de bl.a. sier oss noe om den tilhørighet og tilknytning hyttefolk har vis a vis Øyfjell, samt at vi får en grundigere forståelse av hyttefolkets valg og prioriteringer og hvordan disse igjen eventuelt henger sammen med deres engasjement for Øyfjell og motivasjonen for å delta i utviklingen av Vinje kommunen på bestemte områder.

Når det således gjelder hvorvidt hyttene i Øyfjell i henhold til besvarelsene er eid eller leid, så fremgår dette av diagram 3.7.

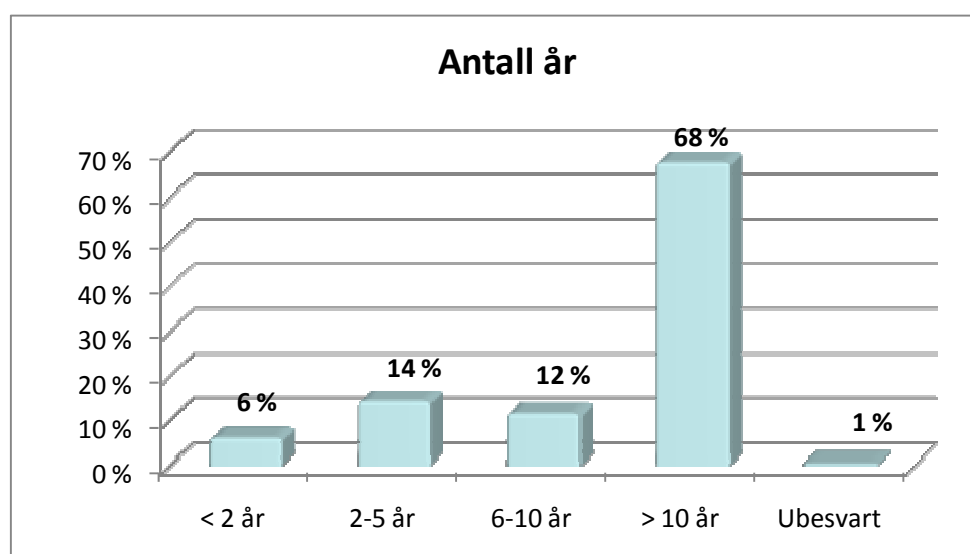
Diagram 3.7



Av hyttefolket i Øyfjell som har besvart dette spørsmålet ser vi at kun 1 % oppgir at hytten er leid, mens 99 % av oppgir at den er eid. Tallene samsvarer således godt med de tilsvarende tallene for Tinn, og selv om de ikke er overraskende, er det allikevel interessant å få denne fordelingen dokumentert. Hvilket som tidligere påpekt ikke minst henger sammen med en antatt antakelse om at eierskap, i motsetning til f.eks. mer kortvarige leieforhold, sammenfaller med økt ønske om og vilje til å integrere seg og medvirke i hyttekommunen.

Med hensyn til hvor lenge hyttefolket i Øyfjell har eid eller leid hytten så fremgår dette av diagram 3.8 på neste side.

Diagram 3.8



I avsnitt 2.1.6 påpekte vi at vi var overrasket over å oppdage at 54 % av hyttefolket i Tinn hadde eid eller leid hytten i mer enn 10 år, og enda mer overrasket blir vi over tallene fra Øyfjell, hvor altså nær 70 % av hyttefolket har eid / leid hytten i mer enn 10 år.

Med disse tallene i mente er det også interessant å se på hvorfor hyttefolket har valgt Øyfjell som hyttekommune. Vi ser at hele 169 personer har valgt å svare på dette spørsmålet, hvilket tilsvarer 93 % av hyttefolket i undersøkelsen. Begrunnelsene er gjengitt i vedlegg 3.4, og vi ser at **"avstand til bostedskommune"**, **"autentisk kultur og natur"**, **"tilknytning til Telemark"**, **"arv"** og **"tilfeldigheter"** er begrunnelser som går igjen. Således skiller begrunnelsene seg en del ut fra begrunnelsene vedrørende hvorfor hyttefolket i Tinn har valgt Tinn som hyttekommune jfr. analysene i avsnitt 2.1.6. Når det gjelder "autentisk kultur og natur" så henspiller dette på at Øyfjell oppleves som en ukommersiell hyttegren, som fremdeles har bevart elementer av hva oppleves som den tradisjonelle norske bygdekulturen som bl.a. følgende begrunnelse henspiller på: *"Sans for bygda som ikke er kommersielt utbygget, men har det primitive, sjarmerende urnorske bygdesamfunnet."* Vi ser således også at det i Tinn er flere kommentarer og innspill fra hyttefolk som er frustrert over at hytteområdets autentiske særpreg er blitt forringet, noe som bl.a. følgende to kommentarer illustrerer: *"Pen uberørt natur som dessverre er i ferd med å bli ødelagt på Gaustablikk med digre steinhauger og veier langt oppe i fjellsiden"* og *"På grunn av natur, fritidsmuligheter, ikke overbebygd, få mennesker og ro. ALT NÅ BORTE"*.

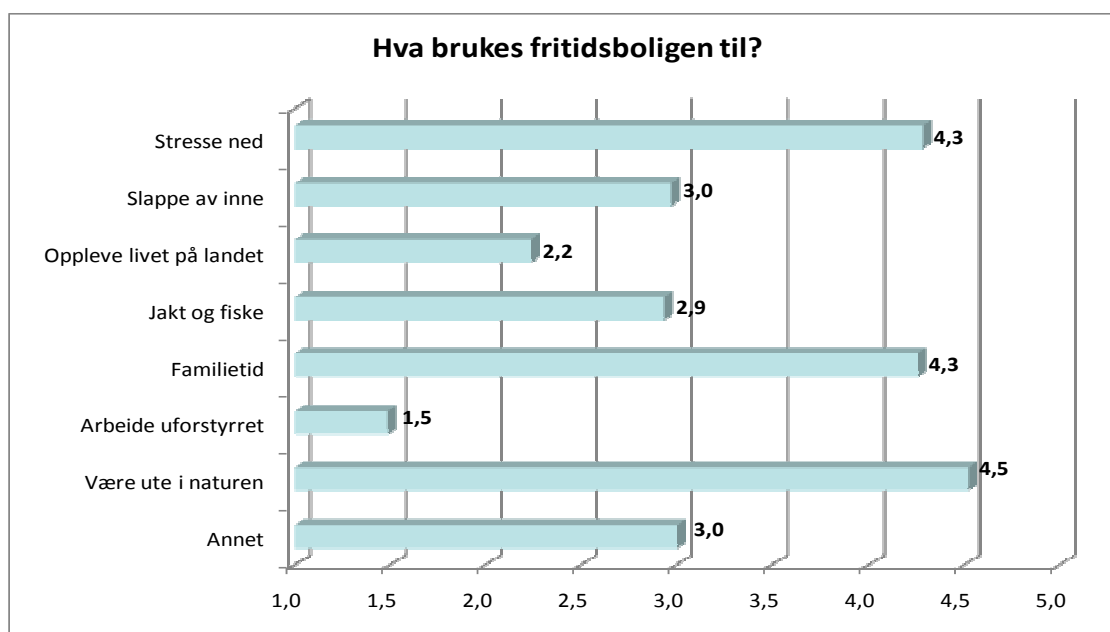
3.2 Hva brukes fritidsboligen til?

Som påpekt i kapittel 1 har nordmenns vaner vis a vis fritidsboliger endret seg betydelig de siste tiår. I forrige avsnitt har vi fått belyst hvor mye hyttefolket i Øyfjell bruker fritidsboligen pr. år, i helgene og feriene. I dette avsnittet vil vi gå ett skritt videre og belyse hva hyttefolket bruker fritidsboligen til. Hva hyttefolket bruker fritidsboligen bidrar som påpekt i avsnitt 2.3 både til å klargjøre hyttefolkets behov og prioriteringer, samt gir oss en ramme for å forstå en

del av de innspill og kommentarer som kommer frem gjennom de påfølgende avsnitt. I tillegg er den sammen med de elementer og begrunnelser som kom frem i relasjon til avsnitt 3.1.6 en viktig indikator med hensyn til Øyfjells fortrinn som hyttegend.

For å belyse hva hyttefolket i Øyfjell bruker fritidsboligen til ble de således (på en Likert skala fra 1-5) bedt om å angi hvor enige de var i henhold til 7 påstander rundt hva de bruke fritidsboligen til (hvor 1 er svært uenig og 5 er svært enig) og besvarelsene fremgår her av diagram 3.9.

Diagram 3.9



Som for Tinn ser vi at det å "være ute i naturen", "stresse ned" og "familietid" er de påstander om hyttebruk som hyttefolket i Øyfjell identifiserer seg mest med, mens det å "arbeide uforstyrret" scorer lavest. Vi ser at kategorien "Å oppleve livet på landet" scorer en del høyere enn i Tinn, og vi mener dette kan henge sammen med hva vi observerte i henhold til bl.a. avsnitt 3.1.6 og det forhold at mange synes å ha en forkjærlighet for Øyfjell autentiske bygdepreg. I tillegg ser vi at "Jakt og fiske" scorer høyere i Øyfjell enn i Tinn.

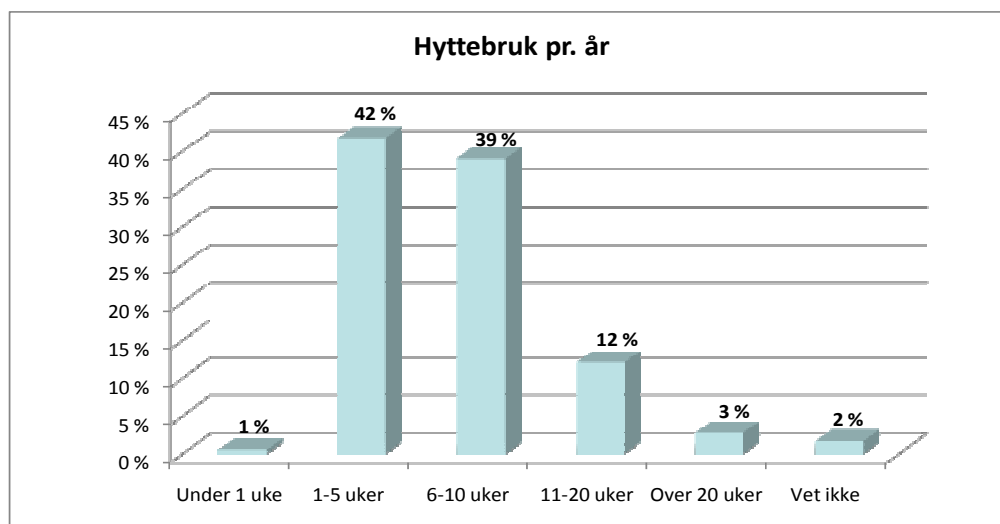
Med hensyn til kategorien "annet" i diagram 3.13 har vi gjengitt de utfyllende kommentarene i vedlegg 3.6. Det som her er interessant å legge merke til er at selv om antall besvarelser i Øyfjell er langt færre enn i Tinn pga. populasjonens størrelse, så synes det allikevel å være de samme kategorier som går igjen. Vi ser således at både kategorien "**Aktiviteter i friluft og natur**", som altså først og fremst er en form for supplement til kategorien "være ute i naturen" i diagram 3.13 i det innholdet konkretiserer de aktiviteter som hyttefolket ofte foretar seg når de er utendørs som følgende kommentar indikerer: "*Mange toppturer med og uten ski, mange mil i unike langrennsløyper. De utklasser Hovden!*" og kategorien "**Rekreasjon/avveksling fra hverdagslivet**" går igjen. Det samme gjør også kategoriene "**Sosialt samvær**" og "**Fysisk**

arbeid (egeninnsats/vedlikehold)". Det er også elementer av kategorien "**Besøke hjemtraktene**" men den synes i tråd med observasjonene og argumentasjonen i avsnitt 3.1.6 å være mindre fremtredende i Øyfjell enn i Tinn. Sist, men ikke minst har vi også i vedlegg 3.6 en siste kategori som vi har kalt "**Diverse**", og som beskrivelsen i seg selv indikerer har vi her samlet opp en diverse "hyttebruk" og annet som ikke umiddelbart passer inn i de øvrige kategoriene.

3.3 Hvor ofte brukes fritidsboligen?

For å kunne kartlegge den potensielle ressurs som hyttefolket kan være for hyttekommunen er det også sentralt å vite noe om hvor mye hyttefolket bruker hytten i løpet av gitt tidsperiode. For å kartlegge dette ble hyttefolket derfor bedt om å angi bruksfrekvens i henhold til kategoriene som fremgår av diagram 3.10.

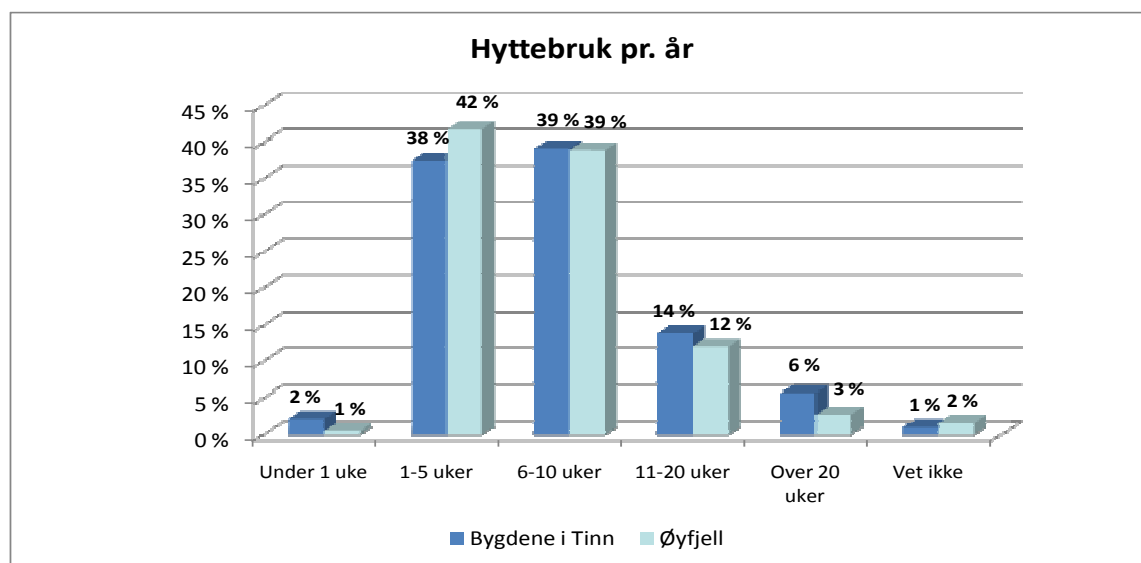
Diagram 3.10



Vi ser at hyttebruksfrekvensen for Øyfjell på årsbasis sammenfaller mye med bruksfrekvensen i Tinn, men at den jevnt over er noe lavere (se avsnitt 2.2, diagram 2.8). Allikevel ser vi at 39 % av hyttefolket bruker fritidsboligen mellom 6-11 uker per år, hvilket for den gjengse yrkesaktive nordmann som tidligere påpekt vil tilsvare alle disponible ferier samt en del helger i tillegg pr. år. Kun 1 % bruker hytten mindre enn 1 uke i året, og 15 % bruker hytten over 11 uker, mot 19 % i Tinn.

Sammenligner vi omfanget av hyttebruken i Øyfjell med omfanget av hyttebruken i bygdene i Tinn, får vi diagram 3.11 på neste side.

Diagram 3.11

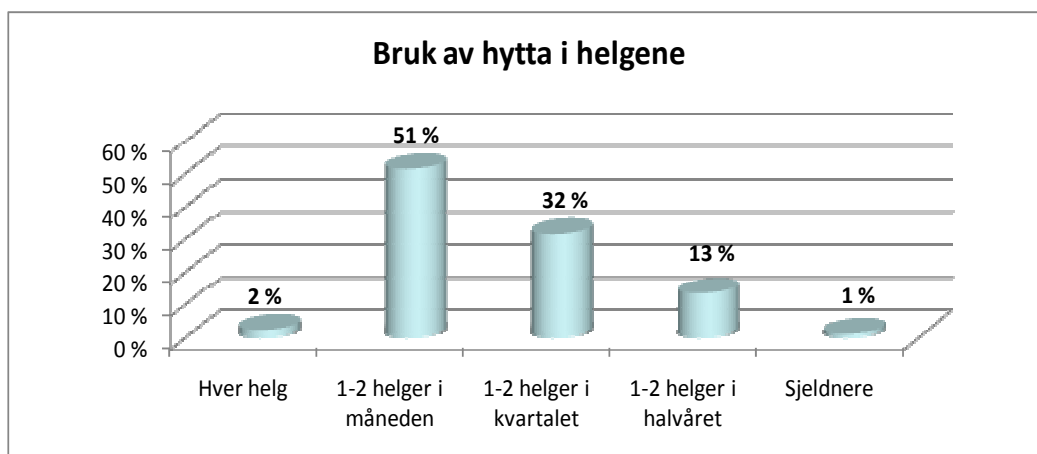


Vi ser altså av diagram 3.11 at selv om vi således sammenligner Øyfjell med de hytteområdene i Tinn som geografisk og demografisk sammenfaller mer med Øyfjell, er allikevel fritidsboligene i Tinn mer hyppig i bruk enn fritidsboligene i Øyfjell. Årsakene til dette kan være mange (hyttestandard, hyttens beliggenhet (avstand fra alfarvei), hytteeiers arbeidssituasjon, etc.), og det er ikke mulig på grunnlag av undersøkelsen å trekke noen entydige konklusjoner på dette området. Det vi imidlertid kan påpeke er at observasjonene i diagram 3.10 ser ut for å samsvare med observasjonene i diagram 2.9, hvor vi så at Møsvann (som ikke er med i "bygdene i Tinn") var det hytteområdet med lavest bruksfrekvens i Tinn og Hovin (som samsvarer en del om Øyfjell i henhold til geografisk beliggenhet, mm.) var et 3 hytteområder med hyppigst bruksfrekvens innen kategorien "over 20 uker pr. år".

I forbindelse med undersøkelsen i Øyfjell var det også et ønske om å se på bruk i helger og i ferier med tanke på å kunne vurdere tilrettelegging og iverksetting av tiltak i disse periodene. Hvis vi således først ser på bruken av hytta eller fritidsboligen i helgene får vi følgende diagram 3.12 på neste side.

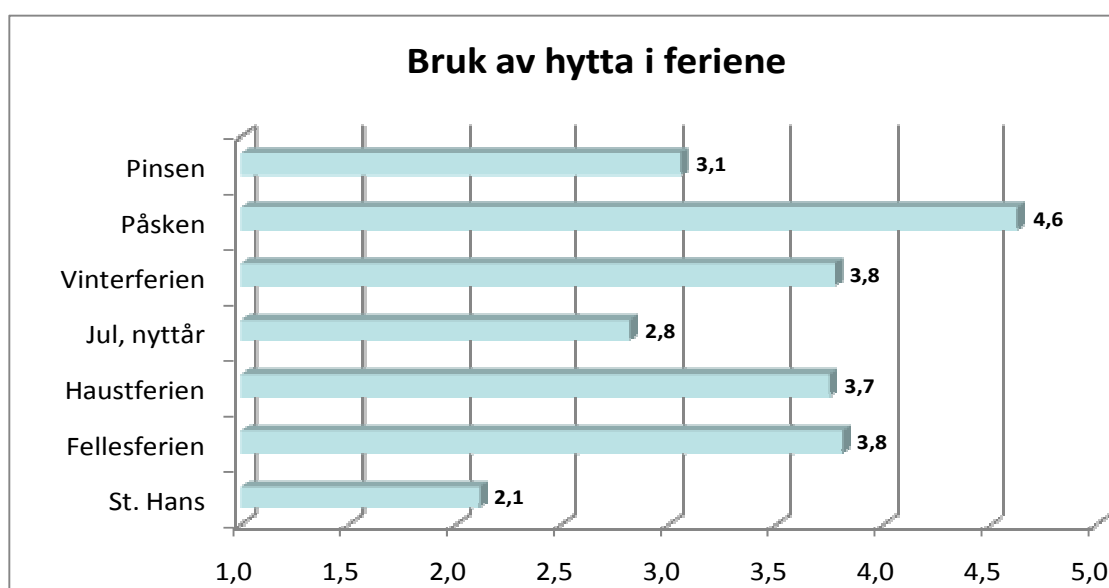
Som det fremgår av diagrammet bruker 51 % av hyttefolket i Øyfjell hytten 1-2 helger i måneden, mens 32 % bruker den 1-2 helger i kvartalet. Disse tallene samsvarer godt med observasjonene i diagram 3.9. Hyttefolket hadde også anledning til å komme med utfyllende kommentarer rundt bruken i helgene og disse kommentarene er gjengitt i vedlegg 3.5. Vi ser bl.a. at en del av kommentarene henspiller på at bruken som forventet er relatert til avstand til bostedskommune.

Diagram 3.12



Det var også et ønske vedrørende undersøkelsen i Øyfjell å kartlegge hyttebruken i feriene ut fra samme formål som gjengitt i forbindelse med helgebruken. Hyttefolket ble således (på en Likert-skala fra 1-5) bedt om å angi hvor enige de var i henhold til bruk av hytte i henhold til feriene gjengitt i diagram 3.13.

Diagram 3.13



Vi ser således av diagram 3.13 at påsken er den ferien hvor flest hyttefolk er på hytta, fulgt av vinterferien, fellesferien og høstferien. St. Hans er den ferien eller perioden hvor er på hytta, hvilket dog er som forventet med tanke på at St. Hans ofte faller på en ukedag hvor "folk flest" ikke har fri.

For bedre å kunne vurdere antallet hyttefolk som bruker hytta i de respektive feriene i henhold til diagram 3.13 har vi i tabell 3.3 laget en oppsummering over antall av hyttefolk i Øyfjell som har svart at de "ofte" eller "alltid" bruker hytta i de respektive feriene.

Tabell 3.3

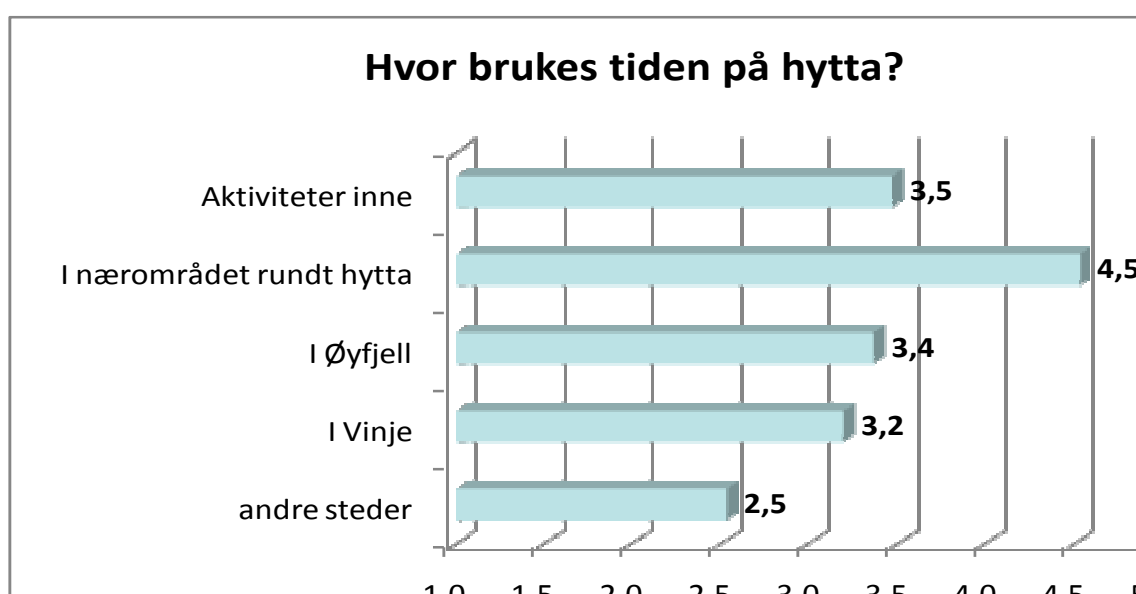
Frier	Antall personer/familier ¹⁶
Pinsen	32 %
Påskan	86 %
Vinterferien	54 %
Jul, nyttår	9 %
Høstferien	38 %
Fellesferien	53 %
St. Hans	7 %

Tabell 3.3 gir oss således en god indikasjon på andelen av hyttefolket i Øyfjell som altså "ofte" eller "alltid" er på hytta i de angitte ferier.

3.4 Hvor brukes tiden på hytta?

I Øyfjell var det også med tanke på å kunne tilrettelegge for aktiviteter for hyttefolket ønskelig å kartlegge hvor mye av tiden på hytta hyttefolket faktisk bruker i Øyfjell, og hvor mye tid de bruker andre steder. For å kartlegge dette ble hyttefolket således (på en Likert skala fra 1-5) bedt om å angi hvor enige (hvor 1 er svært uenig og 5 er svært enig) de var i henhold til hvordan tiden på hytta brukes i henhold til forslagene gjengitt i diagram 3.14.

Diagram 3.14



¹⁶ I tabellen er også andelen "ubesvart" inkludert hvilket betyr at prosentsetene potensielt er høyere.

Vi ser således at hyttefolket i Øyfjell bruker mesteparten av tiden på hytta i nærområdet rundt hytta, hvilket sammenholdt med den store andelen av hyttefolket som i diagram 3.32 oppgir at de er interessert i å delta i konkrete nærmiljøtiltak og dugnadsarbeid indikerer at en del av de tiltak som iverksettes bør foregå i de enkelte hytteområder samt at det vil være mulig å basere flere av dem på dugnadsinnsats. Vi ser også at hyttefolket bruker relativt mye av tiden i Øyfjell og i Vinje, samt til aktiviteter innendørs. Med hensyn til den siste er det rimelig å anta at været vil være en faktor som spiller inn her.

Det var også i tilknytning til dette spørsmålet mulig å komme med utfyllende kommentarer. Disse er systematisert og gruppert i vedlegg 3.7. Den første kategorien har vi kalt **"Rauland"** og henspeiler på at det er turer til Rauland, hovedsakelig for skigåing, som dominerer. Den andre kategorien har vi kalt **"Aktiviteter i nærområdet"** og er mer enn noe annet et supplement og en presisering knyttet til punktet "I nærområdet rundt hytta" som gjengitt i diagram 3.14 som det for eksempel fremgår av følgende kommentar: *"Jeg går lange turer vinter og sommer, plukker bær: blåbær, tyttebær, multer, einerbær."* Den tredje og siste kategorien har vi kalt **"Øvrig"** og innholder angivelser av steder som ikke passer inn i de to første kategoriene: *"Turer i Rjukanområdet. Turer i Haukelisæterområdet."*

3.5 Hvem har hyttefolket med på hytta?

I avsnitt 2.2 og 3.2 har vi sett at et av hyttas sentrale bruksområder er hva vi har kalt **"sosialt samvær"** og hvor hyttefolket har angitt at de ofte bruker hytta til sosialt samvær og hygge med venner og familie. I Øyfjell var det et ønske om mer spesifikt å få innblikk i hvem hyttefolket har med på hytta med tanke på å kunne tilrettelegge for aktiviteter og tilbud til hyttefolket, og det ble utarbeidet et eget spørsmål med det formål å kartlegge dette. Besvarelsene fremgår av diagram 3.15.

Diagram 3.15

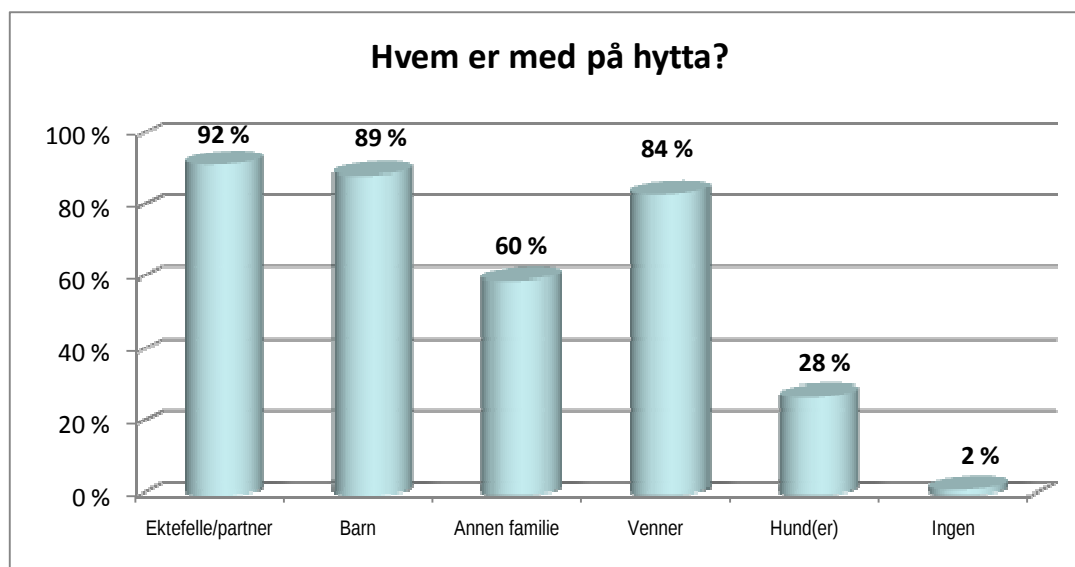


Diagram 3.15 viser at 92 % av hyttefolket har med ektefelle eller partner på hytta og 89 % har med barn. Det er også interessant å observere at hele 84 % oppgir at de har med venner på hytta, samt 60 % har med annen familie. I henhold til hva vi påpekte innledningsvis i dette avsnittet får vi her tydelig bekreftet at hytta er et sted for sosialt samvær med familie og venner. I underkant av 30 % har også med hund, hvilket indikerer at et sted mellom 25-30 % av hyttefolket i Øyfjell har hund.

Også i forbindelse med hvem hyttefolket i Øyfjell har med seg når de drar på hytta var det mulig å komme med utfyllende kommentarer. De svar som går igjen her er her er **"barnebarn"** og **"katten"** som følgende to kommentarer indikerer: *"Barnebarna er koselige å ha med slik at de kan bli glade i natur, skog, turer og fiske"* og *"Katten koser seg på hytta!"*.

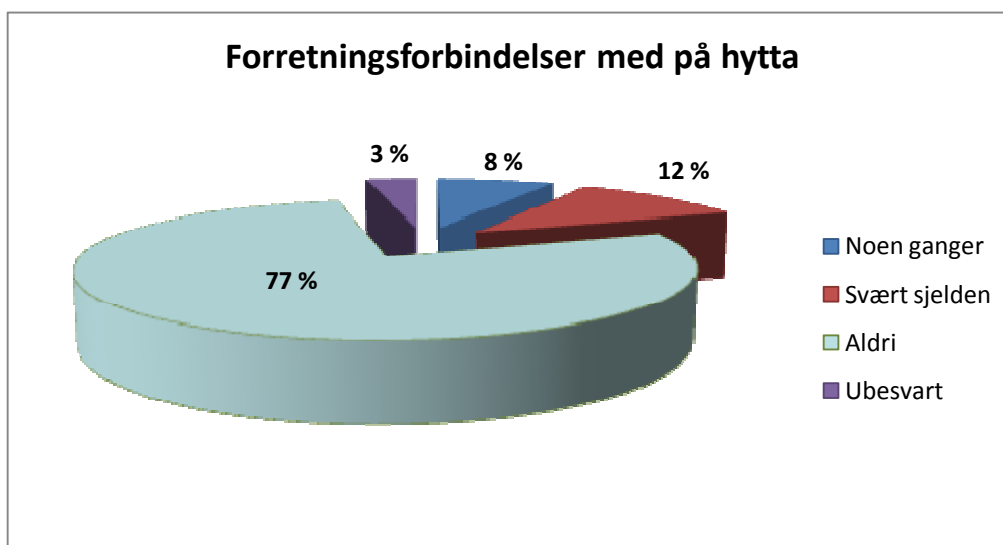
3.6 Bruk av fritidsboligen i arbeidsøyemed

Som påpekt i avsnitt 2.4 så var det å kartlegge hvorvidt hytteeierne/-leierne brukte hytten i arbeidsøyemed et av formålene med undersøkelsen, og det ble utarbeidet to konkrete spørsmål med dette formål for øye. Det første spørsmålet ble utarbeidet for å kartlegge hvorvidt hyttefolket tok med forretningsforbindelser på hytta, og var som tidligere påpekt først og fremst utarbeidet med tanke på selvstendige næringsdrivende og personer med høy stillinger innen det private næringslivet. Det andre spørsmålet var på et mer generelt grunnlag rettet mot å kartlegge bruken av hytta som "hjemmekontor", da dette ble vurdert å kunne gi viktige innspill til hyttekommunene for eksempel med tanke på å tilrettelegge for utvidet bruk av fritidsboligene.

3.6.1 Forretningsforbindelser

Når det gjelder hvorvidt hyttefolket i Øyfjell tar med forretningsforbindelser på hytta fremgår besvarelsene fra undersøkelsen i diagram 3.16.

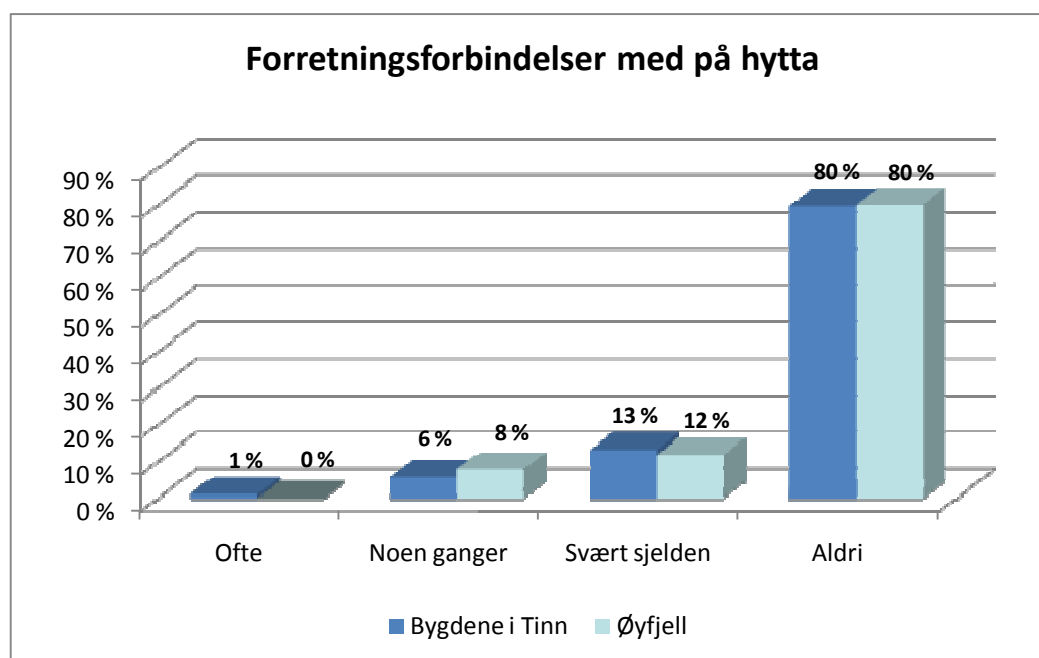
Diagram 3.16



I henhold til diagram 3.13 har 20 % av hyttefolket i Øyfjell hatt forretningsforbindelser med på hytta mot 26 % i Tinn. Ingen (0 %) tilkjenner at de tar med forretningsforbindelser ofte, men 8 % sier det gjør det noen ganger. 12 % tar forretningsforbindelser med svært sjelden og den store majoriteten (77 % mot 73 % i Tinn) gjør det aldri. I forlengelsen av det ovennevnte er det således også viktig å påpeke som det fremgår av diagram 3.5 at 45 % av hyttefolket har definert seg selv som "lønnsmottaker" hvilket også innebærer at mange av disse sannsynligvis ikke har et arbeid hvor det er naturlig å ha forretningsforbindelser.

Det vil således også være relevant å belyse hvorvidt det er større samsvar i besvarelsene mellom Øyfjell og Tinn hvis vi sammenligner Øyfjell med bygdene i Tinn, også altså hytteområder som geografisk og demografisk har flere likhetstrekk med Øyfjell. Dette fremgår av diagram 3.17.

Diagram 3.17

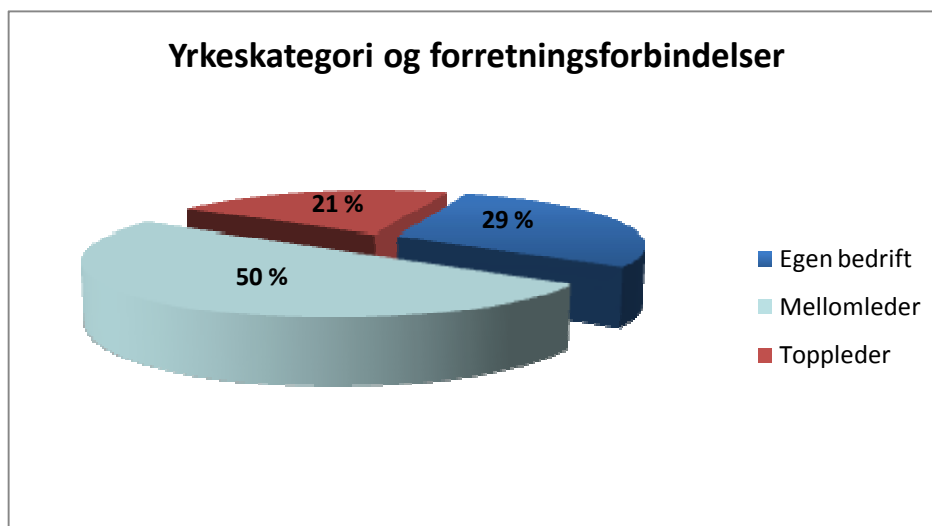


I henhold til diagram 3.17 ser vi at forskjellene mellom Tinn og Øyfjell minsker betydelig når vi sammenligner Øyfjell med bygdene i Tinn.¹⁷ Det er en viss forskjell på besvarelsene i de som angir at de "noen ganger" tar med forretningsforbindelser på hytta, mens ellers er forskjellene minimale og andelen som svarer "aldri", dvs. majoriteten, sammenfaller helt. Dette er også i tråd med observasjonene i diagram 2.13 hvor vi så at Gaustablikk klart skiller seg ut fra de andre hytteområdene i Tinn med hensyn til andelen hyttefolk som har forretningsforbindelser med på hytta, og er således også med på å trekke gjennomsnittet for Tinn under ett kraftig opp.

¹⁷ For å gjøre tallene mest mulig sammenlignbare er også andelen ubesvarte holdt utenfor.

Det er også som påpekt i avsnitt 2.4.1 relevant og interessant å se på om det å ta med forretningsforbindelser varierer i henhold til yrkeskategori. For å kunne vurdere dette ble diagram 3.18 utarbeidet hvor vi har belyst yrkeskategoriene til de 8 % som i diagram 3.5 har gjengitt at de "noen ganger" tar forretningsforbindelser med på hytta.

Diagram 3.18



Resultatene i diagram 3.18 viser veldig tydelig at det å ta med forretningsforbindelser på hytta varierer i henhold til hyttefolket i Øy fjells yrkeskategori. Vi ser for eksempel at 29 % av hyttefolket i Øy fjell som har oppgitt at de "noen ganger" tar med forretningsforbindelser på hytta driver egen bedrift, mens 50 % er mellomledere og 21 % er toppledere. Ser vi på hvor mange dette utgjør i henhold til antall respondenter på den enkelte yrkeskategoriene i undersøkelsen, ser vi at dette tilsvarer 15,6 % av alle topplederne (mot 20,2 % i Tinn), 10,8 % av alle mellomlederne (mot 9,6 % i Tinn), og 16,6 % (16,2 % i Tinn) av de som driver egen virksomhet. Vi ser også at *ingen* av lønnsinntakene har oppgitt at de "noen ganger" tar med forretningsforbindelser på hytta.¹⁸

Det var også i relasjon til spørsmålet vedrørende forretningsforbindelser mulig å komme med utfyllende informasjon, og bl.a. en respondent forteller at han tar med forretningsforbindelser på: "Årlige fisketurer." Når det gjelder kommentarene som er knyttet til hvorfor hyttefolket "aldri" eller "svært sjelden" tar med forretningsforbindelser på hytta, kan denne gi oss nyttig kunnskap om årsakene til dette. Vi ser således at de hyppigste grunnene hyttefolket i Øy fjell oppgir som årsak til at de ikke tar med forretningsforbindelser på hytta gjenfinner vi to av kategoriene fra Tinn, nemlig **"Hytta er fristed/for venner og familie"** og **"Pensjonert"**, som følgende to kommentarer indikerer: *"Kun familie og venner"* og *"Eg er pensjonist"*. Kategoriene **"Ikke den type jobb"** og **"Hyttestandard"** som hyttefolket i Tinn også trakk frem som årsaker til at det ikke falt seg naturlig å ta med forretningsforbindelser på hytta

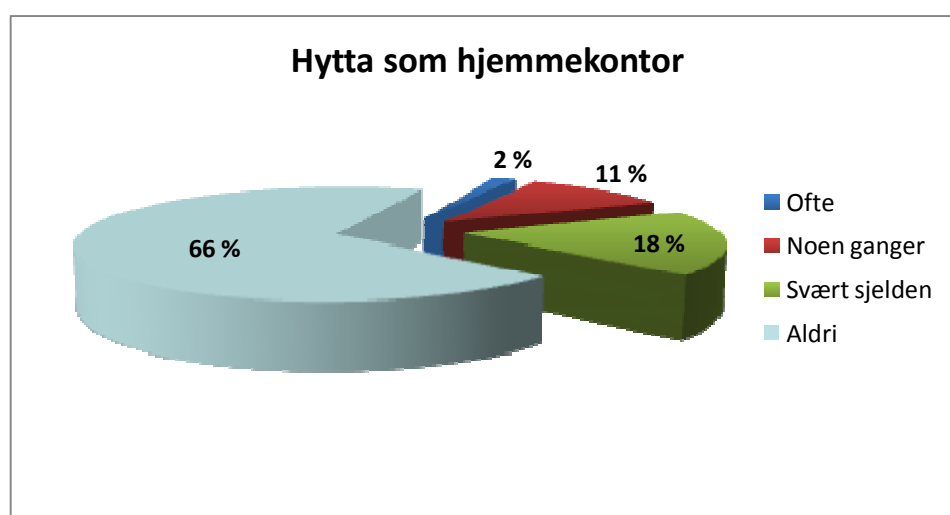
¹⁸ Det er ikke gjort tilsvarende sammenligninger mellom Øy fjell og bygdene i Tinn i henhold til koplingen mellom yrkeskategori og det å ta med forretningsforbindelser på hytta fordi det utgjør for få respondenter til å ha noen statistisk verdi.

fremkommer ikke i Øyfjell. I Øyfjell vil det kanskje være naturlig å føye til kategorien **"Kan bli aktuelt"** som følgende to kommentarer indikerer: *"Det kan kanskje bli aktuelt i fremtiden."* og *"Har ikke gjort det. Kan komme til å gjøre det."*

3.6.2 Bruk av fritidsboligen som hjemmekontor

Som påpekt i avsnitt 2.4.2 var spørsmålet vedrørende hvorvidt hytteeierne/-leierne tar med forretningsforbindelser på hytta hovedsakelig var utarbeidet med tanke på å kartlegge den del av hyttefolket som er selvstendige eller har høye stillinger innefor det private næringslivet, favner spørsmålet vedrørende hjemmekontor også lønnsinntakerne. Når det således gjelder hvorvidt hyttefolket i Øyfjell bruker hytten som hjemmekontor fremgår besvarelsene av diagram 3.19.

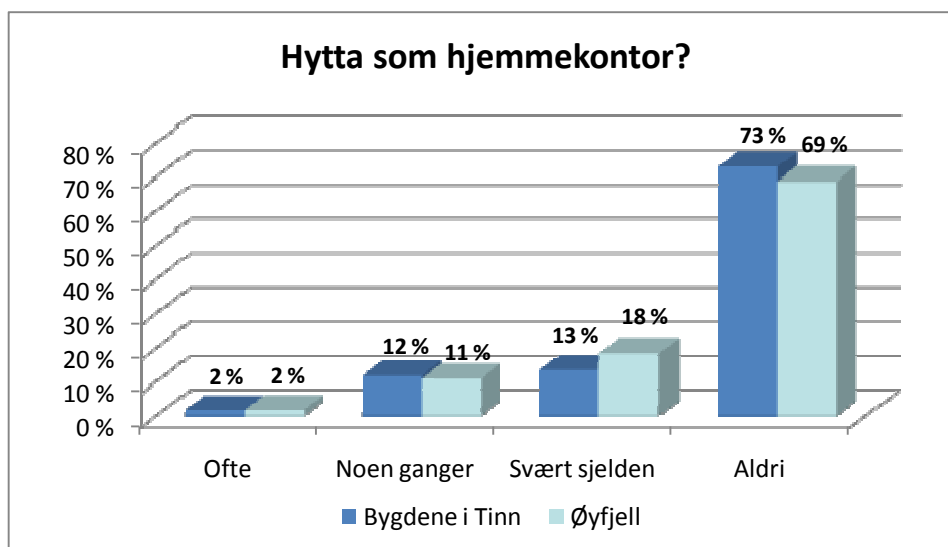
Diagram 3.19



Vi ser av diagrammet at det, som forventet, er flere hyttefolk i Øyfjell som bruker hytten som hjemmekontor enn det er som tar med forretningsforbindelser på hytta, men andelen er igjen noe mindre enn i Tinn. 31 % av hyttefolket i Øyfjell (mot 37 % i Tinn) svarer at de bruker hytta som hjemmekontor, hvorav 2 % sier de gjør det "ofte" (3 % i Tinn), 12 % "noen ganger" (15 % i Tinn) og 18 % bruker "svært sjelden" hytta som hjemmekontor (19 % i Tinn). Majoriteten (66 % mot 60 % i Tinn) gjør det imidlertid aldri.

På samme måte som det i forrige avsnitt var interessant å få belyst hvorvidt det var større samsvar mellom besvarelsene fra Øyfjell og bygdene i Tinn knyttet til det å ta med forretningsforbindelser på hytta enn for Øyfjell og Tinn sett under ett, var det tilsvarende relevant å belyse samsvar i relasjon til det å bruke hytta som hjemmekontor. Analysene knyttet til dette fremgår av diagram 3.20 på neste side.

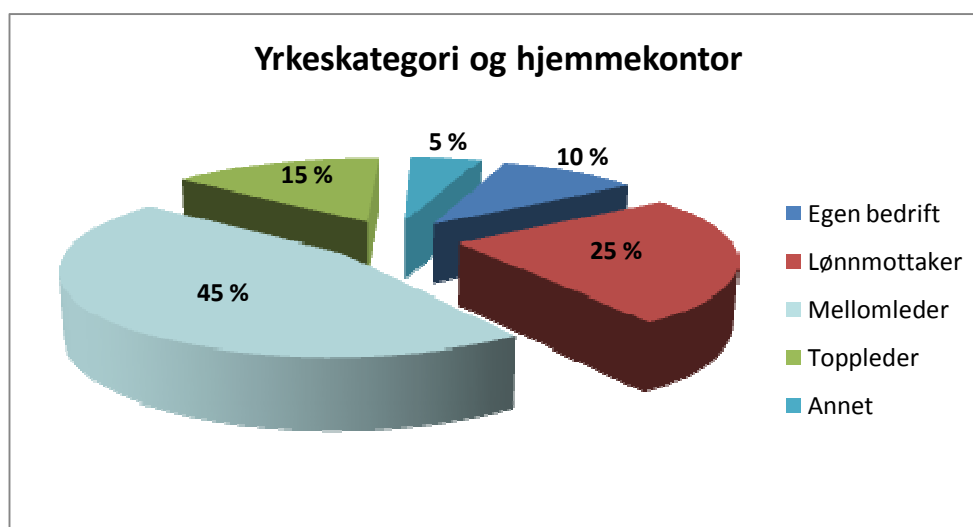
Diagram 3.20



Som det fremgår av diagram 3.20 utviskes i høy grad forskjellene mellom Øyfjell og Tinn når vi holder "byområdene" utenfor analysen. For eksempel ser vi at andelen som aldri bruker hytta som hjemmekontor i Tinn stiger fra 60 % til 73 %. Sannsynligvis henger dette, som tidligere påpekt, sammen med tilgangen til internett og tilsvarende forhold.

På tilsvarende måte som vedrørende forretningsforbindelser kan det også være relevant å analysere hvorvidt det å bruke hytta som hjemmekontor varierer i henhold til yrkeskategori og for å kunne vurdere dette ble diagram 3.21 utarbeidet. Her har vi belyst yrkeskategoriene til de 13 % som i diagram 3.5 har gjengitt at de "ofte" eller "noen ganger" bruker hytta som hjemmekontor.

Diagram 3.21



Vi ser at også vedrørende det å bruke hytte som hjemmekontor er det forskjeller i henhold til yrkeskategori, og at besvarelsene her skiller seg en del ut fra besvarelsene i Tinn. Vi ser for eksempel at 45 % de som har oppgitt at de "ofte" eller "noen ganger" bruker hytta som hjemmekontor er mellomledere (mot 26 %) i Tinn, mens 15 % er toppledere (24 % i Tinn) og 10 % driver egen bedrift (28 % i Tinn). Og sist, men ikke minst er 25 % lønnsinntakere i Øyfjell, mot 18 % i Tinn. Ser vi imidlertid på hvor mange dette utgjør i henhold til antall respondenter på den enkelte yrkeskategoriene i undersøkelsen, ser vi at dette tilsvarer at 15,8 % av alle topplederne (mot 30,2 % i Tinn), 13,9 % av alle mellomlederne (mot 18,4 % i Tinn), 8,3 % av de som driver egen virksomhet (mot 28,2 % i Tinn) og 6,7 % av lønnsinntakere (mot 10,2 % i Tinn) "ofte" eller "noen ganger" bruker fritidsboligen som hjemmekontor.¹⁹

Det var også i relasjon til spørsmålet vedrørende hjemmekontor mulig å komme med utfyllende informasjon, og respondentene påpeker her at de "bruker telefon for å gjøre avtaler med kunder ol.", at de bruker hytta som hjemmekontor "ved selvangivelsetider!". I tillegg påpekes det fra en respondent at "skulle ønske Telenor kunne lære 3G". Som påpekt i avsnitt 2.4.1 vil i tillegg kommentarene knyttet til hvorfor hyttefolket "svært sjelden" eller "aldri" bruker hytta som hjemmekontor kunne tilføre oss nyttig kunnskap om årsakene til dette. Besvarelsene fra hyttefolket i Øyfjell er således systematisert og gjengitt i tabell 3.4.

Tabell 3.4

Ingen nettforbindelse	Diverse
✓ Skulle gjerne hatt mulighet, men mobilt bredbånd er ikke tilgjengelig i Drivarbekkdalen.	✓ Har ikke behov for hjemmekontor.
✓ skulle ønske bredbånd, så...	
✓ Mangler internett (2 stk.)	
✓ Mangler nettforbindelse (2 stk.)	
✓ Dårlig mobildekning gjør det ustabil og vanskelig.	

Vi ser at de fleste årsakene som er oppgitt til at hyttefolket i Øyfjell ikke bruker hytta som hjemmekontor er direkte knyttet til manglende nettilgang og dårlig mobildekning.

3.7 Bruk og oppfattelse av vare- og tjenestetilbudet i Vinje

I dette avsnittet vil vi se på hyttefolket i Øyfjells oppfattelse og bruk av det eksisterende vare- og tjenestetilbudet i Vinje kommune. I tillegg vil vi belyse om det er varer og tjenester hyttefolket savner, samt hvorvidt åpningstider bedre tilpasset hyttefolkets behov vil påvirke bruken i positiv retning.

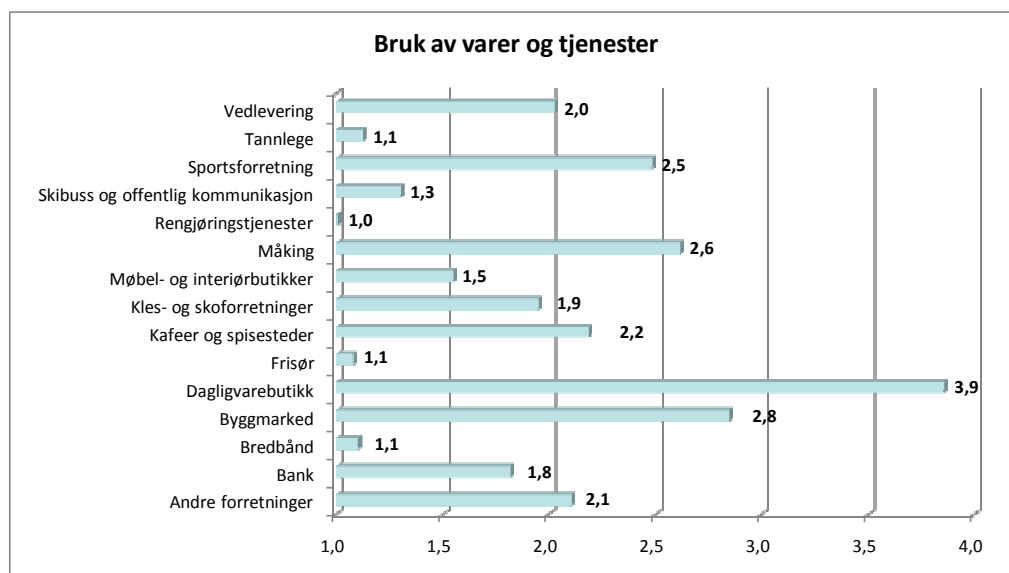
¹⁹ Det er ikke gjort tilsvarende sammenligninger mellom Øyfjell og bygdene i Tinn i henhold til koplingen mellom yrkeskategori og det å bruke hytta som hjemmekontor fordi det utgjør for få respondenter til å ha noen statistisk verdi.

3.7.1 Hvilke varer og tjenester bruker hyttefolket i dag?

Hyttefolket ble bedt om å gi en tilbakemelding på hvilke vare- og tjenestetilbud de bruker i Vinje når de er på hytta i Øyfjell. Dette vil kunne være en sentral tilbakemelding til næringslivet og handelsstanden i kommunen, og ikke minst vil de kvalitative kommentarene knyttet til kartleggingen kunne gi nyttige pekepinner på forbedringsmuligheter vis a vis det eksisterende vare- og tjenestetilbudet, samt ikke minst også hentyde behovet for utvikling og tilrettelegging av nye.

Hyttefolket i Øyfjell ble således i undersøkelsen bedt om å angi hvor ofte de bruker de vare- og tjenestetilbudene i Vinje angitt i diagram 2.16 i henhold til en Likert-skala fra 1-5, hvor 1 er aldri og 5 er alltid.²⁰

Diagram 3.22



Vi ser, som for Tinn, at dagligvarebutikk er det tilbudet som hyttefolket i Øyfjell benytter oftest i Vinje og samsvarer således bra med forventningene og også med besvarelsene fra Tinn. Hyttefolket i Øyfjell bruker også relativt ofte lokalt byggemarked og sportsforretninger. Hyttefolket i Øyfjell bruker vare- og tjenestetilbudet i Vinje noe mindre enn hyttefolket i Tinn bruker vare- og tjenestetilbudet i Tinn. Forskjellene er dog ikke veldig store med unntak av kafeer og spisesteder (gjennomsnitt på 2,7 i Tinn) og møbel- og interiørforretninger (2,0 i Tinn). Forskjellen er også relativt stor med hensyn til bruk av bredbånd. Vi ser også at hyttefolket i Øyfjell aldri benytter seg av rengjøringstjenester, hvilket også er forventet med tanke på at slike tjenester ikke finnes tilgjengelig lokalt i Øyfjell.

²⁰ Beregningene er foretatt blant de som har svart på spørsmålet, dvs. ubesvarte felter er holdt utenfor.

For bedre å kunne vurdere antallet hyttefolk som bruker de respektive varer og tjenester ble tabell 3.5 utarbeidet. Tabellene oppsummering antall av hyttefolk i Øyfjell som har svart at de "noen ganger", "ofte" eller "alltid" bruker de angitte varer og tjenester.

Tabell 3.5

Varer og tjenester i Vinje	Andel av hyttefolk ²¹
Vedlevering	21 %
Tannlege	2 %
Sportsforretning	35 %
Skibuss og offentlig kommunikasjon	5 %
Rengjøringstjenester	0 %
Måking	31 %
Møbel- og interiørforretninger	9 %
Kles- og skoforretninger	15 %
Kafé og spisesteder	26 %
Frisør	1 %
Dagligvareforretninger	85 %
Byggmarked	50 %
Bredbånd	2 %
Bank	15 %
Bredbånd	16 %
Andre forretninger	47 %

Hyttefolket ble også bedt om å gi en tilbakemelding på om det er andre varer og tjenester de bruker i Øyfjell. I vedlegg 3.8 har vi systematisert besvarelsen i henhold til seks overordnende kategorier. Det er her interessant å bemerke at selv om antall besvarelser på grunn av populasjonens størrelse som tidligere påpekt er mindre i Øyfjell enn i Tinn, så er det som vi også så i tilknytning til avsnitt 3.3 og vedlegg 3.6 de samme kategorier som går igjen, selv om rekkefølgen ut fra antall besvarelser i hver kategori er ulik. Av vedlegg 3.8 fremgår det således at den kategorien som dominerer i antall kommentarer under annen bruk av varer og tjenester i Øyfjell er **"Diverse tjenestetilbud"**. I denne kategorien dominerer snøscooterkjørsel og legevakt, men også tjenester som typisk vil falle inn under "hytteservice" er representert, som følgende eksempel illustrerer: *"Privat vedkjøp og privat snømåking."* Den andre kategorien i henhold til antall besvarelser er **"Håndverkere"** og henviser til at

²¹ I tabellen er også andelen "ubesvart" inkludert hvilket betyr at prosentsatsene potensielt er høyere.

hyttefolket i Øyfjell har brukt lokale håndverkere til diverse oppdrag i forbindelse med oppføring og/eller oppgradering av fritidsboligen som følgende kommentar indikerer: "Snekker, gravemaskin, elektriker, rørlegger." Den tredje kategorien har vi kalt "**Andre handelstilbud/butikker**" siden det her dreier seg om andre handelstilbud som hyttefolket har benyttet, eksempelvis bensinstasjon og vinmonopol. Den fjerde kategorien har vi kalt "**Fritidstilbud**" idet innholdet her består mer av hva vi normalt forbinder med fritidsaktiviteter som utstillinger, kino, etc. enn varer og tjenester. Innholdet i denne kategorien må således ses i sammenheng med den informasjonen som vi skal se fremkommer i avsnitt 3.8 hvor nettopp kultur- og fritidstilbudet i Vinje vis a vis hyttefolket i Øyfjell er i fokus. Den femte kategorien har vi kalt "**Mangfoldig bruk**" og henspeiler som for Tinns vedkommende på at flere av hyttefolket i Øyfjell har en variert bruk av de tilbud som finnes i Vinje, noe bl.a. følgende beskrivelse fra en av hytteeierne indikerer: "Rauland Høgfjellshotell, Fjøllhalle, Vierli, Skisenter, lokal håndverker." Siste kategori under andre varer og tjenester som hyttefolket i Øyfjell benytter er "**Diverse**" og samler som tidligere opp de få tilbakemeldinger som ikke passer inn i de øvrige kategorier angitt ovenfor.

3.7.2 Hvor foretar hyttefolket sine dagligvareinnkjøp?

I Øyfjell var det også et ønske om mer konkret å belyse hvor hyttefolket gjorde sine dagligvareinnkjøp i forbindelse med besøk på hytta i Øyfjell, og hytteeierne/-leierne ble således bedt om å angi hyppighet på en Likert-skala fra 1-5, hvor 1 er aldri og 5 er alltid.²² Besvarelsene fremgår således av diagram 3.23.

Diagram 3.23

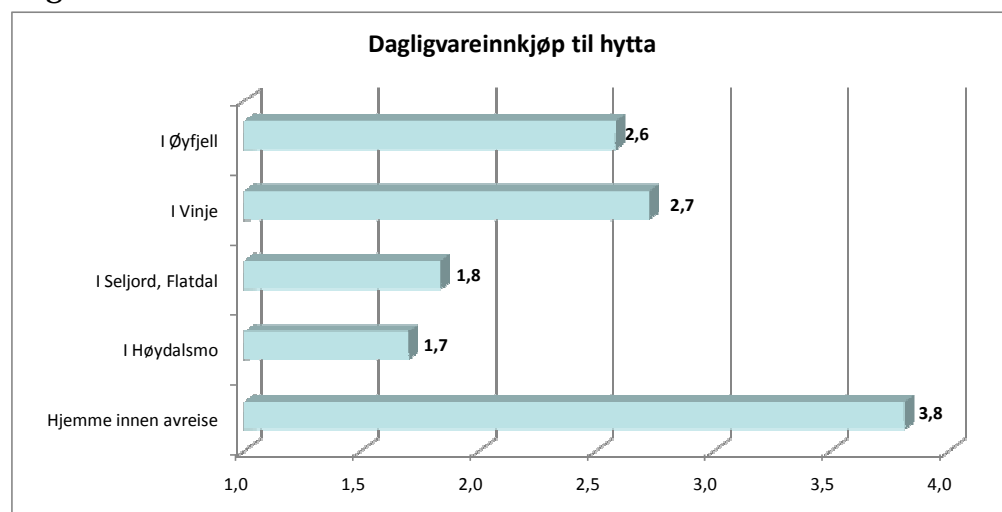


Diagram 3.23 indikerer at mange av hyttefolket i Øyfjell gjør sine dagligvareinnkjøp til hytteturen innen avreise og at de "supplerer" med nødvendige innkjøp i Vinje og/eller Øyfjell

²² Beregningene i diagram 3.18 er foretatt blant de som har svart på spørsmålet, dvs. ubesvarte felter er holdt utenfor.

i løpet av oppholdet. 52 % av hyttefolket sier at de "ofte" eller "alltid" gjør sine dagligvareinnkjøp til hytta hjemme innen avreise, og 32 % gjør det alltid.

I Tilknytning til spørsmålet om hvor hyttefolket i Øyfjell foretar deres dagligvareinnkjøp var det også mulig å angi "annet sted" og igjen ser vi hvor nyttig det kan være å ha kvalitative kommentarer som supplement til den grafiske fremstillingen. Besvarelsene med hensyn til "annet sted" er således systematisert og grupper i vedlegg 3.9, og vi ser at Bø, Notodden og Rauland i nevnte rekkefølge tydelig skiller seg ut med hensyn til innkjøpsfrekvens. I tillegg er det også interessant å observere at mens de to første stedene således henspiller på innkjøp *på vei til hytta* gjelder den siste hovedsakelig innkjøp *under oppholdet* på hytta.

Det som kanskje er mest interessant mht. kommentarene knyttet til vedlegg 3.9 er at de indikerer at selv om mange som påpekt i diagram 3.23 kjøper inn dagligvarene hjemme innen avreise, er det også mange som tydeligvis stopper for en pause underveis og da ofte kombinerer dette med dagligvareinnkjøp og/eller en matbit: *"Tuven (ca halvveis på bilturen)"* og *"På vei til hytta fra Skien, stopper vi ofte i Bø evt. Seljord, også for en matbit hvis vi reiser rett fra jobb."* I tillegg gir også kommentarene indikasjoner på hvorfor hyttefolket foretrekker å kjøpe inn andre steder enn i Øyfjell: *"Stopper ofte i Bø på vei til hytta. Bø-senteret har god ferskvareavdeling og holder åpent til kl.20.00"* og *"Det er for dårlig utvalg i butikken i Øyfjell"*.

3.7.3 Hvilke vare- og tjenestetilbud savner hyttefolket?

Et annet sentralt moment med hensyn til vare- og tjenestetilbudet i Vinje som undersøkelsen ønsket å kartlegge var hvorvidt det finnes udekkede behov som både kan gi nyttige innspill med tanke på tilrettelegging av eksisterende tilbud, samt eventuelt danne grunnlag for utvikling av nye. Hyttefolket ble således bedt om å komme med kvalitative innspill på vare- og tjenestetilbud de savner i Vinje, og innspillene fra hyttefolket i Øyfjell er systematisert og gruppert i tabell 3.6 på neste side.

Vi har gruppert innspillene i seks kategorier, henholdsvis **"Bredbånd"**, **"Kafé"**, **"Hytteservice"**, **"Offentlig transport"**, **"Andre handelstilbud"** og **"Diverse"**. Vi ser også at svært mange av innspillene dreier seg om forhold lokalt i Øyfjell mer enn de dreier seg om Vinje som sådan, og det er derfor viktig at innspillene ses opp mot og i lys av de innspill som fremkommer i avsnitt 3.9 og spesielt i relasjon til tabell 3.9.

Tabell 3.6

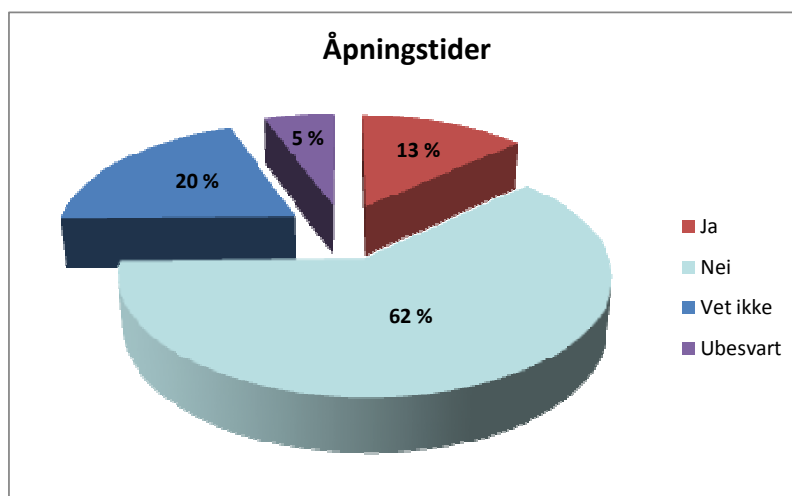
Vare- og tjenestetilbud som hyttefolket i Øyfjell savner i Vinje	
Bredbånd:	Andre handelstilbud:
✓ Breibånd (3 stk.)	✓ Bakeri.
✓ Skulle gjerne hatt bredbånd.	✓ Bokhandel- bakeri.
	✓ Saknar bokhandel.
Kafé:	✓ Rørleggerforetning. Mer brukskunst.
✓ Kafe.	✓ Pol.
✓ Kafe i Øyfjell.	
	Diverse:
Hytteservice:	✓ Noe bedre utvalg/tilbud på Livi i Øyfjell
✓ Hjelp til: 1. trefelling, 2.gressklipp, 3. snekring.	✓ Savner at det er lørdagsåpent! Og mere info!
✓ Savner tilbud om måking av hyttetak.	✓ Savner ferskt brød og aviser lørdag formiddag/morgen i Øyfjell.
✓ Tilbud om måking av hyttetak, evt tilbud på måking av Brandkvålvegen.	✓ Nå har vi dessverre altfor liten tid til å være på hytta, men et vaskeri vil vi ha behov for senere.
Offentlig transport:	✓ Kiosk / dagligvare på Møsstrand / Skinnarbu
✓ Skys / busstilbod Vinje – Øyfjell.	✓ Mulighet til lege i Rauland.
✓ Skibuss fra Åmot til skisenter på Rauland i vinterferier/ påske.	✓ Et lite alpinanlegg.
	✓ Lokalt oppkjørte skiløyper.

3.7.4 Vil utvidede åpningstider øke hyttefolkets bruk av vare- og tjenestetilbudet?

Et siste moment som vi ønsket å kartlegge gjennom undersøkelsen var som påpekt innledningsvis hvorvidt åpningstider bedre tilpasset hyttefolkets behov også ville resultere i økt bruk. Besvarelsene fra undersøkelsen på dette feltet fremgår av diagram 3.24 på neste side.

Som vi ser svarer 62 % av hyttefolket i Øyfjell at de ikke ville brukt vare- og tjenestetilbudet i Vinje mer selv om åpningstidene var bedre tilpasset deres behov, mens 13 % svarer ja og 20 % er usikre. Det er interessant å bemerke at prosentsatsene her samsvarer veldig godt med prosentsatsene for Tinn slik de er gjengitt i diagram 2.17.

Diagram 3.24



For å få en bedre forståelse av besvarelsene er det hensiktsmessig å se på de utfyllende kommentarene som er knyttet til dette spørsmålet. Selv om antall besvarelser i Øyfjell er langt færre enn i Tinn pga. populasjonens størrelse, har allikevel mange benyttet anledningen til å komme med utfyllende kommentarer og vi har systematisert og gruppert svarene i vedlegg 3.10 i henhold til **"Ja"**, **"Vet ikke"** og **"Nei"**. Som vi ser av besvarelsene under **"Ja"** får vi her noen nyttige innspill på *hvorfor, når og hvor* hyttefolket ønsker utvidede åpningstider, og som vi også observerte vedrørende Tinn dreier seg her primært om ønsker om lengre åpningstider for dagligvareforretninger på fredager og lørdager: *"Lørdagsåpent er viktig for hyttefolk, og/eller langåpent fredag!"* Begrunnelsene for lengre åpningstider henger som i Tinn også sammen med at en del ankommer hytta sent fredagskveld: *"Når en kjører fra Grenland kl. 4 er som regel butikken stengt."* Det er også relativt mange som har forklart hvorfor de **ikke** ville ha benyttet vare- og tjenestetilbudet mer om åpningstidene var bedre tilpasset deres behov, og tilbakemeldingene spenner her fra at behovet ikke er tilstede: *"Har ikke behov. På hytta er det minst mulig bruk av tid på handling, kafébesøk og lignende"* til at åpningstidene har bedret seg på det siste: *"Rauland har nå åpningstider som er gode nok"*.

3.8 Bruk og oppfattelse av kultur- og fritidstilbudet i Vinje

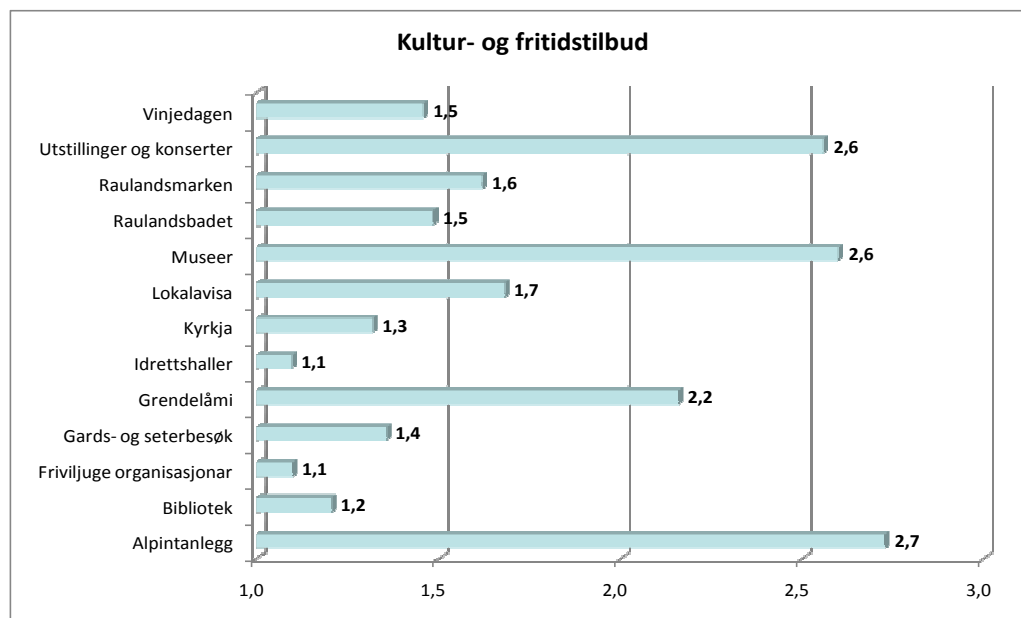
I dette avsnittet vil vi se på omfanget av hyttefolket i Øyfjells bruk av det eksisterende kultur- og fritidstilbudet i kommunen. I tillegg vil vi belyse hyttefolkets innspill vedrørende hvorvidt det er kultur- og fritidstilbud de savner pr. i dag.

3.8.1 Hvilke kultur- og fritidstilbud bruker hyttefolket i dag?

Hyttefolket i Øyfjell ble således bedt å gi en tilbakemelding vedrørende bruken av eksisterende kultur- og fritidstilbud i Vinje. Bakgrunnen for dette er som tidligere påpekt prosjektets målsetning som bl.a. hadde fokus på å kartlegge hyttefolket som ressurs vis a vis det lokale kulturlivet i Vinje.

Hyttefolket i Øyfjell ble således i undersøkelsen bedt om å angi hvor ofte de bruker kultur- og fritidstilbudene angitt i diagram 3.19 i henhold til en Likert-skala fra 1-5, hvor 1 er aldri og 5 er alltid.²³

Diagram 3.25



Vi ser av oversikten at det er fritidstilbudene som har den høyeste bruksfrekvensen er alpinanlegg (tilnærmet lik brukshyppighet som i Tinn), utstillinger/konserter og museer. Relativt høyt oppe er også Grendelåmi.

Hyttefolket ble også bedt om å gi en tilbakemelding på om det er andre kultur- eller fritidstilbud de bruker i Vinje. Tilbakemeldingene er gruppert og systematisert i tabell 3.7.

Tabell 3.7

Friluftsliv og fysisk aktivitet	Andre kultur- og fritidstilbud
✓ Raulandsfjell (ofte), skisenteret.	✓ Kulturkveldar på grendehuset, besøk på Mjonøy, m.m.
✓ Skiløyper.	✓ Har også sett Djuveporten og gravstøttene til Djuvekongen på Øyfjell kirkegård.
✓ De flotte skiløypene på Rauland.	✓ Besøke kirker, bruke lokalkart.
✓ Turstier i området.	✓ Loppemarked, kunstutstillinger.

²³ Beregningene er foretatt blant de som har svart på spørsmålet, dvs. ubesvarte felter er holdt utenfor.

✓ Gått merkede turstier.	✓ Fjellvåken.
✓ Når vi er på hytta med barn og barnebarn inkluderer det ofte en tur til svømmehallen i Vinje.	✓ Er alltid innom Jolemarkedet og om sommeren på Telemarkstunet.
✓ Svømmebassenget på Rauland Høgfjellshotell.	✓ Dyrskue'n i Seljord
✓ Fiskekort.	✓ Besøker alle utstillinger.
✓ Leiar småviltjakt.	✓ Jeg bruker en rekke tilbud Øyfjell / Vinje.
	✓ Synes Vinje og omegnen (Tokke og Vinje/har mange fine tilbud) - bruker disse til varierende grad.

3.8.2 Hvilke kultur - og fritidstilbud savner hyttefolket?

Et annet sentralt moment med hensyn til kultur- og fritidstilbudet i Vinje som undersøkelsen ønsket å kartlegge var hvorvidt det finnes udekkede behov som både kan gi nyttige innspill med tanke på tilrettelegging av eksisterende tilbud, samt eventuelt danne grunnlag for utvikling av nye. Hyttefolket i Øyfjell ble således, på samme måte som for vare- og tjenestetilbudet, bedt om å komme med kvalitative innspill på om det er kultur- og fritidstilbud de savner i Vinje. Innspillene er gjengitt i tabell 3.8.

Tabell 3.8

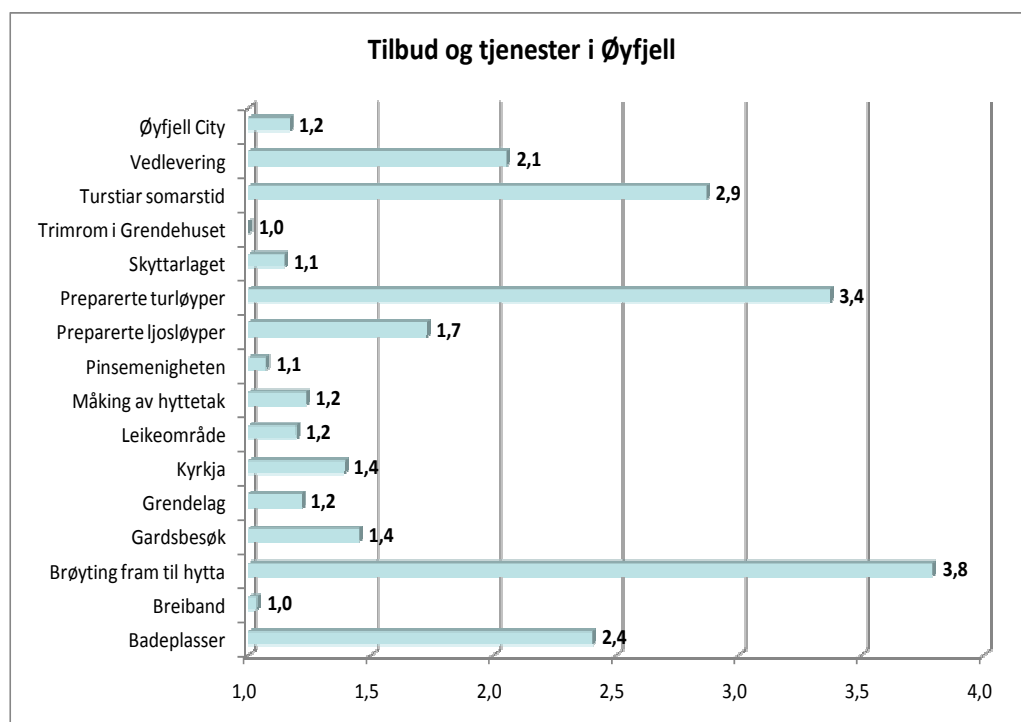
Kultur- og fritidstilbud som hyttefolket i Øyfjell savner i Vinje	
✓ Meir skiløyper.	✓ Småviltjakt.
✓ Fast oppkjørt løype fra Lognvik til Silkedalen.	✓ Finnes det informasjon om muligheten for småviltjakt? (Øyfjell og omegn).
✓ Å kunne ha tilgang til utestamp etter en skitur, mere lokale musikere ved f.eks. julebord på hotellet (Rauland Høgfjellshotell).	✓ samordning av fiskekorttilbudet - gjerne for hele kommunen.
✓ Kino.	✓ Gårds- / seterbruk.
✓ Kurs i lokale håndverkstradisjoner.	

3.9 Bruk og oppfattelse av tilbud og tjenester i Øyfjell

I de to forutgående avsnitt har vi belyst hyttefolket i Øyfjells bruk av vare- og tjenestetilbudet samt kultur- og fritidstilbudet i Vinje. Da undersøkelsen i Vinje kun omfatter Øyfjell hytteområde var det således også et ønske fra oppdragsgiver om spesifikt å også se på bruk av tilbud og tjenester lokalt i Øyfjell. Hyttefolket i Øyfjell ble derfor bedt om å angi hvor ofte de bruker tilbudene og tjenestene gjengitt i diagram 3.26 på neste side ut fra en Likert-skala fra 1-5, hvor 1 er aldri og 5 er alltid.²⁴

²⁴ Beregningene er også her foretatt blant de som har svart på spørsmålet, dvs. ubesvarte felter er holdt utenfor.

Diagram 3.26



Vi ser at brøyting fram til hytta, preparerte turløyper og turstier om sommeren er de tilbud som hyttefolket i Øyfjell kanskje ikke uventet bruker mest, fulgt av badeplasser og vedlevering. Trimrommet i Grendehuset, Bredbånd, Pinsemenigheten og Skyttarlaget brukes aldri eller tilnærmet aldri, og heller ikke Øyfjell City, måking av hyttetak, leikeområde eller grendelag. Når det gjelder for eksempel bredbånd og måking av hyttetak vil vi som det fremgår av tabell 3.9 nedenunder også se at dette er noen av de vare- og tjenestetilbud som etterlyses.

Hyttefolket fikk som tidligere påpekt også anledning å komme med konkrete innspill på tilbud eller tjenester som de savner ikke bare i Vinje, men også lokalt i Øyfjell. Besvarelsene er systematisert og gjengitt i tabell 3.9 på neste side. Vi har gruppert innspillene i henhold til hva hyttefolket savner av tilbud og tjenester i Øyfjell i henholdsvis 7 kategorier, og som det fremgår ovenfor er det først og fremst tilbud og tjenester relatert til friluftaktiviteter som for eksempel oppkjørte skiløyper eller merkede turstier, samt forbedring av tilbudet ved den lokale butikken som hyttefolket i Øyfjell etterlyser. I øvrig spriker innspillene relativt mye, men gir allikevel gode ideer til tiltak eller videreutvikling av eksisterende tilbud og tjenester lokalt i Øyfjell.

Tabell 3.9

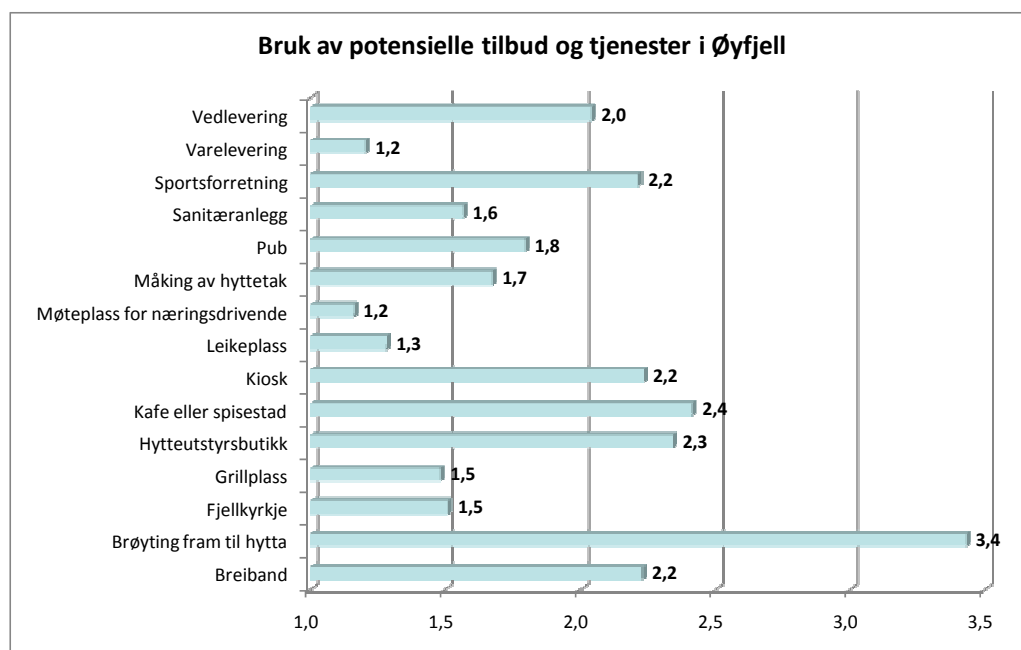
Tilbud og tjenester som savnes i Øyfjell	
Friluft:	Lokalbutikk:
✓ Det kunne vært fint med oppkjørte skiløyper i nærområdet og ikke måtte kjøre bil til Rauland. Nærområdet = Rorgekrinsen eks. til Stavsvatn.	✓ butikk som satser på turister/hyttefolk, vi støtter gjerne lokal handel, men det må satses på utvalg av varer!! Og åpningstider.
✓ Savner oppkjørte skiløyper i Dyrdalområdet. Snøscooter får kjøre, men det tillates IKKE å gå på ski her. - Hvorfor?	✓ Trovatn Landhandel har litt lite utvalg m/kjøttvarer, kjører da til Åmot hvis jeg trenger slike varer.
✓ Oppkjørte skispor i Brandkvålen-Øvre Lega området, for fine skiturer. Scooterløyper er ikke så godt egnet.	✓ Vi savner telemarksavisa i Trovatn landhandel i Øyfjell.
✓ Godt løypenett - merka turstier.	✓ Kunne kjøpe lotto spill i Øyfjell butikken.
✓ Et lite alpinanlegg.	
✓ Mulighet for småviltjakt, leirdueskytebane.	Veistandard:
✓ Grunneierlag som leier ut småviltjakt og info om dette.	✓ At Vinje kommune ikke holder den kommunale veien til Trovatn i kjørbar stand (asfaltere)
	✓ Høyere vegstandard!
Informasjon:	
✓ Info om det nye svømmebassenget i Rauland. Fint om det var åpent i helgene.	✓ Diverse:
✓ Mer informasjon om ting som skjer!	✓ Svømmehall hadde vært fint (vet det er i Åmot/Rauland).
Handelstilbud:	✓ Tilbud til ulike aktiviteter for småbarnfamilier.
✓ Kiosk med aviser.	✓ Utleie av traktor, små gravere, lift.
✓ Spes. sportsbutikk hadde vært glimrende. Klær, leker, utstyr til barn.	✓ Loppemarkeder og auksjoner.
✓ Bensinstasjon.	✓ Bedre tv forhold!
Skibuss:	✓ Bedre mobil dekning + bredbånd (dette er elendig pr. i dag).
✓ Bussforbindelse til skianlegget i Rauland.	✓ Jeg har liten kontakt med Øyfjell. Bruker mest Rauland.
✓ Skibuss til Rauland.	✓ Har ikke innlagt strøm. Har kontaktet kraftlaget, men ikke fått noe tilbud enda.
	✓ Vi betaler for vei - vedlikehold og brøyting av parkeringsplass.

3.10 Potensiell bruk av tilbud og tjenester i Øyfjell

I forbindelse med undersøkelsen i Øyfjell så var det også et ønske om å få kartlagt hvorvidt hyttefolket vil benytte tilbud eller tjenester som angitt i diagram 3.20 på neste hvis disse fantes lokalt i Øyfjell. Hyttefolket ble således på en Likert-skala fra 1-5, hvor 1 er aldri og 5 er svært ofte, bedt om å angi hvor ofte de ville ha brukt tilbudene og tjenestene i diagram 3.27 på neste side.²⁵

²⁵ Beregningene er også her foretatt blant de som har svart på spørsmålet, dvs. ubesvarte felter er holdt utenfor.

Diagram 3.27



Vi ser at brøyting fram til hytta er den *tjeneste* som flest vil benytte seg av, mens "Kafe eller spisestad" og "Hytteutstyrsbutikk" er de *tilbud* som scorer høyest, selv om "Breiband" og "Sportsforretning" følger tett på. For bedre å kunne vurdere det potensialet som ligger i besvarelsene i diagram 3.27 har vi i tabell 3.10 laget en oppsummering over prosentvis antall av hyttefolk i Øyfjell som har svart at de "noen ganger", "ofte" eller "alltid" vil benytte de respektive tjenester og tilbud.

Tabell 3.10

Tjenester og tilbud	Andel av hyttefolk ²⁶
Breiband	27 %
Brøyting fram til hytta	42 %
Fjellkyrkje	11 %
Grillplass	9 %
Hytteutstyrsbutikk	35 %
Kafe eller spisestad	39 %
Kiosk	15 %
Leikeplass	7 %
Møteplass for næringsdrivende	4 %
Måking av hyttetak	13 %

²⁶ I tabellen er også andelen "ubesvart" inkludert hvilket betyr at prosentsatsene potensielt er høyere.

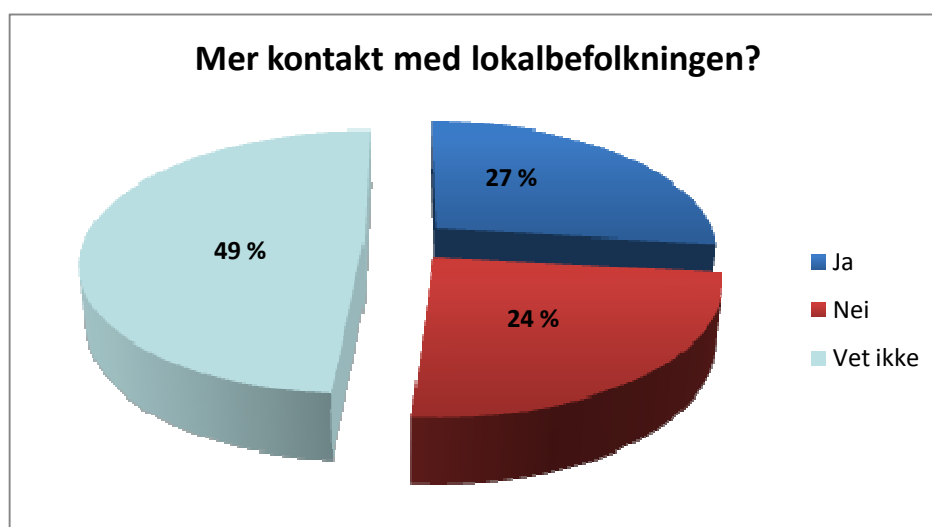
Pub	16 %
Sanitæranlegg	12 %
Sportsforretning	31 %
Varelevering	5 %
Vedlevering	22 %

Vi ser at 76 personer i undersøkelsen tilkjenner at de "noen ganger", "ofte" eller "alltid" vil bruke tjenesten "Brøyting frem til hytta". Måler vi dette opp mot populasjonen på 420 hytteiere tilsvarer det at nær 167 personer/familier potensielt vil benytte seg av denne tjenesten. Tilsvarende er det 156 personer/familier som vil bruke "Kafé eller spisestad" "noen ganger", "ofte" eller "alltid".

3.11 Hyttefolk og lokalbefolkning

For å kunne tilrettelegge for møteplasser mellom lokalbefolkning og hyttefolk med tanke på utvikling både av kultur og næring, er det nødvendig å få innspill på hvordan relasjonen mellom lokalbefolkning og hyttefolket er, og ikke minst hvorvidt hyttefolket ønsker mer kontakt med lokalbefolkningen. Besvarelsene for hyttefolket i Øyfjell fremgår her av diagram 3.28.

Diagram 3.28



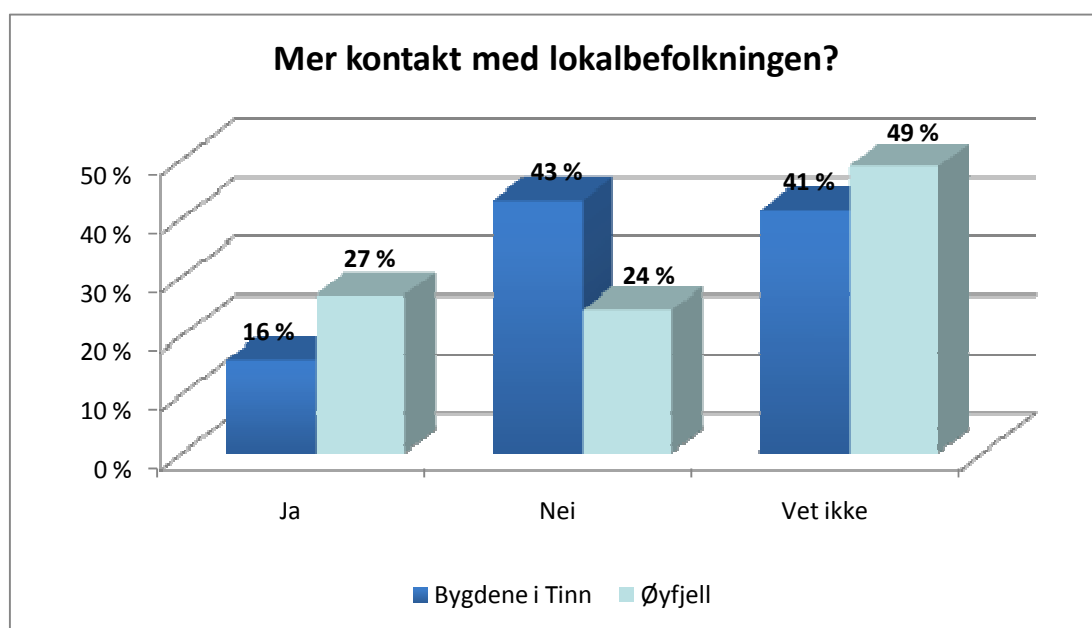
Som vi ser av besvarelsene ovenfor er det 27 % av hyttefolket i Øyfjell (mot 14 % i Tinn) som svarer bekreftende på at de ønsker mer kontakt med lokalbefolkningen, 49 % er usikre (mot 41 % i Tinn), mens 24 % (mot 45 % i Tinn) ikke ønsker mer kontakt.²⁷ Hva forteller disse tallene oss? Dette tilsvarer at over hver 4 hytteeier i Øyfjell ønsker mer kontakt med lokalbefolkningen i Øyfjell, mot ca. hver 8 i Tinn. I absolutte tall ser vi at 27 % av alle besvarelsene utgjør 49 personer/familier blant hyttefolket i Øyfjell som ønsker mer kontakt

²⁷ 91 % av hyttefolket i Øyfjell har besvart dette spørsmålet.

med lokalbefolkningen, og målt opp mot populasjonen vil det tilsvare ca. 113 personer/familier.

Det vil således også være relevant å belyse hvorvidt det er større samsvar i besvarelsene mellom Øyfjell og Tinn hvis vi sammenligner Øyfjell med bygdene i Tinn, også altså hytteområder som geografisk og demografisk sammenfaller mer med Øyfjell. Resultatene av denne analysen fremgår av diagram 3.29.

Diagram 3.29



Vi ser således at besvarelsene utjevner noe av forskjellene mellom Tinn og Øyfjell når vi holder de mer "bynære" hytteområdene i Tinn utenfor analysen, men at forskjellene ikke er signifikante. Den relativt lave andelen av hyttefolk i Tinn som ønsker mer kontakt med lokalbefolkningen sett opp mot Øyfjell, henger som påpekt i avsnitt 2.7 sannsynligvis sammen med det forhold at mange hytteeiere/-leiere i Tinn har svært god kontakt med lokalbefolkningen fra før på grunn av de for eksempel opprinnelig er fra Tinn eller har bodd i Tinn i en periode av sitt liv.

Sist, men ikke minst ble hyttefolket i Øyfjell, på tilsvarende måte som for Tinn, bedt om å begynne besvarelsene sine i diagram 3.29 i relasjon til hvorfor de henholdsvis *ønsker* eller *ikke ønsker* mer kontakt med lokalbefolkningen. Begrunnelsene er relativt mange og er derfor systematisert og gruppert i henhold til "Ja", "Nei" og "Vet ikke" i vedlegg 3.11.

Hvis vi således kikker nærmere på de begrunnelsene som er kommet under "Ja"-svarene, har det vært naturlig å gruppere dem i tre underkategorier. Den mest omfattende kategorien er, som i Tinns tilfelle, **"Møteplasser og arrangementer"**, idet besvarelsene her, som også observert i Tinn, uttrykker ønsker om flere møteplasser mellom hyttefolk og lokalbefolkning.

Noen av ønskene går på behov for økt sosialt samvær som følgende eksempel fremhever: *"Det er hyggelig å bli kjent med lokalbefolkning. Jeg er innom gården, vi prater lite."* Andre er mer spesifikke ønsker om tilstelninger og arrangementer, og ofte spesielt tilknyttet lokal kultur: *"Kulturtilbud for voksne og ungdom i høysesongen."* Den andre kategorien under Jansvarene har vi kalt **"Informasjon og samarbeid"**. Denne må ses i forlengelsen av tabell 3.9 og henspiller på at mange blant hyttefolket i Øyfjell etterlyser mer informasjon om hva som finnes og hva som skjer i Øyfjell: *"Hva skjer i Øyfjell? Vi er nok mange ganger på hytta uten å være klar over at det fins kulturaktiviteter ol i Øyfjell"* eller *"Det hadde vore greit med ei oversikt som viste hvem som kunne tilby ulike tenester i nærområde t.d. graving, maling, etc."* I tillegg etterlyser også hyttefolket mer samarbeid, som følgende eksempel illustrerer: *"Samarbeid om skiløyper, fiske."* Den tredje og siste kategorien er **"Diverse"** og samler opp på kommentarer som ikke passer inn i de to andre kategoriene. Oppsummerende kan det være greit å påpeke at det tydeligvis er et større behov for **informasjon** blant hyttefolket i Øyfjell enn blant hyttefolket i Tinn. Dette kan henge sammen med mange forhold, men ett av dem kan være at det i Tinn blir sendt ut en hytteavis 4 ganger i året som inneholder reportasjer og informasjon. I tillegg til behovet for mer informasjon, så skiller også besvarelsene fra Øyfjell seg ut ved at hyttefolket ved et par anledninger påpeker at lokalbefolkningen er reservert og til dels vanskelig å komme inn på, som følgende eksempler illustrerer: *"Hvorfor ikke, men har vel opplevd at enkelte er litt lukket og reserverte"* og *"Føler mest tilhørighet til Rauland. Har ellers hørt at Raulendinger er vanskelige å "komme inn på"*. Dette kan vel være en myte mer enn spesifikke lokale kulturtrekk, men det er allikevel interessant å bite seg merke i sett i lys av det ikke finnes tilsvarende kommentarer blant hyttefolket i Tinn.

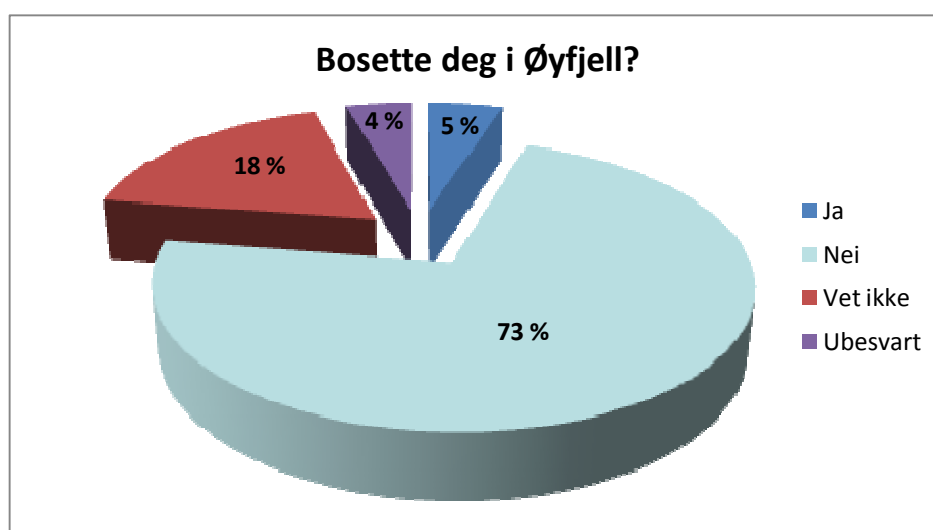
Vi ser videre at 44 % av hyttefolket svarer at de ikke vet hvorvidt de ønsker mer kontakt med lokalbefolkningen eller ikke. Typisk er dette "nølerne" som kanskje ønsker mer kontakt, men i henhold til spesifikke områder som følgende eksempel indikerer: *"Slår av en prat på butikken, fint med konserter/kulturarrangementer."* Brorparten av vet ikke-kommentarene fra Øyfjell er imidlertid knyttet til at mange opplever at de allerede har god/nok kontakt: *"Vi har hyggelig og god kontakt med håndverkere og gårdbrukere omkring oss, etc."* Det er også interessant å se på de kommentarer som er knyttet til de 22 % av hyttefolket som altså har svart at de ikke ønsker mer kontakt med hyttefolket. Det vi således ser ved å analysere de kvalitative innspillene under "Nei"-besvarelsene i vedlegg 3.11 er at det er naturlig å dele dem inn i tre underkategorier. Den første har vi kalt **"Har god kontakt"**. Som for vet ikke-kategorien faller også majoriteten av "Nei"-besvarelsene innenfor denne kategorien og er, som vi også observerte i Tinn, knyttet til det forhold at mange hytteeiere/-leiere allerede har svært god kontakt med lokalbefolkningen som følgende eksempel illustrer: *"Kontakten er utmerket!"*. Disse innspillene er således helt i tråd med det faktum at 68 % av hyttefolket i Øyfjell har eid/leid hytten i mer enn 10 år som belyst i diagram 3.8 samt at flere også som det fremgår av vedlegg 3.4 har familiære bånd til Øyfjell eller har feriert her siden de var barn. Dette betyr således at mange allerede har et stort nettverkt av slekt og venner/bekjente i området. Den andre kategorien har vi kalt **"Annet bruksformål"** og henviser som navnet tilsier på at hyttas bruksformål pr. i dag er et annet enn kontakt med lokalbefolkningen som følgende to eksempler illustrerer: *"Oppsøker hytta for å være sammen med familien og venner"*

og for å gå turer i naturen" og "Fordi vi fremdeles er i fullt arbeid og hytta er et sted hvor vi bare ønsker å være for oss selv og "lade batteriene". Den siste kategorien er "**Diverse**" og samler som før opp på besvarelsene som ikke passer inn i de øvrige kategoriene.

3.12 Ønsker hyttefolket å bosette seg i Øyfjell?

I Øyfjell var det også et ønske om å undersøke hvorvidt noen av hyttefolket kunne tenke seg å bosette seg i Øyfjell. Besvarelsene fremgår av diagram 3.30.

Diagram 3.30



Vi ser altså at 5 %, faktisk tilsvarende 9 personer, sier at de kan tenke seg å bosette seg i Øyfjell. I forbindelse med besvarelsen ble hyttefolket også bedt om å angi hvorfor de ønsker å bosette seg eller hvorfor de ikke gjør det. Besvarelsene fremgår her av vedlegg 3.12, og vi ser her at bl.a. de som har svart "Ja" så svarer tre personer at de ønsker å flytte til Øyfjell når de blir pensjonister, som følgende eksempel illustrerer: "*Som pensjonist, flytte "heimatt"*". En person påpeker at han/hun kunne tenke seg å bo i Øyfjell store deler av året, en annen påpeker at han/hun vil flytte til Øyfjell "etter kvart" og en annen påpeker at han/hun "*kjem fra Øyfjell, føler meg heime her*". Tre personer har ikke utdypet hvorfor de ønsker å flytte til Øyfjell.

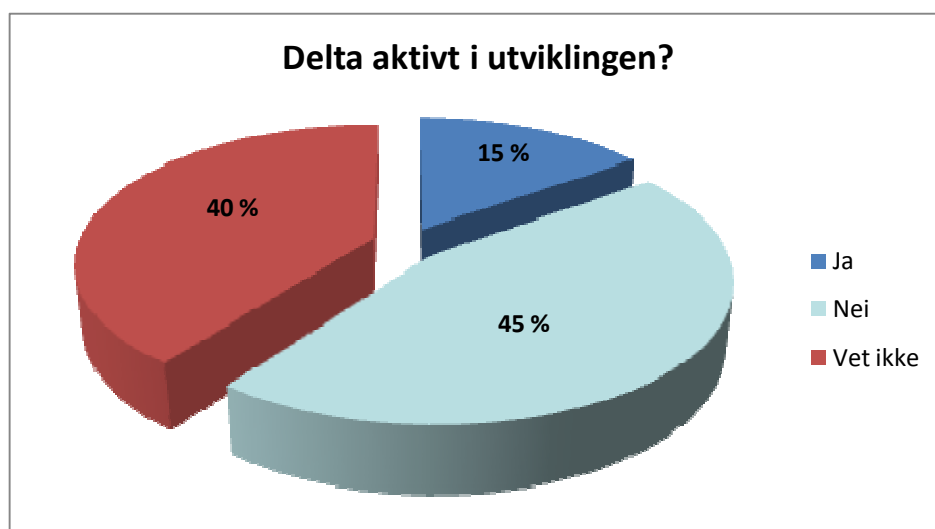
Når det gjelder de som svarer "nei" så ser vi at en del påpeker "**alder**" som årsak som i følgende to eksempler: "*Det er sein vår og vi er etablert.*" En enkelt påpeker også at vedkommende selv er for gammel, men at barnebarn kunne tenke seg det, hvis det var muligheter for å få arbeid: "*Er for gammel, men har barnebarn som kunne tenkt seg det om det var arbeide å få.*" En del oppgir også som årsak til at de ikke ønsker å bosette seg i Øyfjell fordi "**de bor godt der de bor**" eller er "**for etablerte**" med venner, familie, barn og barnebarn rundt seg. Flere påpeker også at "**arbeid**" vanskeliggjør flytting, enten fordi det ikke er arbeidsplasser å få i Øyfjell eller fordi de har arbeid som binder dem til hvor de bor som følgende kommentar illustrer: "*Ikke forenlig med mitt arbeidssted*". Vi ser også at flere

av de som har svart "nei" eller "vet ikke" til om de ønsker å bosette seg i Øyfjell påpeker at de kan tenke seg å bruke mer tid på hytta etter hvert og spesielt når de blir pensjonister.

3.13 Ønsker hyttefolket å bidra i utviklingen av Vinje som bosteds- og hyttekommune?

I forbindelse med undersøkelsen var det også, som redegjort for i avsnitt 2.8 ønskelig å kartlegge hvorvidt hyttefolket ønsker å bidra aktivt i utviklingen av Vinje som bosteds- og hyttekommune. Det er her viktig å bemerke seg at vi ikke kun har spurt hyttefolket om de ønsker å delta, men faktisk om de ønsker å delta *aktivt*. Besvarelsene fra hyttefolket i Øyfjell fremgår av diagram 3.31.

Diagram 3.31



Vi ser her at en andel tilsvarende 15 % av hyttefolket (mot 18 % i Tinn) ønsker å delta aktivt i utviklingen av Vinje som bosteds- og hyttekommune, 40 % er usikre (mot 39 % i Tinn), mens 45 % ikke ønsker å delta (mot 43 % i Tinn).²⁸ 15 % av alle besvarelsene i undersøkelsen tilsvarer 27 personer/familier og målt opp mot populasjonen vil det tilsvare 63 personer/familier blant hyttefolket i Øyfjell som kan tenke seg å delta *aktivt* i utviklingen av Vinje som bosteds- og hyttekommune. Hyttefolket i Øyfjell ble også i tilknytning til dette spørsmålet bedt om å begrunne besvarelsene i henhold til "Hvorfor/Hvorfor ikke?", og igjen har vi fått en rekke kvalitative innspill som gir oss en langt mer utfyllende og komplett forståelse av besvarelsene i diagram 2.20. Kommentarene er igjen mange og er derfor systematisert og gruppert i henhold til "Ja", "Nei" og "Vet ikke" i vedlegg 3.13.

Hvis vi således kikker nærmere på de begrunnelsene som er kommet under "Ja"-svarene spriker disse fra at det er bra med tilbud til hytteeierne, via ønske om samarbeid og at andre skal bli kjent med hvor fint og godt det er i Øyfjell, til et ønske om å bidra hvis man kan være

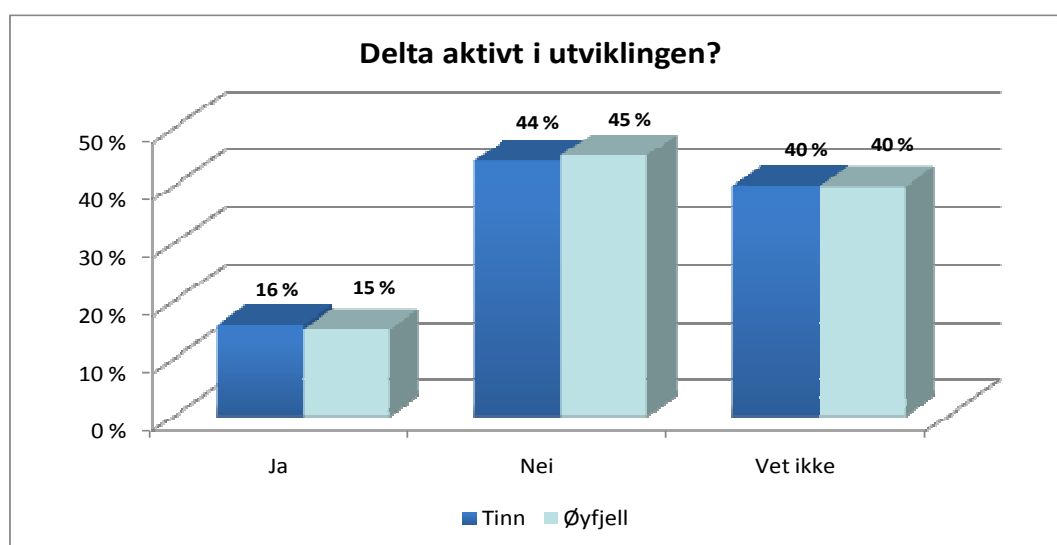
²⁸ 92 % av hyttefolket i Øyfjell har besvart dette spørsmålet.

til nytte og hvis det passer slik. Således er det også interessant å bemerke, som flere steder i henhold til undersøkelsen i Øyfjell, at selv om det blir spurt om å bidra i utviklingen av Vinje som bosteds- og hyttekommune, så er fokus først og fremst rettet mot Øyfjell.

Det er også interessant å se på de begrunnelser som hyttefolket oppgir som årsak til at de ikke ønsker å bidra aktivt i utviklingen av Vinje som bosteds- og hyttekommune. Vi ser således ut fra vedlegg 3.13 at det er naturlig å gruppere begrunnelsene i fire underkategorier hvor tre av dem samsvarer med tilsvarende kategorier fra Tinn som redegjort for i avsnitt 2.8. Den første og mest omfattende kategorien er således **"Tidsklemme"** og henspeiler på hva respondentene opplever som mangel på tid til å bidra som følgende eksempel illustrerer: *"Vi har det bra her som vi har det, men er positive til bygda og utvikling. Har ikkje kapasitet til å bidra aktivt sjølve."* Den andre kategorien har vi kalt **"Alder"** og henspeiler på at enkelte hytteeiere-/leiere oppgir alderen som årsak til at de ikke har mulighet til å delta aktivt i utviklingen av Vinje som hytte- og bostedskommune: *"Jeg er 73 år så det er ikke så mye jeg kan bidra med."* Den tredje kategorien har vi kalt **"Ikke samsvar med bruksformål"** og henspeiler på at hytta som også påpekt i avsnitt 3.10 for mange hyttefolk har et bruksformål som ikke samsvarer med å engasjere seg aktivt i "utvikling" som følgende eksempel illustrerer: *"Pr i dag er hytta et rekreasjonssted hvor vi har behov for å slappe av / være ute i naturen og hente krefter / overskudd."* Sist, men ikke minst har vi kategorien **"Diverse"** som også her fanger opp på de kommentarer som ikke passer inn under de øvrige. Vi ser at for Øyfjells vedkommende er det par stykker som har svart nei til å delta i utviklingen, fordi de forbinder "utvikling" med hyttebygging, som følgende kommentar illustrer: *"Liker ikke "nye hyttefelt" med hytter tett som hagel."*

Også i tilknytning til ønsket om å delta aktivt i utviklingen av Vinje som bosteds- og hyttekommune var det interessant å belyse hvorvidt det vil være større samsvar i besvarelsene mellom Øyfjell og Tinn hvis vi sammenligner Øyfjell med bygdene i Tinn istedenfor med Tinn under ett, og for å analysere dette ble diagram 3.32 utarbeidet.

Diagram 3.32

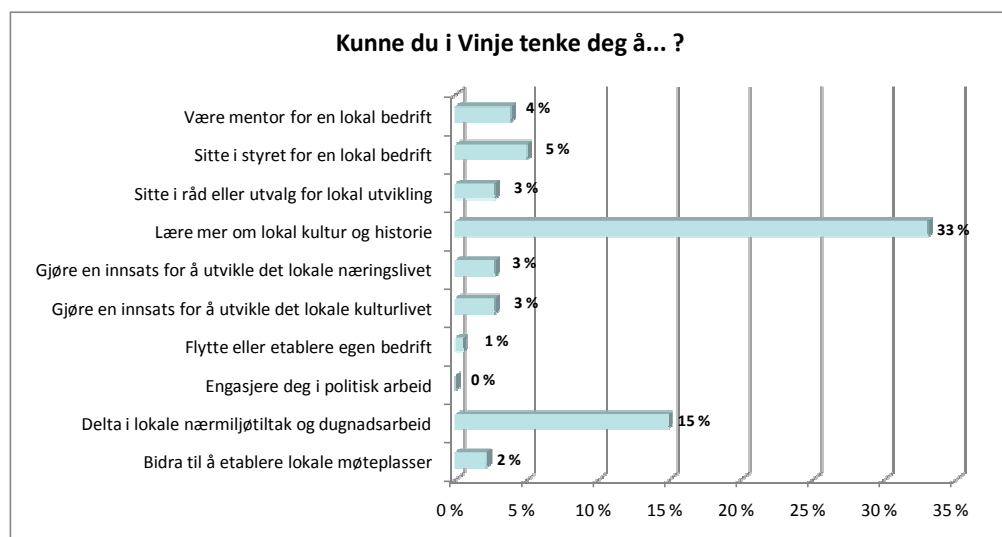


Som vi også har observert bl.a. i diagram 3.17 og 3.20 samsvarer besvarelsene fra Øyfjell i høy grad besvarelsene fra bygdene i Tinn, og dermed hytteområder som geografisk og demografisk sammenfaller bedre med hytteområdene i Øyfjell.

3.14 På hvilke områder ønsker hyttefolket å bidra?

I avsnittet ovenfor har vi på et generelt grunnlag fått en tilbakemelding på om hyttefolket ønsker å bidra aktivt i utviklingen av Vinje som bosteds- og hyttekommune. I dette avsnittet vil vi se nærmere på om hyttefolket ønsker å bidra vis a vis en rekke utvalgte områder med bakgrunn i prosjektets formål. Besvarelsene fra Øyfjell på disse områdene er således gjengitt i diagram 3.32.

Diagram 3.32



Som påpekt i avsnitt 2.9 er det i henhold til diagram 3.32 vesentlig å trenge bakprosentene for å få en forståelse av hva de "gjemmer". Også i Øyfjell er det interessant å bemerke at flere personer som har svart "Nei" i diagram 3.31 allikevel har krysset av for at de ønsker å bidra i diagram 3.32. For eksempel er det 7 stykker som har svart "nei" til å delta aktivt i utviklingen av Vinje som bosteds- og hyttekommune i diagram 3.31 som i diagram 3.32 har krysset av for at de ønsker å delta i lokale nærmiljøtiltak og dugnadsarbeid. Tilsvarende er to som har svart nei i diagram 3.31 har svart "nei" som i diagram 3.32 har krysset av for at de ønsker å være mentor for en lokal bedrift. Disse forholdene henger, som påpekt i avsnitt 2.9, mest sannsynlig sammen med at det for en del mennesker er vanskelig å svare ut fra generelle spørsmål ala diagram 3.31 og at det er lettere for dem å forholde seg til de mer konkrete punktene i diagram 3.32.

Hvis vi således først ser på de kategoriene i diagram 3.32 som direkte er relatert til næringslivet ser vi at 3 % av respondentene (mot 8 % i Tinn), tilsvarende 5 personer på et mer generelt grunnlag ønsker å gjøre en innsats for å utvikle det lokale næringslivet, tilsvarende en 13 personer målt opp mot den totale populasjonen (dvs. alle hyttefolk i Øyfjell). Vedrørende kategorien **"Være mentor for en lokal bedrift"** så er det 4 % av respondentene (mot 7 % i Tinn) som bekrefter at dette er et område de kunne tenke seg å bidra på. 4 % tilsvarer her 7 personer som er interessert i å en slik oppgave, og målt opp mot populasjonen som sådan vil det potensielt være snakk om 17 personer. For kategorien **"Sitte i styret for en lokal bedrift"** så svarer 5 % bekreftende på at de kan tenke seg en slik rolle (mot 13 % i Tinn), hvilket tilsvarer 9 personer i henhold til antall besvarelser i undersøkelsen, og 21 personer målt opp mot populasjonen. Den siste kategorien som direkte angår næringslivet er kategorien **"Flytte eller etablere egen bedrift"**, og en hytteeiere/-leier i Øyfjell tilkjenner at dette kan være av interesse. Selv om den prosentvise andelen av hyttefolk som ønsker å delta vis a vis det lokale næringslivet jevnt over er en del lavere for Øyfjell enn for Tinn, kan disse personene allikevel være nyttige ressurspersoner med tanke på utviklingen av ikke minst næringslivet lokalt i Øyfjell.

Lokalpolitikken legger mange føringer for utviklingen av et samfunn og derfor ønsket vi også i undersøkelsen å kartlegge hvorvidt hyttefolket var interessert i å **engasjere seg i politisk arbeid** og/eller å **sitte i råd og utvalg for lokal utvikling**. I Øyfjell er det ingen av respondentene som ønsker å engasjere seg i politisk arbeid, men det er 5 stykker som ønsker å sitte i råd og utvalg for lokal utvikling. Måler vi dette opp mot populasjonen får vi 13 personer som potensielt kan være interessert i å sitte i råd og utvalg for lokal utvikling.

Når det gjelder hvorvidt hyttefolket ønsker å **bidra til å utvikle det lokale kulturlivet**, ser vi at 3 %, tilsvarende 5 personer, kan tenke seg en slik rolle. Måler vi dette igjen opp mot den totale populasjonen utgjør det 13 personer. Igjen er dette interessant med tanke på at disse personene kan bidra til å utvikle kulturlivet i Øyfjell. Når det gjelder kategorien **"Lære mer om lokal kultur og historie"** ser vi at interessen, som for Tinn, er meget stor og hele 33 % av hyttefolket i undersøkelsen tilsvarende 60 personer/par ønsker dette. Målt opp mot populasjonen utgjør det 139 personer.

I diagram 3.32 er det også en kategori som går på om hyttefolket ønsker å **bidra til å etablere lokale møteplasser** og en som går på om hyttefolket ønsker å **bidra i lokale nærmiljøtiltak og dugnadsarbeid**. Vedrørende den første har 2 %, tilsvarende 4 personer, krysset av for at de ønsker å bidra til dette. Målt opp mot populasjonen gir dette mellom 8-9 personer. Den høyeste prosentandelen i Øyfjell, med unntak av "Å lære mer om lokal kultur og historie" som jo ikke fordrer noe av hyttefolket, er knyttet til deltakelse i lokale nærmiljøtiltak og dugnadsarbeid hvor 15 % (mot 11 % i Tinn) tilsvarende 27 personer er interesserte i dette. Mål opp mot populasjonen så er det potensielt snakk om 63 personer. Denne siste observasjonen er interessant, fordi den viser at engasjementet blant hyttefolk i Øyfjell først og fremst gjelder Øyfjell, samt at det for mange nok har vært forvirrende at de i

spørreundersøkelsen i enkelte spørsmål har blitt bedt om å forholde seg til Øyfjell og i andre spørsmål til Vinje.

Tallene bak diagram 3.32 som redegjort for ovenfor er gjengitt i tabell 3.11.

Tabell 3.11

Deltakelse på konkrete områder	Øyfjell (undersøkelse)	Øyfjell (potensielt)
Være mentor for en lokal bedrift	7	17
Sitte i styret for en lokal bedrift	9	20
Sitte i råd eller utvalg for lokal utvikling	5	13
Lære mer om lokal kultur og historie	60	169
Gjøre en innsats for å utvikle det lokale næringslivet	5	13
Gjøre en innsats for å utvikle det lokale kulturlivet	5	13
Flytte eller etablere egen bedrift	1	4
Engasjere deg i politisk arbeid	0	0
Delta i lokale nærmiljøtiltak og dugnadsarbeid	27	63
Bidra til å etablere lokale møteplasser	4	9

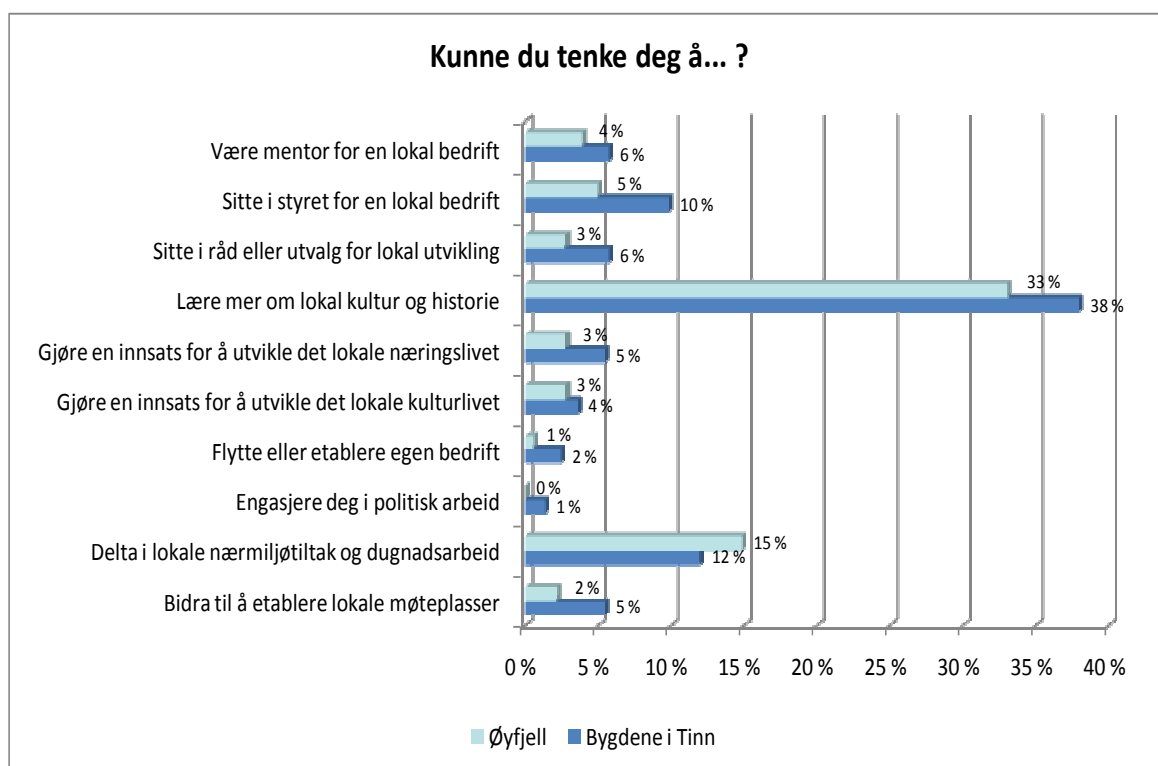
Det var også mulig å komme med utfyllende kommentarer i tilknytning til besvarelsene som er gjengitt i diagram 3.32 og besvarelsene her er gjengitt i tabell 3.11

Tabell 3.12

Deltakelse på andre områder	
✓ Ønsker kontakt med historiemiljøer.	✓ Vi er gjerne med på dugnadsarbeid i Rorgekrinsen.
✓ Delta i grendelag / hyttelag (3 stk.)	✓ Utvikle løypenett - vinter og sommer
✓ Kan ta i et tak for gode formål så sant jeg har fri (arbeider rundskift).	✓ Jeg har fylt 85 år, og har ikke tid og anledning til å engasjere meg i lokale aktiviteter.

Sist, men ikke minst kan det også i tilknytning til ønsket om å delta aktivt i utviklingen av Vinje og Tinn som bosteds- og hyttekommune var det interessant å belyse hvorvidt det vil være større samsvar i besvarelsene mellom Øyfjell og Tinn hvis vi sammenligner Øyfjell med bygdene i Tinn istedenfor med Tinn under ett, og med dette formål for øyet ble diagram 3.33 på neste side utarbeidet.

Diagram 3.33



Vi ser at noen av forskjellen mellom Tinn og Øyfjell minsker når vi sammenligner med besvarelsene fra bygdene i Tinn, mens andre øker. De områdene som minsker som det er verdt å nevne i denne omgang er først og fremst relatert til det lokale næringslivet som å "gjøre en innsats for å utvikle det lokale næringslivet", "være mentor for en lokal bedrift" og "sitte i styret for en lokal bedrift". I tillegg kan kategorien å "sitte i råd og utvalg for lokal utvikling" nevnes. Det er imidlertid viktig å påpeke at forskjellene er relativt beskjedne. De områdene som imidlertid har en viss økning er "lære mer om lokal kultur og historie", "flytte eller etablere egen bedrift". Igjen er økningene begrensede.

3.15 Oppsummering

Gjennom analysene gjennomført i dette kapittelet har vi fått en innsikt i hvem hyttefolket i Øyfjell er, og deres valg og preferanser spesielt vis a vis kultur- og næringslivet i Vinje og Øyfjell. I dette avsnittet vil vi således forsøke å samle opp på hovedresultatene fra de forutgående avsnitt.

Gjennom undersøkelsen har vi lært en del om hvem hyttefolket i Øyfjell er. Vi har lært noe om hvordan hyttefolket fordeler seg i henhold til de forskjellige hytteområder i Øyfjell, og kanskje ikke overraskende er 39 % av hyttefolket lokalisert enten på Buinstøyl-Trovatn eller i Drivarbekkdalen. På tilsvarende måte er 39 % av hyttefolket hjemmehørende i Grenland, mens 16 % er fra nærområdene rundt Oslo. Når det gjelder hyttefolkets alderssammensetning ser vi at den store majoriteten, dvs. 79 % er mellom 41-69 år, og herav er 34 % i

aldersgruppen 51-60. Kun 7 % er under 41 år. Hyttefolket i Øyfjell er høyt utdannet og 56 % har utdannelse enten på høyskole eller universitetsnivå. Når det gjelder hyttefolkets yrkesmessige status ser vi at 45 % er lønnsinntakere, mens 50 % pr. i dag har lederstillinger, fordelt på henholdsvis 11 % på toppledernivå og 39 % på mellomledernivå, mens 14 % driver egen bedrift. Ser vi således utdannelse, erfaring og fagkunnskaper for hyttefolket i Øyfjell under ett ser vi at de besitter en kompetanse som kan være en stor potensiell ressurs med tanke på utviklingen av det lokale næringslivet i Vinje og Øyfjell innenfor en rekke næringer og bransjer.

Når det gjelder hvorfor hyttefolket har valgt Øyfjell som hyttegrens ser vi at "avstand til bostedskommune", "autentisk kultur og natur", "tilknytning til Telemark", "arv" og "tilfeldigheter" er begrunnelser som går igjen. Med hensyn til hva hyttefolket i Øyfjell bruker fritidsboligen til ser vi at det å "være ute i naturen", "stresse ned" og "familietid" er de bruksformål som scorer høyest, mens det å "arbeide uforstyrret" scorer lavest. I tillegg ser vi at kategorier som "aktiviteter i friluft og natur" og "rekreasjon/avveksling fra hverdagslivet" er de to hovedkategoriene som trekkes frem i tilknytning til de kvalitative kommentarene vedrørende annet bruksformål. Vi ser således at det som forventet er et visst overlapp mellom fritidsboligens bruksformål og begrunnelsene knyttet til hvorfor hyttefolket har valgt Øyfjell som hyttegrens. Overlappene er spesielt knyttet til det forhold at naturopplevelser - og bruk, samt sosialt samvær med familie og nære venner i autentiske og fredfulle omgivelser i Øyfjell er "avstressende" og gir overskudd til å takle et til tider hektisk hverdagsliv.

Når det gjelder hvor ofte hyttefolket i Øyfjell er på hytta, ser vi kun 1 % bruker hytten mindre enn 1 uke i året, 15 % bruker hytten over 11 uker og 39 % bruker fritidsboligen mellom 6-11 uker per år, hvilket for den gjengse yrkesaktive nordmann, som tidligere påpekt, tilsvarer alle disponible ferier samt en del helger i tillegg pr. år. Som det fremgår av diagram 3.12 bruker 51 % av hyttefolket i Øyfjell hytten 1-2 helger i måneden, mens 32 % bruker den 1-2 helger i kvartalet. Når det gjelder feriene ser vi påsken er den ferien hvor flest hyttefolk er på hytta (86 % sier at de "ofte" eller "alltid" er på hytta i påsken), fulgt av vinterferien (54 %), fellesferien (53 %) og høstferien (38 %). St. Hans er den perioden hvor færrest hyttefolk er i Øyfjell (kun 7 % er der "ofte" eller "alltid"), hvilket vi har påpekt er som forventet med tanke på at St. Hans ofte faller på en ukedag hvor "folk flest" ikke har fri.

Hyttefolket i Øyfjell bruker mesteparten av tiden på hytta i nærområdet rundt hytta, hvilket sammenholdt med den store andelen av hyttefolket som oppgir at de er interessert i å delta i konkrete nærmiljøtiltak og dugnadsarbeid indikerer at en del av de tiltak som ønskes iverksatt i Øyfjell bør foregå i tilknytning til de enkelte hytteområder og at det sannsynligvis vil være mulig å basere flere av dem på dugnadsinnsats. I tillegg til aktiviteter i nærområdet rundt hytta, bruker hyttefolket også relativt mye av tiden i Øyfjell og i Vinje. I tilknytning til de kvalitative kommentarene knyttet til hvordan tiden på hytten tilbringes ser vi at mange har utdypet hva de foretar seg i nærområdet, samt at flere påpeker at de ofte drar til Rauland, hovedsakelig for skigåing. 92 % av hyttefolket i Øyfjell har med ektefelle eller partner på hytta og 89 % har med barn. Videre oppgir 84 % oppgir at de har med venner på hytta, samt

60 % har med annen familie. I henhold til hva vi har påpekt flere steder i undersøkelsen er et av fritidsboligens fremste bruksformål sosialt samvær med familie og venner. I underkant av 30 % har også med seg hund eller hunder på hytta, hvilket indikerer at et sted mellom 25-30 % av hyttefolket i Øyfjell har hund.

Når det gjelder bruk av hytta i arbeidsøyemed ser vi at 20 % av hyttefolket i Øyfjell har hatt forretningsforbindelser med på hytta. Ingen (0 %) tilkjenner at de tar med forretningsforbindelser ofte, men 8 % sier det gjør det noen ganger og 12 % tar forretningsforbindelser med svært sjelden. Den store majoriteten (77 %) gjør det imidlertid aldri. Når det gjelder bruk av fritidsboligen som hjemmekontor ser vi at 31 % av hyttefolket i Øyfjell svarer at de bruker hytta som hjemmekontor, hvorav 2 % sier de gjør det "ofte", 12 % "noen ganger" og 18 % "svært sjelden". Majoriteten (66 %) gjør det igjen imidlertid aldri.

Vedrørende hyttefolket i Øyfjells oppfattelse og bruk av det eksisterende vare- og tjenestetilbudet i Vinje kommune har, som forventet, dagligvarebutikk den høyeste bruksfrekvens (85 % av hyttefolket bruker dagligvareforretninger relativt ofte eller ofte). Vi ser også at byggmarked (50 %) og andre forretninger (47 %) frekventeres relativt ofte eller ofte. For sportsforretninger er den tilsvarende andelen 35 % og for kafeer og spisesteder er den 26 %. Når det gjelder tjenester dominerer måking, hvor 31 % av hyttefolket tilkjenner at de "noen ganger", "ofte" eller "alltid" benytter seg av denne tjenesten. Med hensyn til hvorvidt hyttefolket i Øyfjell vil benytte eksisterende vare- og tjenestetilbud i Vinje mer hvis åpningstidene var bedre tilpasset dere behov, ser vi at majoriteten (62 %) svarer "nei", mens 13 % svarer "ja" og 20 % er usikre. Med hensyn til ønsket om lengre åpningstider er det primært et ønske om lengre åpningstider for dagligvareforretninger på fredager og lørdager som kommer til uttrykk. Når det gjelder *hvor* hyttefolket gjør sine dagligvareinnkjøp sier 52 % at de "ofte" eller "alltid" gjør sine dagligvareinnkjøp til hytta hjemme innen avreise (32 % gjør det alltid), og at de "supplerer" med nødvendige innkjøp i Vinje og/eller Øyfjell i løpet av oppholdet. En del av hyttefolket oppgir også at de kjøper inn på vei til hytta, og angir Bø og Notodden, i nevnte rekkefølge, som steder de normal stopper med dette formål for øye. Angående bruken av eksisterende kultur- og fritidstilbud i Vinje ser vi at det er fritidstilbudene som har den høyeste bruksfrekvensen og at alpinanlegg, ikke uventet, dominerer. Heretter følger utstillinger/konsserter og museer. Relativt høyt oppe er også Grendelåmi. Når det kultur- og fritidstilbud som hyttefolket savner er det også først og fremst fritidstilbud, som bedre skiløyper, som trekkes frem.

I tilknytning til undersøkelsen i Øyfjell var det også et ønske om spesifikt å også se på bruk av tilbud og tjenester ikke kun i Vinje, men også lokalt i Øyfjell. Vi ser her at det er brøyting frem til hytta, preparerte turløyper og turstier om sommeren som er de tilbud som hyttefolket i Øyfjell bruker mest, fulgt av badeplasser og vedlevering. Trimrommet i Grendehuset, Bredbånd, Pinsemenigheten og Skyttarlaget brukes aldri eller tilnærmet aldri, og heller ikke Øyfjell City, måking av hyttetak, lekeområde eller grendelag. Når det gjelder tilbud og tjenester som hyttefolket savner i Øyfjell er det igjen hovedsakelig fritidstilbud som turstier og oppkjørte løyper, samt forslag til forbedringer ved den lokale butikken som dominerer. Når

det gjelder bruk av potensielle tilbud og tjenester i Øyfjell ser vi at brøyting frem til hytta er den *tjeneste* som flest vil benytte seg av (42 % sier de relativt ofte vil benytte seg av denne tjenesten), mens "Kafé eller spisestad" og "Hytteutstyrsbutikk" er de *tilbud* som scorer høyest, med henholdsvis 39 % og 35 % som sier de vil ha en relativt høy brukshyppighet av disse tilbudene.

27 % eller i overkant av hver 4 hytteeier/-leier i Øyfjell ønsker mer kontakt med lokalbefolkningen (44 % er usikre), og tilbakemeldingene indikerer at det først og fremst dreier seg om et ønske om flere "møteplasser og arrangementer" både for sosialt samvær og konkrete aktiviteter, samt mer "informasjon og samarbeid" og henspiller på at mange blant hyttefolket i Øyfjell etterlyser mer informasjon om hva som finnes og hva som skjer i Øyfjell, samt et ønske om mer samarbeid rundt flere konkrete forhold som angår lokalbefolkningen så vel som hyttefolket. Vi ser også at 5 % av hyttefolket i undersøkelsen, tilsvarende 9 personer, sier at de kan tenke seg å bosette seg i Øyfjell, men gjennom de kvalitative kommentarene knyttet til dette spørsmålet fremkommer at dette først vil skje "senere" eller når de pensjoneres. Mange uttrykker imidlertid uavhengig av besvarelsene knyttet til ønsket om å bosette seg i Øyfjell om at de har planer om å tilbringe mer tid på hytta fremover.

Vi ser her at 15 % av hyttefolket i Øyfjell ønsker å delta aktivt i utviklingen av Vinje som bosteds- og hyttekommune, 40 % er usikre mens 45 % ikke ønsker å delta aktivt. Når det gjelder det lokale næringslivet ser vi således at 5 personer i undersøkelsen som på et mer generelt grunnlag ønsker å gjøre en innsats for å utvikle dette, 7 personer kan tenke seg å være mentor for en lokal bedrift og 9 personer er interessert i å sitte i styret for en lokal bedrift, samt at 1 person er interessert i å flytte eller etablere egen bedrift i Øyfjell. Når det gjelder hvorvidt hyttefolket ønsker å bidra til å utvikle det lokale kulturlivet, ser vi 5 personer kan tenke seg en slik rolle, mens 60 personer i undersøkelsen ønsker å lære mer om lokal kultur og historie (tilsvarende ca. 33 % av alle hyttefolk i undersøkelsen/Øyfjell). Vi ser videre at 5 stykker som ønsker å sitte i råd og utvalg for lokal utvikling, 4 personer ønsker å bidra til å utvikle lokale møteplasser, og 27 personer ønsker å delta i lokale nærmiljøtiltak og dugnadsarbeid (ca. 15 % av hyttefolket i undersøkelsen/Øyfjell).

4. Konklusjoner, anbefalinger og tiltak

Undersøkelsen hovedmålsetning har vært å kartlegge den potensielle ressurs som hyttefolket kan være for hyttekommunen, og da spesielt med fokus på hvordan hytteeiere kan integreres i lokalt nærings- og kulturliv, og hvordan de på denne måten å bidra med sin kompetanse til utvikling av hyttekommunen. Den overordnede målsetninger har i tillegg som påpekt i kapittel 1 fire delmål og skulle kartlegge:

5. ulike grupper fritidsburar (finnes det ulike segmenter hyttefolk i Tinn, bakgrunn, kor mykje nyttar dei hytta o.s.b.) Samanlikne med fritidsbuarar i Øyfjell.
6. hyttefolks ressursar.
7. kva for rolle fritidsbebuarene ynskjer å spele i lokalsamfunnet.
8. hyttefolkets syn på kva og korleis Tinn og Vinje kommunar bør leggje til rette for å nyttiggjøre seg hyttefolkets kompetanse og erfaring, særleg med tanke på næringsutvikling.

I de følgende avsnitt vil vi oppsummere hovedfunnene knyttet til delmålene ovenfor, samt komme med forslag til anbefalinger og tiltak på bakgrunn av funnene.

4.1 Ulike grupper hyttefolk ut fra bakgrunn, alder og bruk av fritidsboligen

Den postmodernistiske hyttefase som beskrevet i kapittel 1 rokker ved tidligere tiders mer entydige oppfattelse av hyttefolket som en homogen gruppe, og omtalte undersøkelse har derfor i henhold til punkt 1 ovenfor ønsket å kartlegge hvorvidt det finnes ulike segmenter hyttefolk både med hensyn til bakgrunn (utdannelse, yrkesprofil, tilknytning til og begrunnelser for valg av hyttekommune/-område), alder, bruksfrekvens- og formål vis a vis fritidsboligen, samt vedrørende bruken av fritidsboligen i arbeidsøyemed jfr. undersøkelsens fokus på det lokale kultur- og næringsliv. Vi ser at Tinn og Øyfjell sammenfaller vedrørende en del av disse områdene, samt at de avviker på andre. Med hensyn til aldersfordeling er for eksempel samsvaret stort og for begge steder befinner 34 % av hyttefolket seg i aldersgruppen 51-60, mens henholdsvis 80 og 81 % er mellom 41-69 og kun 7 henholdsvis 8 % er under 40 år. Et interessant kjennetegn ved aldersgruppen 51-60 er at majoriteten tilhører hva man innen reiselivsforskning kaller "empty nesters", dvs. voksne par i yrkesaktiv alder, men hvor barna har forlatt redet. Et kjennetegn ved "empty nesters" er således at de ofte har bedre tid og større disponibel inntekt enn yngre aldergrupper hvilket er interessant med referanse til undersøkelsens formål. Sannsynligheten er også stor for at undersøkelsen på et mer generelt grunnlag viser en sannsynlig prosentvis aldersfordeling blant hyttefolk ikke bare i Tinn og Øyfjell, men også på landsbasis.

Det er også mulig å segmentere hyttefolket i Tinn og Øyfjell i henhold til utdannelse, og det er også et ganske stort samsvar mellom Tinn og Øyfjell og vi har for eksempel observert at både hyttefolket i Tinn og i Øyfjell er svært høyt utdannet. Sammenligner vi Øyfjell med Tinn

på et generelt grunnlag ser vi imidlertid enn viss forskjell idet 64 % av hyttefolket i Tinn har utdanning tilsvarende høyskole- eller universitetsnivå, mens den tilsvarende andelen i Øyfjell er 56 %. Sammenligninger vi imidlertid Øyfjell med bygdene i Tinn og hytteområder som således geografisk og demografisk samsvarer bedre med Øyfjell, får vi stort sammenfall vedrørende utdannelsesnivå (henholdsvis 55 % i utvalgte hytteområder i Tinn og altså 56 % i Øyfjell). Generelt antas det å være en sammenheng mellom høyt utdannelsesnivå og inntekt, og da for eksempel Gaustablikk og Møsvannsområdet i Tinn er hytteområder med et svært høyt prisnivå på fritidsboligene, er det også "naturlig" med et høyere utdannelsesnivå blant hyttefolket i disse områdene, et utdannelsesnivå som således også trekker gjennomsnittet for Tinn opp. Sannsynligvis vil vi observere samme tendens for de dyreste og mest eksklusive hytteområdene i Vinje.

Når det gjelder yrkeskategori skiller det seg også ut tydelige segmenter både i Tinn og i Øyfjell, og igjen er det også stort samsvar mellom de to områdene. Den største forskjellen er relatert til at det er 8 % færre som driver egen bedrift i Øyfjell, samt 7 % flere lønnsmottakere. Andelen som er ledere totalt sett er relativt lik, men det er 6 % flere mellomledere i Øyfjell og 4 % færre toppledere. Forskjellene mellom Tinn og Øyfjell minsker imidlertid igjen når vi sammenligner Øyfjell med bygdene i Tinn. For eksempel ser vi at topplerenivået utjevnes (gjennomsnittlig i Tinn har 15 % av hyttefolket topplerstillinger, mens prosentandelen for bygdene er 11 %), samt at *forskjellen* i andelen av hyttefolk som driver egen bedrift i Tinn og Øyfjell reduseres fra 8 % til 5 %. I tillegg øker andelen lønnsmottakere fra 38 % for Tinn sett under ett til 42 % for bygdene i Tinn, hvilket er tett på Øyfjell som altså har 45 %. Igjen er det sannsynlig å anta at vi vil observere større sammenfall i prosentandelene hvis ikke kun Øyfjell, men også de øvrige hytteområder i Vinje, inkorporeres i analysen.

Også vedrørende bruksfrekvens og – formål skiller det seg ut tydelige segmenter og det er et relativt stort samsvar mellom Tinn og Øyfjell. Både i Tinn og i Øyfjell er således det å "være ute i naturen", "stresse ned" og "familietid" de påstander om hyttebruk som hyttefolket identifiserer seg mest med, mens det å "arbeide uforstyrret" scorer lavest. Vi ser at kategorien "Å oppleve livet på landet" scorer en del høyere i Øyfjell enn generelt i Tinn, hvilket vi har argumentert at muligens henger sammen med mange av hyttefolket i Øyfjell synes å ha en forkjærlighet for Øyfjells autentiske bygdepreg. Således ser vi også at en del av hyttefolket i Tinn også uttrykker frustrasjon over at Tinn, i hvert fall en del av hytteområdene, på grunn av massiv utbygging nettopp har mistet noe det autentiske preget som tiltrakk dem den gang de investerte i fritidsbolig i Tinn. Vi ser også at i henhold til kommentarer knyttet til "annen hyttebruk" er det stort samsvar i besvarelsene mellom Tinn og Øyfjell og "aktiviteter i friluft og natur", "rekreasjon/avveksling fra hverdagslivet", "sosialt samvær" og "fysisk arbeid (egeninnsats/vedlikehold)" går igjen begge steder. Det er også elementer av kategorien "besøke hjemtraktene" begge steder, men denne har en langt større dominans i Tinn enn i Øyfjell. Her ser vi også samsvar i henhold til begrunnelsene med hensyn til hvorfor Tinn henholdsvis Øyfjell er valgt som hyttekommune. I Tinn ser vi således at de begrunnelsene som dominerer i nevnte rekkefølge nettopp er "arv", "tilknytning til Tinn" (familie, oppvekst og/eller bodd i kommunen tidligere), "avstand til bostedskommune", "anbefalt av venner og

bekjente" samt ikke minst "naturen" (både som visuelt skue og som arena for aktiv utfoldelse) er de begrunnelser som går igjen. I Øyfjell er det "avstand til bostedskommune", "autentisk kultur og natur", "tilknytning til Telemark", "arv" og "tilfeldigheter", i nevnte rekkefølge, som dominerer.

Når det gjelder bruken av fritidsboligen i arbeidsøyemed, ser vi også at det skiller seg ut tydelige segmenter både i Tinn og Øyfjell, samt også i relasjon til bruk i arbeidsøyemed ut fra så vel yrkeskategori som hytteområder. Vi kan således segmentere i de som "ofte", "noen ganger", "svært sjelden" og "aldri" tar med forretningsforbindelser på hytta, hvor majoriteten av hyttefolket i både Øyfjell (77 %) og Tinn (73 %) aldri har hatt forretningsforbindelser. Begrunnelsene herfor er typisk knyttet til at man ikke har denne type arbeid, hyttestandard samt at det ikke samsvarer med fritidsboligens bruksformål. Det er relativt store variasjoner med hensyn til å ta med forretningsforbindelser på hytta mellom Tinn og Øyfjell når de to områdene sammenlignes under ett, men forskjellene minsker betydelig når vi sammenligner Øyfjell med bygdene i Tinn, og altså hytteområder som geografisk og demografisk samsvarer bedre. Det er fremdeles en liten forskjell vedrørende de som angir at de "noen ganger" tar med forretningsforbindelser på hytta, mens ellers er forskjellene minimale og andelen som svarer "aldri", dvs. majoriteten, sammenfaller helt. Det er således en tydelig kobling mellom hytteområde og bruken av fritidsboligen vis a vis forretningsforbindelser, og vi ser således også at i Tinn skiller Gaustablikk seg klart ut, hvor hele 20 % av hyttefolket her angir at de "ofte" eller "noen ganger" tar forretningsforbindelser med på hytta. Hyttestandard og områdets øvrige fasiliteter (som hotell, alpinanlegg, etc. tett ved) synes å spille inn, samt selvsagt også hyttefolkets yrkeskategori, hvor vi for eksempel ser at andelen "toppledere" og "selvstendig næringsdrivende" synes å være høyere i hytteområder med høyt prisnivå. Generelt er det således også et klart sammenfall mellom yrkeskategori og det å ta med forretningsforbindelser på hytta, i det samsvaret for eksempel som forventet er lavest for segmentet "lønnsmottakere" (kun 5,2 % av lønnsmottakerne i Tinn og 0 % av lønnsmottakerne i Øyfjell bekrefter at de "ofte" eller "noen gang" har forretningsforbindelser med på hytta).

Med hensyn til det å bruke fritidsboligen som hjemmekontor ser vi også her tydelige segmenter i henhold til yrkeskategori og hytteområde. 31 % av hyttefolket i Øyfjell (mot 37 % i Tinn) svarer at de bruker hytta som hjemmekontor, hvorav 2 % sier de gjør det "ofte" (3 % i Tinn), 12 % "noen ganger" (15 % i Tinn) og 18 % bruker "svært sjelden" hytta som hjemmekontor (19 % i Tinn). Majoriteten (66 % mot 60 % i Tinn) gjør det imidlertid aldri. Begrunnelsene herfor er typisk knyttet til manglende nettilgang og at det ikke samsvarer med hyttas bruksformål. Igjen observerer vi også at forskjellene mellom Tinn og Øyfjell i stor grad utviskes når vi holder "byområdene" i Tinn utenfor analysen, og vi ser for eksempel at andelen som aldri bruker hytta som hjemmekontor i Tinn stiger fra 60 % til 73 %.

Vi ser at også vedrørende det å bruke hytte som hjemmekontor er det forskjeller i henhold til yrkeskategori, og at besvarelsene i Tinn og Øyfjell skiller seg her en del fra hverandre, hvilket bl.a. er knyttet til hytteområder samt muligheten for nettilgang. Vi ser således at 15,8 % av alle topplerne i Tinn (mot 30,2 % i Tinn), 13,9 % av alle mellomlederne (mot 18,4 % i

Tinn), 8,3 % av de som driver egen virksomhet (mot 28,2 % i Tinn) og 6,7 % av lønnsinntakene (mot 10,2 % i Tinn) "ofte" eller "noen ganger" bruker fritidsboligen som hjemmekontor. Som forventet er det flere "lønnsinntakere" som bruker hytta som hjemmekontor eller tilsvarende bruk av fritidsboligen vis a vis forretningsforbindelser. Når det gjelder Tinn ser vi også at det er forskjeller i bruk av hytten som hjemmekontor i henhold til hytteområde, og igjen er det Gaustablikk som har den største bruksfrekvens og med Møsvannsområdet og Skirvedalen på henholdsvis andre og tredje plass. Både spørsmålet vedrørende bruken av fritidsboligen vis a vis forretningsforbindelser og bruken av fritidsboligen som hjemmekontor ble utarbeidet ut fra en hypotese om store forskjeller i bruk både i relasjon til forskjellige yrkeskategorier og hytteområder, og som forventet har antakelsene blitt bekreftet, selv om bruken er høyere enn forventet.

I tillegg til forretningsforbindelser, ser vi også at 92 % av hyttefolket i Øyfjell har med ektefelle eller partner på hytta og 89 % har med barn. Det er også interessant å observere at hele 84 % oppgir at de har med venner på hytta, samt 60 % har med annen familie. Dette er også i samsvar med hva vi har observert flere steder gjennom de kvalitative dataene i undersøkelsen, nemlig at hytta er et sted for sosialt samvær med familie og venner. I underkant av 30 % av hyttefolket i Øyfjell har også med hund, og barnebarn og katten er også populære følgesvenner.

Vedrørende hvor mye hyttefolket bruker fritidsboligen er det også mulig å dele hyttefolket inn i forskjellige segmenter ut fra bruksfrekvens. Selv om hyttebruksfrekvensen for Øyfjell jevnt over er noe lavere enn for Tinn, er det allikevel stort sammenfall på årsbasis. Vi har således for eksempel observert at henholdsvis 39 % av hyttefolket i Øyfjell og 40 % i Tinn bruker fritidsboligen mellom 6-10 uker, hvilket tilsvarer mellom 42-70 døgn pr. år og for den gjengse yrkesaktive nordmann, som tidligere påpekt, vil tilsvare alle disponible ferier samt en del helger i tillegg pr. år. Selv om vi således sammenligner Øyfjell med de bygdene i Tinn og de hytteområder som geografisk og demografisk sammenfaller mer med Øyfjell, er allikevel fritidsboligene i Tinn mer hyppig i bruk enn fritidsboligene i Øyfjell. Det er ikke på bakgrunn av undersøkelsen mulig å gi noen forklaring på hvorfor, annet enn at årsakene kan være mange (hyttestandard, beliggenhet (avstand fra alfarvei), hytteeiers arbeidssituasjon, etc.).²⁹ Påsken ser også ut for å være den ferien hvor flest hyttefolk benytter fritidsboligen, hvilket samsvarer godt med hva vi finner å være et generelt kulturelt trekk i Norge hvor påskeferie for mange nærmest er synonymt med "fjelliv" (både Tinn og Øyfjell som hyttekommuner representerer således typisk "hytta på fjellet" i kontrast til for eksempel "hytta ved kysten"). Undersøkelser fra slutten av 1990-tallet viser at innlands- eller fjellhytta er minst i bruk i månedene november-januar (Arnesen 2003). Undersøkelsene fra Øyfjell viser således også at juleferien er den ferien, hvor færrest er på hytta. I Øyfjell ser vi også at over 50 % bruker hytta 1-2 helger i måneden.

²⁹ En nærliggende forklaring kunne vært forskjeller i alderssammensetning blant hytteeierne/-leierne i de to områdene, men idet aldersfordelingen som påpekt ovenfor er tilnærmet lik bortfaller denne forklaringen.

Med hensyn til hyttefolkets bostedskommune er det naturlig nok variasjoner mellom Tinn og Øyfjell, ikke minst med tanke på at et av hovedargumentene for valg av hyttekommune/-område er knyttet til avstand, henholdsvis nærhet, til bostedskommune. At avstand til bostedskommune er sentralt ses også av den faktor at tilveksten av nye hytter framfor alt funnet sted i omlandsbeltet til "storbyene", og at for Sør – og Øst Norge er det under 5 % av fritidsboligene som i dag ligger mer enn 3,5 timers reise fra disse (Arnesen 2003). Som Arnesen (ibid.) påpeker er det befolkningskonsentrasjonene (storbystrukturen) som utgjør grunnlaget for fritidshusbebyggelsen og bestemmer lokaliseringsmønsteret. Vi ser således at for Tinns vedkommende er ca. 1 % av hytteeierne/-leierne er utlendinger, de resterende er norske. Blant de norske skiller det seg ut tre klare grupperinger hvor majoriteten er fra strekket Oslo med omland til Kongsberg (45 %), kyststrekket Telemark og Vestfold (20 %) og Grenland (10 %). For Øyfjells vedkommende er majoriteten fra Grenland (39 %), Oslo og omegn (16 %) og Kysten Øst (9,3 %).

4.2 Hyttefolkets ressurser og kompetanse

Medias fokus vis a vis hyttefolk i utkantsområder har ofte vært preget av "konflikter" og et syn på hyttefolk som "inntrengere". Stadig hører vi således om konflikter mellom hyttefolk og grunneiere, hyttefolk og naboer, hyttefolk og andre næringsinteresser, hyttefolk og natur- og kulturminnevern, osv. Imidlertid så har man i den senere tid sett en tendens til å snu på flisa ved å tenke hyttefolket som kraftelement i lokalsamfunnet, og det er da spesielt hyttefolkets antatte "ressurser" man sikter til. Men med unntak av en viss formodning om "kapitalstyrke", hvilke ressurser er det rent faktisk man sikter til? Dette er det få, om noen, undersøkelser som tidligere har kartlagt. Med tanke på at prosjektet hyttefolk således hadde hovedfokus på hyttefolket som ressurs vis a vis det lokale kultur- og næringslivet ble det vurdert at spesielt det å kartlegge utdanning og yrkesmessige profil og bakgrunn var av stor interesse. Et av de mest overraskende funnene i så måte var nok den svært høye utdannelsen blant både hyttefolket i Tinn og Øyfjell (andelen med høgskole og universitetsutdanning ligger for eksempel på et nivå som er minst dobbelt så høyt som for landsgjennomsnittet). I tillegg var det overraskende å finne at både i Tinn og Øyfjell er andelen hyttefolk med ledererfaring svært høy. I Tinn er andelen 48 % fordelt med henholdsvis 15 % på toppledernivå og 33 % på mellomledernivå. I Øyfjell er andelen 50 % fordelt med henholdsvis 39 % med erfaring på mellomledernivå og 11 % med toppledererfaring. I tillegg ser vi at 22 % av hyttefolket i Tinn driver egen bedrift og 14 % av hyttefolket i Øyfjell. Ser vi således utdanning, erfaring og fagkunnskaper for hyttefolket i Tinn og Øyfjell under ett ser vi at hyttefolket har omfattende kunnskaper og erfaringer som det lokale næringslivet kan nyte godt av både med hensyn til utvikling, drift og ledelse av bedrifter og prosjekter innenfor en rekke næring og bransjer. Samt at det finnes flere personer blant hyttefolket som besitter spisskompetanse og nettverk innenfor en rekke områder som er høyaktuelle for det lokale næringsliv både i Tinn og Vinje. I tillegg er det flere personer med utdanning og erfaring som det lokale kulturlivet i Tinn og Øyfjell/Vinje vil kunne nyte godt av.

4.3 Hyttefolket ønsker og vilje til bidrag vis a vis lokalbefolkning og lokalsamfunn

Flere av hyttefolket uttrykker således at de ønsker å bli sett på som en ressurs og at de besitter kompetanse som kan komme hyttekommunen og lokalsamfunnet til gode, og for å forsøke å få en mer inngående forståelse av typen og omfanget av den rolle hyttefolket ønsker å spille (jfr. problemformuleringens punkt 3) valgte vi gjennom undersøkelsen også å kartlegge hvorvidt hyttefolket i Tinn og Øyfjell ønsket mer kontakt med lokalbefolkningen, samt hvorvidt hyttefolket ønsker å bidra *aktivt* til utvikling av de respektive lokalsamfunn både på et generelt grunnlag samt spesifikt i henhold til en rekke konkrete områder av stor betydning for tilrettelegging og utvikling av det lokale kultur – og næringslivet.

Vedrørende kontakten med lokalbefolkningen så er det relativt store variasjoner i besvarelsene i Tinn vis a vis Øyfjell. For eksempel bekrefter 27 % av hyttefolket i Øyfjell at de ønsker mer kontakt med lokalbefolkningen, mens den tilsvarende andelen i Tinn er 14 %, altså nesten halvparten. Dette tilsvarer at over hver 4 hytteeier i Øyfjell ønsker mer kontakt med lokalbefolkningen i Øyfjell, mot ca. hver 8 i Tinn. Kun 24 % av hyttefolket i Øyfjell uttrykker at de ikke ønsker mer kontakt, mot hele 45 % i Tinn. Når vi imidlertid ser på begrunnelsene knyttet til hvorfor hyttefolket ikke ønsker mer kontakt med lokalbefolkningen ser vi at majoriteten ikke er knyttet til "uvilje", men snarere er ett uttrykk for at mange allerede har svært god kontakt med lokalbefolkningen. For Tinns vedkommende ser vi at dette er relatert til at de opprinnelig er fra Tinn eller har bodd der en periode i sitt liv eller gjennom den kontakt de har oppnådd ved å ha hytte i kommunen over en lengre periode, og at de således ikke har behov for eller kapasitet til ytterligere kontakt. Vi ser videre at noe av forskjellen mellom Tinn og Øyfjell utjevnes når vi holder de mer "bynære" hytteområdene i Tinn utenfor analysen, men at forskjellene ikke er signifikante. Vedrørende typen kontakt som hyttefolket søker er det for begge steder henholdsvis "møteplasser og arrangementer" og "informasjon". Vedrørende møteplasser og arrangementer henspeiler dette på et ønske om flere møteplasser mellom hyttefolk og lokalbefolkning både for sosialt samvær og arrangementer relatert til kultur og fritid, samt erfaringsutveksling og samarbeid relatert til fritids- og næringsformål. Med hensyn til ønsket om mer informasjon er det snakk om mer systematisert informasjon knyttet til arrangementer og aktiviteter som skjer (hva skjer når og hvor) samt også med hensyn til hvem i lokalsamfunnet som tilbyr ulike tjenester og service (hvor man kan henvende seg for å få hjelp til ...).

Når det gjelder ønsket om å bidra aktivt i utviklingen av lokalsamfunnet ser vi at en andel tilsvarende 15 % av hyttefolket i Øyfjell og 18 % i Tinn ønsker å delta aktivt i utviklingen av Vinje henholdsvis Tinn som bosteds- og hyttekommune, 40 % er usikre (39 % i Tinn), mens 45 % ikke ønsker å delta (43 % i Tinn). Selv om vi i første omgang kan tenke at 15 eller 18 % ikke er "all verden" må ha i mente at for eksempel 18 % av alle besvarelsene for Tinn utgjør 152 personer/familier og målt opp mot populasjonen vil det tilsvare ca. 320 personer/familier som kan tenke seg å delta *aktivt* i utviklingen av Tinn som bosteds- og hyttekommune, hvilket vi som tidligere har påpekt er mer enn nok til å fylle alle råd og utvalg i kommunen opptil flere ganger. Når vi sammenligner besvarelsene i Øyfjell med besvarelsene fra bygdene i Tinn

får vi et større samsvar, men vi kan ikke på bakgrunn av undersøkelsen trekke konklusjoner med hensyn til hvorfor. Det kan være naturlig å undre på hvorvidt hyttens beliggenhet og da særlig nærhet til bygdesentrum spiller inn med hensyn til villighet til å bidra aktivt, men samtidig spiller en rekke andre faktorer som for eksempel bruksfrekvens nok også inn. Når det gjelder hvilke områder hyttefolket ønsker å bidra på, er det kvalitative kommentarene først og fremst knyttet til undersøkelsen i Tinn, og vi ser her at det har vært naturlig å dele tilbagemoldingene inn i fem overordnede kategorier. Den første er "tilhørighet" og rommer en rekke begrunnelser som henspiller på tilknytningen hyttefolket føler vis a vis Tinn; den andre kategorien er "ubenyttet potensial" og henspiller på at enkelte hytteeiere/-leiere føler at Tinn har uutnyttede potensialer som de kan tenke seg å bidra til å utvikle; den tredje er "hyttefolk som ressurs" og viser til, som tidligere påpekt, at hyttefolket ønsker at lokalbefolkningen og kommunen skal se dem som en ressurs; den fjerde kategorien er "spesifikke områder/dugnad" og omfatter en rekke konkrete områder som respondenten ønsker å bidra innenfor; den siste kategorien er "diverse" og samler igjen opp på begrunnelser og kommentarer som ikke passer inn under de øvrige. Når det gjelder begrunnelsene på hvorfor hyttefolket ikke ønsker å delta aktivt i utviklingen, ser vi at det er spesielt "alder/helse", "tidsklemme", "bruker hytta for lite" og "ikke samsvar med bruksformål" (hytta som fristed) som går igjen.

4.4 Hvordan tilrettelegge for samarbeid og utvikling

Med hensyn til hvilke områder Tinn og Vinje kommuner bør tilrettelegge for å nyttiggjøre seg hyttefolkets erfaring og kompetanse (jfr. delmål 4) får vi god indikasjon på dette ved å studere besvarelsene knyttet til hvilke konkrete områder hyttefolket ønsker å bidra til å utvikle som oppsummert i tabell 4.1.

Tabell 4.1³⁰

Deltakelse på konkrete områder	Tinn (antall i Tinn)	Vinje (antall i Øyfjell)
Være mentor for en lokal bedrift	61 (126)	7 (17)
Sitte i styret for en lokal bedrift	108 (234)	9 (20)
Sitte i råd eller utvalg for lokal utvikling	73 (228)	5 (13)
Lære mer om lokal kultur og historie	295 (630)	60 (169)
Gjøre en innsats for å utvikle det lokale næringslivet	64 (174)	5 (13)
Gjøre en innsats for å utvikle det lokale kulturlivet	34 (72)	5 (13)
Flytte eller etablere egen bedrift	26 (54)	1 (4)
Engasjere deg i politisk arbeid	12 (25)	0 (0)

³⁰ Tallene angir antall personer i undersøkelsen som har svart bekreftende. Tallene i parentes angir potensielt antall personer målt opp mot populasjonen.

Delta i lokale nærmiljøtiltak og dugnadsarbeid	92 (195)	27 (63)
Bidra til å etablere lokale møteplasser	39 (85)	4 (9)

Vi ser altså at flere personer blant hyttefolket ønsker å bidra på en rekke konkrete områder i lokalsamfunnet og ikke minst med hensyn til utviklingen av det lokale næringslivet. I Tinn ser vi for eksempel at 108 personer kan tenke seg å sitte i styret for en lokal bedrift og 26 kan tenke seg å etablere eller flytte egen virksomhet. Vi ser også av de kvalitative kommentarene knyttet til hvilke andre områder hyttefolket kan tenke seg å bidra på først og fremst er en utdyping og konkretisering av punktene ovenfor.

Det er dog allikevel flere vesentlige forskjeller mellom de to geografiske områdene, og undersøkelsen tenderer mot at hyttefolket i Tinn generelt sett er mer positivt innstilt på å bidra enn hyttefolket i Øyfjell. Vi har således flere steder i undersøkelsen registrert at engasjementet blant hyttefolk i Øyfjell først og fremst gjelder Øyfjell, og at det som sådan kanskje har vært forvirrende at de i undersøkelsen i enkelte av spørsmål har blitt bedt om å forholde seg til Øyfjell (nærområde) og i andre spørsmål til Vinje (kommune). Vi ser således også at den eneste kategorien ovenfor hvor den prosentvise andelen er høyere i Øyfjell enn i Tinn gjelder deltakelse i lokale nærmiljøtiltak og dugnadsarbeid, altså tiltak rettet mot de lokale hytteområdene.

Hvordan bør Tinn og Vinje kommuner således legge til rette for å nyttiggjøre seg hyttefolkets kompetanse og erfaring, særlig med tanke på næringsutvikling? Vi har sett at hyttefolket etterlyser mer informasjon og ikke minst flere møteplasser både vedrørende kultur og næring med tanke på idéutvikling, erfaringsutveksling og mulig samarbeid. En relevant problemstilling er her hvilken rolle og hvilke oppgaver skal kommunene ha og hva skal overlates til private aktører? Og hvor stor medinnflytelse skal eller bør hyttefolket få i hyttekommunen? Disse forhold vil vi kikke nærmere på i kommende avsnitt.

4.5 Anbefalinger og forslag til tiltak

På bakgrunn av undersøkelsen anbefales det således en rekke generelle tiltak innenfor følgende områder:

Vare- og tjenestetilbudet

Innspill vedrørende bruk og forbedringspotensialer tilknyttet det eksisterende vare- og tjenestetilbudet inkl. åpningstider samt hvilke tilbud som savnes oversendes Handelstandsforeningen og andre aktuelle aktører i de respektive kommuner for oppfølging og distribusjon blant medlemmer og de konkrete steder (Byggmakker, lokalbutikken i Øyfjell, etc.) som er nevnt i undersøkelsen.

Kultur- og fritidstilbudet

De konkrete tilbakemeldingene vedrørende bruk, savn og forbedringsmuligheter vis a vis det lokale kulturliv oversendes Kulturkontoret og andre aktuelle aktører i lokalsamfunnet (hytteforeninger, utviklingslag, idrettslag, etc.) for oppfølging.

Prosjektet "Hyttefolk" legger til rette for:

- Flere arrangementer med fokus på lokal kultur og historie.
- Flere møteplasser og utvidet samarbeid mellom hyttefolk og lokalbefolkning vedrørende kultur.
- Å kanalisere og veilede konkrete forslag til "her og nå" prosjekter (forslag som er kommet opp, og hvor der er hyttefolk som "ivrer" etter å sette i gang, er for eksempel matfestival, kunstgalleri, m.fl.)

Næringslivet

- Innspill som gjelder eksterne aktører (bredbånd, mobildekning, etc.) må oversendes de aktuelle virksomheter og aktører for oppfølging.
- Det må etableres en webbasert ressursbank/database hvor hyttefolk som ønsker å delta vis a vis spesifikke områder og bransjer har mulighet for å registrere sin CV og preferanser.
- Næringsetaten i kommunene må i samarbeid med prosjektlederne ta ansvaret for å kontakte og følge opp hytteeiere som ønsker å etablere egen bedrift i kommunene.
- Næringsetaten i kommunene, prosjektet "Hyttefolk", utviklingslag og andre aktuelle aktører må samarbeide om å etablere flere møteplasser mellom hyttefolk og det lokale næringslivet for idédugnad, erfaringsutveksling, nettverksbygging og samarbeid. Møteplassene kan være både via web, fysiske, etc.
- Næringsetaten i kommunene i samarbeid med relevante aktører bør legge til rette for at hyttefolk som profesjonsmessig er knyttet til såkalte frie yrker (advokater, leger, tannleger, ingeniører, arkitekter, rådgivere, konsulenter og forskere, osv.) kan "flytte" deler av praksisen sin til hyttekommunen. Tilsvarende tilrettelegging har vært gjennomført i Oppdal, hvor en del fritidshuseiere med privatpraktiserende virksomhet, har etablert kontordag i hyttekommunen både via etablering av hjemmekontor og etablering i Oppdal Næringsshage samt Oppdal Medisinske Senter (se Jystad 2000; Jystad pers.med. 2005).

Informasjonstiltak

Prosjektet "Hyttefolk" og kommunene må legge rette for at hyttefolket får mer, bedre og lett tilgjengelig informasjon av betydning for økt deltakelse og engasjement. Hjemmesiden hyttefolk.no vil kunne ha en slik funksjon, men for å sikre kontinuiteten bør Servicekontorene i de to kommunene gradvis overta ansvaret for oppdatering. Kanskje kan også noen fra

hyttefolket selv også bidra til drift av siden(e).

Iverksetting av forprosjekt vedrørende hyttefolks medvirkning i hyttekommunen

Undersøkelsen viser at hyttefolket ønsker en viss medinnflytelse og at de også kan være en potensiell ressurs innenfor det politiske liv, men hvordan kan man kanalisere dette behovet for politisk medvirkning? Dagens systemer og lovverk er ikke tilrettelagt for at hyttefolket har noen reell innflytelse eller medvirkning i det politiske liv i hyttekommunen, idet den formelle adgang til representasjon gjennom valg er regulert via adressen i folkeregisteret. Rapporten anbefaler derfor at Styringsgruppa tar initiativet til et forprosjekt for å kartlegge muligheter og utfordringer vedrørende hyttefolks deltakelse og medvirkning vis a vis hyttekommunen.

Utover de mer generelle anbefalinger er det i samarbeid med prosjektlederne utarbeidet en rekke områdespesifikke tiltak som *kan* iverksettes på bakgrunn av funnene fra undersøkelsen.

Forslag til konkrete tiltak prosjektet "Hyttefolk", Tinn kan iverksette:

1. "Mulighetens møte"

Møte mellom aktører i lokalt næringsliv og Hyttefolk. Foredrag, diskusjoner og kulturinnslag.

1-2 ganger årlig. Rjukan og Tinn Austbygd, i samarbeid med næringssetaten.

2. Kulturkvelder

Lokal historie, fortellinger, underholdning. Hyttefolk og lokale. 1-2 ganger årlig. Rjukan huset, Tinn Austbygd, Gaustablikk.

3. Bussturer med guiding.

Lokalhistoriske steder. 1-2 ganger i året.

4. Samarbeid med Hardangervidda Senteret vedrørende turer og opplegg rundt natur- og naturopplevelser..

5. Flere merkede turstier/-løyper med kart i samarbeid med lokale grunneier- og hytteforeninger.

6. Kurs for hyttefolk av i samarbeid med lokale ressurser.

Dag- og helgekurs. Tema: Lefsebaking, kveding, springar, dialektkurs, ol.

7. *Tiltak for ungdom.*

Kinobuss, Isklatringskurs, Sirkus kurs, Fangene på Såheim, ungdomsklubb, etc. I samarbeid med Ungdomsleder og andre lokale aktører.

8. *Informasjonstiltak:*

- √ Aktiv bruk av hjemmeside til å formidle "Hva skjer" i henhold til forskjellige aktiviteter og målgrupper (ungdom, turer, opplegg...).
- √ Oppfordre/samarbeide med RA om "aktivitetskalender" i "Det skjer i Tinn og Rjukan".

9. *Lokal hyttelivsmesse-/markedsdag.*

1 gang pr. år på torget.

Forslag til konkrete tiltak prosjektet "Hyttefolk", Øyfjell kan iverksette:

1. *Vinje kommune gjennomfører en tilsvarende undersøkelse for alle kommunens hytteområder.*

Vi har sett at det for en rekke områder er større samsvar mellom besvarelsene fra Tinn og Øyfjell når vi sammenligner Øyfjell med hytteområder som geografisk og demografisk sammenfaller mer med Øyfjells profil. For virkelig å kunne vurdere hvorvidt dette er tilfeldig eller ikke vil det derfor være hensiktsmessig om Vinje gjennomførte en tilsvarende undersøkelse i kommunens øvrige hytteområder.

2. *Ruste opp og markedsføre den gamle postveien fra Rauland til Høydalsmo.*

Hyttefolket etterspør turveier og – kart. Prosjektet tar kontakt med historielaget og museet i Øyfjell (evt. andre aktører) for å kartlegge interesse og mulig samarbeid, koble det opp mot posthistorier (det gamle posthuset låg på garden der museet ligg). Lage løype med informasjon om de gamle plassene løypa går gjennom/posthistorier. Foreslå at de kobler inn lokalhistoriker Tarjei Førstøyl, og Vest-Telemark Museum. Foreslå at historielaget t.d. kan ta kontakt med IL Dyre Vaa, for samarbeid om rydding av veien.

3. *Temakvelder og -dager i samarbeid med Øyfjell Museum med fokus på kultur og historie:*

For eksempel kombinert med en minikonsert og servering av lokal(tradisjons)mat; En "pakke" som serverer en stemningsfull atmosfære som taler til mange sanser. Om vinteren, dersom føret ligger til rette, for eksempel kanefart og omvisning på en lokal gård med fortelling og litt servering/musikk.

Besøk hos lokale kunstnere og bønder, som for eksempel knivmaker Arne Martin Solbjør, Mohairgeitebønder, Lamabønder, og rosemalere.

4. *Kople opplegg til eksisterende vandring med innhold /guide i Vinje, koble seg til Rauland Turist. Generelt samarbeid med resten av kommunen, kulturkontoret i Vinje.*
5. *Kurs for hyttefolk av i samarbeid med lokale ressurser.*

Dag- og helgekurs. Tema: Lefsebaking, kveding, springar, dialektkurs, ol.
6. *Nyhetsbrev/kalender med "hva skjer og hvem tilbyr hva" i Øyfjell.*
7. *Aktiv bruk av hjemmeside til informasjon og "hytteservice" (-formidling?)*
8. *1 årlig markedsdag (etter tradisjonell stil) og på dugnad.*
9. *Dugnad for å etablere flere og bedre skiløyper.*
10. *Dugnad for rydding/opprydding i Øyfjell.*
11. *Aktiviteter for voksne, barn og unge i ferier (bli med i slåttan, gårdsbesøk, skilek, etc.)*
12. *Nedsette arbeidsgruppe bestående av representanter fra hyttefolk og lokale som arbeider med utvikling av Øyfjell til beste for begge grupper.*

5. Litteraturliste

- ✓ Andersen, I. (1998): Den Skinbarlige Virkelighed, København: Samfundslitteratur.
- ✓ Arnesen, Tor (2003). Blir hyttefolk fastbuande? Innlegg på Konferanse om framtidsetta hyttebygging, Høiland Gard, Årdal i Ryfylke.
- ✓ Ericsson, Birgitta, Tor Arnesen og Kjell Overvåg (2005) "Fra hyttefolk til sekundærbosatte. Et forprosjekt." ØF-rapport nr. 04/2005
- ✓ Jystad, Bård (2000): Hytteliv = Næringsliv, Tidsskriftet Utmark, nr. 2-2000.
- ✓ Kvale, Steinar (1998): Interview. København: Hans Reitzels Forlag.
- ✓ SSB (2006): Utdanningsnivå i befolkningen. Statistisk Sentralbyrå, <http://www.ssb.no/emner/04/01/utniv/tab-2007-08-27-03.html>
- ✓ Taugbøl, T., Vistad, O.I., Nellemann, C., Kaltenborn, B.P., Flyen, A.C., Swensen, G., Nybakken, A., Horgen, B.C., Grefsrud, R., Lein, K., Sivertsen, J.B. & Gurigard, K.(2001). Hyttebygging i Norge. En oppsummering og vurdering av ulike miljø- og samfunnsmessige effekter av hyttebygging i fjell- og skogtraktene i Sør-Norge. NINA Oppdragsmelding 709: 1-65.
- ✓ Velvin, Jan, Eivind Drag og Lars Petter Soltvedt (2000): En kartlegging av hytteturisme som ledd i utvikling av bærekraftige bygdesamfunn, Rapporter nr 17, Høgskolen i Buskerud, Kongsberg.