

Fritidsboligeieres motiver for friluftsliv som forklaring på preferanser for utmarksbaserte aktiviteter og opplevelser

En kartlegging av fritidsboligbruken i "landbruk, kultur og fritidsboligkommunen Ål"

OWNERS OF VACATION HOMES MOTIVES FOR OUTDOOR LIFE AS EXPLANATION OF PREFERENCES FOR ACTIVITIES AND ADVENTURES IN OUTLYING FIELD. A study of vacation home use in "agricultural, cultur, and the vacationhome municipal Ål"

KRISTIAN KVISTAD HOLM

UNIVERSITETET FOR MILJØ- OG BIOVITENSKAP
INSTITUTT FOR NATURFORVALTNING
MASTEROPPGAVE 30 STP. 2008



FORORD

Dette er en masteroppgave innen studiet utmarksbasert næringsutvikling ved Universitetet for miljø og biovitenskap på Ås.

I mars 2007 oppsøkte jeg Ål kommune i Hallingdal med forespørsel om de ville være med på et samarbeid om en masteroppgave innen temaet utmarksbaserte næringer i kommunen. Jeg ble tatt svært godt imot, og etter flere samtaler utover vår og høst med Næringskonsulent Are Fosse og Sakshandsamar for plan/fisk/vilt Trond Erik Buttingsrud utarbeidet vi et "lite" prosjekt med mål om å gjennomføre en spørreundersøkelse blant kommunens fritidsboligeiere. Jeg vil herved benytte anledningen til å takke Are og Trond Erik for samarbeidet og all hjelpen dere har gitt meg, dere har i stor grad gjort gjennomføringen av denne oppgaven mulig for meg. Det ble sendt ut spørreskjema til i overkant av 2000 fritidsboligeiere, av disse svarte over 1000! Dette prosjektet hadde ikke vært mulig uten deres hjelp, jeg er derfor svært takknemmelig for bidraget og engasjementet dere har vist ved å fylle ut spørreskjemaet, jeg er overveldet over at så mange tok seg tid til å være med, tusen takk!

I forarbeidet ifm. utarbeidelsen av spørreskjemaet fikk jeg svært god assistanse av doktorgrads-stipendiatene Jon B. Sande UMB og Erlend Nybakk Skog og Landskap, dere har vært med på å sikre datamaterialet høy kvalitet. Jeg vil også takke Erlend for all hjelpen med bearbeidningen av datamaterialet, du har lært meg mye, og dette arbeidet hadde blitt vanskelig uten din hjelp, tusen takk! Mine veiledere har vært professor Ole Hofstad UMB, og professor Birger Vennesland UMB/Skog og Landskap takk for den assistansen dere har gitt.

Det er et stort antall personer som velvillig har bidratt med sin kompetanse i arbeidet med denne oppgaven, det er derfor dristig å forsøke å takke alle med fare for å glemme noen, men det er likevel noen flere jeg gjerne vil gi en spesiell takk:

Ivar Ådnegård, du har fungert som en mentor innen hytteliv og utmarksnæringer i Ål kommune, tusen takk for hyggelige og nyttige "svallar" og at du tok deg tid til å gå gjennom skjemaet mitt og korrigere for lokale forhold.

Sekretariatet i Ål kommune og ett knippe insatsvillige medlemmer fra Ål-alpingruppe har hjulpet meg med det praktiske arbeidet ifølge med datainnsamlingen, tusen takk til dere alle.

Studieveileder ved INA-UMB Ellen Soldal reddet meg med tilgang og assistanse på det elektroniske spørreskjemaet Questback da det så som mørkest ut, tusen takk!

Takk til Hallingmøbler for svarpremien.

Takk til testrespondentene mine som ble brukt som "prøvekaniner" i utviklingen av spørreskjemaet, og medstudenter og andre som gikk gjennom og kommenterte spørreskjemaet.

Takk til medstudenter for inspirerende samtaler og kaffepauser på Sus Scrofa, og for kjærkomne faglige og ufaglige samtaler over nettet når jeg har hatt hjemmekontor.

Og til slutt; min kjære samboer Marianne som har motivert og oppmuntret meg gjennom fem års studier, og "sparket meg i baken" når jeg har trengt det. Sammen med Sigrid og Peder har du også gitt meg de viktige avbrekkene i arbeidet med oppgaven. Sigrid og Peder; nå er pappa ferdig og kan bli med ut å leke!

Ål, 14. august 2008

Kristian Kvistad Holm

Sammendrag

De siste årene har det vært økt politisk fokus på den økonomiske betydningen økt næringsmessig utnytting av utmarka vil kunne ha for grunneiere og bygdesamfunn. Fritidsboliger bygd ved hjelp av lokal arbeidskraft er trolig den sikreste kilden til økte lokaløkonomiske effekter ved kommersiell utnytting av utmarka, men dette er en begrenset ressurs. Kommuner med en stor andel fritidsboliger bør derfor utnytte fritidsboligbrukerne som en stabil og repetitiv kundegruppe for utmarksbaserte aktivitets- og opplevelsesprodukter. Det er de siste 10-20 årene utført et titalls større og mindre fritidsboligundersøkelser i Norge som alle har hatt som hovedformål å kartlegge fritidsboligeierne og finne ut hvordan man kan få de til å legge igjen mer penger i lokalmiljøet. I denne undersøkelsen som er utført i Ål kommune, har jeg forsøkt å gå mer i dybden enn de tidligere fritidsbolig-undersøkelsene ved å koble fritidsboligeiernes motiver for utøvelse av friluftsliv opp mot preferanser for kommersielle turer/aktiviteter/ og opplevelsestilbud i utmark. Dette er gjort ved hjelp av en kausal modell hvor tidligere kjente mål for friluftslivsmotiv, samt motivkategoriene kulturopplevelse og villmarksopplevelse, utøverens toleranse for trengsel, og utøverens selvoppfattede utøvernivå er brukt som forklaringsvariable (uavhengige variable). De seks tenkte produktkategoriene; Arrangerte turer/akt/opplevelser basert på 1) naturopplevelser, 2) fart og spenning, 3) kulturopplevelser, 4) ikke kommersiell tilrettelegging 5) aktivitetsarenaer og 6) jakt og fiske, er brukt som avhengige variable.

Det er brukt teori om friluftslivsbegrepet, og endringene innen friluftslivsutøvelsen, annen forskning om kommersialisering av friluftslivsaktiviteter og egen og andre fagpersoners erfaringer og kunnskap for å utvikle modell og hypoteser.

De empiriske resultatene viser at fritidsboligeiernes friluftslivsmotiv og egenskapene som friluftslivsutøver har stor betydning for hvilke preferanser de har for utmarksbaserte aktiviteter og opplevelser.

Abstract

The last few years there has been increased political focus on the economic importance increased commercial development of outlying field will have for landowners and rural communities.

Vacation homes build by local manpower is probably the most secure source of increasing local economic effects by commercial utilization of outlying field, but this is a limited resource. Local governments with a large number of vacation homes should therefore make the most of the users of the vacation homes as a stable and repetitive group of customers for activity-and adventure-products based in outlying field. The last 10 to 20 years there has been executed a tenfold inquiries on vacation homes in Norway. They have all had as main purpose to survey the owners of the vacation homes and to find out how to make them spend more money in the local communities where the vacation homes are situated.

This inquiry is executed among the owners of vacation homes in the local government of Ål, where the object has been to dig deeper than the previous inquiries by coupling the owners motives for outdoor recreation to preferences for commercial activities/trips/adventuretourism in outlying field. This is done by a causal model where previously known measures of motives for outdoor recreation, and the categories cultural experiences and wilderness experiences, the persons tolerance for crowds, and the persons self-perception of his performance-level are used as explanatory variables (independent variables).

Six product-categories are used as dependent variables; Organized trips/activities/experiences based on 1) nature-experiences, 2) adventures, 3) cultural experiences, 4) non-commercial adaption, 5) arenas for activities, 6) hunting and fishing.

Theory on the concept of outdoor recreation, the changes in the execution of outdoor recreation, other research into commercialization of outdoor recreation activities and the writers own and other professionals experiences and knowledge have been employed to develop model and working hypotheses.

The empirical results show that the motives for outdoor recreation of owners of vacation homes and the characteristics of the persons executing outdoor recreation have a large impact on what preferences the persons have for activities and experiences based in outlying field.

Innholdsfortegnelse

1 Innledning	8
1.1 Bakgrunn.....	8
1.2 Problemstilling	10
1.3 Begrepsavklaringer	13
Fritidsboliger	13
Fritidsboligeiere og fritidsboligbrukere.....	13
Utmarksbasert næringsutvikling i denne oppgaven	14
Næringsutvikling	14
2 Teoretisk bakgrunn	14
2.1 Friluftsliv.....	16
2.1.1 Friluftsliv i form av kommersielle aktiviteter og opplevelser	17
2.1.2 Motiver for friluftsliv	17
2.1.3 Friluftsutøveren, den tradisjonelle og den moderne.....	18
2.1.4 Brukertypologer.....	19
3 Modell og hypoteser	22
3.1 Presentasjon av modellen	22
3.2 Presentasjon av elementene i modellen.....	25
Uavhengige variabler:	25
3.2.1 Modell1	28
3.2.3 Modell2	30
3.2.4 Modell3	32
3.2.5 Modell4	34
3.2.6 Modell5	36
3.2.7 Modell 6	38
4. Materiale og metode	39
4.1 Forsøksdesign	39
4.2 Datainnsamlingsmetode	40
4.3 Beskrivelse av spørreskjemaet	41
4.3.1 Utvalg	41
4.3.2 Måling av variable	42
4.4 Utforming og utsending av spørreskjema	45
Datagrunnlag.....	45
4.5 Innsamling og registrering av data.....	47
5 Analyser og resultater.....	48
5.1 Deskriptiv informasjon om fritidsboligeierne og fritidsboligene.....	49
5.2 Testing av måleinstrumentene -Faktoranalyse og Cronbach's alpha	50
5.2.1. Avhengige variable	50
5.2.2. Uavhengige variable.....	54
5.3 Reviderte modeller og hypoteser	58
5.3.1 Modell1	58
5.3.2 Modell 2	60
5.3.3 Modell 3	62

5.3.4	Modell 4	64
5.3.5	Modell 5	66
5.3.6	Modell 6	68
5.4	Resultat av regresjonsanalyse, signifikante hypoteser	69
6.	Diskusjon	73
6.1.	Diskusjon og forklaring av resultater	73
6.2	Diskusjon av metode	78
	Kritikk av modellen	79
6.3	Hvilken nytte for forskningen?	81
6.4	Hvilken nytte for Ål kommune?	81
7.	Konklusjon	81
Kilder:		84
	Mikalsen, B.E. 2007. 280.000 vil kjøpe hytte Dagens Næringsliv Publisert: 02.11.2007	85
Vedlegg		88
Spørreskjema		
Non-response-bias		
Pearson		

Figurliste

Figur 1.1	Dimensjoner for definering av ulike typer fritidsboliger, modifisert figur fra (Ericsson et.al. 2005).	13
Figur 2	Oversiktsmodell	24
Figur 3	Modell 1	29
Figur 4	Modell 2	31
Figur 5	Modell 3	33
Figur 6	Modell 4	35
Figur 7	Modell 5	37
Figur 8	Modell 6	39
Figur 9	Modell 1 revidert	58
Figur 10	Modell 2 revidert	60
Figur 11	Modell 3 revidert	62
Figur 12	Modell 4 revidert	64
Figur 13	Modell 5 revidert	66
Figur 14	Modell 6 revidert	68
Figur 15	Oversikt over gyldige og ugyldige hypoteser (Hypotesene som er lagt til grunn er de som ble justert etter faktoranalysen)	70

Tabell 1 Tabell 5.1 Enkelte kjennetegn ved fritidsboligene i Ål kommune. Prosent.	49
Tabell 2 Tabell 5.3 Fritidsboligeierne	50
Tabell 3 Tabell 5.4 <i>Rotated component matrix</i> Avhengige variable, tenkte produktkategorier for utmarksbaserte turer/aktiviteter og opplevelser.	50
Tabell 4 Tabell 5.5 <i>Reliability Analyses</i> , Avhengige variable, tenkte produktkategorier for utmarksbaserte turer/aktiviteter og opplevelser.	52
Tabell 5 Tabell 5.6 Faktoranalyse, friluftslivsmotiver og egenskaper som friluftsutøver	54
Tabell 6 Tabell 5.7 <i>Reliability Analyses</i> , friluftslivsmotiver og egenskaper som friluftsutøver	56
Tabell 7I: T-test Naturopplevelser	59
Tabell 8 T-test: Fart og spenning.....	61
Tabell 9 T-test: Kultur	63
Tabell 10 T-test: Ikke kommersiell tilrettelegging av utmark.....	65
Tabell 11 T-test: Jakt og fiske.....	67
Tabell 12 T-test: Gårds- og stølsopplevelser	69

1 Innledning

1.1 Bakgrunn

For mange utkantkommuner og bygdesamfunn blir økt kommersialisering av utmarka sett på som den store redningen for å bremse fraflyttningsstrømmen og kompensere for nedbygging og reduserte inntekter i landbruket. Tradisjonelt sett har utmarka i stor grad vært å betrakte som ”råvareleverandør” av trevirke, vannkraft, mineraler, beite og opplevelser for reiselivet (Hagen 2003), men i de siste årene har det vært økt politisk fokus på den økonomiske betydning økt næringsmessig utnytting av utmarka vil kunne ha for grunneiere og bygdesamfunn (Stortingsmelding nr. 19, 1999-2000). Og både reiselivsorganisasjonene og grunneierorganisasjonene har satset stort på prosjekter som skal føre til økt verdiskaping innen reiseliv og småskala energiproduksjon (Stensland 2005). Blant de viktigste utmarksproduktene som ofte framheves når det snakkes om økt satsing på utmarksbasert næringsutvikling finner vi likevel et forholdsvis tradisjonelt produkt; nemlig utvikling av fritidsboliger. Selv om det nå kan se ut som vi har nådd toppen på de siste årenes økonomiske høykonjunktur ser det ikke ut til at nordmenns store interesse for å eie sin egen fritidsbolig vil avta merkbart med det første. For nordmenn har ”alltid” hatt et helt spesielt forhold til ”hyttelivet”. Å reise på hytta inngår i ferie- og fritidslivet til en stor andel av Norges befolkning. *”Norge kan være i ferd med å bli verdens mest hyttegale folk”* er utsagnet Dagens Næringsliv åpner en sak med hvor de presenterer en undersøkelse om hvor mange som har, og hvor mange som ønsker fritidsbolig (Mikalsen 2007). I dag finnes det omkring 400.000 fritidsboliger i Norge (SSB 2008). 1,2 millioner nordmenn har tilgang på en eller flere hytter, og hele 280.000 har planer om å skaffe seg en bolig nummer to i løpet av tre år (Mikalsen 2007). Selv om bygging og bruk av fritidsboliger alene ikke kan opprettholde et lokalsamfunn, kan det være betydelige inntekter å hente og et viktig bidrag til å øke sysselsettingsgraden. Et relativt stort antall høystandard hytter bygd ved hjelp av lokal arbeidskraft, og helst lokale underleverandører, er trolig den sikreste kilden for økte lokaløkonomiske effekter ved kommersiell utnytting av utmarka (Hagen 2003). For mange bygdesamfunn og ”utkantkommuner” gir etablering av fritidsboliger håp om at fritidsboligbruken skal skape større etterspørsel etter varer og tjenester og at summen av direkte lokaløkonomiske virkninger og ringvirkninger vil styrke lokalsamfunnet.

Det viser seg imidlertid at når utbyggingen er avsluttet vil de lokale inntektene og sysselsettingen knyttet til fritidsboligene og fritidsboligbrukerne ofte være relativt begrenset (Hagen 2003; Ericsson & Grefsrud 2005). Riktignok genererer bruken av fritidsboligene etterspørsel etter varer og tjenester i området som dagligvarer, hytteutstyr, bensin, sportsutstyr, bilverksted, frisør etc., samt varer og tjenester som vedsalg, brøyting, inntekter fra vedlikehold, vakthold, utleietjenester, med mer (Hagen 2003). Men dette alene sikrer ikke nødvendigvis en stabil lokaløkonomi på sikt. Det er derfor viktig at ”fritidsboligdestinasjonene” ser potensialet i fritidsboligbrukernes etterspørsel etter andre utmarksprodukter. En undersøkelse fra NHO reiseliv viser at naturen er Norges klart viktigste turistattraksjon (NHO Reiseliv 2006). Du som leser vil nå kanskje sitte med et kritisk blikk og tenke at i en kommersiell sammenheng gjelder dette først og fremst utenlandske turister og bedriftsmarkedet (teambuilding osv.), mens fritidsboligen tradisjonelt er forbundet med fritid, friluftsliv og rekreasjon, uten et stort kommersielt preg, noe som også er dokumentert i forskjellige undersøkelser (Ericsson & Grefsrud 2005). I Norge hvor friluftslivet er en så stor del av den norske folkesjela, og allemannsretten gjør tilgangen til naturopplevelser nær sagt ubegrenset, er det ikke nødvendigvis åpenbart at fritidsboligeierne er en potensiell etterspørselsgruppe for utmarksbaserte aktiviteter og opplevelser. Man ser gjerne på den tradisjonelle norske hyttebruken som svært nøktern og ikke-kommersielt friluftorientert. Riktignok er det mange hytteeiere som benytter seg av alpinanlegg og golfbaner som de må betale for, men utover dette er den stereotype norske hytteeieren stort sett å finne i skiløypa ikledd anorakk og med sekk på ryggen med matpakke og kvikklunsj. Hvordan kan man da påstå at denne gruppen skal ha betydning for lokaløkonomien til ”fritidsboligdestinasjonene”? Svaret på dette spørsmålet er nok at bildet er mer nyansert enn jeg her antyder, både ”hyttelivet” og ”friluftslivet” er i sterk forandring. Stereotypen jeg skisserer er om ikke utdøende, så i hvert fall overrepresentert i gruppen av dagens eldste fritidsboligeiere. Tidlige tiders hytteliv bar preg av enkelhet, og nærheten til natur og stillhet var det som sto i fokus. Hyttelivet skulle være en kontrast til dagliglivet, i dag er det motsatte mer regelen. Dagens fritidsboliger innehar den samme standard, og inneholder de samme hjelpemidlene vi finner i de fleste bolighus. Dagens fritidsboligbruker lever i stor grad det samme livet i fritidsboligen som hjemme, bare omgitt av andre omgivelser (Kiran 2006). Folk er også mer pengesterke og er mer interessert i å betale for produkter og tjenester som gjør tilgangen til det de ønsker å foreta seg lettere (Dervo 2005).

Når vi samtidig ser en endring i fenomenet friluftsliv ved at nye grupper utøvere bedriver aktiviteter i naturen på måter som ikke er forbundet med tradisjonelt friluftsliv, og kommersielle aktører utvikler et stadig bredere spekter av tilrettelagte tilbud (Teknologirådet 2006), er det nærliggende å tenke seg at fritidsboligeierne likevel vil være en potensiell gruppe for kommersielle aktiviteter og opplevelser i utmark. Dette er også noe tidligere undersøkelser viser, dagens fritidsboligeiere etterspør i større grad utmarksbaserte aktiviteter og opplevelser som i stor grad dreier seg om ulike former for friluftsliv pakket inn i en ”kommersiell drakt” (Ericsson & Grefsrud 2005).

1.2 Problemstilling

Særtegn ved fritidsboligen, ved eieren og området gjør at brukernes vektlegging av ulike faktorer de klassifiserer som viktige egenskaper ved fritidsboligen og området gjør at de sannsynligvis representerer svært ulike etterspørselsgrupper (Ericsson og Grefsrud 2005). Bruken av fritidsboligene vil også variere til dels mye mellom hvilke av faktorene eierne legger vekt på (ibid 2005). Mange ”fritidsboligdestinasjoner” har en bestand av fritidsboliger som er bygd opp gjennom flere årtier, og de kommersielle utmarkstilbudene vil om de i det hele tatt finnes, i mange tilfeller nødvendigvis ikke bevisst være tilpasset dagens eiere og brukere av fritidsboligene. Dersom lokalsamfunnet ønsker å utnytte de økonomiske effektene som fritidsboligbruk representerer på en best mulig måte, og sørge for at fritidsboligbruken optimaliseres i størst mulig grad, er det av stor nytte med en kartlegging av fritidsboligbruken ved å finne ut hvem fritidsboligbrukerne er, og hvorfor de velger å tilbringe store deler av sin fritid nettopp her. Den beste måten å utføre en slik kartlegging på med hensyn til ressursbruk og muligheter for kvantifisering er ved bruk av postal spørreundersøkelse (Velvin 2006).

De siste årene har flere forskningsmiljøer fattet interessen for fenomenet fritidsboliger, og det er foretatt flere større og mindre hyttebrukerundersøkelser i Norge. Disse undersøkelsene har hatt ulike hovedformål og tilnærmingmetoder, men felles for de er at de forsøker å kartlegge hva som må til for at ”fritidsboligdestinasjonen” i større grad kan få fritidsboligbrukerne til å legge igjen mer penger i bygda/kommunen. Dette er gjort ved å spørre respondentene direkte om hva de gjør når de besøker fritidsboligen, hvilke tilbud de benytter, hvor mye penger de bruker på forskjellige varer og tjenester, hvilke tilbud (varer og tjenester) de savner, og hva som må til for at de skal bruke fritidsboligen mer etc. I denne studien vil jeg imidlertid forsøke å fokusere mer

på de bakenforliggende årsakene til hvorfor folk velger som de gjør. Jeg har da valgt å se nærmere på fritidsboligeiernes preferanser for utmarksbaserte aktiviteter og opplevelser ut ifra hvem de er som friluftsutøvere.

Problemstillingen i denne studien blir derfor som følger:

Kan motivene og egenskapene som eiere av fritidsboliger har som utøvere av friluftsliv gi indikasjoner på hva slags utmarksbaserte aktivitets- og opplevelsestilbud de benytter og/eller ønsker å benytte? Hvilke motiver påvirker etterspørselen etter ulike aktivitets- og opplevelsesprodukter?

Forsøket på å besvare disse spørsmålene er gjort ved hjelp av en kausal modell hvor det er brukt kjente mål for ulike motiver for friluftsutøvelse. De ulike motivkategoriene blir sammen med fritidsboligeierens utøvernivå, og toleranse for trengsel, brukt som forklaringsvariabler for om fritidsboligeieren benytter seg av ulike former for utmarksbaserte aktiviteter og opplevelser. De utmarksbaserte aktivitetene og opplevelsene, de forklarte variablene, er delt opp i seks tenkte produktkategorier. Formålet med en slik tilnærming er å se om fritidsboligeierens motiver som friluftsutøver vil kunne gi en indikasjon på hvilken type tilrettelegging han vil søke. Noen vil kanskje søke kommersielle tilbud, noen vil benytte seg av ikke-kommersielle tilbud, mens noen vil unngå tilrettelagte tilbud.

Studien er gjort i samarbeid med Ål kommune. Studien inneholder derfor også i tillegg til de kausale elementene en god del deskriptiv informasjon om fritidsboligens beliggenhet, standard, byggeår, fritidsboligeierens alder, utdanning, bosted og inntekt, tilbud som benyttes ved opphold i kommunen, brukshyppighet etc.

De deskriptive dataene vil bare bli overfladisk presentert i denne rapporten, det vil bli laget en egen rapport som presenterer denne informasjonen mer detaljert.

Det er også viktig å understreke at denne studien ikke tar sikte på å definere ett/flere produkt(er) med kun fritidsboligbrukere som kundegruppe. Målet er å kunne si noe om det finnes et uutnyttet, evt. underutnyttet etterspørselspotensial i fritidsboligbrukerne. De fleste/alle aktører vil være avhengig av flere kundegrupper enn fritidsboligbrukere alene, men noen opplevelses/aktivitetsgrupper vil være svært prisgitt den stabile og repetitive kundemassen fritidsboligene representerer. Dette ser man eksempelvis i de aller fleste alpinanlegg.

Ål kommune

Ål, kommune ligger i Øvre Hallingdal i Buskerud fylke. Ål er en utpreget fjellkommune, der 81 % av arealet er fjell og vidde over 900 moh., med nesten 1700 sjøer og vann. Høyeste fjell er Raudbergskarvet (1819 moh.). Kommunen har ca. 4700 innbyggere. Jord- og skogbruk er viktigste næringsvei. Jordbruket i Ål er preget av husdyrhold. Det er mye eng og beitemark, og mange støler er fortsatt i drift. Ellers har kommunen et variert næringsliv med mye småindustrivirksomhet. Ål er ledende i Hallingdal innenfor byggebransjen, ellers er det mange arbeidsplasser innen helse og skole. Bergensbanen og Rv. 7 Oslo-Bergen går gjennom kommunen. Ål kommune hevder at; ”Reiselivet har i Ål ein annan profil enn i dei andre bygdene i Hallingdal. Ål har ikkje dei store turistbedriftene, men meir familie- og hytteturisme” (Ål kommune 2008).

Det som gjør Ål interessant i denne sammenheng er at kommunen har en forholdsvis stor og veletablert hyttebestand. Kommunen ligger midt i Hallingdal som er en av Norges største reiselivsregioner med en reiselivsklynge som består av nærmere 250 bedrifter innen opplevelser, overnatting, servering, transport og handel (Buskerud fylkeskommune 2007). Likevel er tilbudet av kommersielle utmarksbaserte opplevelser og aktiviteter i Ål av en mye mindre skala enn hos nabokommunene, eksempelvis er tilbudet innen alpinsport mye mer utbygd og etablert i nabokommunene Hol (Geilo) og Hemsedal selv om de naturgitte egenskapene ikke er vesentlig forskjellig. Det samme gjelder tilbudet av ”varme senger”¹. Samtidig har Ål et av de lengste og påstått beste langrennsløypenett i Norge. Årsaken til denne utviklingen kan være svært sammensatt og ha både næringsmessige, politiske, brukermessige og naturgitte årsaker. En forklaring kan være kommunens ønskede profil som kultur-, landbruk-, hytte- og natur-kommune (Ål kommune 2006). Denne studien vil ikke ta sikte på å finne ut hvorfor tilbudet har blitt som det har blitt, men man kan jo tenke seg at mange har fritidsbolig i Ål nettopp fordi de ønsker nøyaktig den profilen kommunen framsto med på anskaffelsestidspunktet. Allikevel kan man tenke seg at mange ønsker et bredere tilbud innen utmarksbaserte aktiviteter og opplevelser enn det som finnes i dag for at de skal være villige til å bruke fritidsboligen mer og bruke mer penger på lokale tilbud.

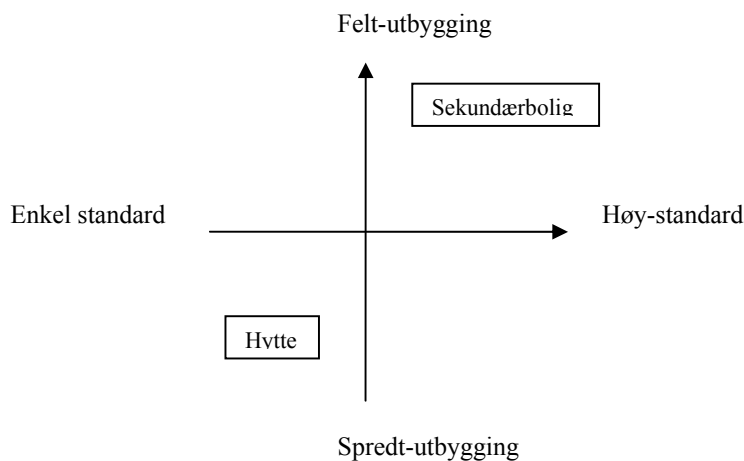
¹ Med varme senger menes kommersielle overnattingstilbud. Varme senger er betegnelsen på senger som brukes hele året, og brukes i kontrast til kalde senger, som er senger i fritidsboliger som ikke leies ut.

1.3 Begrepsavklaringer

Fritidsboliger

Hytte kommer av det tyske ordet hütte og betyr; opprinnelig lite, uanselig, fattigslig (tre)hus (Store Norske Leksikon 2008). Når media bruker begrep som ”millionhytte”, ”hytteluksus” og ”giganthytte” kan det virke både misvisende og ironisk.

Neste side følger en figur som plasserer ulike typer av fritidsboliger i forhold til hverandre. Den tradisjonelle hytta i ordets rette forstand finner vi som regel nederst til venstre i figuren, de fleste nyere fritidsboliger er å finne øverst til høyre, og omtales ofte som sekundærbolig (Ericsson et.al 2005).



Figur 1.1 Dimensjoner for definering av ulike typer fritidsboliger, modifisert figur fra (Ericsson et.al. 2005).

Jeg vil herfra og i resten av dokumentet forsøke å konsekvent bruke begrepet fritidsbolig da dette kan sees på som en fellesbenevnelse for alle bygninger som brukes til fritidsbruk jfr. fig.1 over. Jeg har likevel enkelte steder valgt å bruke begrepet ”hytte” og ”hytteliv” der jeg av ulike grunner har funnet dette hensiktsmessig, jeg har da brukt hermetegn. Dette gjelder spesielt i situasjoner der media og ”på folkemunne” bruker begrepet ”hytte” om byggverk som i form og størrelse er langt ifra den opprinnelige betydningen av begrepet.

Fritidsboligeiere og fritidsboligbrukere

Spørreskjemaene er sendt ut til den personen som er registrert som eier av fritidsboligen, respondentene vil derfor i stor grad betegnes som fritidsboligeiere.

Men noen av spørsmålene er formulert på en måte som inkluderer alle personene som bruker fritidsboligen. Fritidsboligbrukere vil bli brukt der spørsmålene inkluderer alle brukere av fritidsboligen.

Utmarksbasert næringsutvikling i denne oppgaven

Begrepet utmarksbasert næringsutvikling blir mye brukt i denne rapporten, det er derfor viktig at leseren blir gjort oppmerksom på nøyaktig hva som menes med dette begrepet.

Vorkinn (2000) bruker betegnelsen *"nye former for utmarksbasert næringsutvikling"* som hun definerer som: *"næringsvirksomhet med utgangspunkt i jakt, innlandsfiske, ulike former for aktivitetsturisme, hyttebygging o.l. Dvs. næringsvirksomhet basert på fritidsbruk av utmark. Tradisjonell næringsvirksomhet som skogbruk og beite er ikke inkludert i begrepet. Unntatt er også næringsvirksomhet basert på fritidsfiske i sjøen (ibid).*

Jeg holder meg til denne definisjonen når jeg bruker begrepet utmarksbasert næringsutvikling. I tillegg bruker jeg ofte begrepet "utmarksbaserte opplevelser og aktiviteter". Da er virksomhet som har direkte med hyttebygging å gjøre utelatt.

Næringsutvikling

Næringsutvikling: økonomiske aktiviteter som skaper økte eller nye inntekter og/eller sysselsetting (Ericsson og Overvåg 2005).

2 Teoretisk bakgrunn

Dervo (2005) redegjør for ulike undersøkelser som kartlegger utmarksbasert turisme i fjell- og dalregioner i Sør-Norge. Han stiller spørsmål om satsingen på utmarksbasert turisme vil komme i konflikt med det tradisjonelle friluftslivet, ved å beskrive tre ulike sider ved kommersialisering av friluftslivet; omfanget av den utmarksbaserte turismen, prisutvikling på jakt og fiske, og utviklingen i bruk av utstyr i forbindelse med friluftslivsutøvelse. Under har jeg listet opp de av funnene som er interessante for denne studien:

- Utmarksbasert turisme er i stor vekst som følge av økt turisme, landbrukets behov for nye inntektskilder, økt materiell velstand, mer fritid og fokus på selvrealisering, samt økt oppslutning om mestrings- og spenningsaktiviteter.

- Det er de tradisjonelle friluftsutøverne som er de viktigste kjøperne av utmarksbaserte turer/aktivitets/opplevelses-produkter, men de sterke tradisjonene rundt friluftslivet, allemannsretten og ”den sosialdemokratiske ånden” i Norge gjør likevel sitt til at det er store utfordringer forbundet med økt kommersialisering av friluftspregede utmarksprodukter.
- Hoveddelen av friluftsutøvernes pengebruk er knyttet til kjøp av utstyr, og overnatting/servering.
- Kommersialiseringen skjer først og fremst på utstyrsfronten ved at folk stadig kjøper dyrere og mer spesialisert friluftslivsutstyr, men det er også økte krav til komfort og tilrettelegging av overnatting og bespisning. Det er også økende etterspørsel etter tilrettelagte friluftaktiviteter.
- Det finnes ingen god oversikt over tilbudene innen kommersielt tilrettelagte naturopplevelser. Mange av aktivitetene er utydelige og mangler tilstrekkelig beskrivelse, det er derfor behov for sertifiseringsordninger og produktkontroll.

Når det gjelder jakt, så går det et klart skille mellom salg av råvaren (jakt på egenhånd) og guidet jakt. ”Jakt på egen hånd” er et enkelt produkt å tilby. Forutsatt at viltet er tilstede, så avhenger utbytte av jegerens dyktighet og flaks. Situasjonen er en helt annen når det tilbys guidet jakt. Her påtar guiden seg et betydelig ansvar for å legge forholdene til rette for kunden, blant annet ved å finne viltet. De fleste norske jegere ønsker ikke guide, men har likevel høy betalingsvillighet dersom jakta oppleves bra og de får disponere husværet og terrenget som avtalt (Norges Skogeierforbund og Norges Bondelag 2001).

Med disse beskrivelsene av situasjonen innen utmarksbasert turisme som bakteppe vil jeg videre i teorikapittelet gå litt mer inn på friluftslivsbegrepet, og endringene innen friluftslivsutøvelsen. Disse endringene kan sies å være noe av grunnlaget for kommersialisering etter som ”nye” friluftaktiviteter krever spesialisert utstyr og instruksjoner i bruk.

2.1 Friluftsliv

Friluftsliv er en viktig del av det vi ser på som det norske (Witoszek 1998, Woon 1993).

Friluftsliv er et svært kompleks begrep, noe som i stor grad vises i forskningslitteraturen der ulike definisjoner av begrepet viser til subjektive tolkninger av begrepet friluftsliv (Nerland og Vikander 2002):

”...opphold og fysisk aktivitet i friluft i fritiden med sikte på miljøforandring og naturopplevelse.” (Miljøverndepartementet 1986-1987:12).

Friluftslivet er ”opphold og fysisk aktivitet i friluft i fritiden med sikte på miljøforandring og naturopplevelse”. Målsetjinga er å fremje det enkle friluftslivet – for alle, i dagleglivet og i harmoni med naturen. Friluftslivspolitikken legg hovudvekta på ein kjerne av ikkje konkurranseprega, ikkje motoriserte fritidsaktivitetar som går føre seg på allment tilgjengelege, naturprega område.
(Stortingsmelding 39, 2000-2001).

Friluftsliv är färdsl och liv i nära kontakt med den fria naturen, där huvudsyftet är upplevelser och erfarenheter.” (Tordsson 1993).

”Hensynsfull ferdsel og ansvarsfull bruk av den frie natur, hvor hovedsiktemålet er gode naturopplevelser.” (Tellnes 1985)

Det er to fellestrekk som går igjen i ulike definisjoner på friluftsliv; naturopplevelse og miljø (Nerland & Vikander 2002). Skaar (2002) stiller spørsmålstegn ved om det finnes et ”politisk korrekt” og et ”politisk ukorrekt” friluftsliv. Hun peker på at St. melding. 39 lett kan gi inntrykk av at det tradisjonelle, enkle friluftslivet har en dominerende plass i den norske befolkningens hverdag, og det er slik det bør være. Grensene mellom friluftsliv og mer konkurransepregede aktiviteter er også uklare. En rolig skitur regnes som friluftsliv, men om samme person bruker den samme skiløypa til organisert trening, faller det ikke inn under stortingsmeldingens definisjon for friluftsliv fordi det da blir for konkurransepreget til å klassifiseres som friluftsliv (Teknologirådet 2006). Også et mer kommersialisert friluftsliv vil kunne komme i konflikt med definisjonen i stortingsmeldingen. Blant annet vil tilgangen på ”allment tilgjengelige” arealer kunne avta.

Flere friluftaktiviteter vil kunne foregå på arealer med ulike former for adgangsbegrensning, eller oppta plass slik at arealer i praksis blir mindre tilgjengelige for andre. Men er det mindre friluftsliv om en må betale et beløp for å komme inn i løypenettet, er spørsmålet som stilles i rapporten "Fremtidens friluftsliv" (Teknologirådet 2006).

2.1.1 Friluftsliv i form av kommersielle aktiviteter og opplevelser

Tradisjonelt sett har bruken av norsk natur i stor grad vært basert på at friluftsutøveren selv planlegger turen og bringer med seg det man trenger av utstyr. Men de siste årene har man sett at stadig flere søker aktiviteter som er tilrettelagt for dem, f.eks. en guidet fjelltur eller ved å rafte i Sjøa. Et viktig spørsmål blir hvorvidt denne trenden vil vedvare, og om stadig flere vil etterspørre aktiviteter som er tilrettelagt (Teknologirådet 2006).

Man vil kunne få en situasjon der en voksende gruppe kjøpsterke personer med krav til effektiv bruk av fritiden og ønsker om "unike" opplevelser etterspør nye tilbud, samtidig som stadig flere bosatt i distriktene ønsker å utvikle næringsvirksomhet knyttet til bruk av naturen. Dette vil i sum kunne bidra til en sterk vekst i tilbudet av tilrettelagte aktiviteter, og til økende kommersialisering av norsk friluftsliv (Teknologirådet 2006).

Samtidig er det klart at tilrettelegging kan ta mange former, fra guiding av fotturister på allerede oppgatte stier, til utbygging av nye anlegg for sykkelcross. Det er også forskjell på å tilrettelegge for bruk og for forbruk av naturen.

Det finnes også de som ikke ønsker mer tilrettelegging, og som heller søker det totalt uberørte. Det er ikke kjent hva norske myndigheter og samfunnet for øvrig vil akseptere av tilrettelegging (Teknologirådet 2006).

2.1.2 Motiver for friluftsliv

Odden og Aas (2002) presenterer resultatene fra ulike norske friluftslivsundersøkelser i perioden 1974-2001. De aller fleste av undersøkelsene bygger på varianter av metodeverktøyet Recreation Experience Preference Scales. REP fungerer ved at respondenten blir bedt om å rangere en rekke påstander om ulike grunner for å drive med en fritidsaktivitet på en skala fra "ikke viktig" til "svært viktig" (Driver et. al. 1991).

Selv om denne skalaen er mye brukt har den også fått mye kritikk, men jeg vil ikke komme nærmere inn på dette temaet her (se Odden & Aas 2002, Aasetre et.al. 1994, Gåsdaal 1995, Vorkinn et al 1996). Odden og Aas finner i sin gjennomgang at uavhengig av om det blir spurt om enkeltaktivitet eller friluftsliv generelt, om utvalget er en liten spesialisert gruppe, eller landomfattende, om undersøkelsen er gjort for 2 eller 20 år siden, så er det noen klare hovedtrekk som peker seg ut. Motiver relatert til kontemplasjon, fysisk aktivitet, sosialt samvær og naturopplevelse er de klart viktigste for friluftsutøvelsen da alle disse faktorene blir betegnet som viktig eller svært viktig av 70-80% av befolkningen (Odden & Aas 2002).

2.1.3 Friluftsutøveren, den tradisjonelle og den moderne

I norsk friluftslitteratur og forskning skilles det gjerne mellom tradisjonelt og moderne friluftsliv. Selv om dette skillet brukes mye, er det likevel et svært omstridt tema om hvilke aktiviteter som hører inn under henholdsvis tradisjonelle og moderne aktiviteter. Vorkinn & Hjelle (2001) forsøker seg med at under tradisjonelle aktiviteter hører skiturer og fotturer i fjellet, og fotturer i skog og mark. Richardson (1994) framhever at friluftslivet har hatt mer eller mindre konstante kjerneverdier i løpet av det siste århundret og har basert seg på tradisjonelle norske aktiviteter som skigåing, fotturer, sanking, jakt og fiske. Friluftslivet har representert et enkelt liv i naturen, som har satt store krav til utøveren. Friluftslivet har stått som en motpol til livet i byen og den urbane kulturen, og naturkontakten har alltid vært sentral (Ese 2004). Friluftslivet har vært tilknyttet ett sett med verdier, som nøysomhet, dyktighet, og en grunntanke om at friluftslivet sin særegne type naturkontakt virker dannende og er bra for menneskene (Richardson 1994). De moderne aktivitetene omfatter aktiviteter som kjøring i alpinanlegg og jogge- og sykkelturner i naturomgivelser (Vorkinn & Hjelle 2001). Aktivitetene i seg selv er ikke moderne i den forstand at mange av aktivitetene som eksempelvis klatring og skikjøring har foregått i over hundre år, men utstyr og omfang av aktivitetene lager et skille mellom det tradisjonelle og det nye. Det moderne friluftslivet orienteres i stor grad mot utstyr og fart (Skår 2002). Det nye i norsk friluftsliv har i all hovedsak framkommet de siste 10-15 åra (Ese 2004). En stadig utvikling av spesialisert sportsutstyr har gjort aktiviteter som frikjøring på ski og snowboard, kite, terreng/downhillsykling, elvepadling, fjellklatring, juving, basehopping og til dels surfing svært populært.

Mye tyder på at de som praktiserer de ”nye” aktivitetene har etablert seg som et tydelig fellesskap med egne ideer og verdier, praksiser, og en egen symbolikk (Ese 2004). For mange personer er det vanlig å utøve både det tradisjonelle, og samtidig praktisere det moderne friluftslivet, den ene dagen kan en person gå en rolig tur i skogen, den neste dagen kan samme personen ”*befinne seg i hypermoderne merkevarebekledning i vel tilrettelagte omgivelser*”(Skår 2002). Det er derfor vanskelig å skille mellom moderne og tradisjonelt friluftsliv, noe som kan beskrive dagens norske friluftsliv ved at det har i seg både det tradisjonelle og det moderne (ibid).

2.1.4 Brukertypologer

Brukerne av norsk natur er ikke en homogen gruppe, og vil kunne ha ulike forventninger til friluftslivet. Teknologirådet (2006) presenterer tre forskjellige brukere, ”tradisjonalisten”, ”den nye brukeren” og ”etternøleren”. I en hyttebrukerundersøkelse i Rendalen, Gausdal og Nord-Aurdal kommuner kommer Ericsson & Grefsrud (2005) fram til fem ulike eierdimensjoner, hvorav tre av disse er knyttet til friluftsliv, ”tradisjonalisten”, ”den moderne rekreasjonsutøver” og ”den høstningsorienterte friluftsutøver”. Ericsson & Overvågs tradisjonalist, og Teknologirådets tradisjonalist innehar imidlertid ikke de samme egenskapene, jeg presenterer derfor alle de fem typologene hver for seg:

”Tradisjonalisten”(Teknologirådet) har – som navnet sier – et tradisjonelt forhold til naturen. Hun søker fred, ro og rekreasjon, liker å planlegge egne turer, og sliter gjerne litt for opplevelsen. Tradisjonalisten er ikke noen stor kjøper av kommersielle tilbud. Det betyr ikke at hun nødvendigvis er prinsipielt imot at naturbruken kommersialiseres, men er kritisk til de konsekvenser kommersialisering og tilrettelegging har for folks forhold til naturen og for den belastning det representerer for flora og fauna. Tradisjonalisten er vant til og liker å planlegge egne turer og å ordne seg på egen hånd. Hun er en kompetent bruker av naturen. I tillegg synes tradisjonalisten det er godt at kommersialiseringen ikke går for langt. Tradisjonalisten finner kommersialisering greit i et visst omfang men ikke i for stort omfang. Hun vil gjerne ha lett tilgang på områder der man kan ferdes i fred og ro i uberørt natur, noe som kan bli vanskelig med for stor grad av kommersialisering (Teknologirådet 2006).

”Tradisjonalisten”(Ericsson & Overvåg) verdsetter de svært tradisjonelle norske friluftslivs- og naturverdier, som turgåing og langrennsskiløping. I sin utøvelse resulterer de i en mer ekstensiv bruk av naturområder. Selv om vi her er konsentrert om typisk nordisk naturbruk som turgåing til fots og på ski, foregår det ikke utelukkende i helt uberørte naturområder. Tvert imot, det er et poeng at også denne gruppen krever noe tilrettelegging, som merking og skilting av turstier sommerstid, og sporpreparering av langrennsløyper vinterstid (Ericsson & Overvåg 2005).

”Etternøleren”: Etternøleren er ikke en erfaren naturbruker. Hun følger gjerne i andres fotspor, og utfordrer sjelden seg selv i naturen. Etternøleren ser positivt på kommersialisering da dette fører til mange nye måter naturen kan oppleves på. Hun synes det er helt greit at naturen har fått preg av å være en vare, der hun kan kjøpe opplevelser, frisk luft etc. Kommersialisering og tilrettelegging gjør at hun kan oppleve naturen men samtidig ha tilgang på den assistanse hun føler behov for og unngå unødig risiko. Mange etternølere har dessuten begrenset kompetanse om naturen, og liten erfaring med å ferdes i den på egen hånd. Derfor er det fint at utøverne av friluftsliv ikke trenger å være særlig kompetente, de kommersielle aktørene stiller med utstyr og gir kundene nødvendig opplæring. Etternøleren er verken særlig kompetent eller erfaren bruker av naturen, og har høy terskel for å drive med friluftsliv. Når hun må ordne det meste selv, vil det ikke stimulere til økt bruk av naturen. Et begrenset omfang av kommersielle tilbud vil være en barriere mot at etternøleren blir en mer aktiv naturbruker. Ett stort omfang av kommersielle tilbud derimot, med tilhørende markedsføring vil medføre at mange etternølere finner interessante tilbud. Terskelen for å komme seg ut i naturen er lav, og det passer etternøleren. Etternøleren plages ikke nevneverdig av det tradisjonalisten anser som kommersialiseringens uheldige virkninger (Teknologirådet 2006).

”Den nye brukeren” ferdes på sykkel ned bratte løyper, med seil over hodet, eller brett under bena. Hun synes det er fantastisk å bruke naturen til å utfordre egne ferdigheter, være i aktivitet, og hun elsker at det hele har et preg av lek.

Den nye brukeren synes mange av de kommersielle tilbudene er for ”kommerse”, med for mange mennesker, for strengt fokus på sikkerhet, og for få muligheter til å utfordre seg selv. Det skal gjerne være stille, spennende og unikt på en gang!

Den nye brukeren er derfor ikke en hyppig kunde hos de kommersielle aktørene, selv om enkelte av de mer nisjepregede produktene er spennende. Den nye brukeren vil være splittet i sitt syn på en stor utstrekning av kommersielle tilbud. På en side synes hun det er positivt dersom det er forholdsvis lett å finne områder der man kan drive med det man ønsker uten at det bli konflikter av det. En del av de kommersielle tilbudene er også spennende, det finnes steder man virkelig kan utfordre egne ferdigheter med kvalifisert veiledning. På den annen side liker også mange av de nye brukerne å kunne holde på med sitt i fred og ro, stor grad av kommersialisering kan føre til at det i svært mange av de best egnede områdene for ulike aktiviteter nå finnes kommersielle tilbud. Mange nye brukere vil i en slik situasjon være på evig jakt etter "ubrukte" områder. Ved stor grad av kommersialisering vil mange drive med det som tidligere ble betraktet som litt unikt. Det vil kunne føre til at visse grupper brukere stadig finner opp nye måter å ferdes i naturen på. Den nye brukeren er vant til å ordne seg selv, og er som tradisjonalisten en kompetent utøver av friluftsliv. Hun liker dessuten muligheten til å kunne oppsøke ulike steder for å bruke naturen slik hun ønsker. En viss fragmentering av naturforvaltningen er derfor et gode for den nye brukeren. Hun synes dessuten at det er fint at naturbruken ikke er for kommersialisert, og at lek, spenning og stillhet gjerne kan gå hånd i hånd (Teknologirådet 2006).

"Den høstingsorienterte friluftslivsutøver": Folk som legger vekt på motiver knytt til denne faktoren bruker naturlandskapet og naturressursene på en spesifikk måte og til et begrenset og relativt spesialisert aktivitetsspekter. Faktoren omfatter først og fremst aktiviteter som jakt og fiske, og vil muligens også kunne tilbakeføres til et mer ruralt verdigrunnlag. Denne faktoren representerer på mange måter også en forbindelse tilbake til en tradisjonell naturbruk i Norge, da høsteaspektet ved bruk av naturområder og friluftsliv var en viktig, og i mange tilfeller helt nødvendig, funksjon. I dag er det neppe grunn til å skille jakt og fiske fra andre frilftsaktiviteter, slik at disse aktivitetene representerer nå i like stor grad en fritidssysse som både alpinkjøring og turgåing (Ericsson & Overvåg 2005).

"Den moderne rekreasjonsutøver": Prefererer tilrettelagte og delvis kommersialiserte aktiviteter. På mange måter ser en her for seg verdier som assosieres med fritidshusområdene i tilknytning til den nye integrerte destinasjonsutviklingen i Norge. Her er det på mange måter en moderne, urban livsstil som eksponeres. Aktivitetene som ansees som viktige blant disse eierne er

basert på intensiv (natur)bruk på mindre områder både sommer- og vinterstid, eksempelvis alpinanlegg, golfbaner, badeanlegg, osv. Kompletterende tilbud som fornøyles- og kulturtilbud og restauranter og spisesteder blir også framhevet som viktig for denne gruppa. Motivene som omfattes av denne faktoren kan oppsummeres som ulike former for tilrettelegging av landskap og miljø, organiserte, mekaniserte og kommersielle aktiviteter med en viss form for moderne og urban tilknytning (Ericsson & Overvåg 2005)

3 Modell og hypoteser

I det foregående kapittel har jeg presentert teori om friluftsliv og ulike motivtypologer.

I dette kapitlet vil jeg presentere en modell som vil bli brukt videre i oppgaven, og som danner grunnlaget for den empiriske testingen i studien. Hvilke friluftslivsmotiver, samt utøvernivå og toleranse for trengsel fritidsboligeierne har, vil bli undersøkt som de forklarende variable. Seks tenkte produktkategorier innen utmarksbaserte aktiviteter og opplevelser vil bli undersøkt som de forklarte variable. Først vil jeg gi en kort presentasjon av modellen, deretter vil jeg redegjøre for hypotesene.

3.1 Presentasjon av modellen

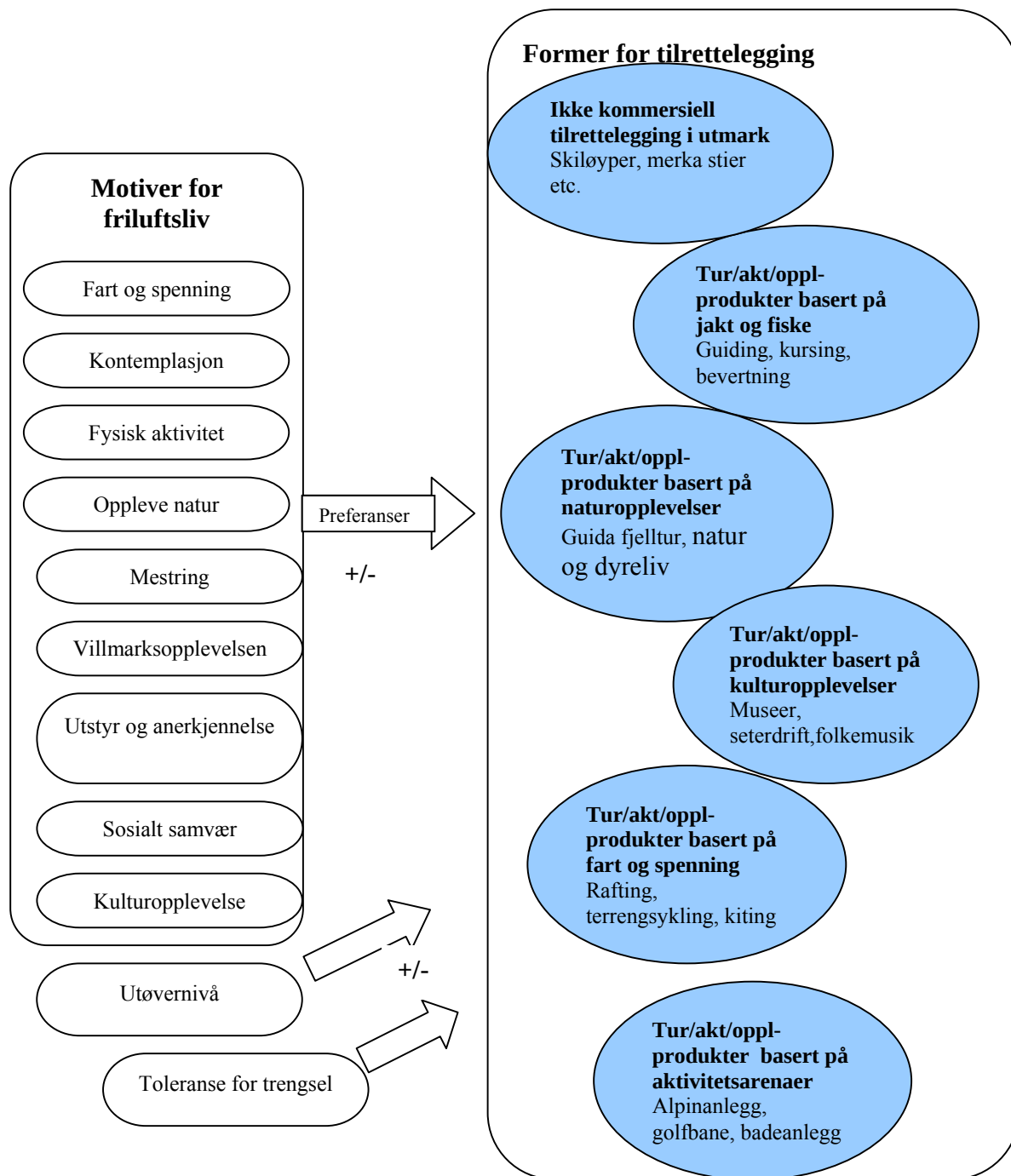
I arbeidet med teori og gjennomgang av tidligere undersøkelser var målet å finne klare sammenhenger mellom motiver og preferanser. Dette lyktes jeg ikke med i like stor grad som jeg hadde ønsket, mye fordi det er forsket lite i Norge på sammenhengen mellom ”gratis uorganisert” friluftsliv, og kjøp av organiserte aktivitet- og opplevelsesprodukt som bygger på de samme aktivitetene. Jeg gjorde noen forsøk på å lete i utenlandske kilder, hovedsakelig amerikanske, men jeg fant det fånyttet tatt i betraktning dette prosjektets størrelse og formål da det for det første finnes utallige kilder som omhandler aktiviteter i friluft (spesielt amerikanske), og det ville blitt svært vilkårlig hvilke jeg ville ha valgt. For det andre er norsk friluftsutøvelse på mange måter ganske særegen ved at det ligger så sterkt i folkesjela, samtidig som allemannsretten legger få begrensninger på utøvelsen. (Se for øvrig kapittel 2.1, definisjoner på friluftsliv).

Løsningen med modellen jeg utviklet, og sammensetningen av denne ble derfor et lite ”pionerforsøk”. Jeg startet først med en sammensatt modell, men grunnet svært mange kausale sammenhenger fant jeg det nødvendig å dele opp modellen i seks for at den ikke skulle bli for uoversiktlig.

Dette var ikke noe problem da de seks delmodellene alle fungerer som uavhengige selvstendige modeller. Under har jeg skissert den opprinnelige modellen i figur 1. Jeg vil videre i dette kapittelet presentere de seks delmodellene hver for seg, slik blir elementene i modellen tydeligere, samt at den kausale sammenhengen kan vises.

Modellen er delt opp etter de avhengige variablene som jeg ønsker å forklare med de uavhengige variablene. Modellen uttrykker at ulike motiver utøveren (i dette tilfellet fritidsboligeieren) har for å utøve friluftsliv vil påvirke hva slags turer/aktiviteter/opplevelses-produkter vedkommende benytter seg av. De uavhengige variablene består av kjente mål for friluftslivsmotiver, i tillegg har jeg lagt til en faktor jeg har kalt villmarksopplevelse og en jeg har kalt kulturopplevelse. Med villmarksopplevelse ønsker jeg å beskrive de som er ute etter å oppleve ”urørt natur”, og oppsøke det ”ville”. Med kulturopplevelse ønsker jeg å beskrive de som er interessert i å oppleve kultur og tradisjon i tilknytning til friluftslivsutøvelsen, det være seg gamle setertradisjoner, egne ruter med og uten guide hvor for eksempel en gammel ferdselsåre beskrives osv. I tillegg beskrives respondenten etter utøvernivå og toleranse for trengsel. Ideelt sett ville jeg ha knyttet hver sammenheng/hypotese til kjent teori. Nå har det seg imidlertid slik at teori som direkte belyser min problemstilling er relativt begrenset, modellen bygger derfor på en kombinasjon av teori og logiske erfaringsmessige sammenhenger bygd på min egen og andre fagfolks kunnskap og kjennskap til fagfeltet.

Fritidsboligeieres preferanser for kjøp av utmarksbaserte aktiviteter og opplevelser



Figur 2 Oversiktsmodell

3.2 Presentasjon av elementene i modellen

I de følgende underkapitlene vil jeg presentere og forklare de seks undermodellene. Jeg starter med en generell presentasjon av de uavhengige variablene, deretter tar jeg for meg hver av de seks avhengige variablene og presenterer modellene og hypotesene som viser hvilke uavhengige variabler jeg har knyttet opp mot hver av de avhengige variabler.

Uavhengige variabler:

Det er viktig å gjøre oppmerksom på at motivene ikke konkurrerer mot hverandre, det vil si at en og samme utøver både kan legge til grunn for eksempel både kontemplasjonsmotiver og fart- og spenningsmotiver.

Fart og spenning - Her er det lagt til grunn motiver som opplevelsen av fart og spenning, risiko er også et stikkord her. Utøvere som har fart og spenning som friluftslivsmotiv bruker i stor grad naturen som en kulisse, for mange blir opplevelsen av aktiviteten mer komplett med et spektakulert naturlandskap i for eksempel en fjellvegg enn i en kunstig klatrevegg, selv om utfordringen ved selve klatringen er den samme (Teknologirådet 2006). Disse utøverene vil nok også i stor grad være opptatt av mestring, og inneha et forholdsvis høyt utøvernivå.

Kontemplasjon - Dette er et av de vanligste friluftslivsmotivene (Odden og Aas 2002). Utsagn som; ”Jeg får samlet nye krefter og overskudd”, ”Jeg kommer bort fra stress og mas” og ”Jeg får koplet av fra den daglige tralten” er brukt for å dekke dette motivet. De aller fleste friluftsutøvere vil i stor grad søke nettopp disse målene ved friluftslivsutøvelse. For mange er det nettopp mental avslapping som står i fokus, dette er også et motiv for å ”reise på hytta” (Ericsson & Grefsrud 2005).

Fysisk aktivitet - er også et viktig friluftslivsargument (Odden & Aas). Stort sett alle friluftslivsaktiviteter innebærer fysisk aktivitet. I denne sammenheng har respondentene blitt bedt om å rangere viktigheten av påstander som ”Jeg får mosjon og trening”, ”Jeg får brukt kroppen allsidig” og ”Jeg kan ta vare på min egen helse”. Med andre ord er det her lagt spesiell vekt på at dette er et viktig motiv i seg selv, og at det derfor for enkelte som i samme tilfelle som for fart og spenning er lagt til grunn at naturen er mer en kulisse enn en opplevelsesarena.

For mange ligger det en større selvtilfredsstillelse og sosial anerkjennelse å trene i naturen enn å trene på et helsestudio. Det kan også tenkes at dette motivet i kombinasjon med andre motiver gjør naturen til en lett tilgjengelig arena.

Oppleve natur - De som legger vekt på denne faktoren, er utøvere som setter selve naturopplevelsen som en viktig årsak for å bedrive friluftsliv. Utsagn som er brukt her er for eksempel ”Jeg får oppleve naturens stillhet og fred”, ”Jeg får oppleve samhørighet med naturen” og ”Jeg får oppleve plante- og dyreliv”.

Mestring- For mange handler friluftsliv om ulike former for mestring, det kan handle om ulike friluftsferdigheter, eller om kroppskontroll.

Villmarksopplevelsen - For en del friluftsutøvere er det opplevelsen av det ville og ”urørte” som er viktig ved friluftsutøvelse. Mange som vektlegger slike motiv er svært kompetente friluftsutøvere med lang erfaring og interesse for å klare seg på egenhånd ”i ett med naturen”. Men man kan også tenke seg at ”Lars Monsen-effekten” gjør sitt til at det skapes en gruppe av utøvere med et lavere erfaringsnivå som søker villmarksopplevelsen, og blant disse kan det være aktuelt med tilrettelagte produkter.

Utstyr og anerkjennelse - I følge Dervo (2005) er det først og fremst gjennom utstyr man ser den største kommersialiseringen av friluftslivet. De ”nye” friluftslivsaktivitetene benytter seg ofte av spesialisert utstyr, og dette har blitt en stor industri. Ese (2004) bemerker at utøverne av spesielt ekstremsportaktiviteter har utviklet et tydelig fellesskap med egne ideer og verdier, praksiser, og en egen symbolikk. I dette ligger også en motekultur hvor det for mange er svært viktig å ha det ”riktige utstyret” for å få anerkjennelse hos andre.

Sosialt samvær - For mange handler friluftslivsutøvelse mye om å være sammen med andre, å være på tur i naturen og dele opplevelsen. Utsagn som uttrykker dette er; ”Jeg får være sammen med familien”, ”Jeg får være sammen med andre som liker å drive med det samme som meg” og ”Jeg får være sammen med venner”

Kulturopplevelse - Naturen er ikke bare skog og planter, fjellvann og urørt landskap, naturen er også full av spor etter tidligere tiders bruk av naturen, samt tradisjonell aktivitet som for eksempel beitedyr og stølsdrift. Kulturopplevelser er ikke definert som eget friluftslivsmotiv i tidligere undersøkelser jeg har gått gjennom, og mange vil kanskje si at det er feil å blande kultur og naturopplevelser. Jeg mener likevel at i denne sammenheng hvor folks motiver for bruk av natur sammenstilt med preferanser for turer/aktiviteter/opplevelser, absolutt bør inkludere kulturopplevelser. Utsagn som er brukt for å illustrere denne faktoren er; ”Jeg liker å oppsøke landskap som består av samspillet mellom natur og kulturtradisjoner”, Jeg oppsøker gjerne kulturminner i naturen” og ”Jeg liker å møte beitedyr i fjellet”

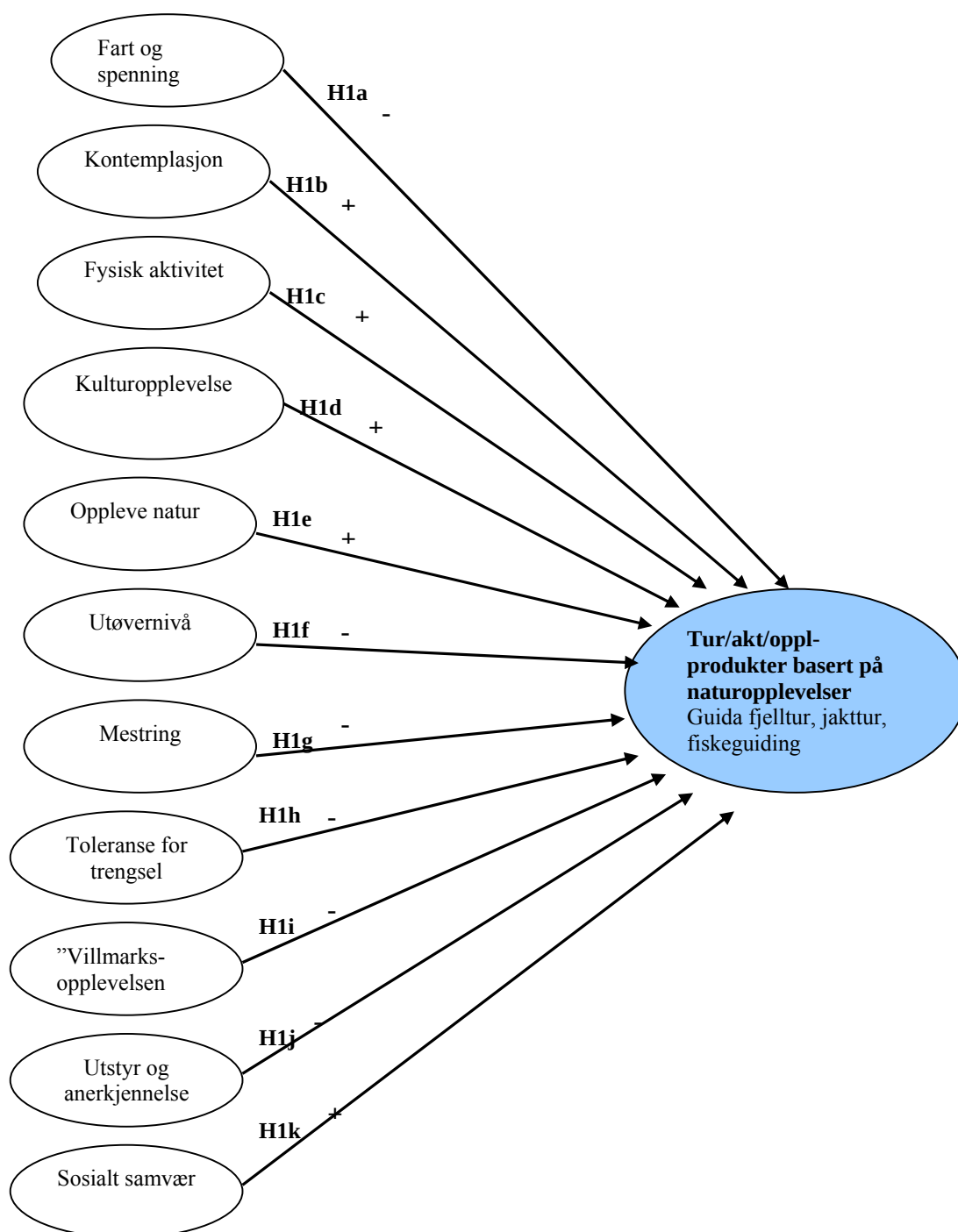
Utøvernivå - Om en friluftsutøver er erfaren eller nybegynner vil ha en stor innvirkning på hvordan vedkommende utøver friluftsliv. Men man må være klar over det store spennet i ulike aktiviteter som går under paraplyen friluftsliv gjør at en og samme utøver kan være svært erfaren innen for eksempel skigåing, men aldri ha prøvd for eksempel klatring. Jeg har derfor forsøkt å måle dette på et generelt nivå, spørsmålene som er stilt er for eksempel ”Jeg anser meg selv som en erfaren friluftsutøver”, ”Friluftsliv er en av mine viktigste fritidsaktiviteter” og ”Jeg har vært aktiv innen en/flere frilftsaktiviteter i flere år.” Man kan tenke seg at de uerfarne utøverne gjerne benytter seg av kommersiell tilrettelegging i forbindelse med aktiviteter som er nye for de, og hvor de ser et læringsutbytte i å delta på et organisert opplegg. Man kan også tenke seg at erfarne utøvere deltar på tilrettelagte opplevelser/aktiviteter hvor en kommersiell aktør gjør målet mer tilgjengelig, dette kan f.eks tenkes innen jakt og fiske, eller guiding av for eksempel erfarne skikjørere på spektakulære nedfarter de ikke kjenner, men hvor aktøren har erfarne guider med lokalkjennskap. Dette er også funn hos Dervo (2005).

Toleranse for trengsel - For mange handler friluftsliv i stor grad om å oppleve natur og stillhet i ensomme omgivelser, man søker stillhet, fred og ro og ønsker gjerne en motsetning fra for eksempel et stressende bymiljø. For disse er det derfor negativt å ferdes på altfor tilrettelagte steder i naturen med mange mennesker. Mens for andre er det ingen hindring at det er mange andre mennesker i samme område. Utsagn som er brukt her er for eksempel; ”Jeg trives best i naturen når jeg treffer få mennesker”, ”Jeg trives best i fjellet utenom ferier, når det er få mennesker der” og ”Jeg oppsøker frilftsarrangementer med stor deltakelse”(snudd).

3.2.1 Modell1

Avhengig variabel: Arrangerte turer/aktiviteter/opplevelser basert på naturopplevelser

Man kan her se for seg tradisjonelle friluftslivsaktiviteter som for eksempel fotturer i fjellet. Det kan kanskje være vanskelig å se for seg at denne typen produkter skal kunne la seg tilby i en kommersiell sammenheng til nordmenn da det i stor grad ligger i vår folkesjel å bevege seg i naturen på egenhånd. Men tatt i betraktning beskrivelsene til teknologirådet, og da spesielt beskrivelsen av etternøleren (Teknologirådet 2006) om fremtidens friluftsliv, så er denne gruppen allerede tilstede, og i tillegg er det en trend at folk er villig til å betale for tilrettelegging som gjør for eksempel muligheten til å nå et mål enklere og mer komfortabelt. Det er også en kjennsgjerning at produktene til Turistforeningen som av de fleste ikke blir sett på som en kommersiell aktør på linje med tilsvarende tilbydere av opplevels- og aktivitetsprodukter faktisk er å betrakte som kommersiell innpakning av både tradisjonelt og mer moderne friluftsliv.



Figur 3 Modell 1

Hypoteser:

H1a: Friluftsutøvere som søker **fart og spenning** er negative til turer/akt/oppl-produkter basert naturopplevelser.

H1b: Friluftsutøvere som søker **kontemplasjon** er positive til turer/akt/oppl-produkter basert naturopplevelser.

H1c: Friluftsutøvere som søker **fysisk aktivitet** er positive til turer/akt/oppl-produkter basert naturopplevelser.

H1d: Friluftsutøvere som søker **kulturopplevelser** er positiv til turer/akt/oppl-produkter basert naturopplevelser.

H1e: Friluftsutøvere som søker **naturopplevelser** er positiv til turer/akt/oppl-produkter basert naturopplevelser.

H1f: Til høyere **utøvernivå** friluftstøveren har til mer negativ til turer/akt/oppl-produkter basert naturopplevelser.

H1g: Friluftsutøvere som søker **mestring** er negative til turer/akt/oppl-produkter basert naturopplevelser.

H1h: Friluftsutøvere med liten **toleranse for trengsel** er negative til turer/akt/oppl-produkter basert naturopplevelser

H1i: Friluftstøvere som søker **”villmarks opplevelser”** er negative til turer/akt/oppl-produkter basert naturopplevelser.

H1j: ”Friluftstøvere som søker **utstyr og anerkjennelse** er positive til turer/akt/oppl-produkter basert naturopplevelser.

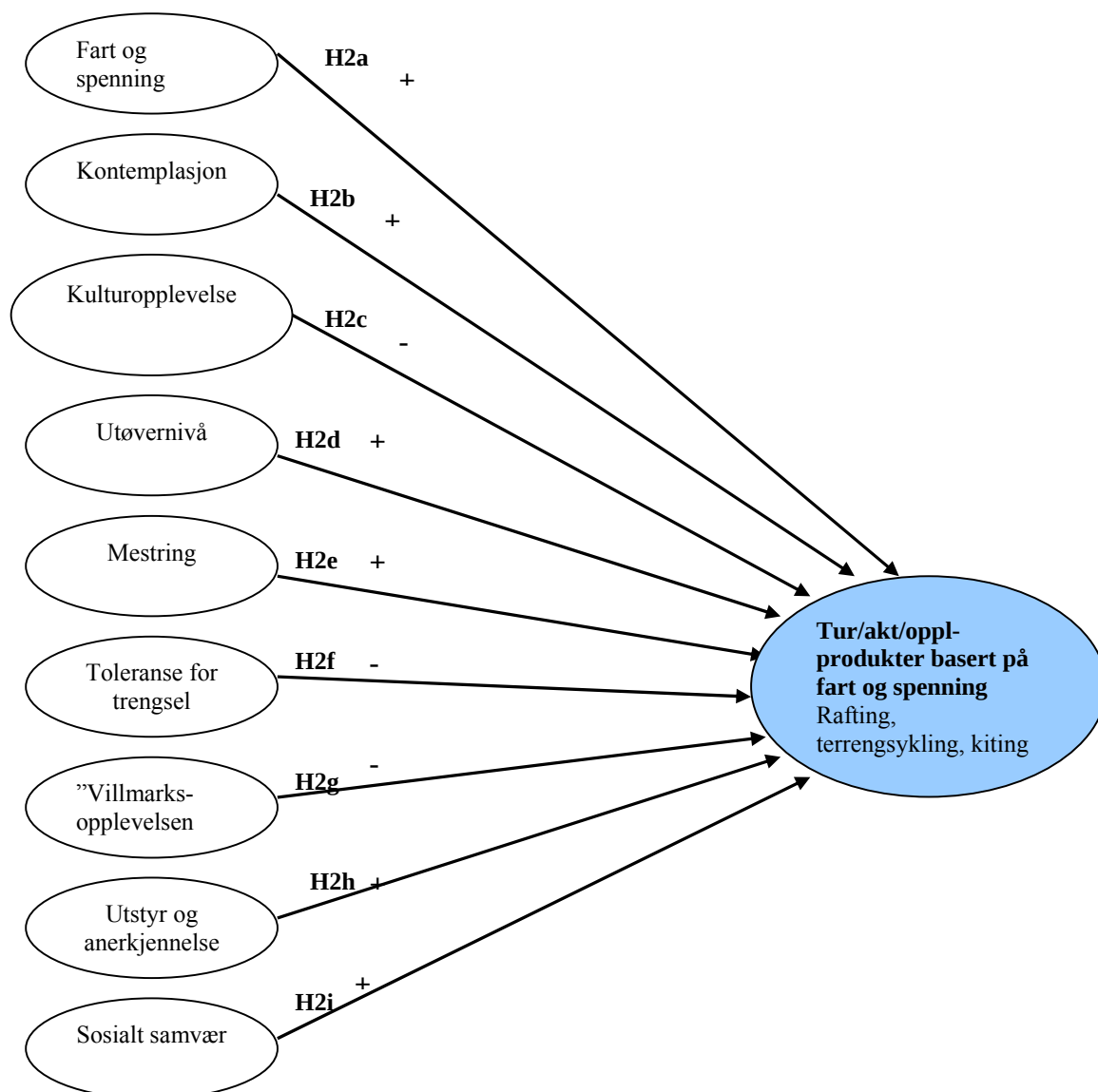
H1k: ”Friluftstøvere som søker **sosialt samvær** er positive til turer/akt/oppl-produkter basert naturopplevelser.

3.2.3 Modell2

Avhengig variabel: Arrangerte turer/aktiviteter/opplevelser basert på fart og spenning

Dette er kanskje det segmentet hvor det på nåværende tidspunkt er enklest å tilby kommersielle tjenester. Det er for eksempel stor oppslutning om aktiviteter som elve-rafting.

Aktiviteter som baserer seg på fart og spenning benytter seg ofte av spesialisert utstyr, og det er ofte en læringsterskel for å begynne, dette innebærer at kommersielle aktører kan tilby kombinerte turer/opplevelser og kursvirksomhet som gjør det mulig for folk å bryte en ellers vanskelig barriere om de skulle utføre samme aktivitet på egenhånd.



Figur 4 Modell 2

Hypoteser:

H2a: Friluftsutøvere som søker **fart og spenning** er positive til turer/akt/opplevelses-produkter basert på fart og spenning

H2b: Friluftsutøvere som søker **kontemplasjon** er positive til turer/akt/opplevelses-produkter basert på fart og spenning

H2c: Friluftsutøvere som søker **kulturopplevelser** er negative til turer/akt/opplevelses-produkter basert på fart og spenning

H2d: Til høyere **utøvernivå** friluftsutøveren har til mer positiv er han/hun til turer/akt/oppl-produkter basert på fart og spenning

H2e: Friluftsutøvere som søker **mestring** er positiv til turer/akt/opplevelses-produkter basert på fart og spenning

H2f: Friluftsutøvere med liten **toleranse for trengsel** er negative til turer/akt/opplevelses-produkter basert på fart og spenning

H2g: Friluftsutøvere som søker **”villmarks opplevelser”** er negative til turer/akt/opplevelses-produkter basert på fart og spenning

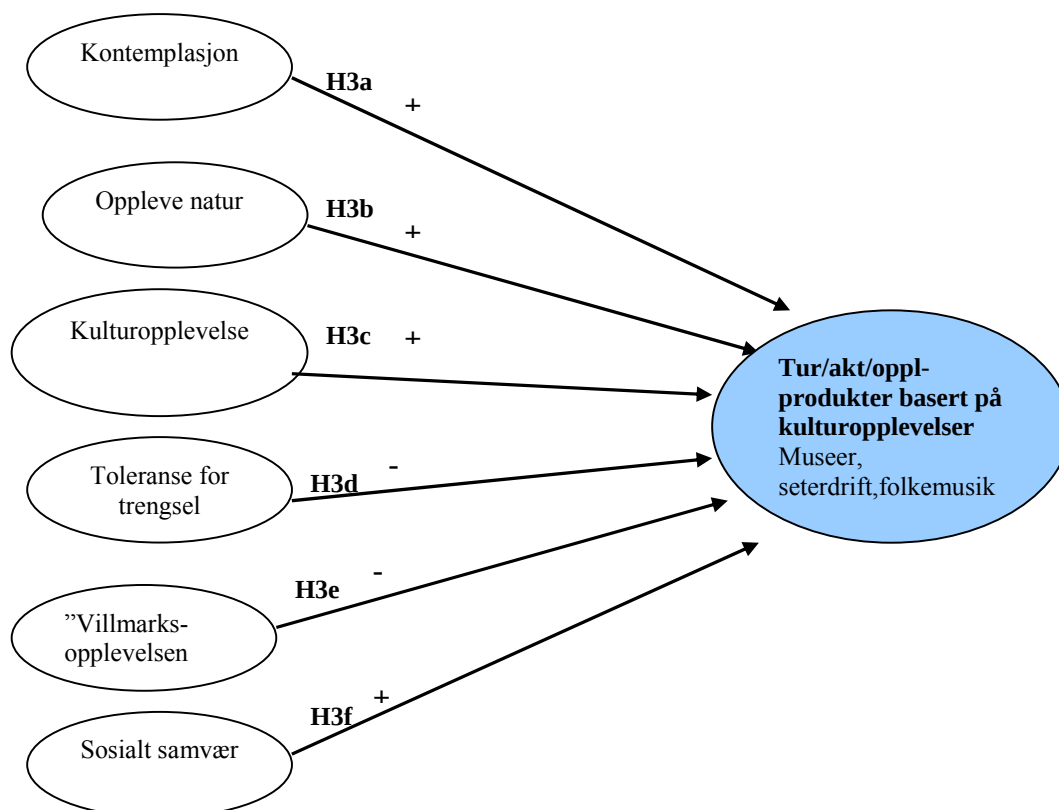
H2h: ”Friluftsutøvere som søker **utstyr og anerkjennelse** er positive til turer/akt/oppl-produkter basert på fart og spenning

H2i: ”Friluftsutøvere som søker **sosialt samvær** er positive til turer/akt/oppl-produkter basert på fart og spenning

3.2.4 Modell3

Avhengig variabel: Arrangerte turer/aktiviteter/opplevelser basert på kulturopplevelser

Kulturopplevelser er en stor ressurs med tanke på potensialet for kommersielle tilbud. Dette kan for eksempel dreie seg om servering på støler, turer/overnatting med tilhørende fortellinger om gamle segn og lignende, kultur og historieturer etc. Den største barrieren for foretak som ønsker å basere seg på slike produkter er nok fortsatt at interessen og viljen i stor grad er tilstede, mens betalingsviljen er heller mindre.



Figur 5 Modell 3

Hypoteser:

H3a: Friluftsutøvere som søker **kontemplasjon** er positive til turer/akt/opplevelses-produkter basert på kulturopplevelser

H3b: Friluftsutøvere som søker **natur** opplevelser er positive til turer/akt/opplevelses-produkter basert på kulturopplevelser

H3c: Friluftsutøvere som søker **kulturopplevelser** er positiv til turer/akt/opplevelses-produkter basert på kulturopplevelser

H3d: Friluftsutøvere med liten **toleranse for trengsel** er negativ til turer/akt/opplevelses-produkter basert på kulturopplevelser

H3e: ”Friluftsutøvere som søker **”villmarks opplevelser”** er negativ til turer/akt/opplevelses-produkter basert på kulturopplevelser

H3f: ”Friluftsutøvere som søker **sosialt samvær** er positive til turer/akt/oppl-produkter basert på kulturopplevelser

3.2.5 Modell4

Avhengig variabel: Arrangerte turer/aktiviteter/opplevelser basert på ikke kommersiell tilrettelegging

Dette er segmentet som i stor grad handler om tradisjonelle aktiviteter som de aller fleste forbinder med friluftsliv, for eksempel skiturer, fotturer og sykkelturer, men også aktiviteter som går inn under de andre produktkategoriene, bare i privat regi. Selv om det er en stor oppblomstring av friluftsutøvere som ser seg selv som villmarkens sønner og har Lars Monsen og Fridtjof Nansen som forbilder, så vil det være stor etterspørsel etter skiløyper, merkede stier og sykkelveier. Selv om dette ikke direkte er noen stor inntektskilde for en fritidsboligkommune som Ål, så er det nok det viktigste tilbudet for de som benytter seg av fritidsboliger, så å si samtlige fritidsboligeiere benytter seg av en eller annen form for ikke-kommersiell tilrettelegging, det er derfor av stor interesse for alt næringsliv at det eksisterer gode skiløyper og stinett for at folk skal benytte fritidsboligen og således legge igjen penger til andre produkter og tjenester.



Figur 6 Modell 4

Hypoteser:

H4a: Friluftsutøvere som søker **fart og spenning** er positive til ikke kommersiell tilrettelegging av utmark

H4b: Friluftsutøvere som søker **kontemplasjon** er positive til ikke kommersiell tilrettelegging av utmark

H4c: Friluftsutøvere som søker **fysisk aktivitet** er positive til ikke kommersiell tilrettelegging av utmark

H4d: Friluftsutøvere som søker **kulturopplevelser** er positive til ikke kommersiell tilrettelegging av utmark

H4e: Friluftsutøvere som søker **naturopplevelser** er positiv til ikke kommersiell tilrettelegging av utmark

H4f: Til høyere **utøvernivå** friluftsutøveren har til mer positiv er han/hun til ikke kommersiell tilrettelegging av utmark

H4g: Friluftsutøvere som søker **mestring** er positive til ikke kommersiell tilrettelegging av utmark

H4h: Friluftsutøvere med liten **toleranse for trengsel** er negative til ikke kommersiell tilrettelegging av utmark

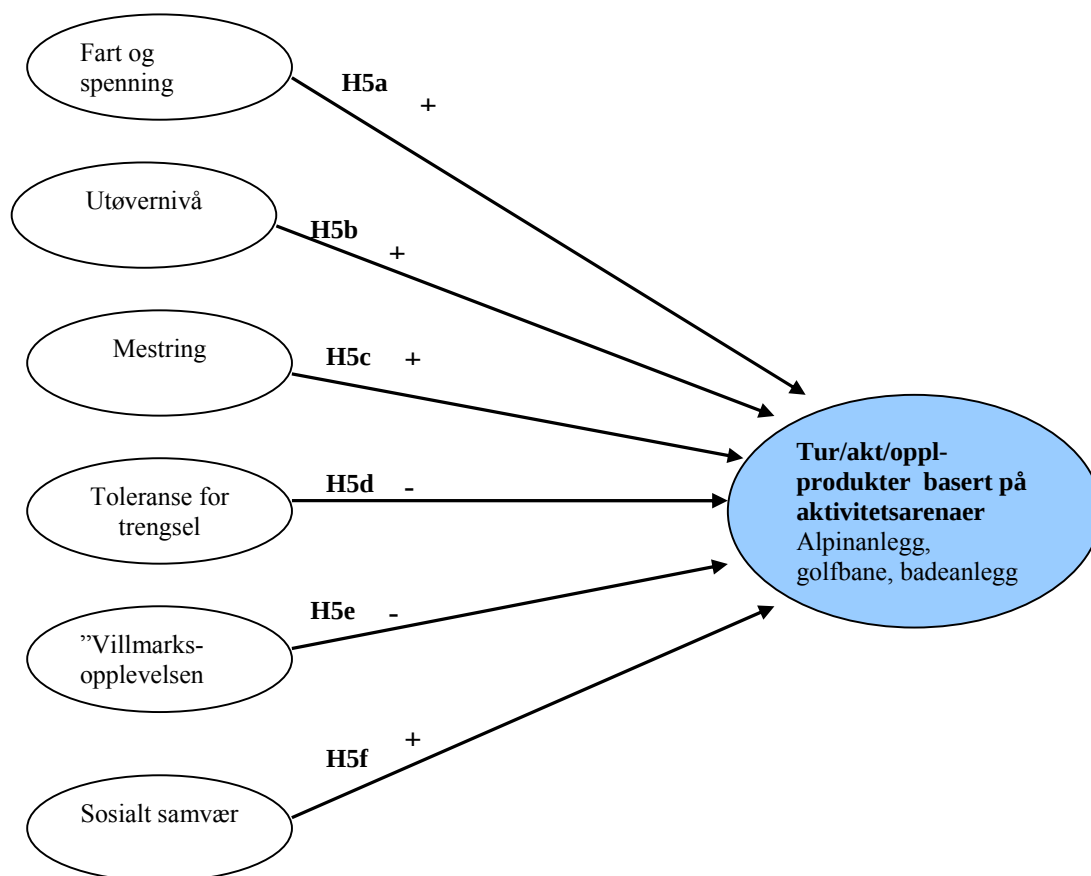
H4i: Friluftsutøvere som søker **”villmarks opplevelser”** er negative til ikke kommersiell tilrettelegging av utmark

H4j: Friluftsutøvere som søker **sosialt samvær** er positive til ikke kommersiell tilrettelegging av utmark

3.2.6 Modell5

Avhengig variabel: Arrangerte turer/akt/opplevelser basert på aktivitetsarenaer

Noen frilftsaktiviteter krever store tilrettelagte arenaer som for eksempel alpinanlegg og golfbaner, noen vil nok kanskje protestere på at jeg kaller disse aktivitetene for friluftsliv, men i denne konteksten passer de absolutt inn da mange av de samme motivene kan legges til grunn, og at aktivitetene foregår i friluft og i stor grad konkurrerer med andre frilftsaktiviteter



Figur 7 Modell 5

Hypoteser:

H5a: Friluftsutøvere som søker **fart og spenning** er positive til tur/akt/oppl-produkter basert på aktivitetsarenaer

H5b: Til høyere **utøvernivå** friluftsutøveren har til mer positiv er han/hun til tur/akt/oppl-produkter basert på aktivitetsarenaer

H5c: Friluftsutøvere som søker **mestring** er positive til tur/akt/oppl-produkter basert på aktivitetsarenaer

H5d: Friluftsutøvere med liten **toleranse for trengsel** er negative til tur/akt/oppl-produkter basert på aktivitetsarenaer

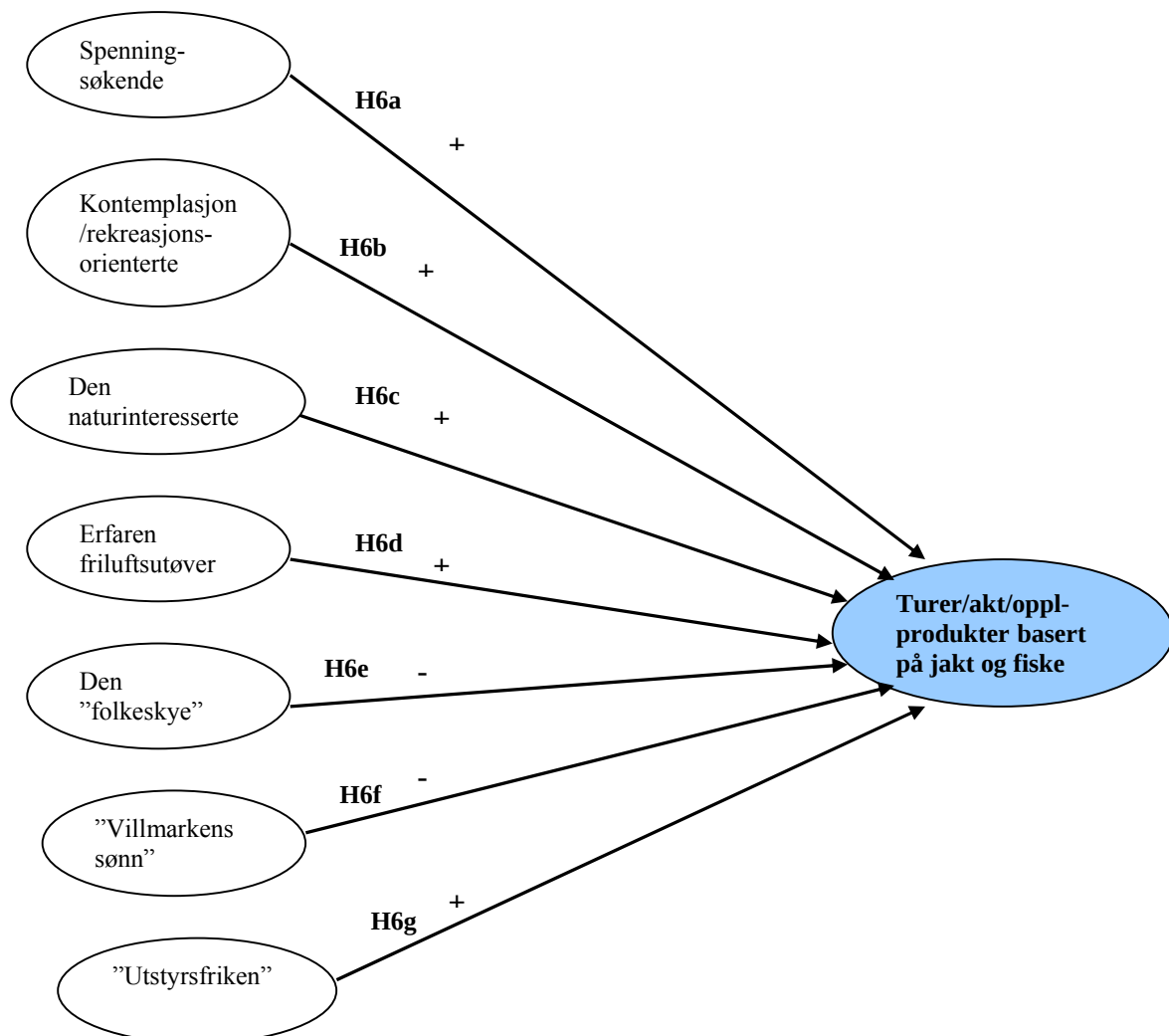
H5e: Friluftsutøvere som søker **”villmarks opplevelser”** er negative til tur/akt/oppl-produkter basert på aktivitetsarenaer

H5f: ”Friluftsutøvere som søker **sosialt samvær** er positive til tur/akt/oppl-produkter basert på aktivitetsarenaer

3.2.7 Modell 6

Avhengig variabel: Arrangerte turer/akt./opplevelser basert på jakt og fiske

Jeg ville egentlig definere denne faktoren under naturopplevelser, men når det gjelder jakt og fiske, så er dette forholdsvis spesialiserte produkter som skiller seg klart fra mer generelle naturopplevelser som for eksempel fjellturguiding. Aktivitets- og opplevelsesprodukter basert på jakt og fiske er også blant de segmentene innen utmarksbasert næringsvirksomhet som får størst oppmerksomhet, det er ikke helt uten grunn da dette er produkter med et stort økonomisk potensiale. Det største problemet med slike produkter er faktisk hos råvareleverandørene, spesielt innen storviltjakt er det vanskelig å få grunneiere å gi avkall på egen jakt (Rønningen et. al. 2001).



Figur 8 Modell 6

Hypoteser:

H6a: Den spenningsorienterte friluftsutøver er positiv til turer/akt/opplevelses-produkter basert på jakt og fiske.

H6b: Den kontemplasjon/rekreasjonsorienterte friluftsutøver er positiv til turer/akt/opplevelses-produkter basert på jakt og fiske.

H6c: Den naturinteresserte friluftsutøver er positiv til turer/akt/opplevelses-produkter basert på jakt og fiske.

H6d: Den erfarne friluftsutøver er positiv til turer/akt/opplevelses-produkter basert på jakt og fiske.

H6e: Den ”folkeskye” friluftsutøver er positiv til turer/akt/opplevelses-produkter basert på jakt og fiske.

H6f: ”Villmarkens sønn” er positiv til turer/akt/opplevelses-produkter basert på jakt og fiske.

H6g: ”Utstyrsfrien” er positiv til turer/akt/opplevelses-produkter basert på jakt og fiske.

4. Materiale og metode

I dette kapittelet vil jeg presentere metoden og den praktiske gjennomføringen av studien.

Modellen og hypotesene, som ble presentert i forrige kapittel, legger en del premisser for disse valgene, og har lagt føringer for tre av spørsmålene i spørreskjemaet (20, 21 og 25, se vedlegg1).

Først presenteres valg av metode for studien, så gjør jeg greie for utvalget som ligger til grunn, jeg vil så dokumentere selve innsamlingen av data med spørreskjemaet, og forklare hvordan skjemaet har blitt til. Til slutt presenterer jeg kriteriene for videre analyser av datamaterialet.

4.1 Forsøksdesign

Det skilles mellom tre ulike hovedtyper av forskningsdesign med henblikk på hvordan data blir samlet inn. Disse hovedtypene er 1. Eksplorativt design (utforskende), 2. Deskriptiv design (beskrivende), og 3. Kausalt design (årsak/virkning) (Selles 1999). Hvilken designtype som velges er avhengig av hvor mye man vet om området, og hvilke ambisjoner man har med hensyn til analyse og forklaring av sammenhenger.

I denne studien er det brukt en kombinasjon av deskriptivt og kausalt design. Her er det først og fremst den kausale delen som beskrives. Noen av de deskriptive dataene vil også bli omtalt, men vil bli presentert mer inngående i en egen rapport jeg vil levere til Ål kommune.

Alle hypotesene i denne studien beskriver kausale sammenhenger, for eksempel de som har som motiv å oppleve mestring (X) er positive til turer/aktiviteter/opplevelser basert på fart og spenning (Y). Disse sammenhengene må oppfylle kravene til kausalitet, og dette stiller krav til isolasjon, samvariasjon og retning (Mc Danial & Gates 2008). Rekkefølgen er også av betydning, først isolasjon, deretter samvariasjon og til slutt retning. Isolasjon tilfredsstilles ved at jeg ikke tar hensyn til andre faktorer enn friluftslivsmotiver og egenskaper som friluftsutøver påvirker preferanser for de ulike produktkategoriene. Modellen kunne for eksempel også ha inneholdt holdninger til atferd etter den svært mye brukte og kjente sosialpsykologiske teorien om planlagt handling (Ajzen & Fishbein 1980). Det er blant annet hovedsakelig denne teorien REP-skalaen bygger på (Odden & Aas 2002).

Jeg kunne også ha inkludert faktorer som egenskaper ved fritidsboligen, samt demografiske egenskaper ved eieren og bruk av fritidsboligen. Da disse elementene ikke er tatt med skyldes det kun studiens omfang. Disse målene finnes det data på i undersøkelsen, så det er mulig å inkludere slike faktorer ved senere publisering.

4.2 Datainnsamlingsmetode

Når man har skaffet seg en oversikt over hvilke undersøkelsesenheter, -variabler og -verdier som trengs for å løse problemstillingen, er neste steg å velge datainnsamlingsmetode. Hvordan få tak i informasjonen man trenger for å avkrefte eller sannsynliggjøre hypotesene?

I samfunnsvitenskapelig forskning skilles det mellom to hovedtyper av undersøkelsesmetoder, kvalitative og kvantitative, evt. en kombinasjon av disse (Rosland 2007). I denne studien har jeg valgt å bruke kvantitativ metode. Kvantitative metoder kjennetegnes ved et forholdsvis stort utvalg, og ved statistisk bearbeiding av innsamlede data. Det brukes ofte strukturerte spørreskjemaer med faste spørsmål med avkryssningsalternativer (ibid).

Kvantitative metoder brukes gjerne til å teste hypoteser eller påståtte sammenhenger mellom fenomener. Spørreundersøkelser er den mest benyttede metoden for kvantitative undersøkelser, enten per brev, e-post, telefonisk eller personlig. Man har et stort antall respondenter, men man får mindre detaljerte opplysninger fra hver enkelt respondent (ibid).

Induktiv og deduktiv tilnæringsmåte

Med deduktiv tilnærming baserer man seg på allerede etablerte teorier ved at man har utarbeidet nye modeller eller man vil foreta justeringer. Man har klare spørsmål man vil teste ut for å komme fram til et svar på den definerte problemstillingen (Selnes 1999). Man møter data med formulert teori for årsakssammenhenger man vil teste med empiri. Man har formulert teori før man har kontakt med data.

Ved bruk av den induktive tilnærmingen er man mer på søken etter svar, og man har ikke noen klar teori om hvordan modellen skal være (Selnes 1999). Med bruk av induktiv tilnærming utvikler man altså teorier etter at man har hatt kontakt med data. Teorien baseres på funn man har gjort.

I denne studien har jeg valgt å bruke kvantitativ metode med deduktiv tilnæringsmåte.

4.3 Beskrivelse av spørreskjemaet

Spørreskjemaet i undersøkelsen inneholder en kausal del og en deskriptiv del. Spørsmålene til den kausale delen ble utviklet med utgangspunkt i tidligere norske friluftslivs-undersøkelser som bygger på REP-skalaen (Driver et.al. 1991). I tillegg ble det utviklet egenkomponerte spørsmål. Den deskriptive delen tilknyttet fritidsboligbruk i Ål kommune, ble utviklet med utgangspunkt i tidligere fritidsboligundersøkelser. Spørreskjemaet viste seg å bli forholdsvis omfattende, men tidligere fritidsboligundersøkelser som har vært enda mer omfattende har hatt tilfredsstillende svarprosent, så dette ble ikke sett på som noe problem.

4.3.1 Utvalg

Jeg har valgt å begrense studieområdet til en kommune. En kommune er en administrativ enhet som ikke nødvendigvis er den beste enheten når man skal vurdere økonomiske virkninger (Ericsson og Grefsrud 2005) eller sosiale sammenhenger.

Men å bruke kommunegrensene som avgrensingsområde er praktisk med hensyn til at offentlig statistikk og andre datakilder ofte har kommunen som enhet(ibid). I denne studien er imidlertid de næringsmessige virkningene mer i fokus enn å måle de økonomiske effektene i kroner og øre. Avgrensing til kommunenivå vil derfor være et fornuftig områdevalg da man blant annet vil ha mulighet til å sammenligne med andre kommuner, og se om kommunen innehar en spesiell profil i sin region.

Det var selvsagt også et viktig argument at jeg klarte å få Ål kommune til å dekke utgiftene ved utsendelsen. Ved hjelp av Ål kommunes renovasjonsregister ble det sendt ut skjema til 93 % av alle kommunens fritidsboligeiere.

4.3.2 Måling av variable

Alle av hovedelementene i modellen ble målt med multiple-item scales som anbefalt av Churchill (1979). Det ble utviklet en kausal modell hvor det ble tatt utgangspunkt i seks tenkte produktkategorier innen utmarksbasert næringsutvikling, og elleve motivfaktorer som skulle forklare preferansene for de seks produktkategoriene.

Avhengige variable:

De seks kategoriene var:

1. Arrangerte turer/akt/opplevelser basert på naturopplevelser,
2. Arrangerte turer/akt/opplevelser basert på fart og spenning,
3. Arrangerte turer/akt/opplevelser basert på kulturopplevelser,
4. Arrangerte turer/akt/opplevelser basert på ikke kommersiell tilrettelegging,
5. Arrangerte turer/akt/opplevelser basert på aktivitetsarenaer og
6. Arrangerte turer/akt/opplevelser basert på jakt og fiske.

Spørsmålene som ble brukt under disse ulike kategoriene var en blanding av eksisterende aktivitetes- og opplevelsesprodukter og potensielle aktiviteter og opplevelsesprodukter, respondentene ble gjort oppmerksom på dette. Det kan diskuteres om dette bryter med prinsippet om kompabilitet, da et spørsmål som angår et eksisterende produkt, og et annet som angår et tenkt produkt ikke nødvendigvis innehar samme grad av generalitet (McDaniel & Gates 2008).

Det er likevel valgt å gjøres på denne måten da dette vil sette respondenten i stand til å svare med samme innstilling på tenkte og eksisterende produkter, dette kan være med på å eliminere ”kjekt og ha” -svar ved at respondenten er satt mer inn i en handlingstankegang enn en ønsketankegang (Se spørsmål 25 i vedlagt spørreskjema).

Det ble brukt fire til seks spørsmål til hver faktor, spørsmålene var forsøkt å gjøres så generelle som mulig, men da det også har vært et poeng å fange opp så mange ulike aktiviteter som mulig, så har det havnet spørsmål i samme faktorgrupper som kanskje kan være litt for ulike i utøvelse. Et eksempel på dette kan være golf og alpinsport som jeg har plassert under samme tak; aktivitetsarenaer. Dette viste seg å være en uheldig sammenstilling da de to aktivitetene bortsett fra at de begge foregår på tilrettelagte spesialiserte områder, er svært ulike i utøvelse, og derfor ikke nødvendigvis fanger opp de samme brukerne.

For produktkategorien aktivitetsarenaer ble den store forskjellen i aktivitetene et problem. Når det gjaldt de andre produktkategoriene skapte ikke dette nevneverdige problemer, noe som kan eksemplifiseres med kategorien ”ikke-kommersiell tilrettelegging” med aktivitetene fotturer og skiturer, det er utøvere som går ofte på ski, men aldri på fottur og visa-versa, men det er svært mange som sidestiller de to aktivitetene ved å benytte de som henholdsvis sommer- og vinteraktiviteter. Det store datamaterialet har derfor eliminert denne mulige feilkilden.

Uavhengige variable:

De uavhengige variable utgjorde 10 ulike kategorier:

1. Oppleve natur
2. Mestring
3. Fysisk aktivitet
4. Kontemplasjon
5. Sosialt samvær
6. Utstyr og anerkjennelse.
7. Villmarksopplevelsen
8. Kulturopplevelsen
9. Utøvernivå
10. Toleranse for trengsel

Påstandene jeg brukte for å kartlegge friluftsmotiv (1-6) hentet jeg fra to tidligere undersøkelser (Vågane 2002) og (Skaar 2002). Begge disse bygger på REP- skalaen som er svært mye brukt i både norsk og internasjonal friluftsforskning (Aasetre, m.fl. 1994).

Påstandene jeg brukte under de andre kategoriene (7-10) utviklet jeg selv. Ideelt sett burde disse også vært hentet fra kjente undersøkelser, men det jeg fant av kjente undersøkelser på temaet syntes jeg ikke passet inn i min kontekst. Når det gjaldt toleranse for trengsel fant jeg amerikanske undersøkelser på temaet, men jeg syns ikke disse var direkte overførbare til min populasjon (Se spørsmål 21 i vedlagt spørreskjema).

Faktoranalyse

Faktoranalyse er en samlebetegnelse for ulike multivariate statistiske metoder som går ut på å analysere avhengighets-forholdet mellom et stort antall variabler, for deretter å forklare deres felles underliggende dimensjoner (Selnes 1999). Jeg har brukt faktoranalyse med måling av cronbach's alpha for å kvalitetssikre variablene, mer om dette i kapittel 5.2

Reliabilitetsanalyse

Reliabilitet er forbundet med målesikkerhet. Hvis den samme måling gjentas mange ganger, er målet reliabelt om vi får det samme svaret hver gang (forutsatt at vi måler det samme). Om andre kommer til samme konklusjon som en selv ved å bruke de samme metodene, er konklusjonen reliabel. I vitenskap er det derfor viktig å fremvise premissene for en konklusjon (Mc Daniel & Gates 2008). En tilfredsstillende reliabilitet er en forutsetning for at data skal kunne brukes til å teste en hypotese som er stilt opp. Tilfredsstillende reliabilitet er bare et nødvendig minstekrav: Det er ikke nok med god reliabilitet, fordi det ikke sier noe om resultatene er nyttige eller formålstjenlige (Mc Daniel & Gates 2008).

Validitet er knyttet til hvorvidt undersøkelsen måler det vi ønsker at den skal måle. Mangler begrepene eller variablene vi måler validitet, står vi i fare for å trekke feilaktige slutninger (Mc Daniel & Gates 2008).

Korrelasjonsmatrise

Metoden går ut på å beregne en korrelasjonskoeffisient mellom de to variablene som skal måles. Denne koeffisienten kan variere mellom -1.0 og +1.0. En høy korrelasjonskoeffisient mellom f.eks. alder og inntekt forteller oss at det er en sterk samvariasjon mellom variablene.

Jo eldre man blir, jo sikrere er det at man har en høy inntekt. Vi kan imidlertid ikke si noe om størrelsen på effekten av en økning i en av variablene ved hjelp av korrelasjonskoeffisienten (Løvås 2004).

Regresjonsanalyse

Mens korrelasjonsanalysen sier noe om det finnes en sammenheng mellom variablene, går regresjonsanalysen ett hakk videre ved å si noe hvilken sammenheng det er mellom to variabler, for eksempel mellom friluftslivsmotivet kontemplasjon, og preferanser for turer/akt/opplevelsesprodukter basert på kulturopplevelser (Løvås 2004).

4.4 Utforming og utsending av spørreskjema

Datagrunnlag

Proessen med utforming av spørreskjema startet med en gjennomgang av tidligere undersøkelser, blant annet (Ericsson & Grefsrud 2005, og Velvin et.al.2000). Ut ifra dette lagde jeg et utkast med deskriptive spørsmål om selve fritidsboligen, om eieren, om bruk, om motiver for eierskap, om ulike tilbud i kommunen (butikker, kafeer/restauranter, skianlegg, løyper/stier etc.). Skjemaet ble så brukt som utgangspunkt i samtale med to representanter fra Ål kommune for å kartlegge hva de ønsket å få svar på i forbindelse med undersøkelsen. Etter samtaler med veiledere og Erlend Nybakk ved Skog og Landskap, og Jon B. Sande ved INA, UMB ble jeg tilrådet å lage en modell som forutsatte kausalitet (Se kapittel 3). Ut ifra denne modellen ble det laget et nytt spørreskjema hvor både kausale og deskriptive spørsmål var med. Jeg forsøkte i størst mulig grad å følge Dillmanns 19 prinsipper for skriving av spørsmål og Dillmanns (2000) 28 prinsipper for organisering av data i spørreundersøkelser. Dette spørreskjemaet ble presentert for to representanter fra kommunen for å kontrollere for lokale forhold (stedsnavn, grenser for hyttestørrelser, lokale tilbud osv.). Det ble også gjennomlest og kommentert av seks medstudenter, to lokale næringsaktører, og to fritidsboligeiere for å avdekke uklarheter ved spørsmålene. Etter å ha korrigert for endringer, lagde jeg et testeksemplar som jeg sendte ut til 15 fritidsboligeiere i Ål. 10 av disse svarte, 2 av dem kom i tillegg med viktige innspill og synspunkter på hvordan det var å være fritidsboligeier i Ål. Det ble så kjørt en pretest på de ti observasjonene på spørsmålene som var tilknyttet modellen.

Denne testen nødvendiggjorde noen små endringer av spørsmålene. Spørreskjemaet var så klart til utsending og ble sendt til trykking. Det var også Ål kommune som sto for pakking og merking av konvolutter.

I tillegg til papirutgaven av spørreskjemaet lagde jeg et elektronisk spørreskjema. Dette ble gjort ved hjelp av programmet/leverandøren Questback (www.questback.com). Det elektroniske spørreskjemaet lagde jeg identisk med papirutgaven. I følgebrevet til undersøkelsen ga jeg respondenten valget mellom å svare på vedlagt papirutgave, eller elektronisk ved å følge link fra kommunens hjemmesider. Det ble oppfordret til å svare elektronisk. Det ideelle ville vært å bare bruke Questback, da ville jeg spart mye tid ved punching, og jeg ville unngått feilkilden selve punchingen representerer. Dette var imidlertid ikke mulig da det ikke fantes noen liste med e-postadresser. En slik metode ville dessuten ha medført en stor skjevhet i utvalget da mange respondenter sannsynligvis ikke bruker e-post.

Ål kommunes renovasjonsregister ble brukt for å finne adresser, her skal alle fritidsboliger være registrert, unntaket er enkelte støler som er registrert under gårdsbruk. Dette registeret inneholder ca. 2330 fritidsboliger. Registeret ble gjennomgått, og det ble funnet eiere som var oppført med flere hytter, disse ble tilsendt kun ett skjema. Denne gjennomgangen viste at det var ca. 2200 fritidsboligeiere i kommunen. Av ressursmessige grunner ble det også tilfeldig trukket ifra ett titalls adresser. Vi endte dermed opp med å sende ut totalt 2058 spørreskjema, altså fikk 93 % av kommunens hytteeiere et spørreskjema i posten. Av disse svarte 1003 før purring, noe som tilsvarer en svarprosent på 48,7. (fordelt på ca 800 postale svar og 200 elektroniske). Etter purring kom det inn 125 flere svar (per 11.08.2008), noe som tilsvarer en samlet svarprosent på 54,8%, noe som er klart i øvre sjiktet av tilsvarende undersøkelser der fritidsboligeiere har vært brukt som respondentgruppe. I andre hyttebrukerundersøkelser har svarprosenten variert mellom 32 og 64% (jfr. Velvin et al. 2000: 21; Vorkinn 2003, Ericsson & Grefsrud 2005).

Postale undersøkelser gir erfaringsmessig en lav svarprosent, og purring anbefales for å oppnå et godt nok resultat. Normalt gir en postal undersøkelse uten purring en svarprosent på 20-40 %, mens med purring kan man forvente rundt 50 % (Nachmias & Nachmias 1992). Datamengden i denne undersøkelsen må derfor kunne sies å være svært tilfredsstillende og representativt.

Det faktum at kommunen var med på undersøkelsen i tillegg til en forskningsinstitusjon var trolig en viktig årsak til den relativt høye svarprosenten da mange respondenter trolig finner en stor egennytte i å kunne meddele sine erfaringer og ønsker til kommunen, dette vises igjen i de mange svarene på det åpne spørsmålet. På den annen side kan det også tenkes at svarprosenten kunne vært enda høyere dersom tidspunktet for utsendelse hadde vært ett annet. Respondentene mottok undersøkelsen i slutten av mai, en periode hvor mange reiser bort. Purringen ble sendt ut midt i sommerferien, noe som var noe uheldig. Jeg var klar over dette på forhånd, men på grunn av ferieavviklinger og den galloperende leveringsfristen for denne oppgaven, så måtte det bli slik.

4.5 Innsamling og registrering av data

Vedlagt spørreskjemaet var en ferdigfrankert svarkonvolutt, denne var adressert til Ål kommune. Jeg hadde instruert sekretariatet om å merke seg dato for inntak, og jeg hentet de innkomne konvoluttene med jamne mellomrom. Observasjonene som kom inn via questback blir lagret automatisk etter dato for inntak.

Ved å holde orden på når skjemaene kommer inn kan man finne non response bias ved å sammenligne tidlig inntak med sent inntak. Ideelt sett før og etter purring, men av tidsmessige årsaker er ikke dataene etter purring tatt med i denne rapporten. (Disse vil bli tatt med i senere publisering på dataene).

Non response bias

Man må i alle undersøkelser være klar over at respondenter som svarer kan være systematisk annerledes enn de fra utvalget som ikke svarer. Kun en ekstremt høy svarprosent kan eliminere denne bekymringen. Og selv med høy svarprosent som i denne undersøkelsen kan en slik feilkilde eksistere (Needham and Vaske 2008). Non response bias sier oss om det er avvik i svarene på de som svarer og de som ikke svarer (McDaniel & Gates 2008).

Non response bias test viste ingen signifikante verdier mot de forklarte variablene.

Testen viste derimot at de som svarte tidlig var signifikant yngre (T-test; $P=0,030$). Dette kan være en indikasjon på at de som har svart på undersøkelsen er yngre i snitt enn de som ikke har svart. Videre viste undersøkelsen at de som har lavere total husholdningsinntekt i snitt svarte tidligere (T-test; $P=0,089$).

Til tross for høy p-verdi (ikke signifikant på 5 prosent nivå), så kan dette være en indikasjon på de som ikke har svart vil i snitt ha en høyere inntekt enn de som har svart.

Helt til slutt i spørreskjemaet hadde jeg et åpent spørsmål, her kunne hytteeieren komme med subjektive meninger og synspunkter. Godt over 200 respondenter (av de 1003 som har svart før purring) har svart på dette spørsmålet. Kommentarene er notert i et eget worddokument, dette dokumentet kan være av svært stor nytte for Ål kommune, det kan også komme til nytte i videre arbeid med det kausale datamaterialet da kommentarene kan gi et mer nyansert bilde på de kvantitative dataene.

Etter hvert som dataene kom inn startet jeg med punchearbeidet. Dette ble gjort i excel- skjema som jeg hadde laget på forhånd. Hver kolonne representerte et spørsmål eller et spørsmålsalternativ, og hver rad representerte en observasjon. Jeg hadde lagd en kodebok hvor hvert spørsmål var gitt en egen kode. Det ble et større antall postsvar i forhold til elektroniske svar enn jeg hadde regnet med, og arbeidet med å legge inn de 800 observasjonene i excel ble derfor et omfattende og tidkrevende arbeid som således har gått utover tidsmengden til resten av rapporten.

5 Analyser og resultater

I denne delen vil jeg presentere resultatene fra undersøkelsen. I kapittel 5.1 har jeg plukket ut noen av de deskriptive dataene fra spørreskjemaet, resten av disse dataene vil bli presentert i egen rapport. Dataene jeg har plukket ut er de jeg mener er mest interessante å koble opp mot modellen ved senere publisering på materialet.

Analysene bygger på 1003 observasjoner, observasjonene mottatt etter purring er ikke tatt med i denne rapporten.

5.1 Deskriptiv informasjon om fritidsboligeierne og fritidsboligene

I Ål kommune er det registrert i mellom 2300-2400 fritidsboliger (avhengig av hva slags register og definisjon av fritidsbolig som legges til grunn). Og med et innbyggertall på 4700 setter fritidsboligene derfor sitt preg på bygda som med rette kan kalles en hyttekommune.

Fritidsboligbestanden består i stor grad av en veletablert fritidsboligmasse med overvekt av frittstående fritidsboliger bygd på 60- og 70- tallet og med en jamn nybyggingstakt fra 80-tallet. Ål kommune har en øvre størrelsebegrensning på 140 kvm som det må søkes særskilt dispensasjon for å kunne overskride. Så selv om dagens fritidsboliger som bygges i kommunen er av relativt høy standard, så er dette med på å gi fritidsboligene i Ål en annen karakter enn i mange andre hyttekommuner, noe som også gir utslag hva slags type mennesker som velger å ha hytte i kommunen.

Tabell 1 Tabell 5.1 Enkelte kjennetegn ved fritidsboligene i Ål kommune. Prosent.

Fritidsboligtype:

Frittstående hytte	93,1 %
Appartement leilighet	2,3 %
Nedlagt gardsbruk	1,2 %
Tidligere helårsbolig	1,0 %
Seterhus, jakt eller fiskebu	1,8 %
Annen type	0,6 %

Fritidsboligenes størrelse:

Under 60 kvm	23,1 %
60-90 kvm	52,0%
90-140 kvm	22,7%
Over 140 kvm	1,6%
Ikke oppgitt	0,5%

Fritidsboligens bygge-år:

Før 1949	10,9 %
1950-1959	5,1 %
1960-1969	16,3 %
1970-1979	26,7 %
1980-1985	7,1 %
1986-1989	4,7 %
1990-1995	6,2 %
1996-2000	7,0 %
2001-2005	9,6 %
2006 og fram til nå	6,1 %
vet ikke/ikke svart	0,5 %

Områder

Bergsjøområdet	20,4 %
Veståsen	4,6 %
Votndalsåsen	19,7 %
Torpoåsen	17,9 %
Torsbu/Myking	5,5 %
Sangefjell	14,1 %
Annet område	17,2 %

Tabell 5.2 Bruk

Vinterferien	70 %
Påskeferien	94 %
Høstferien	69 %
Juleferien	44 %
Gjennomsnittlig bruksdøgn: 113	
Gjennomsnittlig dagsbesøk 2,4	

Tabell 2 Tabell 5.3 Fritidsboligeierne**Alder**

Under 25 år	0
26-45 år	11,3%
46-64	57,6%
Over 65	29,2%
Ikke oppgitt	8,6%

Inntekt

Under 500.000	22,0%
500.000-700.000	19,8%
700.000-1.000.000	26,4%
Over 1.000.000	26,3%
Ikke oppgitt	5,4%

5.2 Testing av måleinstrumentene -Faktoranalyse og Cronbach's alpha

Det ble kjørt faktoranalyse og måling av Cronbach's alpha på både avhengige og uavhengige variable ved bruk av statistikkprogrammet SPSS. Faktoranalyse ble brukt for å redusere antall variable, og sørge for at det var logiske sammenhenger i forhold til datamaterialet. Slik blir resultatene enklere og mer oversiktlige. Faktoranalysen ble tolket, de ikke signifikante påstandene ble slettet. Analysen delte opp alle påstandene i ulike faktorer, disse var i stor grad de samme som på forhånd skissert, men med noen små forandringer. Jeg overstyrte faktoranalysen pga. logikk, blant annet ved noen spørsmål som havnet under to ulike faktorer, her valgte jeg å koble spørsmålet til den faktoren som var mest logisk (eller på forhånd skissert), ikke nødvendigvis den med høyest verdi (men i disse tilfelle var verdien tilnærmet lik).

5.2.1. Avhengige variable

Først ble det brukt faktoranalyse på de avhengige variable (Spm 25. i spørreskjema, se vedlegg) Tabell 3 Tabell 5.4 *Rotated component matrix* Avhengige variable, tenkte produktkategorier for utmarksbaserte turer/aktiviteter og opplevelser.

Spørsmål	Komponenter						
	1	2	3	4	5	6	7
Arrangerte turer der jeg lærer om fjellets farer	,836						
Arrangerte turer der jeg opplever ”urørt natur”	,819						
Arrangerte turer der jeg lærer om natur og dyreliv	,817						
Arrangerte turer der jeg lærer om å overleve på naturens vilkår	,780						
Arrangerte turer med elve-rafting		,820					
Arrangerte turer med terrengsykkling		,773					
Arrangert turer med kajakk/kano-padling		,755					
Arrangerte turer med kiting		,711					
Egne terrengsykkelstier med merking/kart		,644					
Ridehall			,643				
Utendørs badeanlegg			,588				
Arrangerte rideturer i fjellet med bevertning			,570				
Kanefart			,554				
Aktivite gårdsbesøk, gårdskonkurranser, ”Farmen-aktiviteter” etc.			,547				,430
Alpinanlegg			,543				
Golfbane			,510				
Arrangerte snøscooter-turer							
Folkemusikkveka				,758			
Besøke museer				,728			
Ål-utstillinga				,708			
Merkede kulturhistoriske stier med infoplakater				,549			
Turer og guiding der jeg lærer om stedets kultur og historie	,482			,487			
Ubetjent turistforeningshytte i fjellet				,475			
Oppmerkede stier					,802		
Preparerte skiløyper					,789		
Eksisterende veier i fjellet(Seterveier, hytteveier, damveier etc.)					,707		
Sykkelveier i fjellet					,623		
Småviltjakt med guiding/kursing og bevertning						,825	
Storviltjakt med guiding/kursing og bevertning						,792	
Fiske/småviltjakt/storviltjakt i privat regi(jakt/fiskekort)						,695	
Fisketur med guiding/kursing og bevertning						,635	
Oppleve gammel setertradisjon/ stølsdrift							,730
Servering på stoler (Eks. Budeienettverket)							,703
Åpen gård.			,546				,547
Eigenvalues	10,040	3,350	2,020	1,814	1,615	1,308	1,066
% of Variance	29,529	9,854	5,941	5,336	4,749	3,848	3,135
Cumulative %	29,529	39,383	45,324	50,660	55,409	59,257	62,391

Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.a Rotation converged in 8 iterations.

I spørsmålet som skulle dekke produktkategoriene hadde jeg tatt med noen ”joker-spørsmål” som jeg ikke hadde gruppert, jeg så for meg at faktoranalysen enten ville forkaste dem, fordele dem på de andre faktorene eller lage en eller to nye faktorer, det siste inntraff ved at det kom fram en ny faktor. Navnene på komponentene fra tabell 5.2 er gitt i tabell 5.3 Jeg kaller den nye faktoren for Arr. turer/akt/oppl basert på gårdsdrift og stølsliv, den inkluderer; aktive gårdsbesøk som for eksempel; gårdskonkurranser, ”Farmen-aktiviteter” etc., Oppleve gammel setertradisjon/ stølsdrift, Servering på stoler (Eks. Budeienettverket) og Åpen gård.

Deretter ble det kjørt reliabilitetsanalyse og måling av chronbachs-alpha. Hvor stor grad av indre konsistens det er i datamaterialet kan testes statistisk gjennom en reliabilitetsanalyse (Cronbach’s alpha-koeffisient). Jo høyere Alpha-verdi, jo høyere indre konsistens, jo høyere reliabilitet. Høy indre konsistens indikerer at man kan slå sammen svarene fra de enkelte variablene til en indeks.

Tabell 4 Tabell 5.5 Reliability Analyses, Avhengige variable, tenkte produktkategorier for utmarksbaserte turer/aktiviteter og opplevelser.

	Means ¹	Std devia- tion	Item total corre- lation	Alpha if item deleted	Cron- bach alpha
Arr. turer/akt/oppl basert på naturopplevelser					,925
e. Arrangerte turer der jeg opplever ”urørt natur”	2,96	1,861	,810	,909	
f. Arrangerte turer der jeg lærer om natur og dyreliv	2,89	1,812	,857	,892	
g. Arrangerte turer der jeg lærer om fjellets farer	2,52	1,651	,857	,893	
h. Arrangerte turer der jeg lærer om å overleve på naturens vilkår	2,40	1,619	,790	,915	
Arr. turer/akt/oppl basert på Fart og Spenning					,879
o. Arrangert turer med kajakk/kano-padling	2,17	1,624	,747	,842	
p. Arrangerte turer med terrengsykkling	1,95	1,518	,733	,846	
q. Arrangerte turer med elve-rafting	1,92	1,505	,808	,817	
r. Arrangerte turer med kiting	1,72	1,425	,670	,870	
Arr. turer/akt/oppl basert på aktivitetsarenaer					,591
w. Ridehall	1,59	1,310	,420	,516	
x. Utendørs badeanlegg	3,20	2,192	,372	,525	
u. Alpinanlegg	3,24	2,258	,409	,494	
v. Golfbane	1,98	1,763	,344	,541	
Arr. turer/akt/oppl basert på kulturopplevelser					,808
l. Folkemusikkveka	2,82	1,864	,649	,755	
ae. Besøke museer	3,84	1,943	,501	,799	
m. Ål-utstillinga	3,49	1,906	,618	,763	
n. Merkede kulturhistoriske stier med infoplakater	4,26	2,017	,595	,771	
k. Turer og guiding der jeg lærer om stedets kultur og historie	3,85	1,981	,611	,766	

Ikke kommersielle aktiviteter og opplevelser				,745
a. Oppmerkede stier	6,05	1,384	,628	,643
b. Preparerte skiløyper	6,41	1,252	,578	,677
c. Sykkelveier i fjellet	5,01	2,100	,507	,756
d. Eksisterende veier i fjellet (Seterveier, hytteveier, damveier etc.)	6,10	1,297	,552	,686
Arr. turer/akt/oppl basert på jakt og fiske				,786
æ. Fiske/småviltjakt/storviltjakt i privat regi (jakt/fiskekort)	3,64	2,394	,467	,835
ø. Småviltjakt med guiding/kursing og bevertning	1,91	1,643	,728	,675
å. Storviltjakt med guiding/kursing og bevertning	1,74	1,453	,683	,709
aa. Fisketur med guiding/kursing og bevertning	2,38	1,880	,609	,724
Arr. turer/akt/oppl basert på gårdsdrift og stølsliv				,807
i. Oppleve gammel setertradisjon/ stølsdrift	4,64	1,921	,631	,754
j. Servering på støler (Eks. Budeienettverket)	4,96	1,901	,661	,740
y. Åpen gård.	3,40	1,994	,657	,741
z. Aktivite gårdsbesøk, gårdskonkurranser, "Farmen-aktiviteter" etc.	2,49	1,830	,544	,794

¹ Measured on a scale from 1 (= Not at All Important) to 4 (= Extremely Important)

² Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

³ Deleted because of low item total correlation and high alpha it item deleted.

Cronbachs alfa, α ble benyttet å måle reliabiliteten til ulike påstandene i spørreskjemaet.

Koeffisienten går fra 0 til 1, og når verdien går mot 1 har man mange høyt korrelerte spørsmål.

Dersom alfa-koeffisienten er 0,7 eller høyere regnes den for å være på et akseptabelt nivå (Sall et.al. 2005). En god alpha score er anbefalt å være over 0,7 (Bryman and Cramer 2001). Jeg legger derfor til grunn et reliabilitetskrav på Cronbach's alpha på over 0,7. Dette betyr at faktoren Arr. turer/akt/oppl basert på aktivitetsarenaer utgår. Jeg sitter dermed igjen med seks avhengige variable som skal testes mot de uavhengige variable. De seks avhengige variable er:

1. Arrangerte turer, aktiviteter og opplevelser basert på naturopplevelser.
2. Arrangerte turer, aktiviteter og opplevelser basert på fart og spenning.
3. Arrangerte turer, aktiviteter og opplevelser basert på kulturopplevelser.
4. Arrangerte turer, aktiviteter og opplevelser basert på ikke-kommersiell tilrettelegging.
5. Arrangerte turer, aktiviteter og opplevelser basert på jakt og fiske.
6. Arrangerte turer, aktiviteter og opplevelser basert på gårdsdrift og stølsopplevelser.

5.2.2. Uavhengige variable

Tabell 5 Tabell 5.6 Faktoranalyse, friluftslivsmotiver og egenskaper som friluftsutøver

	Komponenter										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
o. Jeg får oppleve natur kombinert med fart og spenning	0,85										
m. Utstyret gjør fartsopplevelse mulig	0,85										
k. Jeg får oppleve fart og spenning	0,84										
l. Jeg får oppleve spenning fordi aktiviteten er krevende	0,81										
n. Jeg kan søke utfordringer som kan innebære risiko	0,76										
z. Jeg får være ute i naturen		0,82									
w. Jeg får tid til å tenke over tilværelsen		0,80									
v. Jeg får forandring fra daglige rutiner		0,80									
y. Jeg får koplet av fra den daglige tralten		0,77									
x. Jeg finner ro og stillhet		0,74									
æ. Jeg får være sammen med familien		0,53					0,41				
u. Jeg kommer bort fra stress og mas		0,53	0,49								
q. Jeg får brukt kroppen allsidig			0,81								
r. Jeg kan ta vare på min egen helse			0,75								
p. Jeg får mosjon og trening			0,73								
t. Jeg får samlet nye krefter og overskudd			0,72								
s. Jeg kan ta meg ut og kjenne at jeg blir skikkelig sliten			0,71								
u. Jeg liker å oppsøke landskap som består av samspillet mellom natur og kulturtradisjoner				0,86							
v. Det er spennende å bevege seg i naturlandskap hvor det finnes spor etter tidligere generasjoners bruk av naturen				0,85							
t. Jeg liker å lære om tidligere generasjoners bruk av naturen				0,84							
s. Jeg oppsøker gjerne kulturminner i naturen				0,82							
r. Jeg liker å møte beitedyr i fjellet				0,56							
c. Jeg har vært aktiv innen en/ flere friluftaktiviteter i flere år					0,75						
a. Jeg anser meg selv som en erfaren friluftsutøver					0,75						
d. Friluftsliv er blant mine viktigste fritidsaktiviteter.					0,68						
b. Jeg blir ofte spurt om råd i forbindelse med friluftsutøvelse					0,67						
f. Jeg tar meg lite ut i naturen fordi jeg ikke er vant til det. snudd					0,60						
e. Jeg bruker gjerne fritiden min på nye aktiviteter					0,46						
l. Når jeg er på tur har jeg alt jeg trenger på turen i sekken											
h. Jeg får utviklet ulike ferdigheter						0,77					
g. Jeg blir dyktig til å mestre forskjellige friluftslivsferdigheter						0,76					
i. Jeg opplever å ha kontroll over kroppen						0,65					
j. Jeg lærer å mestre slitsomme og utfordrende situasjoner	0,46					0,56					
e. Jeg lærer om naturen						0,54	0,48				
f. Jeg får mulighet til å høste fra naturen(jakt/fiske/bær/sopp)						0,46					

c. Jeg får oppleve landskap og stemninger i naturen							0,81				
b. Jeg får oppleve samhörighet med naturen							0,79				
a. Jeg får oppleve naturens stillhet og fred		0,40					0,74				
d. Jeg får oppleve plante- og dyreliv							0,62				
h. Jeg unngår steder jeg vet det kan være mange mennesker								0,80			
i. Jeg trives best i fjellet utenom ferier, da det er få mennesker								0,76			
g. Jeg trives best i naturen når jeg treffer få mennesker.								0,68			
j. Store folkemengder er ingen hindring for gode naturopplevelser snudd								0,65			
k. Jeg oppsøker friluftsansettelinger med stor deltakelse snudd								0,52		-0,45	
o. Hva skal jeg med merkede stier når jeg har kart og kompass?									0,75		
p. Dersom man er avhengig av tilrettelegging for å oppleve									0,71		
m. De beste skiløypene er de jeg trækker selv									0,65		
q. Den perfekte naturopplevelsen krever store omr."urørt natur"									0,63		
n. Veier i skog og fjell er negativt for min naturopplevelse									0,63		
ab Jeg får vist fram utstyr	0,41									0,69	
ac Jeg får oppmerksomhet og anerkjennelse										0,69	
ad Jeg liker å bruke naturen til å prøve ut nytt sportsutstyr/friluftsutstyr	0,42									0,57	
å. Jeg får være sammen med venner											0,77
S20aa Jeg får være sammen med andre som liker å drive med det samme som meg											0,71
ø. Jeg får være sammen med familien											0,67
Eigenvalues	12,5	5,9	4,3	2,6	2,4	1,9	1,6	1,4	1,3	1,2	1,1
% of Variance	22,8	10,7	7,8	4,8	4,3	3,5	2,9	2,6	2,4	2,1	2,0
Cumulative %	22,8	33,5	41,3	46,1	50,4	53,9	56,8	59,4	61,8	64,0	66,0

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 8 iterations.

Faktoranalysen gjør kun små endringer på de uavhengige variable ved at noen spørsmål skårer på flere faktorer. Jeg skifter navn på noen av variablene til navn jeg synes passer bedre i forhold til hvilke målespørsmål som har blitt med for å gi de mer typolog-preg som passer mitt datamateriale. De nye navnene på komponentene fra tabell 5.4 er gjengitt i tabell 5.5 Deretter ble det kjørt reliabilitetsanalyse og måling av chronbachs-alpha.

Reliabilitetsanalyse

Tabell 6 *Tabell 5.7 Reliability Analyses, friluftslivsmotiver og egenskaper som friluftsutøver*

	Means ¹	Std devia- teon	Item total corre- lation	Alpha if item deleted	Cron- bach alpha
1 Spennings og utfordringssøkende					,910
o. Jeg får oppleve natur kombinert med fart og spenning	2,36	1,554	,828	,879	
k. Jeg får oppleve fart og spenning	2,98	1,679	,789	,886	
l. Jeg får oppleve spenning fordi aktiviteten er krevende	3,01	1,667	,768	,891	
m. Utstyret gjør fartsopplevelse mulig	2,42	1,593	,794	,885	
n. Jeg kan søke utfordringer som kan innebære risiko	2,29	1,576	,685	,907	
2 Den kontemplasjonsorienterte					,903
v. Jeg får forandring fra daglige rutiner	6,42	,991	,760	,882	
w. Jeg får tid til å tenke over tilværelsen	6,33	1,014	,771	,880	
x. Jeg finner ro og stillhet	5,96	1,265	,734	,889	
y. Jeg får koplet av fra den daglige tralten	6,39	,996	,749	,884	
z. Jeg får være ute i naturen	6,26	1,074	,786	,877	
u. Jeg kommer bort fra stress og mas	6,35	,991	,628	,900	
3 Den treningsorienterte					,872
p. Jeg får mosjon og trening	6,14	1,491	,610	,873	
q. Jeg får brukt kroppen allsidig	6,06	1,137	,819	,821	
r. Jeg kan ta vare på min egen helse	6,13	1,082	,728	,842	
s. Jeg kan ta meg ut og kjenne at jeg blir skikkelig sliten	5,75	1,370	,708	,843	
t. Jeg får samlet nye krefter og overskudd	5,99	1,308	,689	,848	
4 Den kulturorienterte					,875
r. Jeg liker å møte beitedyr i fjellet	5,31	1,676	,431	,913	
s. Jeg oppsøker gjerne kulturminner i naturen	4,76	1,694	,736	,841	
t. Jeg liker å lære om tidligere generasjoners bruk av naturen	5,26	1,543	,798	,827	
u. Jeg liker å oppsøke landskap som består av samspillet mellom natur og kulturtradisjoner	4,99	1,632	,820	,820	
v. Det er spennende å bevege seg i naturlandskap hvor det finnes spor etter tidligere generasjoners bruk av naturen	5,30	1,596	,775	,832	
5 Den naturinteresserte					,869
a. Jeg får oppleve naturens stillhet og fred	6,42	1,018	,678	,847	
b. Jeg får oppleve samhörighet med	6,00	1,281	,746	,832	
c. Jeg får oppleve landskap og stemninger i naturen	6,35	1,001	,752	,837	
d. Jeg får oppleve plante- og dyreliv	5,71	1,400	,713	,840	
e. Jeg lærer om naturen	5,04	1,559	,660	,856	
æ. Jeg får være sammen med familien	6,49	,857	,564	,866	
6 Den erfarne friluftsutøver					,816
a. Jeg anser meg selv som en erfaren friluftsutøver	4,98	1,498	,689	,766	
b. Jeg blir ofte spurt om råd i forbindelse med friluftsutøvelse	3,29	1,693	,643	,772	
c. Jeg har vært aktiv innen en/ flere frilftsaktiviteter i flere år	4,15	2,134	,691	,762	
d. Friluftsliv er blant mine viktigste fritidsaktiviteter.	5,06	1,724	,674	,765	
e. Jeg bruker gjerne fritiden min på nye aktiviteter	3,14	1,612	,455	,812	
f. Jeg tar meg lite ut i naturen fordi jeg ikke er vant til det (snudd)	6,21	1,419	,346	,829	

7 Den mestringsorienterte					,896
g. Jeg blir dyktig til å mestre forskjellige friluftslivsferdigheter	4,48	1,555	,799	,855	
h. Jeg får utviklet ulike ferdigheter	4,42	1,595	,842	,838	
i. Jeg opplever å ha kontroll over kroppen	4,76	1,624	,773	,864	
j. Jeg lærer å mestre slitsomme og utfordrende situasjoner	4,33	1,662	,670	,903	
8 Den "folkeskye"					,770
g. Jeg trives best i naturen når jeg treffer få mennesker.	4,71	1,739	,515	,737	
h. Jeg unngår steder jeg vet det kan være mange mennesker	4,51	1,863	,678	,676	
i. Jeg trives best i fjellet utenom ferier, da det er få mennesker	4,25	1,815	,623	,698	
j. Store folkemengder er ingen hindring for gode naturopplevelser snudd	4,62	1,833	,521	,735	
k. Jeg oppsøker friluftsansatte med stor deltakelse snudd	5,92	1,394	,372	,777	
9 "Villmarkens sønn"					,738
m. De beste skiløypene er de jeg trækker selv	2,42	1,685	,502	,692	
n. Veier i skog og fjell er negativt for min naturopplevelse	3,17	1,847	,459	,708	
o. Hva skal jeg med merkede stier når jeg har kart og kompass?	2,22	1,516	,565	,675	
p. Dersom man er avhengig av tilrettelegging for å oppleve	3,33	1,994	,476	,703	
q. Den perfekte naturopplevelsen krever store omr."urørt natur"	4,06	1,953	,522	,684	
10 Den sosialt orienterte friluftsutøver					,632
æ. Jeg får være sammen med familien	6,48	,866	,446	,596	
ø. Jeg får være sammen med familien	5,95	1,401	,507	,437	
S20aa Jeg får være sammen med andre som liker å drive med det samme som meg	4,80	1,742	,474	,540	
11. Den utstyrsopptatte friluftsutøver					,798
ab Jeg får vist fram utstyr	4,05	6,126	,704	,682	
ac Jeg får oppmerksomhet og anerkjennelse	3,77	5,556	,662	,704	
ad Jeg liker å bruke naturen til å prøve ut nytt sportsutstyr/friluftsutstyr	3,48	5,151	,591	,799	

¹ Measured on a scale from 1 (= Not at All Important) to 4 (= Extremely Important)

² Principal Component Analysis.Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

³ Deleted because of low item total correlation and high alpha if item deleted.

Legger også her til grunn et reliabilitetskrav på Cron-bach alpha på over 0,7. Dette betyr at **Den sosialt orienterte friluftsutøver** utgår. Jeg sitter dermed igjen med ti uavhengige variable som skal forklare de avhengige variable. De ti uavhengige variable er:

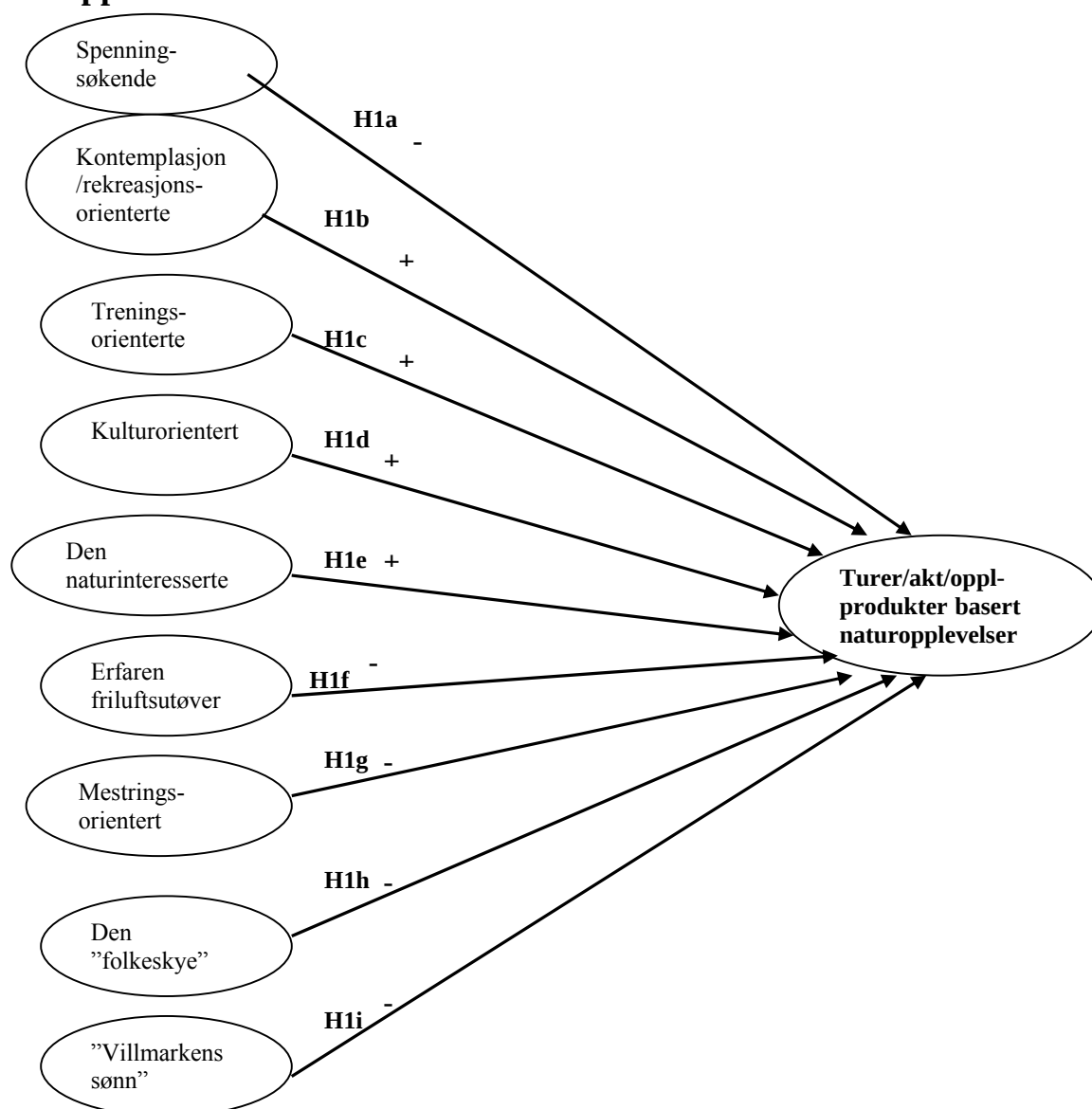
1. Spennings og utfordringssøkende.
2. Den rekreasjonssøkende (kontemplasjon)
3. Den treningsorienterte
4. Den kulturorienterte
5. Den naturinteresserte
6. Den erfarne friluftsutøver
7. Den mestringsorienterte
8. Den "folkeskye" Villmarkens sønn"
9. Den sosialt orienterte friluftsutøver
10. Den utstyrsopptatte friluftsutøver

5.3 Reviderte modeller og hypoteser

Under følger seks nye modeller basert på endringene faktoranalysen og reliabilitetsanalysen medførte. (T-test vedlagt hver modell). Det er disse modellene som fra nå av vil gjelde i det videre analysearbeidet mot svaret på problemstillingen.

5.3.1 Modell1

Avhengig variabel: Arrangerte turer/aktiviteter/opplevelser basert på naturopplevelser



Figur 9 Modell 1 revidert

Hypoteser:

H1a: Den spenningssøkende friluftsutøver er negativ til turer/akt/oppl-produkter basert naturopplevelser.

H1b: Den kontemplasjon/rekreasjonsorienterte friluftsutøver er positiv til turer/akt/oppl-produkter basert naturopplevelser.

H1c: Den mosjon og helseorienterte friluftsutøver er positiv til turer/akt/oppl-produkter basert naturopplevelser.

H1d: Den kulturorienterte friluftsutøver er positiv til turer/akt/oppl-produkter basert naturopplevelser.

H1d: Den naturinteresserte friluftsutøver er positiv til turer/akt/oppl-produkter basert naturopplevelser.

H1e: Den erfarne friluftsutøver er negativ til turer/akt/oppl-produkter basert naturopplevelser.

H1f: Den mestringsorienterte friluftsutøver er negativ til turer/akt/oppl-produkter basert naturopplevelser.

H1g: Den ”folkeskye” friluftsutøver er negativ til turer/akt/oppl-produkter basert naturopplevelser.

H1i: ”Villmarkens sønn” er negativ til turer/akt/oppl-produkter basert naturopplevelser.

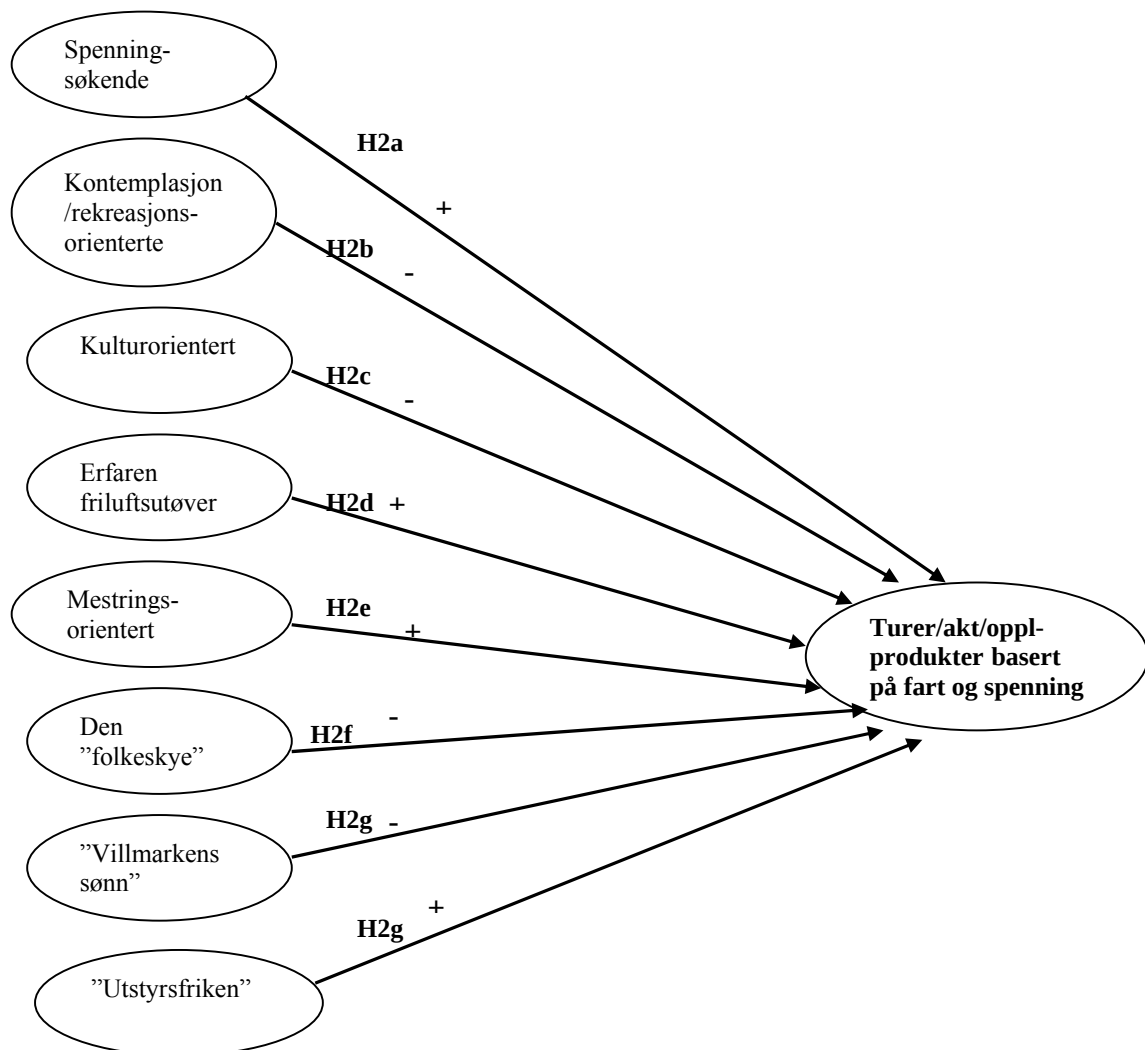
Tabell 7I: T-test Naturopplevelser

Uavhengige variable	B	Std. Error	T-verdi	P-verdi
Spenning	,202	,042	4,787	,000
Kontemplasjon	,006	,077	,079	,937
Helse	,101	,064	1,581	,114
Kulturorientert	,154	,038	4,011	,000
Naturinteressert	,143	,075	1,923	,055
Erfaren	-,038	,047	-,815	,415
Mestring	,031	,048	,653	,514
Den folkeskye	-,093	,036	-2,557	,011
villmarkssønn	-,128	,045	-2,842	,005
(Konstant)	,732	,413	1,774	,076

Modell signifikant ($P < 0,001$), $DF=9$, $R^2 = 0,102$, Adjusted $R^2 = ,093$

5.3.2 Modell 2

Avhengig variabel: Arrangerte turer/akt./opplevelser basert på fart og spenning



Figur 10 Modell 2 revidert

Hypoteser:

H2a: Den spenningssøkende friluftsutøver er positiv til turer/akt/opplevelses-produkter basert på fart og spenning.

H2b: Den kontemplasjonsorienterte friluftsutøver er negativ til turer/akt/opplevelses-produkter basert på fart og spenning.

H2c: Den kulturorienterte friluftsutøver er negativ til turer/akt/opplevelses-produkter basert på fart og spenning.

H2d: Den erfarne friluftsutøver er positiv til turer/akt/opplevelses- produkter basert på fart og spenning.

H2e: Den mestringsorienterte friluftsutøver er positiv til turer/akt/opplevelses-produkter basert på fart og spenning.

H2f: Den folkeskye friluftsutøver er negativ til turer/akt/opplevelses-produkter basert på fart og spenning.

H2g: "Villmarkens sønn" er negativ til turer/akt/opplevelses-produkter basert på fart og spenning.

H2h: "Utstyrsfrikken" er positiv til turer/akt/opplevelses-produkter basert på fart og spenning.

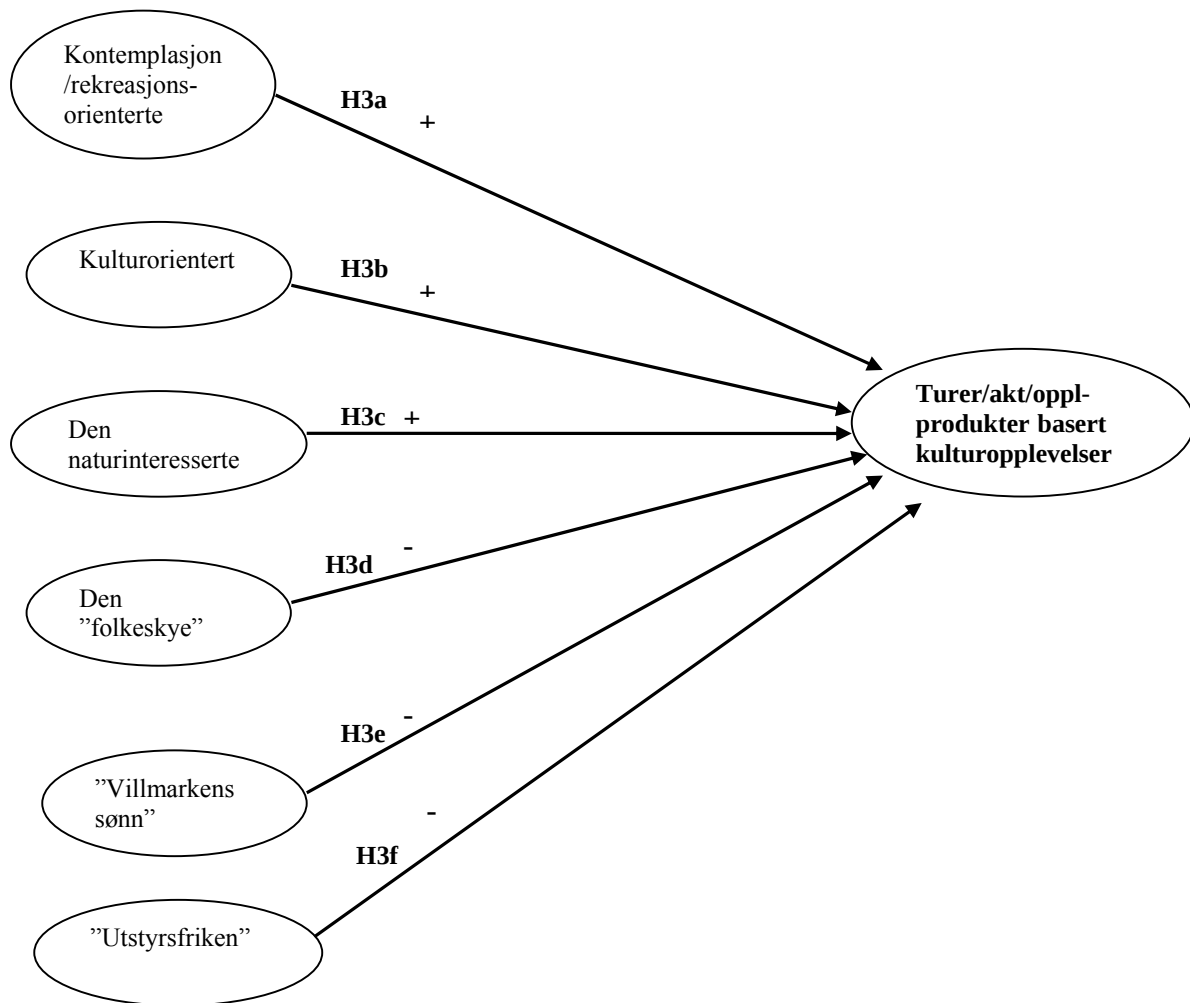
Tabell 8 T-test: Fart og spenning

Uavhengige variable	B	Std. Error	T-verdi	P-verdi
spenning	,301	,038	7,898	,000
kontemplasjon	,083	,053	1,561	,119
kulturorientert	-,069	,031	-2,246	,025
erfaren	,127	,037	3,423	,001
mestring	-,077	,036	-2,143	,032
eremitten	-,057	,030	-1,923	,055
villmarkssønn	,005	,037	,126	,900
utstyr	,062	,044	1,394	,164
(Konstant)	,979	,320	3,061	,002

Modell signifikant ($P < 0,001$), $DF=8$, $R^2 = 0,157$, Adjusted $R^2 = ,149$

5.3.3 Modell 3

Avhengig variabel: Arrangerte turer/akt./opplevelser basert på kulturopplevelser



Figur 11 Modell 3 revidert

Hypoteser:

H3a: Den kontemplasjon/rekreasjonsorienterte friluftsutøver er positiv til turer/akt/opplevelses-produkter basert på kulturopplevelser.

H3b: Den kulturorienterte friluftsutøver er positiv til turer/akt/opplevelses-produkter basert på kulturopplevelser.

H3c: Den naturinteresserte friluftsutøver er positiv til turer/akt/opplevelses-produkter basert på kulturopplevelser.

H3d: Den ”folkeskye” friluftsutøver er negativ til turer/akt/opplevelses-produkter basert på kulturopplevelser.

H3e: ”Villmarkens sønn” er negativ til turer/akt/opplevelses-produkter basert på kulturopplevelser.

H3f: ”Utstyrsfriken” er negativ til turer/akt/opplevelses-produkter basert på kulturopplevelser

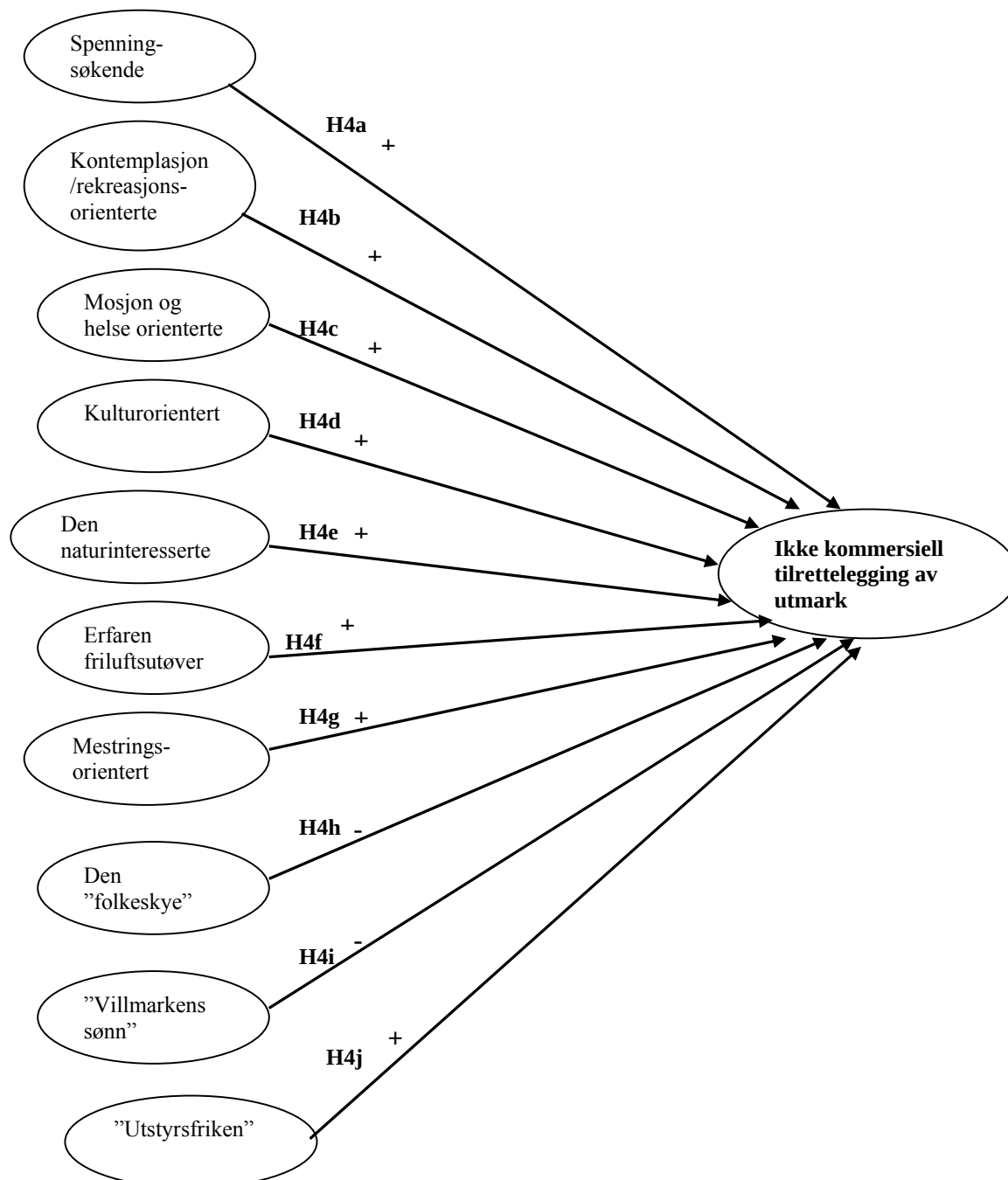
Tabell 9 T-test: Kultur

Uavhengige variable	B	Std. Error	T-verdi	P-verdi
kontemplasjon	,219	,060	3,650	,000
kulturorientert	-,026	,032	-,829	,407
naturinteressert	-,125	,057	-2,189	,029
eremitten	-,127	,030	-4,197	,000
villmarkssønn	-,045	,036	-1,225	,221
utstyr	,164	,037	4,480	,000
(Konstant)	2,430	,329	7,380	,000

Modell signifikant ($P < 0,001$), $DF=6$, $R^2 = 0,069$, Adjusted $R^2 = ,063$

5.3.4 Modell 4

Avhengig variabel: Arrangerte turer/akt./opplevelser basert på ikke kommersielle aktiviteter og opplevelser



Figur 12 Modell 4 revidert

Hypoteser:

H4a: Den spenningsorienterte friluftsutøver er positiv til ikke kommersiell tilrettelegging av utmark.

H4b: Den kontemplasjon/rekreasjonsorienterte friluftsutøver er positiv til ikke kommersiell tilrettelegging av utmark.

H4c: Den mosjon og helseorienterte friluftsutøver er positiv til ikke kommersiell tilrettelegging av utmark.

H4d: Den kulturorienterte friluftsutøver er positiv til ikke kommersiell tilrettelegging av utmark.

H4e: Den naturinteresserte friluftsutøver er positiv til ikke kommersiell tilrettelegging av utmark.

H4f: Den erfarne friluftsutøver er positiv til ikke kommersiell tilrettelegging av utmark.

H4g: Den mestringsorienterte friluftsutøver er positiv til ikke kommersiell tilrettelegging av utmark.

H4h: Den folkeskye friluftsutøver er negativ til ikke kommersiell tilrettelegging av utmark.

H4i: "Villmarkens sønn" er negativ til ikke kommersiell tilrettelegging av utmark.

H4j: "Utstyrsfriken" er positiv til ikke kommersiell tilrettelegging av utmark.

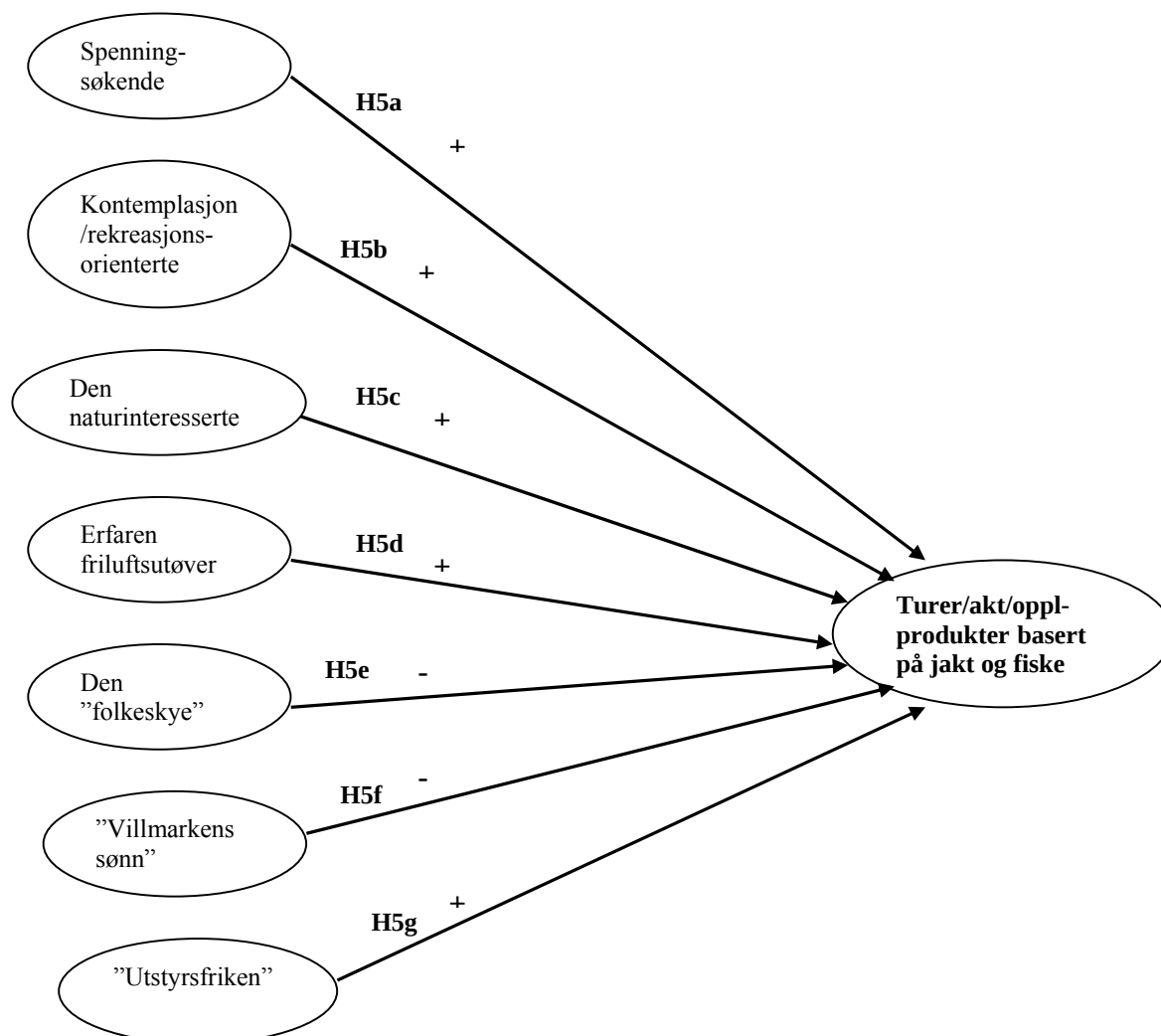
Tabell 10 T-test: Ikke kommersiell tilrettelegging av utmark

Uavhengige variable	B	Std. Error	T-verdi	P-verdi
spenneing	,004	,029	,150	,881
kontemplasjon	,190	,048	3,973	,000
helse	,178	,040	4,457	,000
kulturorientert	,007	,024	,279	,780
naturinteressert	,188	,046	4,052	,000
erfaren	,100	,029	3,426	,001
mestring	-,089	,030	-2,971	,003
eremitten	-,021	,023	-,915	,360
villmarkssønn	-,247	,028	-8,790	,000
utstyr	,034	,033	1,007	,314
(Konstant)	3,544	,258	13,717	,000

Modell signifikant ($P < 0,001$), $DF = 10$, $R^2 = 0,238$, Adjusted $R^2 = ,229$

5.3.5 Modell 5

Avhengig variabel: Arrangerte turer/akt./opplevelser basert på jakt og fiske



Figur 13 Modell 5 revidert

Hypoteser:

H5a: Den spenningsorienterte friluftsutøver er positiv til turer/akt/opplevelses-produkter basert på jakt og fiske.

H5b: Den kontemplasjon/rekreasjonsorienterte friluftsutøver er positiv til turer/akt/opplevelses-produkter basert på jakt og fiske.

H5c: Den naturinteresserte friluftsutøver er positiv til turer/akt/opplevelses-produkter basert på jakt og fiske.

H5d: Den erfarne friluftsutøver er positiv til turer/akt/opplevelses-produkter basert på jakt og fiske.

H5e: Den ”folkeskye” friluftsutøver er negativ til turer/akt/opplevelses-produkter basert på jakt og fiske.

H5f: ”Villmarkens sønn” er positiv til turer/akt/opplevelses-produkter basert på jakt og fiske.

H5g: ”Utstyrsfriken” er positiv til turer/akt/opplevelses-produkter basert på jakt og fiske.

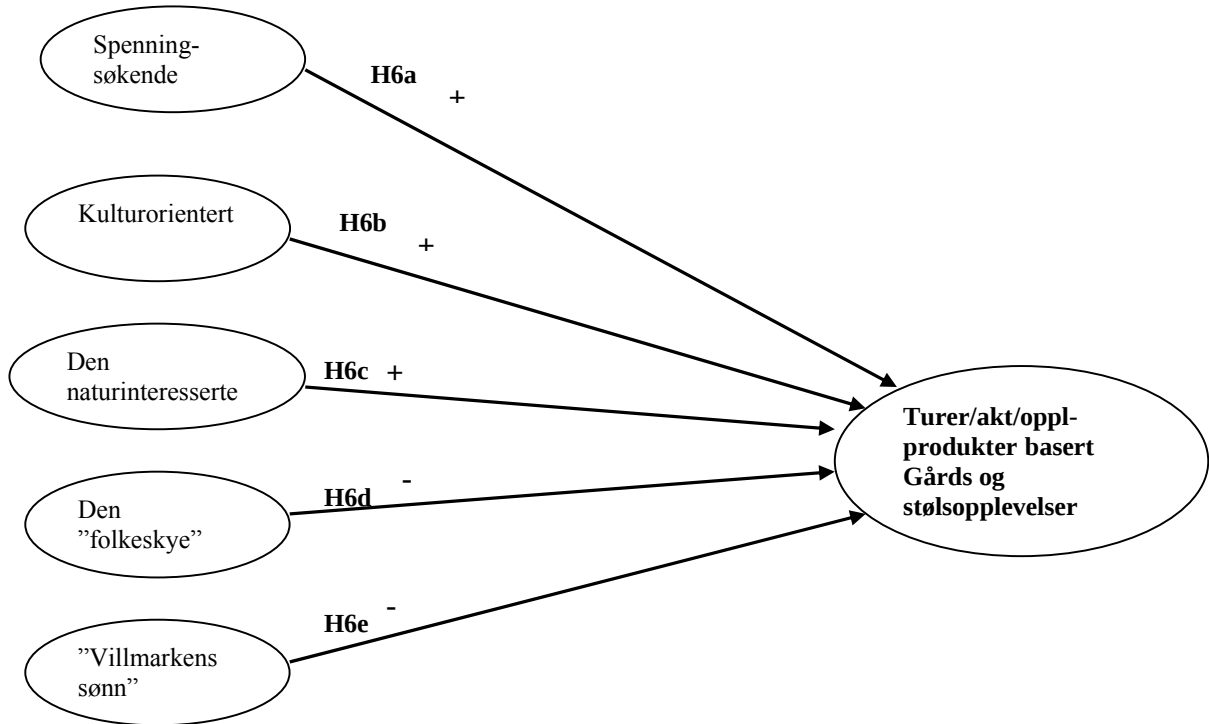
Tabell 11 T-test: Jakt og fiske

Uavhengige variable	B	Std. Error	T-verdi	P-verdi
spenneing	,104	,044	2,361	,018
kontemplasjon	,038	,071	,528	,598
naturinteressert	,056	,065	,850	,396
erfaren	,094	,043	2,208	,027
eremitten	-,029	,036	-,810	,418
villmarkssønn	-,075	,043	-1,739	,082
utstyr	,114	,052	2,179	,030
(Konstant)	,999	,392	2,549	,011

Modell signifikant ($P < 0,001$), $DF=7$, $R^2 = 0,051$, Adjusted $R^2 = ,044$

5.3.6 Modell 6

Avhengig variabel: Arrangerte turer/akt./opplevelser basert på Gårds- og stølsopplevelser



Figur 14 Modell 6 revidert

Hypoteser

H6a: Den mosjon og helseorienterte friluftsutøver er positiv til turer/akt/opplevelses-produkter basert på gårds og stølsopplevelser.

H6b: Den kulturorienterte friluftsutøver er positiv til turer/akt/opplevelses-produkter basert på gårds og stølsopplevelser.

H6c: Den naturinteresserte friluftsutøver er positiv til turer/akt/opplevelses-produkter basert på gårds og stølsopplevelser.

H6d: Den "folkeskye" friluftsutøver er negativ til turer/akt/opplevelses-produkter basert på gårds og stølsopplevelser.

H6e: "Villmarkens sønn" er negativ til turer/akt/opplevelses-produkter basert på gårds og stølsopplevelser.

Tabell 12 T-test: Gårds- og stølsopplevelser

Uavhengige variable	B	Std. Error	T-verdi	P-verdi
helse	,118	,051	2,327	,020
kulturorientert	,233	,036	6,514	,000
naturinteressert	,201	,059	3,372	,001
eremitten	-,066	,034	-1,955	,051
villmarkssønn	-,081	,041	-1,982	,048
(Konstant)	1,314	,347	3,787	,000

Modell signifikant ($P < 0,001$), $DF=5$, $R^2 = 0,108$, Adjusted $R^2 = ,103$

Pearsons korrelasjonsmatrise (Se vedlegg)

5.4 Resultat av regresjonsanalyse, signifikante hypoteser

Regresjonsanalyse ble utført i SPSS for å avdekke i hvilken grad de uavhengige variablene:

Spennings og utfordringssøkende. Den rekreasjonssøkende (kontemplasjon), Den treningsorienterte, Den kulturorienterte, Den naturinteresserte, Den erfarne friluftsutøver, Den mestringsorienterte, Den ”folkeskye” Villmarkens sønn”, Den sosialt orienterte friluftsutøver, og Den utstyrsopptatte friluftsutøver støttet de avhengige variablene Arrangerte turer, aktiviteter og opplevelser basert på 1) naturopplevelser, 2) fart og spenning, 3) kulturopplevelser, 4) ikke-kommersiell tilrettelegging, 5) jakt og fiske, og 6) gårdsdrift og stølsopplevelser.

Resultatene som presenteres her viser hvilke hypoteser som støttes, og hvilke som forkastes, altså hvilke motiver som forklarer preferanser for de ulike produktkategoriene.

I en hypotesetest er det to typer feil som kan gjøres slik at det trekkes feilaktig konklusjon. Forkastingsfeil vil si at nullhypotesen feilaktig forkastes, dette er den mest alvorlige, mens godtakingsfeil vil si at vi feilaktig godtar nullhypotesen (Løvås 2004). Hypotesetesting krever derfor at beslutningstakeren gjør noen viktige subjektive valg, i praksis, hvor stort signifikansnivå vi godtar. Det vanlige er å velge et signifikansnivå på 0,05 (ibid), jeg har imidlertid valgt å også godkjenne 10% signifikansnivå på grunn av den noe vage teoribakgrunnen modellen bygger på. Av de 44 hypotesene var det 4 som havnet på et signifikansnivå mellom 5 og 10%, mens det var 14 som ble forkastet.

Figur 15 Oversikt over gyldige og ugyldige hypoteser (Hypotesene som er lagt til grunn er de som ble justert etter faktoranalysen)

Hypoteser		Støttet hypotese	
		Ja	Nei
Arr. turer/akt./opplevelser basert på naturopplevelser			
H1a	Den spenningsøkende friluftsutøver er negativ til turer/akt/oppl-produkter basert på naturopplevelser.	✓***	
H1b	Den kontemplasjonsorienterte friluftsutøver er positiv til turer/akt/oppl-produkter basert på naturopplevelser.		✓
H1c	Den mosjon og helseorienterte friluftsutøver er positiv til turer/akt/oppl-produkter basert på naturopplevelser.		✓
H1d	Den kulturorienterte friluftsutøver er positiv til turer/akt/oppl-produkter basert på naturopplevelser.	✓***	
H1e	Den naturinteresserte friluftsutøver er positiv til turer/akt/oppl-produkter basert på naturopplevelser.	✓	
H1f	Den erfarne friluftsutøver er negativ til turer/akt/oppl-produkter basert på naturopplevelser.		✓
H1g	Den mestringsorienterte friluftsutøver er negativ til turer/akt/oppl-produkter basert på naturopplevelser.		✓
H1h	Den "folkeskye" friluftsutøver er negativ til turer/akt/oppl-produkter basert på naturopplevelser.	✓*	
H1i	"Villmarkens sønn" er negativ til turer/akt/oppl-produkter basert på naturopplevelser.	✓**	
Arr. turer, aktiviteter og opplevelser basert på fart og spenning.			
H2a	Den spenningsøkende friluftsutøver er positiv til turer/akt/opplevelses-produkter basert på fart og spenning.	✓***	
H2b	Den kontemplasjonsorienterte friluftsutøver er negativ til turer/akt/opplevelses-produkter basert på fart og spenning.	✓**	
H2c	Den kulturorienterte friluftsutøver er negativ til turer/akt/opplevelses-produkter basert på fart og spenning.	✓**	
H2d	Den erfarne friluftsutøver er positiv til turer/akt/opplevelses-produkter basert på fart og spenning.	✓***	
H2e	Den mestringsorienterte friluftsutøver er positiv til turer/akt/opplevelses-produkter basert på fart og spenning.	✓*	
H2f	Den folkeskye friluftsutøver er negativ til turer/akt/opplevelses-produkter basert på fart og spenning.	✓	
H2g	"Villmarkens sønn" er negativ til turer/akt/opplevelses-produkter basert på fart og spenning.		✓
H2h	"Utstyrsfrikken" er positiv til turer/akt/opplevelses-produkter basert på fart og spenning.		✓

	Arr. turer, aktiviteter og opplevelser basert på landbruks-og bygdekulturopplevelser.		
H3a	Den kontemplasjonsorienterte friluftsutøver er positiv til turer/akt/opplevelses-produkter basert på landbruks- og bygdekulturopplevelser.	✓***	
H3b	Den kulturorienterte friluftsutøver er positiv til turer/akt/opplevelses-produkter basert på landbruks- og bygdekulturopplevelser.		✓
H3c	Den naturinteresserte friluftsutøver er positiv til turer/akt/opplevelses-produkter basert på landbruks- og bygdekulturopplevelser.	✓*	
H3d	Den ”folkeskye” friluftsutøver er negativ til turer/akt/opplevelses-produkter basert på landbruks- og bygdekulturopplevelser.	✓***	
H3e	”Villmarkens sønn” er negativ til turer/akt/opplevelses-produkter basert på landbruks- og bygdekulturopplevelser.		✓
	Ikke-kommersiell tilrettelegging.		
H4a	Den spenningsorienterte friluftsutøver er positiv til ikke kommersiell tilrettelegging av utmark.		✓
H4b	Den kontemplasjonsorienterte friluftsutøver er positiv til ikke kommersiell tilrettelegging av utmark.	✓***	
H4c	Den mosjon og helseorienterte friluftsutøver er positiv til ikke kommersiell tilrettelegging av utmark.	✓***	
H4d	Den kulturorienterte friluftsutøver er positiv til ikke kommersiell tilrettelegging av utmark.		✓
H4e	Den naturinteresserte friluftsutøver er positiv til ikke kommersiell tilrettelegging av utmark.	✓***	
H4f	Den erfarne friluftsutøver er positiv til ikke kommersiell tilrettelegging av utmark.	✓***	
H4g	Den mestringsorienterte friluftsutøver er positiv til ikke kommersiell tilrettelegging av utmark.	✓**	
H4h	Den folkeskye friluftsutøver er negativ til ikke kommersiell tilrettelegging av utmark.		✓
H4i	”Villmarkens sønn” er negativ til ikke kommersiell tilrettelegging av utmark.	✓***	
H4j	”Utstyrsfrien” er positiv til ikke kommersiell tilrettelegging av utmark.		✓

	Arr. turer, aktiviteter og opplevelser basert på jakt og fiske.		
H5a	Den spenningsorienterte friluftsutøver er positiv til turer/akt/opplevelses-produkter basert på jakt og fiske.	✓*	
H5b	Den kontemplasjon/rekreasjonsorienterte friluftsutøver er positiv til turer/akt/opplevelses-produkter basert på jakt og fiske.		✓
H5c	Den naturinteresserte friluftsutøver er positiv til turer/akt/opplevelses-produkter basert på jakt og fiske.		✓
H5d	Den erfarne friluftsutøver er positiv til turer/akt/opplevelses-produkter basert på jakt og fiske.	✓*	
H5e	Den "folkeskye" friluftsutøver er negativ til turer/akt/opplevelses-produkter basert på jakt og fiske.	✓*	
H5f	"Villmarkens sønn" er positiv til turer/akt/opplevelses-produkter basert på jakt og fiske.	✓	
H5g	"Utstyrsfrien" er positiv til turer/akt/opplevelses-produkter basert på jakt og fiske.	✓*	
	Arr. turer, aktiviteter og opplevelser basert på gårdsdrift og stølsopplevelser.		
H6a	Den mosjon og helseorienterte friluftsutøver er positiv til turer/akt/opplevelses-produkter basert på gårds og stølsopplevelser.	✓*	
H6b	Den kulturorienterte friluftsutøver er positiv til turer/akt/opplevelses-produkter basert på gårds og stølsopplevelser.	✓***	
H6c	Den naturinteresserte friluftsutøver er positiv til turer/akt/opplevelses-produkter basert på gårds og stølsopplevelser.	✓***	
H6d	Den "folkeskye" friluftsutøver er negativ til turer/akt/opplevelses-produkter basert på gårds og stølsopplevelser	✓	
H6e	"Villmarkens sønn" er negativ til turer/akt/opplevelses-produkter basert på gårds og stølsopplevelser.	✓*	

Significans-nivå; ✓ = $p < 0.1$; ✓* = $p < 0.05$; ✓** = $p < 0.01$; ✓*** = $p < 0.001$

6. Diskusjon

6.1. Diskusjon og forklaring av resultater

Ideelt sett ville jeg i dette kapittelet ha diskutert alle problemstillingene opp mot teorien. Men med 44 hypoteser blir dette alt for tidkrevende og omfattende. Da det er planer om senere publikasjoner på datamaterialet, tillater jeg meg derfor å ta en snarvei ved å kommentere de sterkeste funnene og de forkastede hypotesene.

Arr. turer/akt./opplevelser basert på naturopplevelser

H1a Den spenningssøkende friluftsutøver er negativ til turer/akt/oppl-produkter basert på naturopplevelser. Dette stemmer godt overens med teknologirådets presentasjon av ”Den nye brukeren” som presenteres som en utfordringssøkende person som søker risikosportpregede aktiviteter som har preg av lek. Denne gruppen synes mange av de kommersielle tilbudene blir for kommerse. Det er også et faktum at aktiviteter og opplevelser basert på naturopplevelser blir for kjedelige for den spenningssøkende.

H1b Den kontemplasjonsorienterte friluftsutøver er positiv til turer/akt/oppl-produkter basert på naturopplevelser. Selv om det er nærliggende å tenke seg at den kontemplasjonsorienterte vil søke ro og stillhet og mindre folkemengder, var min intensjon, og kanskje noe dristige hypotese at de kontemplasjonssøkende utøverne likevel ville åpne opp for deltakelse på enkelte aktiviteter og opplevelser i rolige omgivelser og med små grupper. Da denne hypotesen ikke støttes skyldes dette at jeg enten tar feil i den antakelsen, eller at jeg ikke har fått fram denne typen aktiviteter og opplevelser godt nok i spørsmålsbatteriet.

H1c Den mosjon- og helseorienterte friluftsutøver er positiv til turer/akt/oppl-produkter basert på naturopplevelser. Dette var i likhet med H1b også en noe dristig hypotese, som jeg også grunnga med at de helse- og mosjonsorienterte utøverne i en viss grad ville synes at kombinasjonen naturopplevelser og mosjon/trening kunne være interessant som aktivitets/opplevelsesprodukt, da denne hypotesen ikke støttes, skyldes nok det i stor grad at de fleste mosjons- og treningsorienterte er selvstendige friluftsutøvere som i liten grad benytter seg av kommersielle tilbud (med unntak av konkurranser).

H1d Den kulturorienterte friluftsutøver er positiv til turer/akt/oppl-produkter basert på naturopplevelser. Dette bekrefter min antakelse om at de som er interessert i landbruks- og bygdekultur også har preferanser for kommersielle naturopplevelser.

H1f Den erfarne friluftsutøver er negativ til turer/akt/oppl-produkter basert på naturopplevelser. Dette var for meg et noe overraskende resultat da man skulle kunne anta at den erfarne friluftsutøver i stor grad beveger seg i naturen på egenhånd. Da denne hypotesen forkastes kan det tenkes at dette skyldes fenomenet som Dervo (2005) beskriver som at flere og flere ønsker å betale for tjenester som gjør det lettere å nå et ønsket mål, og at de erfarne faller inn under dette fenomenet.

H1g Den mestringsorienterte friluftsutøver er negativ til turer/akt/oppl-produkter basert på naturopplevelser. Dette var også en hypotese jeg hadde regnet med å få god støtte for, jeg vil anta at grunnen til at den forkastes i stor grad er den samme som for H1f.

H2a Den spenningssøkende friluftsutøver er positiv til turer/akt/opplevelses-produkter basert på fart og spenning. Ikke uventet støttes denne hypotesen med god margin. Men selv om hypotesen kan virke nokså selvsagt, så kunne det tenkes at den kunne ha blitt felt med argumentasjon i at den spenningssøkende ofte søker seg ut på egenhånd og finner mange tilbud for kommersiell (teknologirådet 2006).

H2d Den erfarne friluftsutøver er positiv til turer/akt/opplevelses- produkter basert på fart og spenning. Dette er en hypotese som har sitt utspring i at de erfarne utøverne som er opptatt av spenningsbaserte aktiviteter gjerne søker kommersielle tilbud for å nå mål som ville være vanskeligere å nå på egenhånd, eller som letter muligheten for gjennomføring av et bestemt mål.

H3a Den kontemplasjonsorienterte friluftsutøver er positiv til turer/akt/opplevelses-produkter basert på kulturopplevelser. Denne hypotesen har sin begrunnelse i at mennesker som søker kontemplasjon i naturen, også gjerne prefererer aktiviteter og opplevelser basert på landbruks- og bygdekulturopplevelser. Dette er med på å danne et bilde av en friluftsutøver som søker rolige og

lærerike opplevelser, og at de gjerne deltar på kommersielle tilbud for å oppleve dette. Uten noen som helst empirisk ryggdekning vil jeg driste meg til en påstand at dette gjerne er samme type mennesker som oppsøker museer og andre type kulturattraksjoner eksempelvis i byer.

H3b Den kulturorienterte friluftsutøver er positiv til turer/akt/opplevelses-produkter basert på kulturopplevelser. Dette var etter mitt syn en av de mest selvsagte hypotesene, likevel ble den ikke støttet. Det kan være flere årsaker til det, en teori kan være at de som er spesielt interessert i kultur generelt sett er imot kommersielle tilbud i utmark ved at de i stedet for å for eksempel være med på en kommersiell kulturbasert aktivitet heller oppsøker attraksjonene på egenhånd.

H4a Den spenningsorienterte friluftsutøver er positiv til ikke-kommersiell tilrettelegging av utmark. Denne hypotesen hadde jeg gitt positivt fortegn med grunnlag i at den spenningsorienterte utøveren i stor grad tar seg ut på egenhånd. Min formening var derfor at disse motivhaverne brukte veier og stier i for eksempel utøvelse av terrengsykling eller som tilkomst til klatring. Da denne hypotesen ikke støttes kan dette skyldes at aktivitetene som utøves av denne gruppen er av en karakter som ikke krever noen form for ikke-kommersiell tilrettelegging, for eksempel klatring, kiting etc. Det kan også tenkes at utøverne ikke anser tilkomst, for eksempel til en klatrerute, som en del av selve aktiviteten.

H4b Den kontemplasjonsorienterte friluftsutøver er positiv til ikke kommersiell tilrettelegging av utmark. Dette var en av de sikreste hypotesene mine, og jeg hadde blitt svært overrasket om denne ikke hadde fått god støtte. Dette er et av de vanligste friluftslivsmotivene, og de aller fleste friluftsutøvere er å finne på stier, skogsbilveier/fjellveier eller preparerte skiløyper.

H4c Den mosjon- og helseorienterte friluftsutøver er positiv til ikke kommersiell tilrettelegging av utmark, se H4b.

H4d Den kulturorienterte friluftsutøver er positiv til ikke kommersiell tilrettelegging av utmark. At denne hypotesen ikke støttes kan være et tegn på at den kulturorienterte friluftsutøver ønsker tilrettelagte aktiviteter, en teori som forsterkes ved at den kulturorienterte også er positiv til arr. turer, aktiviteter og opplevelser basert på gårdsdrift og stølsopplevelser og arr.

turer/akt./opplevelser basert på naturopplevelser. Dette kan også brukes som argument for at grunnen til at denne motivgruppen ikke ønsker å delta på arr. turer, aktiviteter og opplevelser basert på landbruks-og bygdekulturopplevelser er at akkurat denne typen aktiviteter og opplevelser tar de på egenhånd, og at det ikke er fordi de har en generelt liten betalingsvillighet eller er prinsipielt imot kommersielle aktiviteter og opplevelser.

H4e Den naturinteresserte friluftsutøver er positiv til ikke kommersiell tilrettelegging av utmark.

H4g Den erfarne friluftsutøver er positiv til ikke kommersiell tilrettelegging av utmark.

Disse to hypotesene var blant de jeg på forhånd var mest sikker på ville bli støttet. Dette er motiver som er med på å beskrive den tradisjonelle friluftsutøver, og i utøvelsen av tradisjonelt friluftslivsutøvelse står ikke kommersiell tilrettelegging sentralt (Ericsson & Grefsrud 2005).

H4i ”Villmarkens sønn” er negativ til ikke kommersiell tilrettelegging av utmark. At denne hypotesen støttes med så god margin støtter tankegangen min om å lage en egen motivkategori for de spesielt ”villmarksinteresserte” da denne gruppen i motsetning til den mer moderate naturinteresserte unngår områder med menneskelige inngrep.

H4j ”Utstyrsfrien” er positiv til ikke kommersiell tilrettelegging av utmark. At denne hypotesen ikke støttes forundrer meg litt da svært mange mosjonister eksempelvis syklistene og skiløperne som ferdes på stier, veier og i løyper ofte er opptatt av utstyr. Da denne hypotesen ikke støttes tør jeg gjette på at dette i stor grad har en lokal årsakssammenheng, og at den sier noe om mine respondenter som en egen gruppe som på noen områder skiller seg fra den jamne nordmann. Hytteeierne på Ål oppfattes som noe trauste og tradisjonelle, noe som kan støtte opp at de ikke er så opptatt av utstyr.

H5c Den kontemplasjon/rekreasjonsorienterte friluftsutøver er positiv til turer/akt/opplevelsesprodukter basert på jakt og fiske. Dette var en av de mest usikre hypotesene mine. At jeg satte positivt fortegn på denne var i stor grad hentydet til sportsfiskeres ”meditative” argumenter for å bedrive sin aktivitet.

H5c Den naturinteresserte friluftsutøver er positiv til turer/akt/opplevelsesprodukter basert på jakt og fiske. Dette var også en noe usikker hypotese, i en tidligere undersøkelse basert på REP-

skalaen (Odden og Aas 2001) ble motiver for jakt og fiske og sanking av bær og sopp satt i samme typologi som naturopplevelsesmotivene brukt i denne undersøkelsen. Dette var årsaken til at jeg satte en positiv sammenheng mellom naturinteresserte og oppl. basert på jakt og fiske. At hypotesen ikke støttes kan blant annet skyldes enten at den naturinteresserte ikke har betalingsvilje for slike produkter eller at den naturinteresserte ikke er interessert i jakt og fiske.

H6b Den kulturorienterte friluftsutøver er positiv til turer/akt/opplevelses-produkter basert på gårds- og stølsopplevelser. At denne hypotesen slår til er også med på å styrke mine tidligere antydninger om den kulturorientertes betalingsvilje, og forklaring på hvorfor denne gruppen ikke prefererer aktiviteter og opplevelser basert på kulturopplevelser.

H6c Den naturinteresserte friluftsutøver er positiv til turer/akt/opplevelses-produkter basert på gårds og stølsopplevelser.

En ”samlehypotese” jeg hadde var at ”Villmarkens sønn” og ”Den folkeskye friluftsutøver” generelt sett var negative til kommersielle aktiviteter og opplevelser, likevel ble ikke følgende hypoteser støttet:

H2g ”Villmarkens sønn” er negativ til turer/akt/opplevelses-produkter basert på fart og spenning.

H3e ”Villmarkens sønn” er negativ til turer/akt/opplevelses-produkter basert på kulturopplevelser.

Det er vanskelig å finne årsaken til hvorfor akkurat disse to hypotesene ikke støttes, men det kan tenkes at følgende teorifunn kan være en logisk forklaring: For mange personer er det vanlig å utøve både det tradisjonelle, og samtidig praktisere det moderne friluftslivet, den ene dagen kan en person gå en rolig tur i skogen, den neste dagen kan samme personen ”*beфинne seg i hypermoderne merkevarebekledning i vel tilrettelagte omgivelser*”(Skår 2002). Det er derfor vanskelig å skille mellom moderne og tradisjonelt friluftsliv, noe som kan beskrive dagens norske friluftsliv ved at det har i seg både det tradisjonelle og det moderne(ibid). Altså kan utøvernes pendling mellom ulike typologier være forklaringen. Modell 2 har en $R^2 = 0,157$, noe som kan underbygge denne teorien ved at det er relativt lite antall av respondentene som svarer at de ønsker å delta på turer/akt./opplevelser basert på fart og spenning. Modell 3 har en enda lavere R^2 (0,069).

6.2 Diskusjon av metode

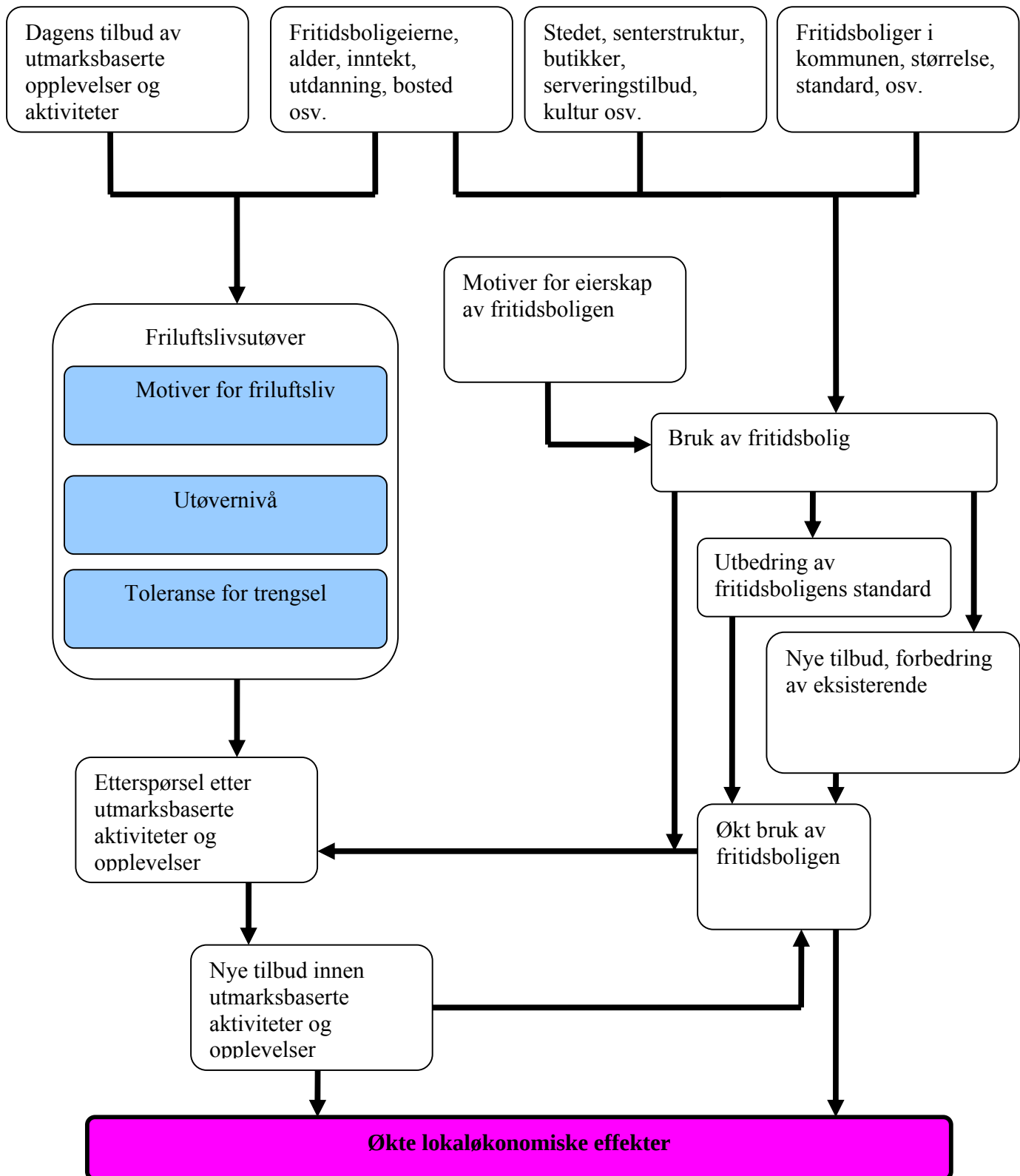
Sett i lys av at dette i utgangspunktet er en masteroppgave vil nok kritiske røster mene at det er lagt opp til en alt for omfattende datainnsamlingsprosess. Nå har det seg imidlertid slik at da jeg fikk til samarbeidet med Ål kommune om å sende ut en spørreundersøkelse til bortimot samtlige av kommunens fritidsboligeiere, og samtidig fikk lovnader om assistanse fra doktorgradsstipendiatene Erlend Nybakk og Jon B. Sande så jeg en unik mulighet til å samle inn verdifullt datamateriale som kan gi grunnlag for videre bruk både for Ål kommune, og for forskningen generelt. Masteroppgaven har derfor i hovedsak blitt en datainnsamlingsjobb hvor forarbeidet med utvikling av modell og spørreskjema, samt registrering og behandling av data har vært i fokus.

Det kan diskuteres hvorvidt fritidsboligeierne er et representativt utvalg for utmarksbaserte aktiviteter og opplevelser. I en kommune som Ål er den generelle turismen mye lavere enn eksempelvis nabokommunene, mens antall fritidsboliger er relativt høyt. Dette gjør fritidsboligeierne til en svært viktig potensiell kundegruppe for utmarksbaserte aktiviteter og opplevelser, og jeg mener derfor det vil være hensiktsmessig å se på denne gruppen som et eget kundesegment. Når det gjelder fritidsboligeierne som en helhetlig gruppe, så finnes det visse skjevheter om man ser på eierne i et totalbefolkningsrepresentativt perspektiv. Spesielt gjelder dette aldersfordelingen, det er en stor overvekt av fritidsboligeierne i aldersgruppene 46-64 år, og over 65 år, det er ingen respondenter under 25 år. Jeg vurderte å dele opp spørsmålene i personlige svar, og ”familiesvar, evt. bedt om svar fra både den eldste og yngste av fritidsboligbrukerne, jeg fant imidlertid dette for omfattende og komplisert til at jeg ville gjennomføre det. Jeg har henvendt meg til fritidsboligens eier, og samtidig oppfordret til der fritidsboligen brukes mest av andre, om at representant fra denne familien svarer. Kommentarer som ” *Vi har hatt hytta vår i 35 år og hører til den eldre generasjon, så vi benytter ikke så mange tilbud lenger. Men vi elsker Ål av hele vårt hjerte*”, og ” *Jeg er nå 81 år og enke, så jeg har dessverre ikke muligheter til å utnytte hytta som i tidligere dager, men barn og barnebarn liker seg godt der og benytter den når de har anledning.*” og ” *Jeg er pensjonist 73 år, alene, men har familie som bruker hytta noe*” bekrefter at måten folk svarer på er avhengig av livssituasjon og alder. Ved senere publisering på datamaterialet vil det være mulig å koble modellene opp mot alder, for å kunne se om det er noen signifikante forskjeller på de ulike aldersgruppene.

Kritikk av modellen

På grunn av det tidligere nevnte begrensede teoritilfang var arbeidet med utvikling av modellen en tidkrevende og til tider svært frustrerende prosess. Som uavhengige variable hadde jeg først tatt utgangspunkt i å beskrive utøveren som tradisjonell↔ikke tradisjonell, ekspert↔nybegynner og ønsket grad av tilrettelegging. Disse faktorene var svært vanskelig å teoritilknytte opp mot de avhengige variablene, og de ga ikke noen god beskrivelse av brukerne/respondentene. Jeg valgte derfor å ta utgangspunkt i teknologirådets typologer (Teknologirådet 2006) Dette forkastet jeg da svært mange av respondentene antakelig ville ha havnet i samme gruppe. Ved å bruke motiver for friluftsliv var det lettere å differensiere respondentene. Jeg syntes ikke nødvendigvis at alle faktorene var like gode, men ved å kjøre en faktoranalyse ville jeg få faktorer som passet godt til mitt materiale. Når det gjaldt de avhengige variablene, så startet jeg med å dele disse opp i tre, Kommersiell tilrettelegging av utmark, ikke kommersiell tilrettelegging av utmark, og ingen tilrettelegging av utmark. Dette ville sannsynligvis ha gitt et enda tydeligere bilde på hvilke uavhengige variable som korrelerer med de ulike avhengige variable, ved at gruppene lettere ville ha pekt seg ut, men samtidig ville man fått et mye mindre nyansert bilde, og man kunne ikke sagt noe om hva slags type av aktiviteter og opplevelser som er aktuelle.

For å tilfredsstille kravet til kausalitet er modellen isolert, det kan imidlertid være interessant å se studien i et større perspektiv. I modellen under har jeg derfor satt modellen inn i en større modell som viser faktorer som påvirker lokaløkonomi i forbindelse med fritidsboligutvikling og fritidsboligbruk.



6.3 Hvilken nytte for forskningen?

Som nevnt beveger jeg meg i denne studien i forholdsvis urørt f r vann. Det er få som har tatt sjansen på å koble det frie ikke kommersielle friluftslivet opp mot kommersielle aktiviteter og opplevelser som i stor grad baserer seg på friluftsliv. Denne studien bør derfor kunne være et godt utgangspunkt for andre forskere som ønsker å forsker på dette temaet. Man kan for eksempel se for seg at man kan bruke de reviderte modellene på andre grupper, for eksempel tilfeldige tilreisende i ett område, utenlandske turister, gruppereiser som bedrifter utdrikningslag osv. fastboende eller fritidsboligeiere i andre kommuner.

I tillegg legger studien seg inn i rekken av fritidsboligundersøkelser. Den kan således være nyttig for de som søker informasjon om hytter, hytteeiere og hyttebruk.

6.4 Hvilken nytte for  l kommune?

For  l kommune har denne undersøkelsen v rt svært nyttig og fordelaktig på flere områder.

Det viktigste  l kommune har oppnådd har vært at de har fått gitt hytteeierne en positiv henvendelse. Ved å sende ut denne undersøkelsen har de strakt ut hånden og sagt *”Hei vi vet dere er der, og dere er viktige for kommunen, her f r dere anledning til å fortelle oss hvordan det er å være hytteeier i vår kommune, og vi bryr oss om dere”*

Svaret på problemstillingen gir en god beskrivelse av hvem kommunens fritidsboligeiere er og hva slags utmarksbaserte produkter det kan være aktuelt å tilby dem.

De deskriptive dataene vil også være svært nyttige for kommunen i planleggings og utviklingsarbeid.

Det åpne spørsmålet er også viktig da hytteeierne her har kommet med mye konstruktive tilbakemeldinger både hva gjelder ris og ros.

7. Konklusjon

Kan motivene og egenskapene som eiere av fritidsboliger har som utøvere av friluftsliv gi indikasjoner på hva slags utmarksbaserte aktivitets- og opplevelsestilbud de benytter og/eller ønsker å benytte? Hvilke motiver påvirker etterspørselen etter ulike aktivitets- og opplevelsesprodukter?

Undersøkelsen viser at det er en klar sammenheng mellom fritidsboligeieren som friluftsutøver og hvilke aktiviteter og opplevelser han/hun velger å delta på.

Under følger en oppsummering over de seks produktkategoriene, og hvilke motivkategorier de støttes av.

Arrangerte turer, aktiviteter og opplevelser basert på naturopplevelser.

Den kulturorienterte
Den naturinteresserte

Arrangerte turer, aktiviteter og opplevelser basert på fart og spenning.

Den spenningsøkende
Den erfarne
Den mestringsorienterte

Arrangerte turer, aktiviteter og opplevelser basert på kulturopplevelser.

Den kontemplasjonsorienterte
Den naturinteresserte

Ikke-kommersiell tilrettelegging.

Den kontemplasjonsorienterte
Den mosjon og helseorienterte
Den naturinteresserte
Den erfarne
Den mestringsorienterte

Arrangerte turer, aktiviteter og opplevelser basert på jakt og fiske.

Den spenningsorienterte
Den erfarne
"Villmarkens sønn"
"Utstyrsfrien"

Arrangerte turer, aktiviteter og opplevelser basert på gårdsdrift og stølsopplevelser.

Den mosjon og helseorienterte
Den kulturorienterte
Den naturinteresserte

Disse resultatene viser at aktører som tilbyr eller ønsker å tilby produkter innenfor de ulike produktkategoriene kan ha nytte av å kjenne til den potensielle kundegruppens friluftslivsmotiver og egenskaper som friluftsutøver. På denne måten er det lettere å vite om de i det hele tatt har ett marked, og i såfall hvordan de bør tilpasse og segmentere sine produkter. Studien viser altså at hvem man er som friluftsutøver har betydning for hvilke typer kommersielle utmarksopplevelser/aktiviteter man prefererer.

Studien er også med på å bryte ned barrieren mellom det ”frie” friluftslivet og de kommersielle utmarksproduktene. Det kan derfor være interessant å videreutvikle modellen og bruke den på andre respondentgrupper da denne studien begrenser seg til en bestemt befolkningsgruppe. Studien har også sine begrensninger i at den ikke viser endringer over tid.

Kilder:

- Aasetre, J., Kleiven, J. & Kaltenborn, B.P. 1994. Friluftsliv i Norge – Motivasjon og atferd. NINA Oppdragsmelding 309: 1-56
- Ajzen, I & Fishbein, M 1980. Understanding attitudes and predicting social behavior. Prentice Hall, Inc. Englewood Cliffs, New Jersey
- Arnesen, T. og Skjeggedal, T. 2005. Vårt annet hjem i utmarka. 02.12.05, Kronikk i Aftenposten <http://www.aftenposten.no/meninger/kronikker/article1169656.ece>
- Bryman, A. and D. Cramer (2001). Quantitative Data Analysis, A guide for Social Scientists Philadelphia, Taylor and Francis.
- Bråtå, H.O. og Overvåg, K. 2007. **Fritidsboliger og villreinens leveområde i Rondane.** Artikkel i Utmark nummer 1-2007 <http://www.utmark.org/index.htm>
- Churchill G. A. 1979 Marketing research : methodological foundations, Hinsdale, Ill. : Dryden Press
- Dervo, B.K. 2005. Børs eller naturkatedral? Utfordringer knyttet til kommersialisering av friluftslivet. Rapport fra konferansen Forskning i friluftsliv, Røros 2005, FRIFO.
- Dillman, D.A. 2000. Mail and internet surveys: The tailored design method. Second edition. John Wiley & Sons, Inc, New York.
- Dybedal, P. 2005. Ringvirkninger av reiseliv i Buskerud, Telemark og Vestfold. TØI – rapport 780/2005.
- Driver, B.L., Tinsley, H.E.A & Manfreda, M.J. 1991. The Paragraphs about Leisure and Assess the Perceived Psychological Benefits and Leisure. I Driver , B.L., Brown, P.j. & Peterson, G.L. (red.) Benefits of Leisure. Venture Publishing, Inc. State College, Pennsylvania.
- Ericsson, B., Arnesen, T. og Overvåg, K. 2005. Fra hyttefolk til sekundærbosatte. ØF-rapport nr 04/2005, Østlandsforskning, Lillehammer
- Ericsson, B., Grefsrud, R. 2005. Fritidsbolighus i innlandet: Bruk og lokaløkonomiske effekter. ØF-rapport nr 06/2005, Østlandsforskning, Lillehammer
- Ericsson B., 2006 Fritidsboliger i Vestmarka- mulige konsekvenser, ØF-rapport nr.18/2006, Østlandsforskning, Lillehammer
- Ese, J. 2004, Helser ein enno på framande i fjellet? : nye trendar i den norske naturen, Hovedoppgave i sosiologi - Universitetet i Oslo,

Fremming, O.R. 2000. Verdien av utmarksnæringer i Hedmark: fra produksjons- til rekreasjonslandskap? Utmark 2000:1 (www.utmark.org)

Flogenfeldt, T. 1995. Areal, sted og reiserute. Fagbokforlaget, Oslo.

Gåsdal, O. 1995. Deltakelse i friluftsliv-sosiale mål og fysiske hindringer. Dr.polit. avhandling. Universitetet i Trondheim.

Hagen, S. E. 2003. Utmarksbaserte næringer - utviklingsmodeller og lokal økonomi. ØF-rapport nr: 04/2003.

Kiran, K. 2006. Den norske hytta – et paradoksalt prosjekt. I Butters, C., Raaholt, A.M., og Skaara, K.: Hytter og Miljø, Kommuneforlaget AS, Oslo

Landbruks- og matdepartementet, 2007. Ta landet i bruk!” Landbruks- og matdepartementets strategi for næringsutvikling 2007-2009. Publikasjonsnummer: M-0734 B. Utgiver, Oslo.

Landbruksdepartementet, 2003. Forslag til handlingsplan for næringsutvikling i utmark med vekt på utmarksbasert reiseliv. Utarbeidet for Landbruksdepartementet av en arbeidsgruppe oppnevnt av Statens Nærings- og distriktsutviklingsfond. Utgiver, Oslo.

Løvås, G. 2004. Statistikk for universiteter og høyskoler, 2.utgave. Universitetsforlaget, Oslo.

McDaniel, C, & Gates, R. 2008. Marketing Research Essentials, 6.edition. John Wiley & Sons, Hoboken, N.J. : Wiley

Mikalsen, B.E. 2007. 280.000 vil kjøpe hytte Dagens Næringsliv Publisert: 02.11.2007

Nachmias, C. P. & Nachmias, D 2000. **Research methods in the social sciences**, St. Martins Press, London.

NHO Reiseliv 2006, Reiseliv 2006,
http://coreweb.nhos.no/nhoreiseliv.no/html/files/reiseliv2006_2.pdf

Needham, M. D., Vaske, J. J. 2008, Survey implementation, sampling, and weighting data. In J. J. Vaske, Survey research and analysis: Applications in human dimensions of natural resources. State College, PA: Venture Publishing.

Nerland, J.E. & Vikander, N.O. 2002. Kunnskap og friluftsliv, viten om naturen – et glemt fundament i friluftslivssammenheng. Sider Rapport fra konferansen Forskning i friluftsliv Øyer 2002, FRIFO.

Norges Skogeierforbund og Norges Bondelag, 2001. Utvikling av jaktsalg som næring - Produktutvikling, salg og markedsføring, eksempler på jaktprodukter. Norges Skogeierforbund og Norges Bondelag, Oslo,

Odden, A & Aas, Ø. 2002. Motiver for friluftslivsutøvelse – Teori, metoder og resultater fra norske undersøkelser I perioden 1974-2001. Sider i Rapport fra konferansen Forskning i friluftsliv Øyer 2002, FRIFO.

Page, S. J. & Dowling, R. K. 2001. Ecotourism. Prentice Hall, New York.

Richardson, Heidi (1994) Kraftanstrengelse og ensomhet – En analyse av det norske friluftslivets kulturelle konstruksjoner. Bergen: Institutt for kunsthistorie og kulturvitenskap, UiB.

Rosland, K. 2007 Markedsundersøkelser, en praktisk innføring. NKI-forlaget, Oslo.

Rønningen, K., Elden, K. M., Stræte, E.P., Utmarka og kommersialisering : sosiale og kulturelle forhold som fremmer og hindrer lokal næringsutvikling, Trondheim : Bygdeforskning

Sall, J., Lehman, A., Creighton, 2005 L., JMP start statistics : a guide to statistics and data analysis using JMP and JMP IN software. [Pacific Grove, Calif.] : Thomson Brooks/Cole

Skaar, M. 2002. Dagens friluftsliv- Tradisjonelt og moderne, med sykkelen som eksempel. Sider i Rapport fra konferansen Forskning i friluftsliv Øyer 2002, FRIFO.

Selnes, F. 1999 Markedsundersøkelser. Tano Aschehoug, Oslo.

Stensland, S. 2005 Masterprogram i utmarksbasert næringsutvikling – nytt fagfelt på UMB. Tidsskriftet utmark, nr. 2-2005, <http://www.utmark.org/index.htm>

Stortingsmelding nr. 39, (2000-2001) Friluftsliv - Ein veg til høgare livskvalitet, Miljøverndepartementet
<http://www.regjeringen.no/nb/dep/md/dok/regpubl/stmeld/20002001/Stmeld-nr-39-2000-2001-.html?id=194963>

Store Norske Leksikon

www.snl.no 2008

<http://www.snl.no/article.html?id=811379>

© Kunnskapsforlaget, H. Aschehoug & Co. (W. Nygaard) A/S og Gyldendal ASA

Taugbøl, T. et al. 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.

Teknologirådet, 2006. Fremtidens friluftsliv Scenarier for bruken av norsk natur i 2020, ISBN 82-92447-08-3

Tellnes, A 1985. Friluftsliv - veiledning, opplæring og informasjon. Rapport T- 598, Miljøverndepartementet, Oslo.

Tordson, B 1993. Perspektiv på friluftslivets pedagogikk. Telemark distriktshøgskole, Bø.

Troye, S. V. 2006 Marketing - forventninger, tilfredshet og kvalitet, 2.oppl. Fagbokforlaget, Oslo.

Velvin, J., Drag, E., Soltvedt, L.P. 2000, En kartlegging av hytteturisme som ledd i utvikling av bærekraftige bygdesamfunn. Rapport fra Høgskolen i Buskerud Nr. 17

Velvin, J. 2006, En kartlegging av hyttebasert reiseliv i Trysil som ledd i økt lokal verdiskaping, Rapport fra Høgskolen i Buskerud Nr. 58

Vorkinn, M., Kaltenborn B., Kleiven, J., Riese, H., Vistad, O.I., Vittersø, J. Aas, Ø. 1996, Hvem, hva, hvor, hvorfor og hvordan? –Forslag til standardisering av de landsomfattende undersøkelsene om friluftsliv. ØF-rapport nr.18

Vorkinn, M. & A.M Aamelfot Hjelle (red.) 2001, Friluftsliv. Dokumentet er en del av forskningsprogrammet bruk og forvaltning av utmark. 82-12-01534-3, h.

Vorkinn, M. 2002. Kommunal satsing på nye former for utmarksbasert næringsutvikling. ØF-rapport nr 07/2002, Østlandsforskning, Lillehammer.

Vågane, L. 2002. Samordnet levekårsundersøkelse 2001- Tverrsnittundersøkelsen. Dokumentasjonsrapport. Statistisk sentralbyrå Notater 2002/56

Witoszek, Nina (1998) Norske naturmytologier – Fra Edda til økofilosofi. Oslo: Pax Forlag A/S.

Woon, Long Litt (1993) “Hvordan jeg lærte å gå på tur” i Klepp, I. G. og Svarverud, R. Idrett og fritid i kulturbildet. Oslo: Det historisk-filosofiske fakultet, UiO.

Ål kommune 2008, <http://www.aal.kommune.no/Knappar-framsida/Om-Al-kommune/Presentasjon-av-kommunen/>

Dataprogram:

SPSS

Questback, www.questback.com

Vedlegg

1 Spørreundersøkelse



ÅL KOMMUNE
Torget 1, 3570 ÅL

Til alle som eier fritidsbolig i Ål

Ål kommune rommer ca. 2400 fritidsboliger av ulike slag (frittstående hytter, leiligheter, gamle seterhus etc.). Bygging og bruk av fritidsboliger er et viktig bidrag til næringslivet i Ål. Det er derfor av vesentlig betydning for kommunen å ha et godt forhold til kommunens fritidsboligeiere. I den forbindelse ønsker Ål kommune å få bedre kontakt med eierne. Som en innledning i dette arbeidet vil Ål kommune i samarbeid med Universitetet for miljø og biovitenskap på Ås (UMB) foreta en spørreundersøkelse for å få bedre oversikt over hvem eierne av fritidsboliger i Ål er, og hva slags ønsker og behov dere har. På denne måten vil vi ha et bedre utgangspunkt i arbeidet med å legge bedre til rette for dere som eier fritidsboliger i Ål.

Resultatene fra denne undersøkelsen vil også bli brukt i en masteroppgave innen studiet Utmarksbasert Næringsutvikling ved UMB. Denne oppgaven tar sikte på å se på sammenhengen mellom etterspørselen etter utmarksbaserte aktiviteter- og opplevelser i forhold til "hyttefolkets" motiv for utøvelse av friluftsliv. Dette er forklaringen på at noen av spørsmålene ikke har direkte sammenheng med bruk av fritidsboligen (spm nr. 20 og 21).

Vi som er involvert i dette arbeidet vil være svært takknemlige om du/dere vil ta dere tid til å svare på denne undersøkelsen **innen 30. mai 2008**. Du kan enten svare ved å:

- Bruke vedlagt spørreskjema og sende med ferdig frankert/adressert konvolutt eller levere til
 - o Servicetorget, Ål kommune, 3570 Ål, eller
 - o Fax til 32085099, eller
 - o epost til are.fosse@aal.kommune.no
 - Svare elektronisk ved å hente spørreskjemaet fra www.aal.kommune.no
- For alle som har anledning anbefaler vi å svare elektronisk. Ved elektronisk svar må du fylle inn nummer som står på svarkonvolutten. Dette for at du som har levert skal slippe purring. Ingen svar vil kunne spores tilbake til nummer på konvolutt.

Vi ber om at fortrinnsvis fritidsboligens eier svarer på spørreskjemaet. Dersom fritidsboligen eies av flere eller benyttes mest av andre enn den som eier, kan eventuelt en representant fra den familien som bruker fritidsboligen mest svare på spørreskjemaet. Det vil ta ca. 15-20 minutter å svare på spørsmålene.

Dette er en gylden anledning for deg/dere som eiere av fritidsbolig til å påvirke hvordan Ål skal framstå som "hyttekommune" i framtiden.

Alle som leverer utfylt skjema vil være med i trekningen av et Gavekort fra Hallingmøbler på kr. 4000,- ved å fylle ut vedlagt svarkort/evt. Svarfelt ved elektronisk levering.

Svarkortet vil umiddelbart bli skilt fra spørreskjemaet når vi mottar det, og ingen svar vil kunne spores tilbake til den enkelte fritidsbolig eller den som har svart på skjemaet, du er derfor garantert full konfidensialitet.

Mvh

Are Fosse
Næringskonsulent
Ål kommune

Kristian K. Holm
Mastergradsstudent
Universitetet for miljø
og biovitenskap

Ole Hofstad
Professor
Universitetet for miljø
og biovitenskap

PS: Dersom du ønsker å se resultatene fra undersøkelsen kan du følge med på kommunens nettside www.aal.kommune.no utover høsten.

Telefon: 32 08 50 00
Faks: 32 08 50 99

E-post: postmottak@aal.kommune.no
Internett: <http://aal.kommune.no>

Bankgiro: 2320 20 29531
Bankgiro skatt: 7855 05 06199
Organisasjons nr: 864 952 992



HALLINGDAL

Først litt om selve fritidsboligen

1. Hva slags type er fritidsboligen?

- Frittstående hytte ☐
 Appartement/leilighet ☐
 Nedlagt gardsbruk ☐
 Tidligere helårsbolig ☐
 Seterhus, jakt eller fiskebu ☐
 Annen type ☐
 Spesifiser _____

2. Fritidsboligens størrelse (Boareal)

- Under 60m² ☐
 61-90m² ☐
 91-140m² ☐
 Over 140m² ☐

3. Er fritidsboligen totalrenovert eller omfattende ombygd/påbygd?

- Vet ikke ☐
 Nei ☐
 Ja, ca. årstall _____ ☐

4. Er det planer om påbygging/renovering/ ombygging i løpet av de kommende fem år?

- Nei ☐
 Ja ☐
 Kanskje/vet ikke ☐

5. Fritidsboligen er bygd på

- Selveiertomt ☐
 Festet/byggslet/leid tomt ☐

6. Hvordan ble fritidsboligen anskaffet?

- Kjøpt ny eller oppført selv ☐
 Kjøpt brukt ☐
 Arvet ☐
 Kjøpt av andre (eks. ved åremålsleie) ☐

7. I hvilket område ligger fritidsboligen?

- Bergsjøområdet ☐ Torsbu/Myking ☐
 Veståsen ☐ Sangefjell ☐
 Votndalsåsen ☐ Annet _____ ☐
 Torpoåsen ☐

8. Fritidsboligens byggeår

- Før 1949 ☐ 1986-1989 ☐
 1950-1959 ☐ 1990-1995 ☐
 1960-1969 ☐ 1996-2000 ☐
 1970-1979 ☐ 2001-2005 ☐
 1980-1985 ☐ 2006→ ☐
 Vet ikke ☐

9. Hvem er eier(e) av fritidsboligen?

- Eies av denne husstanden alene ☐
 Eies av denne husstanden sammen med en eller flere andre husstander ☐
 Leies av denne husstanden alene ☐
 Leies av denne husstanden sammen med andre husstander ☐
 Firmahytte ☐

10. Fritidsboligen brukes mest av:

- Denne husstand ☐
 Denne husstands barn og/eller barnebarn ☐
 Andre (leies/lånes bort) ☐

11. Fritidsboligen ligger:

- I felt/hytteområde ☐
 Spredt (mer enn 200m til nærmeste nabo) ☐

12. Anskaffelsesår:

- Før 1949 ☐ 1986-1989 ☐
 1950-1959 ☐ 1990-1995 ☐
 1960-1969 ☐ 1996-2000 ☐
 1970-1979 ☐ 2001-2005 ☐
 1980-1985 ☐ 2006→ ☐
 Vet ikke ☐

13. Har fritidsboligen innlagt:

Strøm fra intern strømkilde som solcellepanel, dieselaggregat ol. regnes ikke som innlagt strøm

	Ja	Nei
Strøm	☐	☐
Vann/Avløp	☐	☐
Internett	☐	☐

14. Hvordan er veiforbindelsen til fritidsboligen?

	Sommerstid	Vinterstid
Bilvei helt fram til "hytteveggen"	☐	☐
Parkeringsplass like ved	☐	☐
Under 2 km. til parkering	☐	☐
Mer enn 2 km. til parkering	☐	☐

Bruk av fritidsboligen

Spørsmål om bruk gjelder all bruk, også dersom fritidsboligen har vært brukt av andre enn deg og din husstand (lånt/leid bort).

15. Benyttes fritidsboligen vanligvis i noen av disse feriene? Kryss av for de feriene fritidsboligen vanligvis er i bruk

Vinterferien	☐
Påskeferien	☐
Høstferien	☐
Juleferien	☐
En eller flere uker i sommerferien	☐

16. Fritidsboligen er mest i bruk om:

Sett flere kryss dersom bruken er omtrent lik i to eller flere perioder

Vinteren	☐
Våren	☐
Sommeren	☐
Høsten	☐

17. Hvor mange overnattingsdøgn er det i løpet av et "normalår" på fritidsboligen?

Overnattingsdøgn = ant. pers. ganget med antall døgn hver av personene overnatter.

Ca. _____ døgn

18. Benyttes fritidsboligen noen gang til dagsbesøk uten overnatting i løpet av et "normalår"?

Antall besøk er uavhengig av hvor mange personer som er med

Ca. _____ dagsbesøk

19. Eier eller disponerer husstanden noe av følgende?

Annet fritidshus i innlandet	☐	Campingvogn/ bobil	☐
Annet fritidshus ved kysten	☐	Annet fritidshus i utlandet	☐
Fritidsbåt med overnattingsmulighet	☐	Nei	☐

Friluftsliv

20. Hvor uenig eller enig er du i følgende påstander om hvorfor du driver med friluftsliv. Svar på en skala fra 1 til 7 hvor 1 er "helt uenig", og 7 er "helt enig"

Disse spørsmålene er tidligere brukt i en landsomfattende spørreundersøkelse fra SSB i 2001 for å kartlegge folks motiver for å drive med friluftsliv. Påstandene er generelle, svar derfor uavhengig av om du utøver friluftsliv når du er på hytta eller andre steder.

	Helt uenig				Helt enig		
	1	2	3	4	5	6	7
Jeg får oppleve naturens stillhet og fred	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg får oppleve samhørighet med naturen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg får oppleve landskap og stemninger i naturen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg får oppleve plante- og dyreliv	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg lærer om naturen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg får mulighet til å høste fra naturen(jakt/fiske/bær/sopp)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg blir dyktig til å mestre forskjellige friluftslivsferdigheter	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg får utviklet ulike ferdigheter	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg opplever å ha kontroll over kroppen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg lærer å mestre slitsomme og utfordrende situasjoner	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg får oppleve fart og spenning	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg får oppleve spenning fordi aktiviteten er krevende	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Utstyret gjør fartsopplevelse mulig	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg kan søke utfordringer som kan innebære risiko	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg får oppleve natur kombinert med fart og spenning	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg får mosjon og trening	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg får brukt kroppen allsidig	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg kan ta vare på min egen helse	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg kan ta meg ut og kjenne at jeg blir skikkelig sliten	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Naturen er perfekt som treningslokale	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg får samlet nye krefter og overskudd	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg kommer bort fra stress og mas	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg får forandring fra daglige rutiner	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg får tid til å tenke over tilværelsen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg finner ro og stillhet	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg får koplet av fra den daglige tralten	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg får være ute i naturen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg får være sammen med familien	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg får være sammen med venner	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg får være sammen med andre som liker å drive med det samme som meg	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg får vist fram utstyr	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg får oppmerksomhet og anerkjennelse	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg liker å bruke naturen til å prøve ut nytt sportsutstyr/friluftsutstyr	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Organisert snøscooterkjøring i svært begrenset omfang er greit	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Uorganisert snøscooterkjøring er svært ødeleggende for naturopplevelsen min	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

21. Hvordan ser du på deg selv som friluftsutøver? Grader hvor enig du er i påstandene om hvem du er som friluftsutøver på en skala fra 1 til 7 hvor 1 er "helt uenig", og 7 er "helt enig"
Disse påstandene er også generelle og besvares ut ifra all friluftslivsutøvelse du bedriver.

	Helt uenig					Helt enig	
	1	2	3	4	5	6	7
Jeg anser meg selv som en erfaren friluftsutøver	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg blir ofte spurt om råd i forbindelse med friluftsutøvelse	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg har vært aktiv innen en/ flere friluftaktiviteter i flere år	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Friluftsliv er blant mine viktigste fritidsaktiviteter	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg bruker gjerne fritiden min på nye aktiviteter	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg tar meg lite ut i naturen fordi jeg ikke er vant til det	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg trives best i naturen når jeg treffer få mennesker	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg unngår steder jeg vet det kan være mange mennesker	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg trives best i fjellet utenom ferier, da det er få mennesker	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Store folkemengder er ingen hindring for gode naturopplevelser	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg oppsøker friluftsansatte med stor deltakelse	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Når jeg er på tur har jeg alt jeg trenger på turen i sekken	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
De beste skiløypene er de jeg trækker selv	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Veier i skog og fjell er negativt for min naturopplevelse	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Hva skal jeg med merkede stier når jeg har kart og kompass?	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Dersom man er avhengig av tilrettelegging for å oppleve naturen er det ikke friluftsutøvelse lenger	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Den perfekte naturopplevelse krever store områder "urørt natur"	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg liker å møte beitedyr i fjellet	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg oppsøker gjerne kulturminner i naturen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg liker å lære om tidligere generasjoners bruk av naturen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg liker å oppsøke landskap som består av samspillet mellom natur og kulturtradisjoner	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Det er spennende å bevege seg på steder i naturen hvor jeg kan finne spor etter tidligere generasjoners bruk av naturen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Ål som fritidsboligdestinasjon

22. Om forholdene ble lagt til rette for det, kunne du da tenke deg å gjøre noe av følgende?
Svar på en skala fra 1-7 hvor 1 er "uaktuelt", og 7 er "svært aktuelt." Evt. kryss av for det du allerede gjør.

	uaktuelt					svært aktuelt	gjør det allerede
	1	2	3	4	5	6	7
Oppholde deg i fritidsboligen i lange tidsperioder (mer enn 4 uker sammenhengende)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
"Ta med jobben" til fritidsboligen deler av året	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Drive egen næringsvirksomhet fra fritidsboligen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Bosette deg fast i fritidsboligen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Engasjere deg i kommunens organisasjonsliv (idrettslag, interesseorganisasjoner etc.)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Leie ut fritidsboligen i kortere eller lengre perioder	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Overdra/selge fritidsboligen til familie/slekt	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Selge fritidsboligen på det åpne marked	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

23. Hvor viktig mener du disse faktorene er for at du/dere har valgt å ha fritidsbolig akkurat i Ål?
Svar på en skala fra 1 til 7 hvor 1 er av "ingen betydning," og 7 av "stor betydning."

[illegible]

24. Hvor fornøyd er du med følgende tilbud i kommunen, og hvor ofte benytter du deg av disse?
Svar på en skala fra 1-7 på begge sider av teksten. På venstre side er 1 "aldri," og 7 "svært ofte." På høyre side er 1 "svært misfornøyd" og 7 "svært fornøyd," kryss uaktuelt dersom du ikke benytter tilbudet.

Aldri							Svært ofte		Svært misfornøyd						Svært fornøyd				
1	2	3	4	5	6	7			1	2	3	4	5		6	7	Uaktuelt		
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Dagligvarer		☐	☐	☐	☐	☐		☐	☐	☐		
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Byggevarer		☐	☐	☐	☐	☐		☐	☐	☐		
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Interior/ møbler		☐	☐	☐	☐	☐		☐	☐	☐		
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Hytteservice (ved, brøyting, oppvarming, vask osv)		☐	☐	☐	☐	☐		☐	☐	☐		
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Sportsartikler		☐	☐	☐	☐	☐		☐	☐	☐		
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Bygg/anlegg/ håndverkere		☐	☐	☐	☐	☐		☐	☐	☐		
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Ål skisenter		☐	☐	☐	☐	☐		☐	☐	☐		
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Kulturhuset.kino ol		☐	☐	☐	☐	☐		☐	☐	☐		
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Hytte catering		☐	☐	☐	☐	☐		☐	☐	☐		
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Klesbutikker		☐	☐	☐	☐	☐		☐	☐	☐		
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Restauranter/ kafeer i sentrum		☐	☐	☐	☐	☐		☐	☐	☐		
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Restauranter/ kafeer i fjellet		☐	☐	☐	☐	☐		☐	☐	☐		
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Avisa Hallingdølen (papir)		☐	☐	☐	☐	☐		☐	☐	☐		
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Hallingdølens nettsider		☐	☐	☐	☐	☐		☐	☐	☐		
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Ål sentrum		☐	☐	☐	☐	☐		☐	☐	☐		
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Kommunens nettsider		☐	☐	☐	☐	☐		☐	☐	☐		
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Byggesaksbehandling		☐	☐	☐	☐	☐		☐	☐	☐		

Aktivitets- og opplevelsestilbud

25. Hvor aktuelt er det for deg å benytte følgende former for tilrettelegging, aktivitets- og opplevelsestilbud i framtiden når du besøker fritidsboligen? Noen av disse tilbudene eksisterer i Ål kommune i dag, mens andre kan være aktuelle som nye tilbud.

Ranger alle de ulike aktivitetene/opplevelsene på en skal fra 1 til 7 hvor 1 er "vil helt klart ikke benytte meg av tilbudet," og 7 er "vil helt klart benytte meg av tilbudet" (Svar uavhengig av om tilbudet finnes eller ikke i dag)

	Helt klart <u>ikke</u> benytte tilbudet				Helt klart benytte tilbudet		
	1	2	3	4	5	6	7
Oppmerkede stier	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Preparerte og merkede skiløyper	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Sykelveier i fjellet	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Eksisterende veier i fjellet (Seterveier, hytteveier, damveier etc.)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Arrangerte turer der jeg opplever urørt natur	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Arrangerte turer der jeg lærer om natur og dyreliv	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Arrangerte turer der jeg lærer om fjellens farer	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Arrangerte turer der jeg lærer om å overleve på naturens vilkår	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Oppleve gammel setertradisjon/ stølsdrift	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Servering på stoler (Eks. Budeienettverket)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Turer og guiding der jeg lærer om stedets kultur og historie	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Folkemusikkveka	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ål-utstillinga	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Merkede kulturhistoriske stier med infoplakater	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Arrangerte turer med kajakk-/kanopadling	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Arrangerte turer med terrengsykling	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Arrangerte turer med elve-rafting	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Arrangerte turer med kiting	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Arrangerte snøscooterturer	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Egne terrengsykkelstier med merking/kart	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Alpinanlegg	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Golfbane	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ridehall	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Utendørs badeanlegg	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Åpen gård	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Aktive gårdsbesøk, gårdskonkurranser, "Farmen-aktiviteter" etc.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Fiske/småviltjakt/storviltjakt i privat regi (jakt-/fiskekort)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Småviltjakt med guiding/kursing og bevertning	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Storviltjakt med guiding/kursing og bevertning	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Fisketur med guiding/kursing og bevertning	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Kanefart	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Arrangerte rideturer i fjellet med bevertning	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ubetjent turistforeningshytte i fjellet	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Besøke museer	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Dersom det er flere eiere baseres opplysningene på den som har mottatt og fylt ut skjemaet og dennes husstand. Med husstand menes de personer som du til daglig bor sammen og deler husholdning med.

27. Antall personer i husstanden: _____

Under 25 år ☐

26-45 år ☐

46-64 år ☐

Over 65 år ☐

Under 500.000 kr	☐
500.000-700.000 kr	☐
700.000-1.000.000 kr	☐
Over 1.000.000 kr	☐

Ungdomsskole/framhaldsskole	☐
Videregående skole	☐
Fagskole	☐
Høgskole 3år	☐
Høgskole/universitet 5 år eller mer	☐

Under 6 år	
6-10 år	
11-14 år	
15-19 år	
Over 20 år	
Ingen barn/hjemmeboende barn	

Dersom du har kommentarer til noen av spørsmålene eller andre kommentarer kan du skrive her:

This image shows a single sheet of white paper with horizontal blue or grey ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

2 Non-response-bias

Group Statistics

	tid	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ArrNatur	1,00	621	2,7068	1,54410	,06196
	2,00	348	2,7033	1,59718	,08562
ArrSpawning	1,00	625	1,9671	1,31140	,05246
	2,00	348	1,9708	1,34391	,07204
ArrKultur	1,00	624	2,4601	1,28157	,05130
	2,00	349	2,5965	1,30062	,06962
IkkeKommersiell	1,00	633	6,1969	1,03236	,04103
	2,00	352	6,1435	1,16969	,06234
ArrJaktFiske	1,00	622	2,0815	1,46253	,05864
	2,00	346	2,0405	1,54846	,08325
ArrGårdl	1,00	627	3,8581	1,50794	,06022
	2,00	350	3,8121	1,53109	,08184
Inntekt	1,00	642	563,58	367,156	14,490
	2,00	361	603,81	355,036	18,686
Alder	1,00	642	43,81	23,485	,927
	2,00	361	47,05	21,215	1,117
str	1,00	638	2,04	,750	,030
	2,00	360	2,00	,678	,036
S17	1,00	608	113,77	94,197	3,820
	2,00	338	111,60	84,457	4,594

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
		Lower	Upper	Lower	Upper	Lower	Upper	Lower	Upper	Lower
ArrNatur	Equal variances assumed	,394	,530	,033	967	,973	,00349	,10468	-,20195	,20892
	Equal variances not assumed			,033	698,444	,974	,00349	,10569	-,20402	,21099
ArrSpennig	Equal variances assumed	,844	,358	-,042	971	,966	-,00372	,08850	-,17738	,16995
	Equal variances not assumed			-,042	702,653	,967	-,00372	,08912	-,17868	,17125
ArrKultur	Equal variances assumed	,254	,614	-1,584	971	,114	-,13640	,08612	-,30540	,03261
	Equal variances not assumed			-1,577	711,391	,115	-,13640	,08648	-,30619	,03339
IkkeKomme rsiell	Equal variances assumed	4,680	,031	,742	983	,458	,05348	,07203	-,08788	,19484
	Equal variances not assumed			,717	652,906	,474	,05348	,07464	-,09308	,20004
ArrJaktFiske	Equal variances assumed	,657	,418	,409	966	,682	,04100	,10018	-,15561	,23760
	Equal variances not assumed			,403	679,419	,687	,04100	,10183	-,15894	,24093
ArrGårdl	Equal variances assumed	,020	,888	,454	975	,650	,04591	,10117	-,15263	,24445
	Equal variances not assumed			,452	712,758	,652	,04591	,10161	-,15358	,24540
Inntekt	Equal variances assumed	1,640	,201	-1,685	1001	,092	-40,231	23,870	-87,071	6,610
	Equal variances not assumed			-1,701	767,318	,089	-40,231	23,646	-86,650	6,188
Alder	Equal variances assumed	15,550	,000	-2,169	1001	,030	-3,238	1,493	-6,168	-,308
	Equal variances not assumed			-2,231	810,857	,026	-3,238	1,451	-6,086	-,390
str	Equal variances assumed	7,082	,008	,828	996	,408	,040	,048	-,054	,133
	Equal variances not assumed			,851	808,293	,395	,040	,046	-,052	,131
S17	Equal variances assumed	,784	,376	,352	944	,725	2,172	6,163	-9,923	14,268
	Equal variances not assumed			,364	761,954	,716	2,172	5,975	-9,556	13,901

tilrettelagte aktiviteter. Med det mener vi aktiviteter der en(kommersiell) aktør f.eks. planlegger ruten som skal gås, stiller med guide og nødvendig utstyr, sørger for eventuell opplæring i teknisk utstyr et

Pearson

	Arr. Spenning	Arr. Kultur	Arr. Ikke- komm ersell	Arr. Jakt/ Fiske	Arr. Gård/støl	Spenning	Konte mplas jon	Trening	Kultur orient.	Natur- inter- sært	Erfaren	Mestring	"Folke- skye"	"Vill- marks sønn"	Utstyr
Arr. turer/akt./opplevelser basert på naturopplevelser	,419**	,334**	,278**	,417**	,484**	,200**	,144**	,181**	,164**	,159**	,098**	,181**	-,103**	-,077*	,243**
Arr. Turer/akt./opplevelser basert på fart og spenning.	1	,509**	,166**	,468**	,284**	,356**	,066	,121**	-,043	-,020	,225**	,121**	-,082*	,016	,240**
Arr. turer/akt./oppl basert på kulturopplevelser	1	,234**	,390**	,395**	,395**	,262**	,075*	,117**	-,049	-,029	,104**	,097**	-,184**	-,109**	,163**
Ikke kommersielle aktiviteter og opplevelser	1	1	,187**	,320**	,320**	,080*	,336**	,325**	,094**	,278**	,142**	,151**	-,092**	-,251**	,083*
Arr. turer/akt./oppl basert på jakt og fiske			1	,310**	,310**	,185**	,073*	,128**	,052	,067*	,136**	,101**	-,057	-,037	,170**
Arr. turer/akt./oppl basert på gårdsdrift og stølsiv				1	1	,117**	,216**	,196**	,275**	,230**	,073*	,172**	-,042	-,022	,166**
Spennings og utfordringsøkende					1	1	,118**	,274**	,020	,073*	,404**	,439**	-,048	,104**	,562**
Den rekreasjonsøkende (kontemplasjon)							1	,552**	,304**	,610**	,243**	,411**	,123**	,051	,089**
Den treningsorienterte								1	,235**	,473**	,444**	,529**	,039	,052	,152**
Den kulturorienterte									1	,391**	,245**	,251**	,173**	,247**	,053
Den naturinteresserte										1	,263**	,524**	,168**	,146**	,093**
Den erfarne friluftstøyer											1	,461**	,139**	,283**	,330**
Den mestringsorienterte												1	,045	,151**	,353**
Den "folkeskye"													1	,411**	-,080*
"Villmarkens sønn"														1	,049

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).