

Vidar Vanberg

# Handels- og senterutvikling

**Delanalyse for Tynset**

Tittel: **Handels- og senterutvikling**  
Delanalyse for Tynset

Forfatter: Vidar Vanberg

NIBR-notat: 2011:114

ISSN: 0801-1702  
ISBN: 978-82-7071-898-6

Prosjektnummer: O-2889

Prosjektnavn: Fjellregionen

Oppdragsgiver: Tynset og Alvdal kommuner

Prosjektleder: Svein Erik Hagen, Østlandsforskning  
Vidar Vanberg, NIBR

Referat: En oversikt over utviklingen innen detaljhandelen og andre servicenæringer, og faktorer som påvirker denne utviklingen i Tynset kommune. Notatet inneholder også en vurdering av tiltak som kan styrke Tynset som region- og kommunesenter, i et samspill mellom innbyggere, næringsliv og kommune

Sammendrag: Norsk

Dato: september 2011

Antall sider: 78

Utgiver: Norsk institutt for by- og regionforskning  
Gaustadalléen 21  
0349 OSLO

Vår hjemmeside: Telefon: 22 95 88 00  
Telefaks: 22 60 77 74  
E-post: [nibr@nibr.no](mailto:nibr@nibr.no)  
<http://www.nibr.no>

Org. nr. NO 970205284 MVA

© NIBR 2011

# Forord

Foreliggende notat gir en oversikt over utviklingen innen detaljhandelen og andre servicenæringer, og faktorer som påvirker denne utviklingen i Tynset kommune. Notatet inneholder også en vurdering av tiltak som kan styrke Tynset som region- og kommunesenter, i et samspill mellom innbyggere, næringsliv og kommune.

Notatet er en delrapport i utredningsprosjektet ”Regional nærings- og handelsanalyse for Fjellregionen i Østerdalen”, et oppdrag for Alvdal og Tynset kommuner. Prosjektet gjennomføres av Østlandsforskning med bistand fra Norsk institutt for by- og regionforskning. Hovedansvarlige ved de to instituttene i gjennomføringen av prosjektet er forsker Svein Erik Hagen (ØF) og forsker Vidar Vanberg (NIBR). Denne delrapporten er skrevet av Vidar Vanberg. Forsker Frants Gundersen, NIBR, har bidratt med statistikken til kapittel 4 og i Vedlegg.

Oslo, september 2011

Olaf Foss  
Forskningsjef

# Innhold

Forord.....	1
Tabelloversikt .....	4
Figuroversikt.....	5
Sammendrag .....	6
1 Innledning.....	9
2 Faktagrunnlag/situasjonsbeskrivelse - detaljhandelen.....	10
2.1 Detaljhandelens dekningsgrad.....	10
2.2 Omsetningsutviklingen i detaljhandel .....	14
2.3 Bransjevis omsetningsfordeling.....	16
2.4 Detaljhandelsomsetningen pr innbygger.....	17
2.5 Kjøpesenterutviklingen i Nord-Østerdalsregionen .....	17
2.6 Utviklingen av detaljhandelsomsetningen i Norge.....	18
2.7 Konklusjon .....	19
3 Kjøpekraftsutviklingen – en indikatoranalyse.....	21
3.1 Sentrale faktorer i vurdering av kjøpekraft.....	21
3.2 Befolkningsutviklingen i kommunene i Nord-Østerdalsregionen .....	21
3.3 Sysselsetting og arbeidsledighet.....	22
3.4 Inntektsutviklingen.....	23
3.5 Forbruksutviklingen.....	24
3.6 Turismens betydning.....	25
3.7 Konklusjon .....	26
4 Næringsutvikling i tjenestesektoren .....	27
4.1 Tjenestetilbud.....	27
5 Senterutvikling i Tynset.....	31
5.1 Rammebetingelser for senterutvikling.....	31
5.2 Rammebetingelser i fylkesdelplanen og kommuneplanen.....	33
6 Lokale synspunkter på utviklingen av Tynset som regionsenter. ....	34
6.1 Forutsetninger og opplegg for medvirkningsprosess.....	34
6.2 Medvirkningsprosess som grunnlag for tiltak og handlingsplan for Tynset.....	36
7 Valg av strategier for å styrke Tynset som regionsenter .....	45
7.1 Tynsets utfordringer og noen handlingsalternativer .....	45
7.2 Komplementær satsing/polysentrisk utvikling .....	47
7.3 Regionsenterutvikling gjennom analyse av etableringsmuligheter for bransje- og bedriftsmiljøer .....	48
7.4 Prosessorientert utvikling – eksempler og erfaringer.....	49

---

Litteratur.....	53
Vedlegg 1 Eksempel på handlingsplaner innen temaområdet ”Infrastruktur” – Kongsberg kommune .....	54
Vedlegg 2 Varehandelsstatistikk 2008 og 2009 (Ssb).....	57
Vedlegg 3 Antall bedrifter og sysselsatte i 61 næringer innen tjenestesektoren.....	62

## Tabelloversikt

Tabell 2.1	Detaljhandelens dekningsgrad .....	13
Tabell 2.2	Detaljhandelens dekningsgrad (eks. motorkjøretøyer og drivstoff).....	14
Tabell 2.3	Detaljhandelsomsetningen i mill. kr. eks. mva. (eks. motorkjøretøyer og drivstoff).....	15
Tabell 2.4	Detaljhandelsomsetningen i mill. kr eks. mva. –terminstatistikk .....	15
Tabell 2.5	Detaljhandelsomsetningen (i mill. kr. eks. mva) fordelt på bransjegrupper – Tynset kommune.....	16
Tabell 2.6	Oms. pr innbygger i detalj handelen (i kr) eks. motorkjøretøyer/ drivstoff og eks. mva. ....	17
Tabell 2.7	Noen nøkkeltall for kjøpesentrene i Nord-Østerdalsregionen 2005-2008 .....	18
Tabell 2.8	Omsetningsutviklingen i norsk detaljhandel – prosentvis endring fra året før og prognoser 2011 .....	19
Tabell 3.1	Folkemengde i Nord-Østerdalskommunene registrert 1998 og 2010, framskrevet 2015 og 2020 .....	22
Tabell 3.2	Tettstedsutviklingen i Nord-Østerdalskommunene.....	22
Tabell 3.3	Bruttoinntekt (median) (kr) for bosatte personer 17 år og over for kommunene i Hedmark.....	24
Tabell 3.4	Detaljhandelsomsetningen i mill. kr eks. mva. 2008 og 2009 terminstatistikk fordelt på månedsterminer.....	26
Tabell 7.1	Eksempel på vurdering av faktorer som har betydning i en polysentrisk senterutvikling (situasjonsbeskrivelse for sentrene lokalt og i regionen).....	47

---

# Figuroversikt

Figur 2.1	Tynset kommune.....	11
Figur 2.2	Kommunene i fjellregionen .....	12
Figur 4.1	Antall tjenester tilgjengelig i kommunen 1998 – 2010.....	27
Figur 4.2	Antall tjenester tilgjengelige i kommunen 2010.....	29

# Sammendrag

*Vidar Vanberg*

## **Handels- og senterutvikling**

Delanalyse for Tynset

NIBR-notat: 2011:114

Notatet gir en oversikt over utviklingen innen detaljhandelen og andre service-næringer, og faktorer som påvirker denne utviklingen i Tynset kommune. Rapporten inneholder også en vurdering av tiltak som kan styrke Tynset som region- og kommunesenter - i et samspill mellom innbyggere, næringsliv og kommune.

Detaljhandelsutviklingen for Tynset har vært god, selv i en periode med generell nedgang for handelen i Norge under finanskrisen. Tynsets tall for detaljhandelsomsetning pr. innbygger i kommunen 2007 - 2009 understreker kommunens sterke posisjon som et regionalt handelssenter. Kun 8 av landets kommuner hadde en høyere omsetning pr. innbygger i 2009. Landsgjennomsnittet i 2009 var på kr. 70542, mens Tynset hadde en omsetning på kr. 110368.

Dekningsgradsberegningene for detaljhandelen viser at Tynset har et betydelig regionalt handelsomland, og at kommunen har styrket sin posisjon som regionalt senter i de senere årene. De øvrige kommunene i Nord-Østerdalsregionen har til dels stor handelslekkasje over tid, noe som har sammenheng med et beskjedent innbyggertall i kommunesenteret og konkurransen med regionsenteret Tynset.

Ifølge HSH står Norge foran en bredt basert økonomisk vekst, samtidig som det fortsatt er stor usikkerhet knyttet til utviklingen internasjonalt. HSH konkluderer også med at inntekten og sysselsettingen stiger, og at det er rom for både høy sparerente og økt forbruk framover. HSH forventer at 2011 vil gi en omsetningsvekst for detaljhandelen på ca. 5 %. Det vil bl.a. si at mange bransjer vil få gode vekstrater utover året, og at særlig byggevarehandelen og møbelforretningene vil nyte godt av høyere aktivitet i boligmarkedet i tiden som kommer.

Forventninger om en fortsatt god utvikling for Tynset som regionsenter er også avhengig av kjøpekraftsutviklingen lokalt og regionalt. En gjennomgang av faktorer som innvirker på kjøpekraftsgrunnlaget i Tynset viser flere positive trekk mht. kjøpekraftsutvikling. Tettstedet Tynset har hatt befolkningsvekst de senere årene, og befolkningsprognosene for Tynset kommune tilsier vekst fram mot 2020. Bra inntektsnivå blant innbyggerne i kommunen, generelt bedre konjunkturer for handelen og samtidig en generell økning i kjøpekraft er positivt. Turismens betydning for handel og lokal kjøpekraft er også målbart positiv. Med andre ord er det flere positive faktorer som styrker utviklingsmulighetene. Begrensningene ligger først og fremst i at



innbyggertallet i omlandskommunene og regionen ifølge Ssb's framskrivninger ikke forventes å øke i de nærmeste årene. Anslagene tilsier en svak nedgang.

Utviklingen av Tynset som regionsenter handler om å gjøre flere ting på en gang, samtidig som det finnes en visjon og en helhet som har en overbyggende rolle. Økt attraktivitet for Tynset som regionsenter handler også om å skape forutsigbarhet for næringsliv og innbyggere, og ha tydelige rammebetingelser for de mål som settes for utviklingen.

Det kan f.eks. dreie seg om å fokusere på utfordringer som knytter seg til følgende satsingsområder i utviklingssammenheng:

- Skape enighet om en visjon for utviklingen av Tynset som regionsenter
- Utvikling av komplementære muligheter for å styrke senterstrukturen i regionen
- Utvikle en god profilering av og gode samarbeidsrelasjoner mellom hovedsentrene Tynset og Røros
- Bedre kommunikasjonsmulighetene, spesielt nordover
- Tilrettelegge for bedre utnyttelse av trafikken på RV 3 og RV 30
- Arbeide med gode parkerings- og tilgjengelighetsløsninger i sentrumsområdet
- Utvikle torgområdet og attraktive møteplasser med et lokalt særpreg
- Utvikle festivaltanken med lokale kvaliteter, særpreg og mange aktører som utgangspunkt
- Foreta lokaliseringvalg ved nyetableringer som bidrar til å gi sentrum en mer urban karakter
- Søke etter nyetableringer med et stort omlandspotensiale
- Nisjesatsing med synergieffekt

Gruppearbeidene viste at det er et fokus på hvordan Tynset som regionsenter på en best mulig måte kan samspille med de øvrige kommunesentrene i regionen, og med Røros som et alternativt hovedsenter i området. Det er også tydelig at det er mange som er opptatt av senterutvikling, ikke bare i forhold til tilbudsbredde, men også i forhold til fysisk utforming, estetikk og attraktive møteplasser. Tilgjengelighet og kommunikasjoner er et sentralt tema, likeledes utnyttelse av gjennomfartstrafikk og turisme.

For nabokommunen Alvdal er det et tankekors at når 400000 besøker Tavernaen i året, er det bare i underkant av 20000 som besøker Aukrustsenteret et steinkast unna. Kanskje kan den attraktivitet og styrke Aukrustsenteret har gi rom for en videreutvikling i retning av et nasjonalt senter for humor i norsk litteratur- der veien gjennom Østerdalen gir noen hint og innspill til hva som møter deg i Alvdal. Med andre ord både et lokalt, regionalt og nasjonalt tiltak.

Noen nevner også at det er viktig å ha nasjonale butikkjeder på plass i regionsenteret, og at nyetableringer gjerne kan komme i form av bedrifter som har en stort omlandspotensiale. Det er nærliggende å si at det må tenkes komplementært, dvs. at en må se på mulighetene for at kvalitative forhold ved kommunesentrene i regionen utvikles i et samspill som kan gi synergieffekt til en god helhet for regionen. Det

betyr også å se på forhold som er negative/begrensende ved de kvaliteter de ulike sentra har, og arbeide for å redusere disse. En slik strategi forutsetter at det legges ressurser inn i å arbeide både kortsiktig og langsiktig. Det gir noen tyngdepunkter for hvordan det kan satses framover:

Arbeide med helhetstanken omkring utviklingen og rammebetingelser for regionsenteret Tynset, basert bl.a på mange av de gode ideene som kom fram under gruppearbeidet.

Se på mulighetene for komplementær satsing lokalt og regionalt. Det handler om å utvikle kvalitative fortrinn, og se på satsingsmuligheter både lokalt og regionalt

Styrke sentrumstilbudene ved å satse på å utvikle bransje- og bedriftsmiljøer - en spisset satsing

Måten å få til dette på er å involvere lokalsamfunnet og lokale ressurspersoner på en kreativ og god måte. Gjennom ulike plan- og utviklingsmetoder kan det oppnås gode løsninger og en drakraft som gir muligheter til å nå målene om et attraktivt regionsenter. Rapporten beskriver tre måter å få til dette på: ved hjelp av komplementær satsing i regionens kommunesentra, ved hjelp av etableringsinitiativ, og ved hjelp av eksempler og erfaring fra prosessorientert planlegging og utvikling.

# 1 Innledning

Handels- og senteranalysen for Tynset er basert på offentlig tilgjengelig statistikk. Dvs. at det ikke er samlet inn lokale data om handelsbedriftenes omsetning, og andre relevante data som bransjefordelte omsetningstall innen enkeltbedriftene.

Vi tar derfor utgangspunkt i Statistisk sentralbyrås årlige detaljhandelsstatistikk på kommunenivå, som gir muligheten til å beregne bransjevis omsetningsutvikling, og NIBR's database for nærings- og stedsutvikling, som gir muligheter til å beregne detaljhandelens dekningsgrad i kommunene, fordelt på detaljhandelen totalt og detaljhandelen uten bilbransjen.

I en analyse av detaljhandelen er det naturlig å se utviklingen over en lengre tidsperiode, slik at en får et dynamisk aspekt ved analysen. Med det utgangspunktet har vi valgt å presentere tabeller som viser kommunens sentralitet som handels- og tjenestested målt ved hjelp av detaljhandelstall, og hvordan kommunens betydning som handels- og tjenestested endres over tid. De fleste tabellene gir tall for alle kommunene i Fjellregionen.

I tillegg til Statistisk sentralbyrås årlige varehandels- og forbruksstatistikk benytter vi tall fra Nasjonalregnskapet og NIBR's egne erfaringstall, som er grunnlaget for de modellberegninger vi foretar for å avdekke handelslekkasje/overdekning i detaljhandelen.

Sentralt i arbeidet med en handelsanalyse er kjøpekraftsutviklingen. En indikator på kjøpekraftsutviklingen er tall for bruttoinntekten pr person. Vi ser på utviklingen over tid både for Tynset og de andre kommunene i regionen. Andre forhold vi vurderer mht. kjøpekraft er bl.a. befolkningsutvikling, sysselsetting og forbruksutvikling.

NIBR's analyse bør kunne gi nyttige innspill til videre planlegging og utvikling av Tynsets handels- og servicetilbud. Som en del av grunnlagsmaterialet er det også tatt med synspunkter fra deltagerne på et dagsseminar om nærings- og handelsutviklingen i kommunen, som ble holdt i Tynset i februar 2010.

Avslutningsvis i rapporten diskuterer vi ulike strategier og metoder som kan benyttes i arbeidet med å utvikle handels- og sentertilbudet i Tynset.

## 2 Faktagrunnlag/situasjonsbeskrivelse - detaljhandelen

### 2.1 Detaljhandelens dekningsgrad.

Ved hjelp av offentlig statistikk kan en si noe om en kommunes attraktivitet som handels- og tjenestested, selv om en ikke har statistikk for byene/tettstedene i kommunen å holde seg til. En kan også si noe om utviklingen på regionalt nivå, som kommunen og hovedsenteret i kommunen er en del av som handels- og tjenestested.

I NIBR's database for nærings- og stedsutvikling har vi ved hjelp av modellberegninger kommet fram til årlige anslag på detaljhandelens dekningsgrad/handelslekkasjen i kommunene. En sammenstilling av beregninger for flere år gir et bilde av den enkelte kommunes posisjon i fylket, og utviklingen over tid.

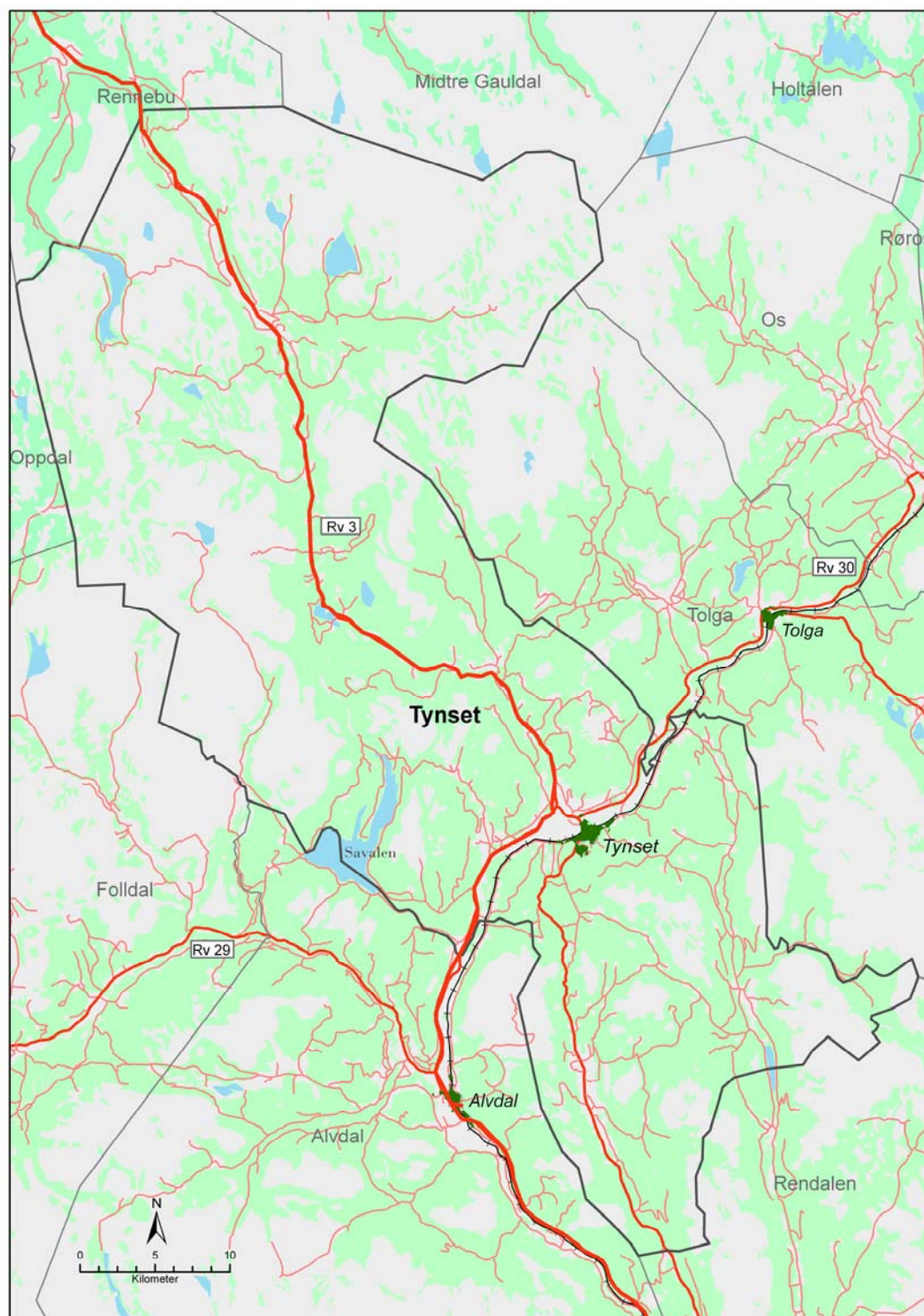
Dekningsgradstallene framkommer ved at vi vurderer den faktiske omsetningen i kommunen i et bestemt år (A) mot den mulige omsetningen basert på forbruk til detaljhandelskjøp fra innbyggerne, næringsliv og storhusholdninger i kommunen (B) samme år. Er A-B positiv, er det en positiv dekningsgrad, er A-B negativ, er det en negativ dekningsgrad, dvs. handelslekkasje.

Formelen for beregning av dekningsgrad (D) er:

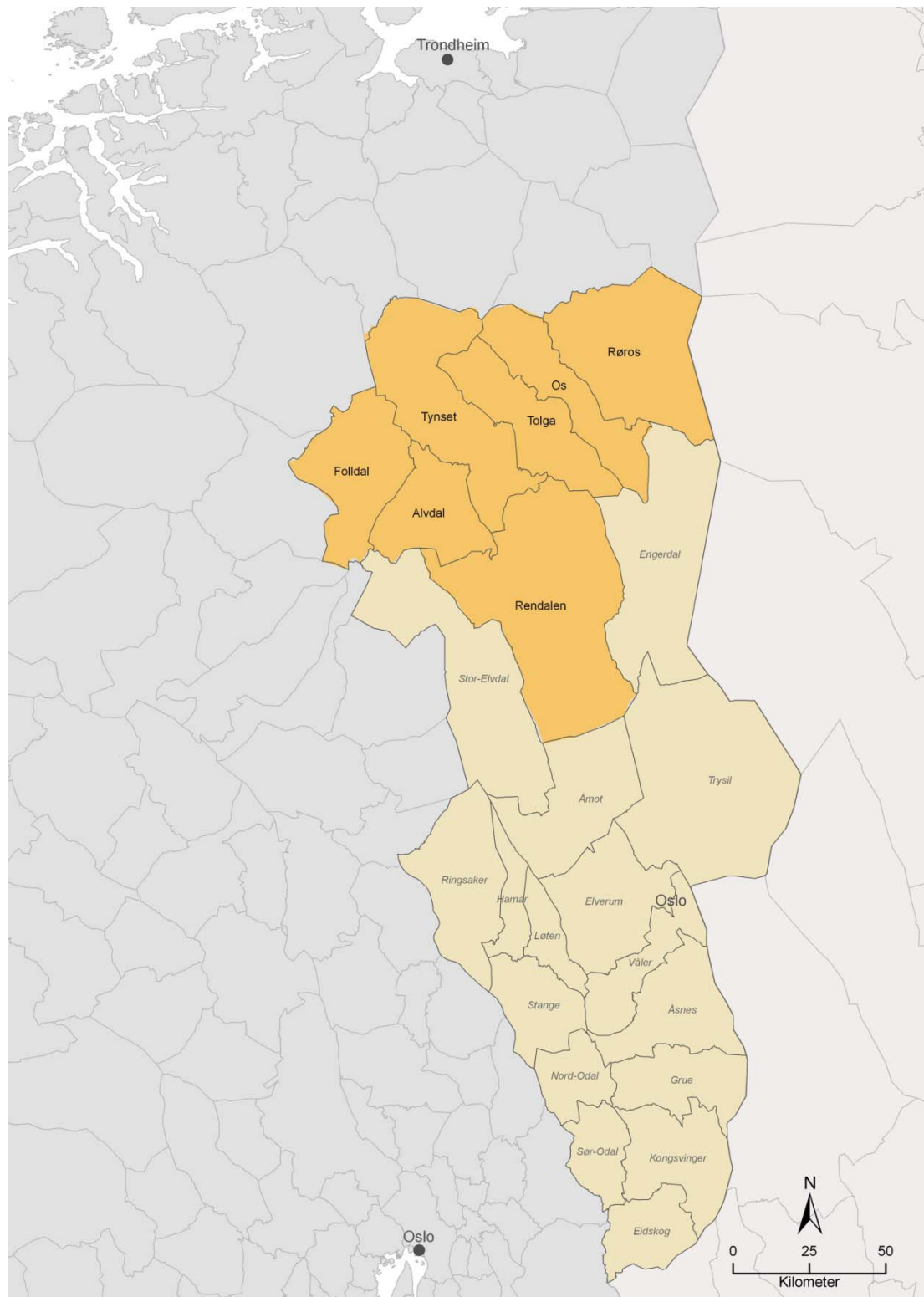
$$D = \frac{\text{Faktisk detaljhandelsomsetning inkl.mva}}{\text{Omsetningspotensialet fra forbrukere, næringsliv og storhusholdninger}} \cdot 100$$

Er detaljhandelsomsetningen i kommunen 100 mill. kr inkl. mva for et bestemt år, og omsetningspotensialet også 100 mill. kr., blir dekningsgraden 100. En dekningsgrad på 100 vil mao. si at omsetningen tilsvarer potensialet i kommunen. En dekningsgrad på 80 tilsier at det er 20% lavere omsetning enn det potensialet tilsier (og derved handelslekkasje). En dekningsgrad på 120 tilsier at det er en overdekning i detaljhandelsomsetningen på 20 %.

De dekningsgradsberegningene vi vanligvis benytter i analyser er tall for detaljhandelen ekskl. den kapitalkrevende bransjen motorkjøretøyer/drivstoff. Det kan selvsagt være store variasjoner fra bransje til bransje, og dekningsgradtallet er beheftet med usikkerheter, som f.eks. turismens omsetningsmessige betydning og omsetningsandelen fra bedrifter og storhusholdninger i kommunen.

Figur 2.1 *Tynset kommune*

Kilde: Østlandsforskning

Figur 2.2 *Kommunene i Fjellregionen*

Kilde: Østlandsforskning

Det må også tillegges at det ikke er noe mål å ha en dekningsgrad på 100 i hver kommune. De mindre kommunene må nødvendigvis ha en viss handelslekkasje, noe som er en forutsetning for at det skal utvikles gode regionale sentra med et bredt tilbud til et omland som omfatter flere kommuner.

Tabellene som følger viser dekningsgradsutviklingen for kommunene i perioden 1997-2007, beregnet av NIBR på bakgrunn av en spesialkjøring fra Ssb.

Tabell 2.1 og 2.2 viser dekningsgradsutviklingen for kommuner i Fjellregionen for årene 1997, 2004 og 2007. Tabellene har også med tall for Røros for 2004 og 2007.

Tabell 2.1 *Detaljhandelens dekningsgrad\**

<b>Kommune</b>	<b>1997</b>	<b>2004</b>	<b>2007</b>
<b>Tynset</b>	<b>148</b>	<b>145</b>	<b>166</b>
Alvdal	76	68	83
Folldal	61	49	61
Rendalen	57	59	64
Tolga	73	57	78
Os	44	31	37
Røros		105	121

NACE-standard

\* tall foreligger for 2008, men fra og med dette året er det en endring i statistikkinnndelingen, dvs. en overgang til EU-standard. Dette innarbeider vi nå i våre modellberegninger, og tall vil være tilgjengelige i løpet av våren.

Utviklingen over tid for detaljhandelen viser at Tynset har et betydelig regionalt handelsomland, og at kommunen har styrket sin posisjon som regionalt senter i de senere årene. Både for Alvdal og de andre kommunene i Nord-Østerdalsregionen er det betydelig handelslekkasje i perioden. Vi merker oss ellers at Røros også har regional betydning, med en dekningsgrad på 121 i 2007.

Vanligvis er dekningsgradstallene noe lavere i mange kommuner når bilbransjen holdes utenfor, fordi den kapitalkrevende bilbransjen har et stort omlandspotensiale. I enkelte kommuner med lav omsetning i andre bransjer enn bilbransjen gir derfor dekningsgradstallene for detaljhandelen totalt ofte et flatterende bilde.

Når bilbransjen holdes utenfor viser tallene også nå at Tynset har styrket sin posisjon i tiårs-perioden, og Tynset befester sin posisjon som regionsenter med stor omlandsbetydning. Situasjonen har vært forholdsvis stabil for de andre kommunene i Nord-Østerdalsregionen. Alvdal, Folldal, Rendalen, Tolga og Os har alle betydelig handelslekkasje. Vi merker oss ellers at Røros i Sør-Trøndelag har en svakere dekningsgrad i 2007 enn i årene 1997 og 2004.

Tabell 2.2 *Detaljhandelens dekningsgrad (eks. motorkjøretøyer og drivstoff)*

Kommune	1997	2004	2007
<b>Tynset</b>	<b>147</b>	<b>160</b>	<b>160</b>
Alvdal	56	59	58
Folldal	67	65	69
Rendalen	59	58	58
Tolga	40	38	46
Os	40	32	35
Røros	134	134	126

NACE-standard

\* tall foreligger for 2008, men fra og med dette året er det en endring i statistikkinnstillingen, dvs. en overgang til EU-standard. Dette innarbeider vi nå i våre modellberegninger, og tall vil være tilgjengelige i løpet av våren.

Splittet vi opp detaljhandelen ytterligere på enkeltbransjer, får vi straks større usikkerhet i beregningene. Det skyldes forretningenes bransjeblanding, og at mange forretninger omsetningsmessig kun er registrert på en bransje i statistikken. Dvs. at en forretning som omsetter spesialvarer, og som samtidig defineres som en dagligvareforretning fordi dagligvarer er hovedbransjen, får spesialvareomsetningen registrert som dagligvareomsetning i varehandelsstatistikken.

Skal en regne ut dekningsgradstall for detaljhandelen splittet opp på underbransjer bør en innhente mer eksakte omsetningsdata fra forretningene. Dvs. at en innhenter lokale data som gir en best mulig omsetningsmessig deling mellom de enkelte hovedvaregruppene innen detaljhandelen, som grunnlag for å beregne markedsdekningen innen et geografisk område.

En mer detaljert oversikt over enkeltbransjers utvikling og muligheter i etablerings-sammenheng får en ved å supplere informasjonen i avsnitt 2.1 med tall for omsetningsutviklingen i 2.2 og 2.3, og tall fra omsetningsoversiktene i Vedlegg.

Konklusjonen ut fra dekningsgradsberegningene for detaljhandelen er at Tynset har et betydelig regionalt handelsomland, og at kommunen har styrket sin posisjon som regionalt senter i de senere årene. De øvrige kommunene i Nord-Østerdalsregionen har en betydelig handelslekkasje over tid, noe som har sammenheng med et beskjedent innbyggertall i kommunesenteret og konkurransen med regionsenteret Tynset.

## 2.2 Omsetningsutviklingen i detaljhandel

Tabell 2.3 og 2.4 gir en oversikt over utviklingen i detaljhandelsomsetningen i kommunene i Fjellregionene.

Omsetningstallene fra Ssb er ikke justert for prisstigningen i perioden, og tallene er rundet av til hele mill.kr, og er eks. mva. Tallene for perioden 2001 til 2008 omfatter detaljhandelen eks. bransjen motorkjøretøyer og drivstoff. (gruppe 50 i varehandelsstatistikken (NACE-standard)).



Tallene for 2008 og 2009 (tabell 2.4) er etter den nye standarden for næringsgruppering (SN 2007), der hovedendringen er at drivstoff til motorkjøretøyer er flyttet fra gruppen ”motorkjøretøyer og drivstoff” til summen av all annen detaljhandel, dvs. ”detaljhandel eks. bransjen motorkjøretøyer(motorvogntjenester)”. For 2008 og 2009 er det Ssb’s terminstatistikk som benyttes.

Tabell 2.3 *Detaljhandelsomsetningen i mill. kr. eks. mva. (eks. motorkjøretøyer og drivstoff)*

Kommune/ Region	2001	2004	2007	2008	Endring i % 2004-2008
<b>Tynset</b>	<b>400</b>	<b>478</b>	<b>562</b>	<b>580</b>	<b>21,3</b>
Alvdal	65	71	82	90	26,8
Folldal	48	57	70	71	24,6
Rendalen	65	61	69	73	19,7
Tolga	32	33	46	46	39,4
Os	36	36	42	43	19,4
N-Østerdals-regionen	646	736	871	903	22,7

NACE-standard

Tabell 2.4 *Detaljhandelsomsetningen i mill. kr eks. mva. –terminstatistikk*

Kommune	2008		2009	
	Detaljhandel (drivstoff til motorvogner)	Motorvogn- tjenester	Detaljhandel (drivstoff til motorvogner)	Motorvogn- tjenester
<b>Tynset</b>	<b>642 (70)</b>	<b>230</b>	<b>661 (65)</b>	<b>247</b>
Alvdal	171 (82)	-	159 (72)	-
Folldal	84 (13)	-	82 (12)	-
Rendalen	108 (35)	-	107 (35)	-
Tolga	58 (-)	55	57 (-)	63
Os	60 (-)	-	58 (15)	-
N-Østerdals-regionen	1123 (-)	-	1124 (-)	-

SN 2007

Tall ikke oppgitt av Ssb pga. konfidensialitetshensyn: -, (-)

Tabellen for detaljhandelen eks. motorkjøretøyer/drivstoff viser at det i perioden 2001-2008 har vært en bra vekst i omsetningen for både enkeltkommunene og regionen som helhet. Fra 2004 til 2008 var veksten i Tynset kommune på 26,8 %.

Tallene for 2008 og 2009 i tabell 2.5 er som nevnt ikke direkte sammenlignbare med tallene for 2001 til 2008 i tabell 2.4. Med unntak for Tynset hadde kommunene i regionen nedgang i omsetningen fra 2008 til 2009. Dette må sees i sammenheng med at vi fikk en finanskrisen høsten 2008. Det førte til en nedgang i detaljhandelsomsetningen i de fleste norske kommuner i 2009.

Det er viktig å være oppmerksom på at bildet kan være noe annerledes når en splitter opp detaljhandelen på flere hovedbransjer. Varehandelsstatistikken til Ssb gir i noen grad muligheter for en bransjevis vurdering av situasjonen for Tynset. Det gir

supplerende informasjon om nedgang, vekst, muligheter og begrensninger i detaljhandelen.

## 2.3 Bransjevis omsetningsfordeling

Tabell 2.5 viser detaljhandelsutviklingen for Tynset kommune for 2008 og 2009, fordelt på hovedvaregrupper. Tallene er hentet fra Ssb's terminstatistikk. Omsetningstallene er ikke justert for prisstigningen i perioden, og tallene er rundet av til hele mill.kr, og er eks. mva.

Tabell 2.5 *Detaljhandelsomsetningen (i mill. kr. eks. mva) fordelt på bransjegrupper – Tynset kommune*

<b>Bransje</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>Endring i % 2008-2009</b>
Butikkhandel med bredt vareutvalg – næringsmidler m.m.	216	231	6,9
Butikkhandel med andre husholdningsvarer	161	157	-2,5
Annen butikkhandel	111	122	9,9
Detaljhandel med drivstoff til motorvogner	70	65	-7,1
Motorvogntjenester	230	247	7,4

\*Innen samlegruppen ”**Butikkhandel med andre husholdningsvarer**” gir varehandelsstatistikken omsetningstall i mange bransjer: Butikkhandel med tekstiler og utstyrsvarer – Butikkhandel med jernv., fargev. og glass – Byggevarerhus m.m. – Butikkhandel med møbler, belysningsutstyr m.m. – Butikkhandel med bøker, musikkartikler etc. – Butikkhandel med sportsutstyr .

Innen samlegruppen ”**Annen butikkhandel**” finner vi bransjer som klær, skotøy, apotekervarer, blomster, ur/gull/sølvvarer.

Begrensningene i informasjon ligger i de konfidensialitetshensyn som Ssb tar. Dvs. at det må være flere enn 3 bedrifter i en bransjekategori før omsetningstallene kan oppgis. Mht. definisjoner av de enkelte varegruppene henvises til Norges offisielle statistikk: Standard for næringsgruppering (Ssb). Som nevnt er det gjort endringer i inndelingen for varehandelen, med virkning fra 2008.

Det er publisert omsetningstall for spesifiserte bransjer ut over det tabell 2.5 gir. Tabeller for terminvis omsetningsstatistikk 2008 og 2009 er derfor tatt med i sin helhet i Vedlegg. Statistikken gir en viss mulighet til å vurdere handelsutviklingen i Tynset for enkeltbransjer - til hjelp i arbeidet med å utvikle det lokale handelstilbudet. Hvor stor overdekningen/handelslekkasjen er i enkeltbransjer vil kreve bransjespesifikke omsetningstall ut over det varehandelsstatistikken fra Statistisk sentralbyrå kan gi for Tynset. I tillegg til det ville det være nyttig å gjennomføre en forbrukerundersøkelse for å kartlegge husholdningenes hovedinnkjøpssteder for ulike varegrupper.

Tabell 2.5 viser at det har vært vekst i dagligvarebransjen i Tynset fra 2008 til 2009. Det har det også for ”Annen butikkhandel”, der klær står for hele denne veksten (se

tabellene i Vedlegg). Også innen motorvogn tjenester har Tynset hatt vekst i perioden. Drivstoffomsetningen gikk ned, og bransjegruppen ”Butikkhandel med andre husholdningsvarer” hadde en liten nedgang. En nedgang i handelen generelt her i landet i denne perioden skyldtes som nevnt i stor grad finanskrisen, som slo inn høsten 2008. Se også avsnitt 2.6 om detaljhandelsutviklingen i Norge.

## 2.4 Detaljhandelsomsetningen pr innbygger

Det refereres ofte til detaljhandelsomsetning pr innbygger som et mål på hvor sterk detaljhandelen er i et område. Tabell 2.6 viser omsetningen pr innbygger i 2006 - 2009 for detaljhandelen ekskl. motorkjøretøyer og drivstoff og ekskl. mva., og prosentvis endring i perioden 2006-2007.

Tabell 2.6 *Oms. pr innbygger i detalj handelen (i kr) eks. motorkjøretøyer/ drivstoff og eks. mva.*

Kommune/ region/fylke	2006	2007	2008	2009	Endring i % 2007-2009
<b>Tynset</b>	<b>98941</b>	<b>104903</b>	<b>106001</b>	<b>110368</b>	<b>5,2</b>
Alvdal	34574	35337	37059	36410	3,0
Folldal	36006	41159	42727	41965	2,0
Rendalen	31320	33873	35773	36024	6,4
Tolga	23035	25692	26762	26760	4,2
Os	19886	20045	21191	21165	5,6

Kilde:Ssb

Det går tydelig fram av tallene at kommunene i Nord-Østerdalsregionen hadde en beskjeden utvikling av detaljhandelsomsetningen pr. innbygger i perioden 2007-2009. En justering for prisstigningen i perioden tilsier stagnasjon og dels tilbakegang for de mindre kommunene. Tynsets tall for 2007 - 2009 understreker kommunens sterke posisjon som et regionalt handelssenter. Kun 8 av landets kommuner hadde en høyere omsetning pr. innbygger i 2009. Landsgjennomsnittet i 2007 var på kr.68251. I 2008 og 2009 var landsgjennomsnittet på henholdsvis kr. 69540 og kr. 70542.

## 2.5 Kjøpesenterutviklingen i Nord-Østerdalsregionen

Det har vært stor vekst i antall kjøpesentre i mindre byer og tettsteder i Norge de senere årene i følge Senterboken 2010. I 2008 var kjøpesentrenes markedsandel av omsetningen innen detaljhandelen på 31,6 %, og kjøpesentrene hadde en samlet omsetningsvekst på 3,6 % i 2008.

Antallet kjøpesentre i Norge i 2008 var 397. Det gjennomsnittlige kjøpesenteret hadde i 2008 en nettomsetning totalt på 297 mill kr. Salgsarealet var på 10179 kvm., antall butikker 28, og gjennomsnittsarealet pr. leietaker var 325 kvm. Gjennomsnittsomsetningen pr. leietaker var på 9,5 mill kr. Kjøpesenteromsetningen pr innbygger kr 24598, og omsetningen pr. kvm. salgsareal kr 29212.

Kjøpesenterstatistikk for de enkelte fylkene kan også hentes fra de årlige utgivelsene av Senterboken. Her finnes i tillegg tall for utviklingen i de enkelte regionene i fylket.

Tallene som gis for Nord-Østerdalsregionen omfatter de to kjøpesentrene som er i regionen, Domus Tynset Handelssenter og Tron Torget. Tabell 2.7 gir tall for omsetning eks. mva. for kjøpesentrene (innsamlet fra hvert kjøpesenter), senteromsetning pr. innbygger, og senter-omsetning pr. kvm. salgsareal.

Tabell 2.7 *Noen nøkkeltall for kjøpesentrene i Nord-Østerdalsregionen 2005-2008*

År	Antall sentre	Omsetning ekskl. mva. i mill kr.	Senteromsetning pr innbygger	Senteromsetning pr. kvm. salgsareal
2005	2	247	16045	27435
2006	2	272	17753	27192
2007	2	266	17431	26592
2008	2	268	17622	23503

Kilde: Senterboken 2007-2010

Kjøpesenter er definert som ett bygg eller en samling bygg som er planlagt, utviklet, eid og drevet som en enhet. Salgsarealet skal være større enn 2499 kvm., og senteret skal inneholde minst fem ulike detaljhandelsenheter.

Senteromsetningen pr. innbygger 2008 ligger godt under landsgjennomsnittet for 2008. Omsetningen økte noe fra 2005 til 2006, men i årene som fulgte har det vært en stagnasjon og til dels tilbakegang.

## 2.6 Utviklingen av detaljhandelsomsetningen i Norge.

Handelens- og Servicenæringens Hovedorganisasjon (HSH) ga en oversikt over forventet utvikling i norsk detaljhandel på HSH's konjunkturseminar i mars 2011. Ifølge HSH står Norge foran en bredt basert økonomisk vekst, samtidig som det fortsatt er stor usikkerhet knyttet til utviklingen internasjonalt. HSH konkluderer også med at inntekten og sysselsettingen stiger, og at det er rom for både høy sparerente og økt forbruk framover. Det vil bl.a. si at mange bransjer vil få gode vekstrater utover året, og at særlig byggevarerhandelen og møbelforretningene vil nyte godt av høyere aktivitet i boligmarkedet i tiden som kommer.

HSH forventer at 2011 vil gi en omsetningsvekst for detaljhandelen på ca. 5 %. Tabell 2.8 viser hvordan HSH forventer at omsetningsutviklingen vil bli for en del sentrale varegrupper innen detaljhandelen. HSH's prognoser for 2011 bygger på egne tall og Statistisk sentralbyrås statistikk.

Mange faktorer vil som nevnt bestemme utviklingen i detaljhandelsomsetningen. Det er generelt kan si er at prognoser må tas for det de er, en antydning om utviklingen basert på en del forutsetninger som det hefter til dels betydelig usikkerhet ved.

Handels- og Servicenæringens Hovedorganisasjon (HSH) kommenterer tallene og utviklingen på følgende måte:

**Dagligvarebransjen** har hatt høy vekst over mange år, men en klar reduksjon i vekstraten gjennom fjoråret. Det forventes litt sterkere vekst framover, og anslaget for 2011 er en vekst på 4 prosent.

**Sportsbransjen** har tatt markedsandeler fra bransjer som sko og klær, i tillegg til at det har vært en god del nyetableringer. En sterk vekst i flere år avløses nå av noe lavere vekst framover.

**Klesbransjen** har hatt et sterkt prisfall i de senere årene, og til dels en ujevn omsetningsutvikling. Likevel forventes en vekst på 4 prosent for 2011, dvs. den samme vekst som for flere beslektede bransjer

Tabell 2.8 *Omsetningsutviklingen i norske detaljhandel – prosentvis endring fra året før og prognoser 2011*

Ssb-kode Bransje	Omsetnings- utvikling 2008	Omsetnings- utvikling 2009	Omsetnings- utvikling 2010	Prognose omsetningsut- vikling 2011
Detaljhandelen i alt	3,8	3,3	2,2	5
Dagligvarer	7,6	5,6	2,3	4
Sport	6,0	10,8	5,5	4
Klær	0,7	4,0	1,3	4
Sko	1,8	1,0	0,6	4
Møbler	-0,6	-1,3	2,8	7
Elektro/radio/TV	-3,1	-1,3	-0,5	5
Byggevarer/jernvarer mv.	1,4	-3,9	4,0	8

Kilde: Detaljhandelsprognoser HSH, mars 2011.

**Skobransjen** har også hatt en ujevn utvikling, og tapt markedsandeler til sport og klær. Fra en beskjeden vekst i 2010 forventes veksten i 2011 å bli den samme som for sport og klær.

**Møbelbransjen** ble rammet av finanskrisen/nedgangskonjunktur, men det snudde i 2010. Et bedre boligmarked trekker opp, men bransjen er preget av store forskjeller i vekstrater mellom aktørene.

**Elektronikkbransjen** preges av hard konkurranse, både mellom kjedene og mot salget over internett. Høsten 2009 startet veksten igjen, etter en svak periode. Utsiktene for 2011 indikerer en vekst som for detaljhandelen totalt.

**Byggevarehandelen** merket de svake konjunktorene innen byggebransjen etter flere år med god vekst. Byggeaktiviteten tiltar nå, både for forbrukermarkedet og proffmarkedet, og utsiktene i 2011 er gode for byggevarebransjen, med en forventet vekst på hele 8 %.

## 2.7 Konklusjon

Detaljhandelsutviklingen for Tynset har vært god, selv i en periode med generell nedgang for handelen i Norge under finanskrisen. Tynsets tall for detaljhandelsomsetning pr. innbygger i kommunen 2007 - 2009 understreker kommunens sterke posisjon som et regionalt handelssenter. Kun 8 av landets kommuner hadde en høyere omsetning pr. innbygger i 2009. Landsgjennomsnittet i 2009 var på kr. 70542, mens Tynset hadde en omsetning på kr. 110368.

Dekningsgradsberegningene for detaljhandelen viser at Tynset har et betydelig regionalt handelsomland, og at kommunen har styrket sin posisjon som regionalt senter i de senere årene. De øvrige kommunene i Nord-Østerdalsregionen har til dels stor handelslekkasje over tid, noe som har sammenheng med et beskjedent innbyggertall i kommunesenteret og konkurransesituasjonen i forhold til regionsenteret Tynset.

Ifølge HSH står Norge foran en bredt basert økonomisk vekst, samtidig som det fortsatt er stor usikkerhet knyttet til utviklingen internasjonalt. HSH konkluderer også med at inntekten og sysselsettingen stiger, og at det er rom for både høy sparerente og økt forbruk framover. HSH forventer at 2011 vil gi en omsetningsvekst for detaljhandelen på ca. 5 %. Det vil bl.a. si at mange bransjer vil få gode vekstrater utover året, og at særlig byggevarehandelen og møbelforretningene vil nyte godt av høyere aktivitet i boligmarkedet i tiden som kommer.

Forventninger om en fortsatt god utvikling for Tynset som regionsenter er også avhengig av kjøpekraftsutviklingen lokalt og regionalt, og i kapittel 3 skal vi se nærmere på faktorer som har betydning for denne utviklingen.

## 3 Kjøpekraftsutviklingen – en indikatoranalyse.

### 3.1 Sentrale faktorer i vurdering av kjøpekraft

Forhold som har betydning for vurderingen av den lokale kjøpekraftsutviklingen i Tynset er bl.a. befolkningsutviklingen, sysselsettingssituasjonen og inntektsnivået. Et annet forhold er turismens betydning. Generelle trekk i forbruks- og omsetningsutviklingen er naturligvis også viktig.

I tillegg til de vurderingene vi gir her, finnes tallmateriale for alle kommunene i fylket i rapporten “Detaljhandels- og senteranalyse for Hedmark” (NIBR, 2000). I den rapporten belyses kjøpekraftrelaterte indikatorer ved hjelp av tidsserietall for alle Telemarkskommunene. Tallene i den rapporten er først og fremst av interesse hvis en ønsker å se utviklingen over lenger tid, dvs. i forhold til hva som skjedde på 1990-tallet

### 3.2 Befolkningsutviklingen i kommunene i Nord-Østerdalsregionen

Tabell 3.1 viser faktisk og forventet befolkningsutvikling for Tynset og de andre kommunene i regionen for årene 1998, 2010, 2015 og 2020. Prognosetallene er hentet fra Ssb’s framskrivning av innbyggertall 2010-2020, alternativ MMMM (middels nasjonal vekst). Tabellen viser en forventet vekst i innbyggertallet til Tynset. Det er viktig i forhold regionsenterets videre utviklingsmuligheter. En forventet nedgang i innbyggertallet i de andre kommunene i regionen betyr for Tynsets del et svekket kjøpekraftsgrunnlag i omlandet. Det er en negativ faktor i forhold til å kunne styrke Tynsets framtidige rolle som et regionalt senter for handels- og tjenestetilbud.

Tabell 3.2 viser innbyggertallsutviklingen i tettstedene i de samme kommunene. Ikke alle tettsteder er med, kun de største.

Tabell 3.1 *Folkemengde i Nord-Østerdalskommunene registrert 1998 og 2010, framskrevet 2015 og 2020*

Kommune	1998	2010	2015	2020	Prosentvis endring 2010-2020
<b>Tynset</b>	<b>5392</b>	<b>5490</b>	<b>5619</b>	<b>5745</b>	<b>4,6</b>
Alvdal	2415	2441	2410	2395	-1,9
Folldal	1826	1669	1611	1553	-7,0
Rendalen	2253	1998	1908	1827	-8,6
Tolga	1841	1671	1583	1515	-9,3
Os	2033	1975	1926	1898	-3,9
Nord-Østerdalsregionen	15760	15302	15166	14961	-2,2

Folkemengde pr. 1.januar, framskrivning 2010-2020, alternativ MMMM (Ssb)

Tabell 3.2 *Tettstedsutviklingen i Nord-Østerdalskommunene*

Tettsted	Innbyggertall 1999	Innbyggertall 2003	Innbyggertall 2005	Innbyggertall 2009
<b>Tynset</b>	<b>2209</b>	<b>2353</b>	<b>2356</b>	<b>2427</b>
Alvdal	648	660	677	670
Otnes	304	296	307	318
Bergset	252	254	266	256
Tolga	574	624	646	588
Folldal	504	562	586	558
Os	464	590	626	617

Folkemengde pr. 1 januar

Tabell 3.2 viser tydelig at det er Tynset som har hatt vekst i innbyggertallet i tettstedet de senere årene. Fra 1999 til 2009 økte innbyggertallet med 218 (9,9 %). De øvrige tettstedene i regionen har et innbyggertall som setter begrensninger i forhold til kjøpekraft og markedsmuligheter for detaljhandelen og sentrumsutviklingen.

### 3.3 Sysselsetting og arbeidsledighet

En god sysselsettingsutvikling er bra for utviklingen av lokal kjøpekraft. Vi har valgt å gi en bred presentasjon av sysselsettingsdata innen tjenestesektoren (kapittel 4 og Vedlegg). Her har vi med bedrifts- og sysselsettingsdata innen bransjer som er viktige i utvikling og styrking av senterfunksjoner. Det gir muligheter for å vurdere Tynsets situasjon - sammenholdt med data fra andre kommuner i regionen. Med tanke på strategiske satsingsområder gir tallmaterialet et godt grunnlag for å avdekke sterke og svake sider i sysselsettingen og det bedriftstilbudet som er viktig for senterutviklingen.

Tallene for arbeidsledige i % av befolkningen 20-66 år har i de senere år ligget lavt for de fleste kommunene i Norge. Høy arbeidsledighet er ingen gunstig situasjon for en kommune som ønsker vekst i handelsnæringen. Slik sett er dette en minusfaktor



---

som kan svekke det lokale kjøpekraftsgrunnlaget. Arbeidsmarkedssituasjonen generelt i Norge var i tilknytning til finanskrisen preget av mer usikkerhet enn på mange år, noe som vanskeliggjorde utsagn om kjøpekraftsutviklingen. Norge ser nå ut til å ha klart seg bra gjennom denne krisen, og har langt lavere arbeidsledighet enn land det er naturlig å sammenlikne seg med.

Pr. januar 2011 hadde Norge nærmere 84000 arbeidsledige. Det er en nedgang på 0,3 prosentpoeng fra oktober 2010, etter at tallet har vært stigende de siste årene. Det var forventet i 2008 at tallet ville nærme seg 100000 i løpet av 2009, ifølge Norge Bank. Det skjedde ikke. Arbeidsledigheten i Norge var på 3,2 prosent i januar 2011, og utsiktene for norsk økonomi er nå bra, til tross for uroligheter ute i verden. Både detaljhandelen og industrien er for øvrig konjunkturutsatte bransjer.

Hvis ikke uforutsette ting skjer, vurderer vi derfor ikke sysselsettingssituasjonen og arbeidsledigheten som en faktor som vil svekke kjøpekraften i Tynset i de nærmeste årene.

### 3.4 Inntektsutviklingen

Inntekt pr skatteyter bosatt i kommunen gir en indikasjon på kjøpekraftsnivået når vi sammenholder tallene for Tynset og de andre kommunene i fylket. Oversikten viser tall for alle Hedmark-kommunene i 2000, 2004 og 2008.

Tabell 3.3 *Bruttoinntekt (median) (kr) for bosatte personer 17 år og over for kommunene i Hedmark*

	<b>2000</b>	<b>2004</b>	<b>2008</b>
	<b>Bruttoinntekt</b>	<b>Bruttoinntekt</b>	<b>Bruttoinntekt</b>
	<b>(median)</b>	<b>(median)</b>	<b>(median)</b>
0402 Kongsvinger	191200	219300	274400
0403 Hamar	201300	236900	292300
0412 Ringsaker	181100	216400	275800
0415 Løten	176300	209500	267400
0417 Stange	182000	218200	274600
0418 Nord-Odal	171900	205800	259100
0419 Sør-Odal	191400	223100	277800
0420 Eidskog	165300	198000	246700
0423 Grue	163300	201700	257400
0425 Åsnes	170200	199200	253000
0426 Våler (Hedm.)	176500	206500	254800
0427 Elverum	191200	231900	286800
0428 Trysil	163900	189000	248500
0429 Åmot	168100	199500	258100
0430 Stor-Elvdal	162200	194200	251900
0432 Rendalen	152300	186800	242800
0434 Engerdal	154300	185800	244800
0436 Tolga	164800	187700	245300
0437 Tynset	183500	221200	281300
0438 Alvdal	186700	218400	276000
0439 Folldal	162000	192600	253200
0441 Os (Hedm.)	164500	189800	265400

Tabell 3.3 viser at medianverdien for bruttoinntekt pr skatteyter i Tynset er god sammenlignet med de øvrige kommunene i fylket. Bare Hamar og Elverum av de 22 kommunene i fylket hadde høyere medianverdi enn Tynset i 2008. Selv om det ikke nødvendigvis er en direkte sammenheng mellom kjøpekraftsgrunnlaget og inntektsnivået, gir tallene en indikasjon på et noe svakt kjøpekraftsnivå for de kommunene der innbyggerne har den laveste inntekten. Inntektsnivået blant Tynsets innbyggere er mao. en positiv faktor i forhold til lokal kjøpekraft.

### 3.5 Forbruksutviklingen

Den generelle forbruksutviklingen innvirker på den kjøpekraft som retter seg mot detaljhandel og andre tjenesteytende tilbud. De siste års utvikling har vist at endringer kan skje fort. Sterk forbruksvekst gjennom flere år ble i siste halvår av 2008 avløst av forventninger om svakere vekst i forbruket innen de fleste av bransjene i detaljhandelen. HSH's prognoser for 2009 var da ikke oppløftende lesning. Etter flere gode forbruks- og handelsår ble det forventet en stagnasjon/tilbakegang i mange bransjer, noe som ville bety en konsolideringsstrategi for mange innen detaljhandelen. En lav boligrente ville kompensere noe for en nedgang i detaljhandelsforbruket, mens en stigende arbeidsledighet ville virke negativt på forbruket.

Selv om 2009 ble et vanskelig år for mange bransjer snudde situasjonen raskere enn det en forventet, og i dag er situasjonen adskillig lysere. Det er forventet vekst i forbruket igjen, noe som naturligvis er positivt for sentrumsfunksjoner som handel og annen privat tjenesteyting.

Lærdommen av det som skjedde i 2008 og 2009 er vel at det er vanskelig å være langsiktig forutsigbar, spesielt etter som konjunktursvingninger ikke bare påvirkes av lokale forhold i Norge, men også av den internasjonale utviklingen.

Slik bildet er i dag, og med de anslag som kommer fra HSH, er det grunn til optimisme i forhold til kjøpekraftsutviklingen. Ssb venter at det private forbruket vil øke med 4 % årlig fram til 2013.

### 3.6 Turismens betydning

Turismens betydning for detaljhandelen kan en til en viss grad vurdere ut fra Statistisk sentralbyrås månedsstatistikk for detaljhandelen (terminstatistikken). Omsetningen i sommermånedene i forhold til omsetningen i typiske ikke-turistbaserte måneder gir grunnlaget for det.

Statistikkgrunnlaget for terminstatistikken som Ssb utgir er basert på foretakenes innberetning til momsregistret, og kommer til Ssb via fylkesskattekontoret. For ca. 80 % av foretakene er foretaket en enkeltbedrift. For de resterende 20 % (med 40 % av omsetningen), er foretaket sammensatt av flere enkeltbedrifter. Her må omsetningen fordeles etter en nøkkel som Ssb bruker, og som er basert på den årlige varehandelsstatistikken. Usikkerheten i disse tallene er derfor større enn i den årlige varehandelsstatistikken. Vanligvis ligger tallet for detaljhandelens totalomsetning innen pluss/minus 1 % i forhold til de endelige tallene fra varehandelsstatistikken. Avvikene innen hovedvaregruppene er vanligvis på pluss/minus 2 %. På kommunenivå, og spesielt i små kommuner kan avvikene være større, i enkelte tilfelle opp mot 20-30 %.

Alternativt til å vurdere turismens betydning ut fra termintallene i varehandelsstatistikken, er å gjennomføre en spørreundersøkelse til et utvalg bedrifter. En registrering av omsetningstall for typiske turistmåneder i forhold til typiske ikke-turistmåneder vil, sammen med den forretningsdrivendes egen vurdering av turismens betydning, gi et grunnlag for å anslå hva den betyr for den lokale handelsstanden.

Vi har sett på situasjonen for Tynset og de andre kommuner i regionen. Det er detaljhandelsomsetningen i mill kr. eks. mva. (detaljhandel ekskl. motorvogntjenester fordelt over året 2008 og 2009 som legges til grunn for å vurdere turismens betydning. Det er tatt med tall for tre terminer: mars/april, juli/august og september/oktober.

Tabellene i Vedlegg gir også tall for omsetningen gjennom året for bransje-hovedgruppene. Dvs. at en også kan få informasjon om sesongsvingninger i omsetningen for hovedvaregruppene i detaljhandelen.

Tabell 3.4 *Detaljhandelsomsetningen i mill. kr eks. mva. 2008 og 2009 terminstatistikk fordelt på månedsterminer*

	<b>Mars/april 2009 (2008)</b>	<b>Juli/august 2009(2008)</b>	<b>Sept./Okt. 2009 (2008)</b>
<b>Tynset</b>	<b>100 (99)</b>	<b>126 (124)</b>	<b>113 (110)</b>
Alvdal	24 (26)	35 (37)	27 (29)
Folldal	12 (13)	18 (20)	14 (14)
Rendalen	16 (16)	25 (25)	19 (19)
Tolga	9 (9)	12 (12)	9 (9)
Os	9 (9)	12 (12)	10 (10)
Nord-Østerdalsregionen	170 (172)	228 (230)	192 (191)

SN 2007

Tallene viser at alle kommunene har en omsetningstopp i turistmånedene juli/august. I 2009 var juli/augustomsetningen i Tynset 26 % høyere enn i mars/april. For Nord-Østerdalsregionen var tilsvarende tall 34 %.

Nå er det slik at innbyggerne i regionen reiser ut av området på ferie mens turister kommer inn. På den måten kan det være et nullsumspill. Men for Tynset og de andre kommunene i regionen er det tydelig at turismen betyr mye for den lokale handelen. Det dreier seg ikke bare om gjennomfartstrafikk og besøkende, men også om det store antallet hytter som ligger i regionen. Her er det et potensiale som er et positivt trekk ved senterutviklingen i regionen. Det betyr at kommunene gjennom en trafikk-messig god infrastruktur, senterutvikling og markedsføring kan tilrettelegge for at turister, hytteiere og besøkende legger igjen enda mer i forretningene i turistseksjonen.

### 3.7 Konklusjon

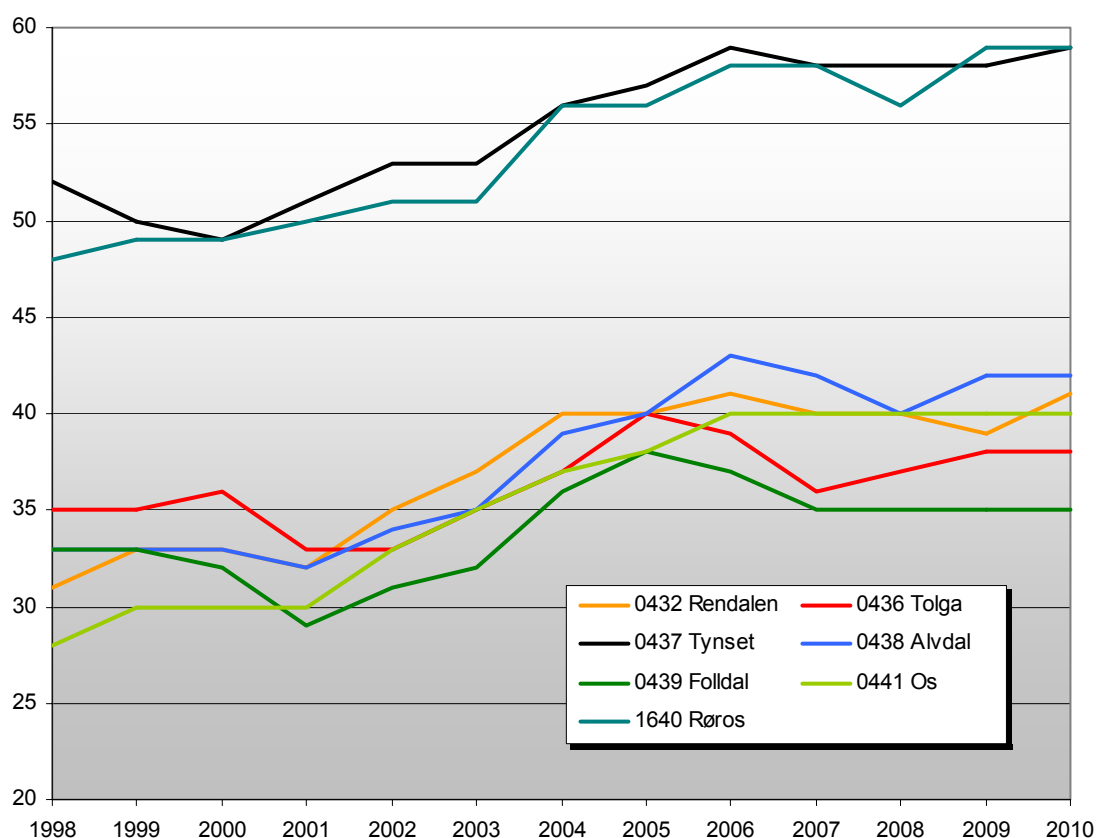
En gjennomgang av faktorer som innvirker på kjøpekraftsgrunnlaget i Tynset viser flere positive trekk mht. kjøpekraftsutvikling. Tettstedet Tynset har hatt befolkningsvekst de senere årene, og befolkningsprognosene for Tynset kommune tilsier vekst fram mot 2020. Bra inntektsnivå blant innbyggerne i kommunen, generelt bedre konjunkturer for handelen og samtidig en generell økning i kjøpekraft er positivt. Turismens betydning for handel og lokal kjøpekraft er også målbart positiv. Med andre ord er det flere positive faktorer som styrker utviklingsmulighetene. Begrensningene ligger først og fremst i at innbyggertallet i omlandskommunene og regionen ifølge Ssb's framskrivninger ikke forventes å øke i de nærmeste årene. Anslagene tilsier en svak nedgang.

## 4 Næringsutvikling i tjenestesektoren

### 4.1 Tjenestetilbud

Det som finnes av tjenester innen Tynset kommune og de andre kommunene i regionen er viktig i forhold til om kommunen og kommunesenteret oppfattes som sentral og attraktiv.

Figur 4.1 *Antall tjenester tilgjengelig i kommunen 1998 – 2010.*



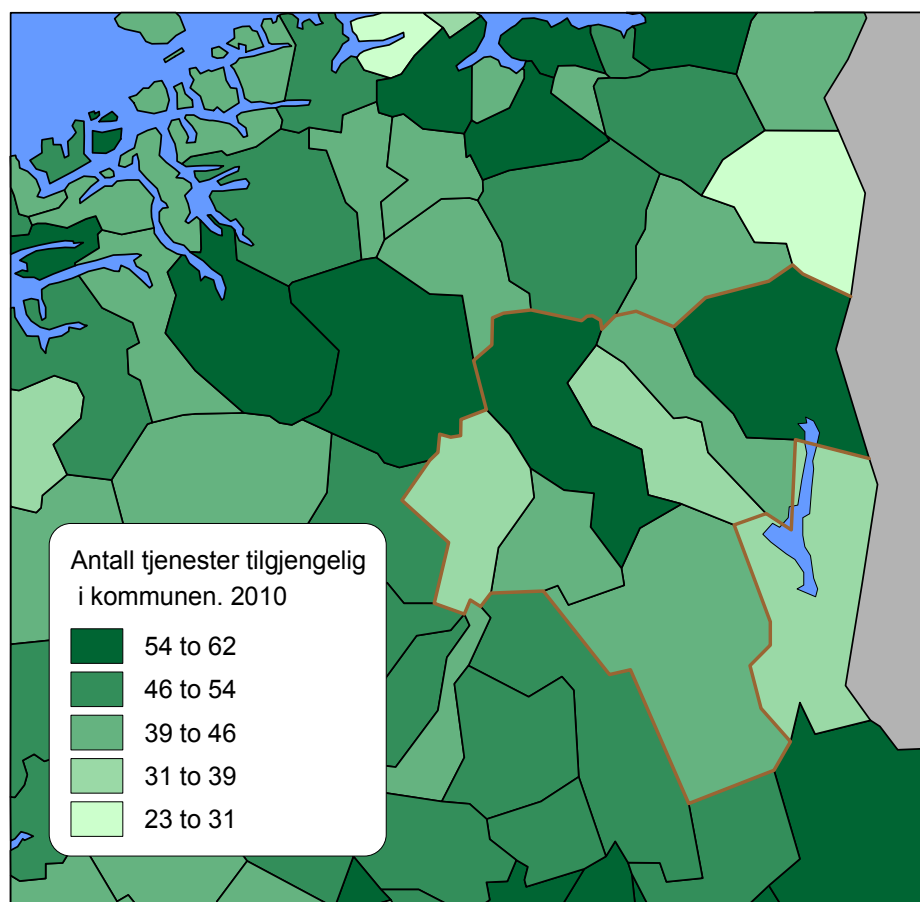
Blant Statistisk Sentralbyrås nesten 700 næringskoder er det rundt 170 koder som er aktuelle når tjenestetilbudet skal beskrives. Mange av disse vil naturlig nok beskrive samme type service (f. eks flere koder for detaljhandel, helsetjenester, undervisning osv). Det er derfor nærliggende å kategorisere næringskodene i ulike servicekategorier, der den enkelte kommune kan sies å ha dette servicetilbudet hvis

det er lokalisert minst én bedrift innen den aktuelle servicekategorien i kommunen. Det totale servicenivået i en kommune eller en region vil dermed kunne beskrives som de kategoriene der kommunen/regionen har et tilbud, sett i forhold til det totale antall definerte kategorier.

Slik kategorisering av tjenester, samt forenklingen i forhold til om kommunen har/har ikke tjenesten, betyr at alle de kategoriene som lages har lik viktighet når kommunens servicenivå skal bestemmes. Det vil imidlertid være slik at noen tjenester er viktigere enn andre. For å kunne differensiere noe på viktighet kan det benytte to nivåer av indikatorer. På øverste nivå defineres hovedområder av tjenester. Dette vil være slik som helsetilbud, detaljhandel og undervisning. Under disse hovedområdene etableres de faktiske servicekategoriene som består av næringskodene for de ulike tjenestene.

For Tynset, de øvrige kommunene i regionen og Røros har vi etablert ni hovedområder:

- Detaljhandel, 11 tjenester
- Turisme/reiseliv/uteliv, 6 tjenester
- Forretningsmessig tjenesteyting for husholdninger, 7 tjenester
- Undervisning og opplæring, 6 tjenester
- Helsetilbud, 12 tjenester
- Sosial- og omsorgstjenester, 8 tjenester
- Fritidstilbud, 4 tjenester
- Andre spesialtjenester, 5 tjenester
- Personlig tjenesteyting ellers, 2 tjenester

Figur 4.2 *Antall tjenester tilgjengelige i kommunen 2010*

I oversikten er det også tatt med tjenester som per i dag kommunen er lovpålagt å yte (slik som f.eks. grunnskoleundervisning, ulike helse- og omsorgstjenester) og som dermed alle kommuner tilbyr. Disse tjenestene bør være med, både fordi de faktisk er en del av det totale tjenestetilbudet, og fordi en ikke vet hvordan disse tjenestene vil tilbys i framtiden, f.eks. etter kommunesammenslåinger eller lovendringer. Vi har tatt med tall for 1998-2010, slik at en kan se endringer over tid. En indikator for tjenestetilbudet i kommunene er også framstilt i kartform.

Figur 4.1 viser hvor mange av disse tjenestene som finnes i ulike kommuner i regionen. I tillegg har vi med tall for Rørøys kommune. Naturlig nok finner vi regionsenteret Tynset og Rørøys på topp, der nesten alle tjenestene finnes (før 2005 var det bare definert 60 tjenester pga næringskodestandard). Alvdal og de andre mindre kommunene økte antallet fra 2001 til 2005/2006. Etter det har det flatet ut.

Det er også verdt å merke seg at kommunene samlet sett har bedret sitt tjenestetilbud i perioden som vises. Hvordan situasjonen er i en litt større regional sammenheng viser vi i figur 4.2.

I figur 4.1 så vi at alle kommunene økte antall tjenester som var tilgjengelig. Også de kommunene som i utgangspunktet hadde få. Er det slik generelt? Det vil si at tilbudet på tjenester bare øker uansett hvor man er? Slik er det ikke. F.eks. har over 10

kommuner sentral rundt Oslofjorden faktisk redusert sitt tjenestetilbud de siste fem årene. Og enda flere har stått på stedet hvil (selv om de største byene naturlig nok må det siden de har alle tjenestene i utgangspunktet).

Det vi kan konkludere med er at kommunene i Nord-Østerdalsregionen har styrket sitt tjenestetilbud i 10-årsperioden, noe som er positivt i forhold til senterutvikling og sentrenes attraktivitet overfor innbyggerne.

Se også tallmaterialet i Vedlegg, om gir en oversikt over antall bedrifter og antall sysselsatte i 62 tjenester for kommunene i Nord-Østerdalsregionen. I tillegg er det med tall for Røros.



## 5 Senterutvikling i Tynset

### 5.1 Rammebetingelser for senterutvikling

Senterutviklingen i Norge det kommende tiåret vil trolig preges av flere metodiske endringsgrep i planleggings- og gjennomføringsfasene. Det dreier seg om endringsgrep som fokuserer sterkere på **medvirkning fra ulike faggrupper ("New Urbanism")**, på **prossessorientert planlegging der medvirkning har sterkere fokus** enn tidligere, og på **polysentrisk utvikling av senterstrukturen**. Den siste tilnæringsmåten søker å oppnå synergieffekt mellom sentra i en region, fremme komplementaritet mellom sentra, og å integrere kommunikasjons- og transport-systemer/trafikknutepunkter i by- og tettstedsplanleggingen.

Fokus på klimaforskningen i årene som kommer vil trolig gjøre at transport- og kommunikasjonsløsninger som gir en mer miljøvennlig senterutvikling vil være svært sentrale. Gode innspill innen transportsektoren i dette perspektivet vil sannsynligvis få stor gjennomslagskraft i regional senterutvikling. Det vil igjen si at senterløsninger som minimaliserer bilbruk vil få prioritet. Dette nedfelles også i St. meld. Nr. 16 "Nasjonal transportplan 2010 – 2019", der transportpolitikken formuleres slik: "Transportpolitikken skal bidra til å begrense klimautslipp, redusere miljøskadelige virkninger av transport, samt bidra til å oppfylle nasjonale mål og Norges internasjonale forpliktelser på miljøområdet"

Det er allerede i gang et samarbeid mellom staten, næringslivet og de 13 største byene i Norge for å redusere klimautslippene. For fremtidens byer vil derfor en god areal- og transportplanlegging være betinget av at en lykkes i satsingsområder som Energi og bygg, Forbruk og avfallshåndtering – og ikke minst satsingsområdet med økt fokus: Klimatilpassingen. Et tankekors i dette bildet er at avanserte statistiske framskrivnings-metoder, basert på utviklingen de siste årene, ikke er nok som grunnlag for planlegging. Klimaproblematikken er nettopp et eksempel på at også sannsynlighetsberegninger blir en viktig del av beslutningsgrunnlaget for å nå gode løsninger – også innen senterutvikling.

Vi må også forvente at noe av det tankegodset som preger en mer rendyrket **hierarkisk senterstruktur basert på markedsmuligheter** i senter og næromland fremdeles vil ha stor betydning. Regionsenter – lokalsenter/kommunesenter – nærsenter er den tradisjonelle måten å tenke utvikling innefor. Det vil trolig bli tydeligere og tydeligere at denne tilnæringsmåten begrenser mulighetene til gode løsninger i tråd med fremtidige overordnede mål. Derfor er det viktig at denne tilnæringsmåten suppleres med nye tanker og metoder.

Vi ser også at lokal planlegging av sentra i for liten grad tar hensyn til det regionale perspektivet. I dag tilsier økt mobilitet og fokus på kommuners ulike fortrinn og kvaliteter at et regionalt utgangspunkt er nødvendig i større grad en tidligere.

**Regionalt og lokalt faktagrunnlag** om senterstruktur, senterinnhold og senterdynamikk som utgangspunkt for planprosesser må tillegges større vekt i utformingen av en strategi for hvordan arbeidet med lokal senterutvikling bør tilrettelegges, og hvilke metoder og utredninger som velges for å nå ønskede mål. Det er viktig at faktagrunnlaget er interessenøytralt, slik at strategidiskusjonen innledes på et grunnlag som de fleste aktører kan enes om.

Mye tyder på at **medvirkning fra lokalbefolkningen og næringslivet** i årene som kommer vil få større oppmerksomhet i senterutvikling. Her har vi erfaring med at hvis planprosesser legges opp med stor grad av medvirkning, får vi også et plangrunnlag som ivaretar lokalsamfunn, tettsteder og ikke minst ulike interessegrupper på en bedre måte enn tidligere. Senterutvikling med stor grad av medvirkning fra næringsliv/innbyggere m.fl. vil skje i et mer forpliktende samvirke mellom mange aktører, der det å være resultatorientert er en forutsetning for å lykkes. Undervurderer vi den gevinst en god medvirkningsprosess (innbyggermedvirkning) kan gi i lokale planer, ender vi opp med planer der innbyggere og næringsliv i mindre grad føler eierskap til planen, og i mindre grad er opptatt av hvordan planene kan gi føringer i forhold til egne og lokalsamfunnets interesser. Innen dette feltet ligger også **omdømme- og attraktivitetsanalyser** som viktige elementer i å få fram en god og kreativ senterutvikling. Sosiokulturelle stedsanalyser som ledd i senterutvikling er også et forskningsfelt som stadig nevnes i arbeid med en god områdeutvikling.

Målet med attraktivitetsstudier er å legge grunnlaget for økt innflytting, økt kompetanse innen områder kommunen ønsker å videreutvikle og økt kompetanse generelt som gjør kommunen attraktiv og derved genererer sentervekst. Det dreier seg også om fokus på bedrifter, entreprenører og investeringsvilje. Settes dette inn i et helhetssystem bidrar det til en bedre senterutvikling og et omdømmeløft som igjen genererer senterutviklingskraft.

Sist men ikke minst vil vi trolig se en utvikling mot sterkere fokus på **gjennomføringskraft** i senterutviklingsprosjekter. Det er vel og bra med gode forslag til tiltak og løsninger. Erfaring tilsier at ofte stopper det opp her, og gode intensjoner løper ut i politiske omkamper, generelle planformuleringer og mangel på konkrete resultater. Etter en tid endrer forutsetningene for senterutvikling seg, og analyseresultatene får begrenset eller ingen verdi når en gjennomføringsfase nås. I de tilfeller en lykkes med å nå snarlige konkrete resultater melder også interessen seg raskt i andre kommuner og regioner for å lære av de suksessfaktorene som har ført til resultater.

En konklusjon fra disse synspunktene er at vi i framtida må ta mer hensyn til sentrenes særtrekk og fortrinn, komplementære kvaliteter og muligheter, trafikale forhold, utviklingen av nettverk, samarbeidsforum og lokalt engasjement med bredere involvering – for å nå målene om best mulig levedyktige, produktive og inkluderende byer og tettsteder.

## 5.2 Rammebetingelser i fylkesdelplanen og kommuneplanen

Hedmark fylke ga i 2007 ut ”Veileder for senterstruktur, varehandel og service i Hedmark”. Veilederen gir anbefalinger for den kommunale planleggingen, og fylkeskommunen vil følge opp retningslinjene og anbefalingene i sitt samarbeid med kommunene. I forhold til senterutvikling understrekes det at samlokaliseringen av varehandel, kultur og annen tjenesteyting skal lokaliseres sentralt i tettstedet, samtidig som planleggingen må ha med seg et langt tidsperspektiv i fortid og framtid. Det betyr at det er et mål å unngå en utvikling som gir unødvendig byspredning og økt bilavhengighet.

Fylkesdelplanen har inndelt senterstrukturen i følgende nivåer: fylkessenter – regionsenter – kommunesenter. Hamar videreutvikles som fylkessenter, Tynset som regionsenter i Fjellregionen, Elverum som senter i Sør-Østerdalsregionen og Kongsvinger som senter i Glåmdalsregionen. Det er opp til kommunene å definere senterstrukturen i kommunen, dvs. hva som benevnes som kommunedelsenter og lokalsenter(nærsenter).

I strategisk næringsplan for Tynset kommune 2009 – 2014 påpekes det at det er store avstander til større sentra, og derfor viktig at Tynset er attraktiv for etablering av ny handelsvirksomhet, også nasjonale kjeder. Målet er å styrke ytterligere den høye omsetningen som er pr. innbygger, der Tynset allerede er blant de kommunene i landet med høyest omsetning pr. innbygger (se avsnitt 2.4). En rekke tiltak nevnes for å nå målet om et enda sterkere regionsenter, bl.a oppussing av sentrum, ny sentrumsnær aktivitetsplass med gode parkeringsmuligheter, bedre skilting og utvikling av området ved Ringveien. Tanken er å knytte hele sentrum bedre sammen for å skape et attraktivt og mer levende sentrum. Parallelt blir det viktig å utarbeide en reiselivsstrategi, der bl.a et reiselivsnettverk for næringen videreutvikles. I den forbindelse er målet å styrke større arrangementer som Femundløpet og Mart'n m.m.

## 6 Lokale synspunkter på utviklingen av Tynset som regionsenter.

### 6.1 Forutsetninger og opplegg for medvirkningsprosess

Faktagrunnlaget som beskriver Tynsets situasjon som handelssenter mht. dekningsgrad, omsetningsutvikling og kjøpekraft gir et grunnlag for si noe om svake og sterke sider, muligheter/potensialer og regionale begrensninger. Kapitlene 1 til 4 viser at Tynset har mange plussfaktorer i forhold utviklingspotensialer. Følgende faktorer kan nevnes:

- god omsetningsutvikling innen detaljhandelen
- solid posisjon som regionalt senter i Nord-Østerdalsregionen
- bra inntektsnivå, noe som er positivt for handelen i kommunen
- turisme og gjennomfartstrafikk
- godt og variert næringsliv
- vekst i innbyggertallet i tettsted og kommune de senere årene

Tynset har også noen begrensninger, først og fremst knyttet til kjøpekraftsgrunnlaget i det regionale omlandet:

- stagnasjon i innbyggertallet i regionen de siste årene
- innbyggertallet i regionen forventes ikke å øke i de nærmeste årene

En god utviklingsprosess for Tynset som regionsenter forutsetter kunnskap om hvordan innbyggerne ser på sitt eget senter, som del av det grunnlaget forslag til strategier og tiltak skal bygge på. På et seminar arrangert av NIBR, Østlandsforskning og Tynset kommune i februar 2011 var formålet å fram ideer og synspunkter fra innbyggere, næringsdrivende, offentlig sektor, politikere, interesseorganisasjoner og foreninger på sentrale problemstillinger i arbeidet med utviklingen av Tynset som regionsenter.

Ca. 20 personer medvirket på seminaret, personer som representerte ulike interessegrupper, og som gjennom et tilrettelagt gruppearbeid skulle komme med innspill til utviklingen av Tynset tettsted. Etter forberedte innlegg om utviklingen av Tynset som regionsenter ble gruppearbeidet gjennomført, der 4 tverrfaglig sammensatte grupper la fram resultater i plenum, og senere bearbeidet resultatene til

et grunnlag for videre analyse. Bl.a. ble gruppene bedt om å komme med forslag til hva som må gjøres på kort sikt, lang sikt, av rituell karakter og hva som må gjøres for å skape holdningsendringer blant innbyggerne.

Det overordnede målet for seminaret var å få synspunkter på hvordan Tynset kan styrkes som regionsenter. Det var satt opp følgende punkter som gruppene skulle diskutere og gi svar på:

### **1. Sentrumsutvikling – identitet – bystatus**

Tynset som regionsenter - hva er dagens kvaliteter?

Utviklingsmuligheter – gi det et innhold:

- særpreg
- identitet
- bystatus
- urbane kvaliteter

### **2. Tiltak som styrker regionsenteret Tynset mht. kvalitet og tilbudsbredde**

- kultur
- skole
- helse/sykehus
- reiseliv/turisme
- detaljhandel
- annen privat tjenesteyting
- samferdsel/tilgjengelighet

### **3. Utviklingen og samspillet mellom Tynset og andre sentra i regionen**

Hva må gjøres for å styrke samspillet og samarbeidet mellom regionens sentra?

Hvordan kan trafikken på RV 3 utnyttes bedre i forhold til regionen og regionens sentra?

Utfordringer og muligheter i samspillet mellom Tynset og Røros.

### **4. Forslag til valg av strategier for å oppnå målet om et sterkest mulig regionsenter**

Forslag til tiltak:

- Kort sikt
- Langsikt
- Rituelle tiltak
- Tiltak for å skape holdningsendringer

## 6.2 Medvirkningsprosess som grunnlag for tiltak og handlingsplan for Tynset

### Sentrumsutvikling – identitet – bystatus

#### Tynset som regionsenter - hva er dagens kvaliteter?

##### *Kvaliteter*

- Kompakt sentrum med gangavstand til tjenestetilbudene.
- Uensartet arkitektur.
- Bredt og godt tilbud spesielt innen handel.
- Lite kriminalitet og narkotika.
- 2 idrettshaller, frisklivssenter, bra kulturhus, bibliotek, kino og flere gallerier
- Sykehus og videregående skole

Tynset er tradisjonelt et handels- og kontorsenter, med gode tjenestetilbud og et rikt kulturliv.

Sykehus, videregående skole og kulturhus er viktige for Tynset som regionsenter.

Tynset har et kompakt sentrum med et handels- og tjenestetilbud utover det en kan forvente på et såpass lite sted.

Det relativt sett lave innbyggertallet er med på å skape større nærhet til tjenester, og i mange tilfeller bedre service enn på større steder.

Enkeltpersoner betyr mer i små samfunn. Det er mer dugnadsånd og lettere å engasjere seg, noe som kan utnyttes positivt, og er verdier en bør søke å bevare.

##### *Utfordringer*

Det er viktig at Tynset jobber for å bevare det som fungerer godt, samtidig som en jobber med utvikling av regionsenteret.

Utvikling av Tynset som regionsenter er viktig også for nabokommunene. Det er viktig å fylle regionsenteret med et innhold som også er attraktivt for nabokommunene, samtidig som en samarbeider om komplementære tilbud. Målet må være å gjøre hverandre gode, ikke være konkurrenter.

I forhold til turisme, må vi spille på regionens særpreg. Vi er kjent for vinter og kulde, og snø og kulde er i ferd med å bli mer sjeldent andre steder.

Regionen kan samarbeide om en "Kuldefestival" i hele regionen fra Femundløpet til Rørosmarten. Ingredienser kan være hest, hund, mat, spille på lokalt særpreg i de enkelte kommunene.

Det bør samarbeides mer regionalt om markedsføring i forhold til turisme.

Tynset kan utarbeide mer info/kart om seterveier, turstier osv. lokalt.

Det bør bli bedre skilting/markering av Tynset sentrum fra riksvei 3, og gjerne en rasteplass m/info om Tynset ved Motrøkrysset. Dette kunne være med på å få folk til å svinge innom Tynset sentrum.

#### *Særpreget:*

Tynset har hatt utvikling gjennom mange år (epoker). Dette synliggjøres ved de ulike stilartene i sentrum.

Preges av mangfold.

Utvikling av en torgplan er et tiltak som vil gi sentrum et særpreget.

Det som er typisk er kanskje at Tynset ikke har noe helt spesielt det er kjent for. Er (for) lite kjent utenfor egen region. Innbyggerne har ord på seg for å være trauste, og har bl.a. godt renommé som solide arbeidstakere, også utenfor egen region.

- Kompakt sentrum
- Bredd og godt tilbud, spesielt innen handel
- Uensartet arkitektur

Det er kultur for en uformell omgangstone, og åpenhet for innflyttere. Dette er en styrke som bør følges opp med tilrettelegging av flere uformelle møteplasser i sentrum.

Tynset kan i enda større grad bli en regional møteplass.

Biblioteket har et besøk på over 1000 personer i snitt per uke. Besøktallene er høyere enn utlånstallene, og viser at biblioteket allerede har en viktig funksjon som møteplass i Tynset sentrum. Dette kan videreutvikles ved å gi biblioteket utvidede åpningstider i forhold til i dag. I forbindelse med forskjønnelse av uteområdene i sentrum, er det viktig å tilrettelegge for attraktive møteplasser som kan appellere til både unge og gamle.

Torgområdet kan utvikles ved at det legges til rette for utendørs arrangementer.

#### *Identitet:*

Moderne og mangfoldig.

Mangler en tydelig profil. Burde være kjent for annet enn sparken og troll!

- Opprusting av fellesarealene til gode møteplasser
- Estetisk opprusting av hele sentrum
- Motor og vertskap for regionen

#### *Bystatus:*

Mye av innholdet som naturlig hører hjemme i en liten by er til stede, men det mangler puls, spesielt på kveldstid.

Noe av innholdet med bystatus kan være bedre skilting, tydeligere innfartsåre til Tynset, utvikling av torgplan.

Vi må utnytte den sentrumsplanen som foreligger med estetisk veileder.

Kommunen som bygningsmyndighet må sette krav samtidig som det er mulig med konstruktive løsninger.

Det må diskuteres hva bystatus er verdt for regionen.

Tynset, byen for befolkningen i Nord-Østerdal?

Tynset har de aller fleste funksjoner som du forventer å finne i en by. Holdningen er at bystatus ikke er veldig viktig, men det ”kan ikke skade”...

- Etablere urbane kvaliteter som parker, utsmykning osv.
- Legge bedre til rette for myke trafikanter med tydeligere gangarealer/universell utforming.
- Bruke Parkveien mellom jernbanen og Aumliveien som gågate på sommeren
- Legge bedre til rette for turister med skilting av p-plasser for camping biler/turistbusser.
- Mer helhetlig skilting både for turister og andre.

I dag er det første en ser når en nærmer seg Tynset fra vestsiden et industriområde. Det vil være positivt for utviklingen av Tynset sentrum om en gradvis og på lang sikt flytter industriområdet vekk fra sentrum ved at nye etableringer flyttes et annet sted, slik at sentrumskjernen forbeholdes bymessig utvikling.

Hva skal være boligområder og hva skal være handelsområder?

Er det rom for en gågate?

Bilfritt torgområde på sikt?

Hvis Tynset velger å bli by, må det utarbeides en god plan både for hva det skal innebære at Tynset blir by, og hvordan Tynset som by skal utvikles, og for markedsføring av Tynset som by.

Tynset vil bli den eneste byen mellom Trondheim og Elverum. En bymessig utvikling av Tynset kan derfor ha betydning for et stort omland.

#### *Urbane kvaliteter:*

Vi må i større grad bruke fellesrommene for å fylle ”byen” med liv/puls. Det krever endring i folks vaner og holdning.

Det er viktig å bevisstgjøre oss selv og andre på hva som faktisk finnes på Tynset.

Det er positivt for omlandet til Tynset at Tynset sentrum får tydeligere urbane trekk. Eksempel: En tilbakeflytter kan velge å bo i et rolig boligfelt på Alvdal, men samtidig ha mulighet for å oppsøke et sted med flere tilbud innen rimelig nærhet.

Tynset har et kompakt sentrum med alle funksjoner samlet innen korte avstander (gangavstand).

- Videreutvikle kafelivet og tilbudet på utesteder på kveld og helg.



*Andre utfordringer:*

- Lite aktivitet på kveldstid bortsett fra handel.
- Få tilbud til uorganisert ungdom under 18 år.
- Mangler kafèkultur (bortsett fra lørdager?)

Tynset mangler fritidstilbud for de ungdommene som ikke er opptatt av idrett eller ulike kulturarrangementer.

Næringslivet kan være mer aktive i forhold til elever i den videregående skolen, og informere om potensialer og planer framover. Et grep kan være å synliggjøre overfor elevbedrifter hva slags hjelp de kan få om de senere vil etablere virksomhet på Tynset. Dette kan være med på å motivere til å flytte tilbake hit senere.

Potensialet i netthandel og nettbasert virksomhet kan utnyttes bedre.

Det bør jobbes for allsidige arbeidsplasser og gjerne flere industriarbeidsplasser. For å få til dette er det behov for å lete etter investorer andre steder, og være bevisst på hva vi har å selge.

Hyttemarkedet gir muligheter som kanskje kan utnyttes enda bedre.

Tynset har for dårlig tilbud på hus og leiligheter som kan leies. Dette er et problem i forhold til potensielle innflyttere.

Det er behov for flere små leiligheter i sentrum eller i sentrumsnære områder.

Det vokser til langs Glomma. Her skulle det vært ryddet vegetasjon.

**Tiltak som styrker regionsenteret Tynset mht. kvalitet og tilbudsbredde***Kultur:*

Forholdsvis bra tilbud, men som regionsenter må disse tilbudene stadig utvikles/endres. Definere de ulike målgruppene. Familiearrangementer er bra, men det er viktig at andre grupper også blir tatt hensyn til.

Nytenkning, bedre kinotilbud. Oppmuntre befolkningen til å bruke flere tilbud samtidig. Eksempel: Gå på kafe/restaurant etter kinobesøk eller forestilling. Dette er urbane trekk som vi i dag mangler på Tynset.

- Etablere badeanlegg.
- Videreutvikle og modernisere kulturhuset
- Utvide kulturskoletilbudet
- Utvide åpningstidene ved biblioteket
- Arrangere større arrangement i samarbeid med andre kommuner/lag og foreninger.

Ta vare på de ”daglige” kultur og idrettstilbudene som løper gjennom hele året, samtidig som en satser på ett større kulturarrangement, som for eksempel en ”Kuldefestival” som kan være med på å sette Tynset og regionen på kartet.

*Skole:*

Utvikle høyskoletilbud (både desentralisert og av mer permanent karakter).

Sørge for at videregående skole ikke mister tilbud.

Høyskoletilbud: Viktig å opprettholde et desentralisert høyskoletilbud. Spesielt for de i voksen alder, 30-50 år...

- Utvide tilbudet ved videregående skole for enkelte fagopplæringsretninger
- Legge bedre til rette for lærlingeordninger lokalt
- Utvide tilbudet til voksenopplæring og etterutdanning.

Styrke høyere utdanning: Opprettholde og utvikle videre utdanningstilbud/høgskoletilbud. Fjernundervisning.

*Sykehus:*

Sykehus med akuttfunksjon er helt avgjørende for et aktivt og sterkt regionsenter. Dette er et forhold som alltid må vektlegges i diskusjoner vedrørende sykehusnedleggelse.

- Beholde og utvikle sykehus og helsetjenester, både med hensyn til tilbud og fagmiljø.
- Legge til rette for vekst og utvikling av legesenteret sammen med nabokommunene.
- Flytte luftambulansen til Tynset for å styrke akuttfunksjoner.

Her har vi et godt tilbud som vi må kjempe for å beholde.

Helsearkivet betyr en positiv tilvekst av arbeidsplasser.

*Reiseliv/ turisme:*

Helt klart et potensiale for vekst og utvikling innen denne næringa. Krever bl.a. bedre samarbeid mellom aktørene.

Øke antall liggedøgn vil generere mer trafikk og bruk av fasilitetene på Tynset.

Hvordan få hyttefolket til å bruke hyttene utover de ordinære feriene?

Bredere hotelltilbud.

Tynset mangler et sentrumsnært hotell som kan benyttes når det er ulike arrangementer på Tynset.

Badeanlegget som det har vært snakket om i flere år må ikke glemmes. Dette er det tilbudet som mangler for at Tynset skal ha et komplett tilbud av fasiliteter for idrett. I tillegg ville det være en styrke å kunne tilby dette både til egen befolkning og for andre i regionen.

- Bedre overnattingsstandard og antallet tilgjengelige senger, samt kurs- og konferanse- fasiliteter med nytt hotell
- Samarbeid mellom aktørene mht. produktutvikling og ”pakker”.

- Ha fokus på kvalitet i alt som gjelder reiseliv, overnatting og opplevelser  
Det er behov for bedre markedsføring og gode og varierte overnattingstilbud.

*Detaljhandel:*

Dagens detaljhandel er sterk og dekker mange områder. Disse kvalitetene kan styrkes ytterligere. Lokalk markedet er allerede svært godt utnyttet.

For å øke aktiviteten bør nye etableringer være så spesielle at de åpner for å gjøre omlandet større.

- Utvide satsingen på turister og være mer aktiv mot hytteeierne.

Her er det allerede et bredt tilbud. Etablering av større lavpriskjeder, som f.eks Clas Ohlson kan trekke ytterligere handel til Tynset.

Et annet eksempel er utvidet tilbud innen billigkjeder på barneklær, f.eks Hennes & Mauritz.

*Annen privat tjenesteyting:*

Allerede eksisterende spesialister innenfor for eksempel helseområdet er viktige for å øke omlandet.

Sterke økonomimiljøer gjør Tynset kjent utover regionen.

Privat tjenesteyting oppleves som god nok, men det nevnes at det er for få rørleggere på Tynset.

*Samferdsel/ tilgjengelighet:*

Kollektivtilbud sørover bra, men svært utfordrende nordover. Dette er en uheldig ettersom man definerer at området nord for Tynset har et større "kundefotensiale" enn områdene sørover (ned til Stor-Elvdalen).

RV 3 er et omdømmeproblem for regionen. Belastet med negative assosiasjoner.

Viktig å forbedre kollektivtilbudet internt i regionen (mellom Røros og Tynset).

På sikt må det etableres flere P-plasser i Tynset sentrum. Pendletilbudet med tog, spesielt mellom Tynset og Røros, må bli bedre.

- Bedre det kollektive trafikktilbudet mot Trondheim

Være pådriver for etablering av høyhastighetstog gjennom Østerdalen

Kollektivtransporten mellom Tynset og nabokommunene kan forbedres.

Det vil ha stor betydning å få hevet standarden på riksvei 3.

Positivt med høyhastighetstog gjennom Østerdalen som vil gi kortere reisetid til Oslo og Trondheim.

## Utviklingen og samspillet mellom Tynset og andre sentra i regionen

### Hva må gjøres for å styrke samspillet og samarbeide mellom regionens sentra?

Fjellregionens hovedsentra er Røros og Tynset. Utviklingen mellom disse to er avhengig av en holdningsendring. Dvs. i større grad se muligheter enn begrensninger. En samordnet profilering og utnyttelse av hverandre tilbud er mulig og kan gjøres bedre enn i dag.

Generelt er ”dragningen” til en større by til Trondheim og ikke til Oslo.

Trafikken på RV 3 og RV 30 kan utnyttes bedre, da relativt få av de som er på gjennomreise stopper opp. Krever skilting og informasjon som får folk til å stoppe opp/bli nysgjerrige. Vet de som kjører gjennom Motrøkkrysset hva som befinner seg på Tynset?

Lokalpolitikere må prøve å ligge mer i forkant av utviklingen. Se på næringslivet, som ikke er opptatt av kommunegrenser.

Rv 3/Rv 30: Behov for bedre skilting mot Tynset sentrum.

På sikt må Tynsets ”fasade” bli penere, sett fra vestsida av Glomma.

Tynset/Røros: Må ikke være noe mål å ligne hverandre. Satse på hver sine styrker og på den måten kan stedene utfylle hverandre.

- Utvide regionrådet med Holtålen og forplikte Sør Trøndelag fylkeskommune til å delta bl.a. økonomisk.

Vi må se på hva de ulike kommunene og sentrene er sterke på, og hvordan de skal utfylle hverandre? Hva skal Tynset være sterk på?

Hva er Tynset sitt særpreget? Mens Røros har verdensarven, kan Tynset være ”moderne og mangfoldig.” Der Røros har mange små, særpregede butikker, kan kanskje Tynset utfylle med større kjedebutikker.

Regionen kan bli bedre på samarbeid i forhold til bygging av idrettsanlegg. Hver kommune trenger ikke ha de samme spesialanleggene. En kan også samarbeide om å trekke større idrettsarrangementer til regionen.

Den offentlige kommunikasjonen mellom Tynset og Røros kan styrkes.

Samarbeidet på kommunalt nivå, administrativt og politisk, kan styrkes.

Konkrete samarbeidsområder kan være kultur- og idrettsarrangementer, ”Kuldefestival”, profilbygging og profilering: ”Sammen gir vi regionen større mangfold, og dermed appellere vi til en bredere gruppe”.

Fylkesgrenser og kommunegrenser bør være underordnet arbeidet med å utvikle en sterk region.

## **Forslag til valg av strategier for å oppnå målet om et sterkest mulig regionsenter**

### *Kort sikt:*

Støtte og forsterke eksisterende aktivitet. Samhandling med kommunene rundt Tynset. Felles forståelse og aksept for hva et regionsenter er og hvordan det bør utvikles.

Tilgjengelighet og profilering må bli bedre. Konkret gjennom bedre skilting og flere P-plasser sentrumsnært.

En avklaring av med Røros i forhold til profil og profilering av de to regionsentrene kan prioriteres på kort sikt: Hva skal hvert av sentrene satse på slik at dette henger sammen? Dette arbeidet kan munne ut i handlingsplan.

### *Lang sikt:*

Se på nye samarbeidspartnere for å øke omlandet. Større omland vil gi et sterkere regionsenter på Tynset.

Merkevarebygging. Må først bli trygge og tydelige på hva vi ønsker å være/profilere.

Flytte industriområdet fra Tynset sentrum. Nyetableringer legges i et mer skjermet område. Sentrum forbeholdes bymessig utvikling.

Helhetlig plan for Tynset som by: Industriområder og byområder som helhet. Områder som næringslivet kan utvikle seg i.

### *Hva bør gjøres rituel/årlig for å skape blest om regionsenteret Tynset:*

Utvikle et felles arrangement, med utgangspunkt i at det blir mer samhandling mellom alle aktører på Tynset (handel, annen næring, frivillige lag og foreninger, kommunen osv). Denne samhandlingen vil gi bredde i arrangementet og et større engasjement fra flere.

Årlige arrangementer som gir nasjonal oppmerksomhet. Kanskje en ”vinterfestival” i forbindelse med Femundløpet?

Kuldefestival.

### *Hva bør gjøres for å skape boldningsendringer/stedsidentitet blant innbyggere/næringsliv med mer:*

Første punkt er å få opp en offentlig diskusjon om hva vi vil og hva vi gjensidig kan forvente av andre. Tynsets innbyggere er de beste ambassadører for Tynset som regionsenter. Bystatus i seg selv betyr ikke så mye, men diskusjonen og debatten dette medfører er viktig. Bygge opp under en felles identitet med felles verdier vil skape samhold.

Omdømmebygging/omdømmeprojekt:

Hva slags identitet har Tynset? Hvordan skal vi framstå? Hva betyr det å være by?

”Norges kaldeste sted – med de varmeste menneskene”

Synspunktene fra lokale ressurspersoner og interessegrupper viser at det er mange spennende utfordringer i arbeidet med å styrke Tynset som regionsenter, utfordringer vi i neste kapittel skal se nærmere på hvordan det kan arbeides videre med.

## 7 Valg av strategier for å styrke Tynset som regionsenter

### 7.1 Tynsets utfordringer og noen handlingsalternativer

Utviklingen av Tynset som regionsenter handler om å gjøre flere ting på en gang, samtidig som det finnes en visjon og en helhet som har en overbyggende rolle. Økt attraktivitet for Tynset som regionsenter handler også om å skape forutsigbarhet for næringsliv og innbyggere, og ha tydelige rammebetingelser for de mål som settes for utviklingen.

Det kan f.eks. dreie seg om å fokusere på utfordringer som knytter seg til følgende satsingsområder i utviklingsammenheng:

- Skape enighet om en visjon for utviklingen av Tynset som regionsenter
- Utvikling av komplementære muligheter for å styrke senterstrukturen i regionen
- Utvikle en god profilering av og gode samarbeidsrelasjoner mellom hovedsentrene Tynset og Røros
- Bedre kommunikasjonsmulighetene, spesielt nordover
- Tilrettelegge for bedre utnyttelse av trafikken på RV 3 og RV 30
- Arbeide med gode parkerings- og tilgjengelighetsløsninger i sentrumsområdet
- Utvikle torgområdet og attraktive møteplasser med et lokalt særpreg
- Utvikle festivaltanken med lokale kvaliteter, særpreg og mange aktører som utgangspunkt
- Foreta lokaliseringvalg ved nyetableringer som bidrar til å gi sentrum en mer urban karakter
- Søke etter nyetableringer med et stort omlandspotensiale
- Nisjesatsing med synergieffekt

Det siste punktet kan gjerne være kreativitets- og gründer-orientert. Mange kommuner har vist at det går an å lykkes. Alvdal har Aukrustsenteret med et stort utviklingspotensial. I Vingelen i Tolga kommune er det en spennende utvikling innen trevirke/laftetømmer m.m. Høylandet i Nord-Trøndelag har lykkes på kultursektoren med sin revyfestival, osv.

I tillegg til de utfordringene som er nevnt i stikkords form over, gir svarene fra gruppearbeidene en lang rekke med spennende synspunkter og forslag som kan tas

videre inn i handlingsplaner. Det som kreves er å gå mer i dybden på de fokusområder det er bred enighet om å ta tak i, og utforme en tiltaksplan som har tilstrekkelig gjennomføringskraft til å lykkes.

Gruppearbeidene viste at det er et fokus på hvordan Tynset som regionsenter på en best mulig måte kan samspille med de øvrige kommunesentrene i regionen, og med Røros som et alternativt hovedsenter i området. Det er også tydelig at det er mange som er opptatt av senterutvikling, ikke bare i forhold til tilbudsbredde, men også i forhold til fysisk utforming, estetikk og attraktive møteplasser. Tilgjengelighet og kommunikasjoner er et sentralt tema, likeledes utnyttelse av gjennomfartstrafikk og turisme.

For nabokommunen Alvdal er det et tankekors at når 400000 besøker Tavernaen i året, er det bare i underkant av 20000 som besøker Aukrustsenteret et steinkast unna. Kanskje kan den attraktivitet og styrke Aukrustsenteret har gi rom for en videreutvikling i retning av et nasjonalt senter for humor i norsk litteratur- der veien gjennom Østerdalen gir noen hint og innspill til hva som møter deg i Alvdal. Med andre ord både et lokalt, regionalt og nasjonalt tiltak.

Noen nevner også at det er viktig å ha nasjonale butikkjeder på plass i regionsenteret, og at nyetableringer gjerne kan komme i form av bedrifter som har en stort omlandspotensiale. Det er nærliggende å si at det må tenkes komplementært, dvs. at en må se på mulighetene for at kvalitative forhold ved kommunesentrene i regionen utvikles i et samspill som kan gi synergieffekt til en god helhet for regionen. Det betyr også å se på forhold som er negative/begrensende ved de kvalitetene de ulike sentra har, og arbeide for å redusere disse.

En slik strategi forutsetter at det legges ressurser inn i å arbeide både kortsiktig og langsiktig. Det gir noen tyngdepunkter for hvordan det kan satses framover:

Arbeide med helhetstanken omkring utviklingen og rammebetingelser for regionsenteret Tynset, basert bl.a på mange av de gode ideene som kom fram under gruppearbeidet.

Se på mulighetene for komplementær satsing lokalt og regionalt. Det handler om å utvikle kvalitative fortrinn, og se på satsingsmuligheter både lokalt og regionalt.

Styrke sentrumstilbudene ved å satse på å utvikle bransje- og bedriftsmiljøer - en spisset satsing.

Måten å få til dette på er å involvere lokalsamfunnet og lokale ressurspersoner på en kreativ og god måte. Gjennom ulike plan- og utviklingsmetoder kan det oppnås gode løsninger og en drakraft som gir muligheter til å nå målene om et attraktivt regionsenter. I de følgende avsnitt beskrives tre måter å få til dette på: ved hjelp av komplementær satsing i regionens kommunesentra, ved hjelp av etableringsinitiativ, og ved hjelp av eksempler og erfaring fra prosessorientert planlegging og utvikling.



## 7.2 Komplementær satsing/polysentrisk utvikling

### Komplementær satsing lokalt

Utfordringen er å finne gode løsninger for hvordan kommunesentrene i regionen kan styrke hverandre og gi synergieffekt til en god helhetsløsning, der både kommune, næringsliv og innbyggere tilgodeses. Metoden som beskrives i 6.4 kan benyttes i arbeidet med å utvikle løsninger.

### Komplementær satsing regionalt

Tabellen viser hvordan hovedsentra i kommunene i regionen kan vurderes ut fra sentrale faktorer i en polysentrisk senterutvikling. Tabellen kan brukes til å tenke gjennom hvor en har styrke og svakheter, dvs. hvor det er viktig å ha fokus for å bli et mer attraktivt senter i en regional sammenheng.

*Beliggenheten* skal si noe om den geografiske plasseringen i regionen, og om beliggenheten er god i forhold til videreutvikling av tettstedet. *Sentralitet/omlandsstyrke* forteller om senterets styrke og konkurransekraft som handels- og servicetilbyder, og *handelsstyrke* forteller om kvalitet og bredde på tilbudene. Vurderingen av *kommunikasjoner* omfatter offentlig transporttilgjengelighet og hyppighet. *Tilgjengelighet* dreier seg bl.a. om oversiktighet, adkomst til senterfunksjoner og parkeringsløsninger. *Komplementaritet* sier noe om i hvor stor grad senteret kan utvikle komplementaritet til andre nærliggende sentre.

*Attraktivitet/spesialisering* dreier seg om i hvilken grad senteret har kvaliteter som gjør det særegent og interessant i en regional sammenheng. *Utviklingspotensial* sier noe om summen av stedets muligheter i en polysentrisk sammenheng.

Tabellen kan bl.a. brukes som diskusjonsgrunnlag i arbeidet med å utvikle senterstrukturen i området/regionen, dvs. definere områder hvor de enkelte sentrene bør ha fokus for å styrke sin posisjon. Tabellen kan også konkretiseres gjennom tallbruk og annen indikatorinformasjon.

Tabell 7.1 *Eksempel på vurdering av faktorer som har betydning i en polysentrisk senterutvikling (situasjonsbeskrivelse for sentrene lokalt og i regionen)*

Tettsted:	Tynset	Alvdal	Roros	Otnes	Bergset	Tolga	Folldal	Os
Beliggenhet								
Sentralitet/omlandsstyrke								
Handelsstyrke								
Kommunikasjoner								
Tilgjengelighet								
Komplementaritet								
Attraktivitet/spesialisering								
Andre indikatorer:								
Utviklingspotensial								

Sett inn en karaktervurdering i rubrikkene: Meget god: \*\*\* God: \*\* Mindre god:\*

### 7.3 Regionsenterutvikling gjennom analyse av etableringsmuligheter for bransje- og bedriftsmiljøer

I mange kommuner har en hovedfokus på å presentere kommunen overfor næringsetablerere som en kommune med gode og sentrale næringsarealer, gode boforhold, gode skole- og barnehage tilbud, gode senter tilbud og med satsing innen opplevelsesnæringer/turisme m.m.

Alle næringsetableringer er i utgangspunktet et aktivum for en kommune. Når det er sagt er det også slik at mange kommuner tar imot bedriftsetableringer til næringsområder uavhengig om de er med på å styrke en satsing kommunen ønsker innen bestemte næringer, uavhengig om de har et lokalt, regionalt eller nasjonalt marked, uavhengig om de styrker og utvikler et lokalt marked med underleverandører, uavhengig av om de passer inn i en komplementær sammenheng i regionen – og uavhengig om de oppfyller uttalte mål og forutsetninger om et godt nærings- og bomiljø. På mange måter handler det om en defensiv holdning til styring, kunnskap og utviklingsmuligheter.

En offensiv holdning til det samme kan være å bli strukturert i forhold til hva en ønsker å trekke til seg av etablerere, og tilrettelegge for og søke etter etablerere som passer inn i en framtidssatsing som bygger på steders kvalitet, ressurser og fortrinn. Det forutsetter en god oversikt over hva en har av tilbud i dag, og hvilke utviklingsmuligheter som foreligger.

En analyse av hvilke tjenesteytende næringer som kan bidra til økt tilbudsbredde for kommunesenteret i Tynset er en måte å styrke sentrum på. Her kan en ha fokus på flere typer etableringer som kan bidra til lokal og regional styrke for Tynset:

- Etableringer som gir økt tilbudsbredde innen handel
- Etableringer som kan være underleverandører til næringsliv og offentlig virksomhet
- Etableringer rettet mot satsingsområder som turisme, kulturaktiviteter og tradisjoner
- Etableringer rettet mot sportsaktiviteter og friluftsliv generelt
- Etableringer som passer inn i utviklingsplanene for regionsenteret Tynset
- Etableringer som har et regionalt marked, dvs. at en bevisst søker etter etablerere med et regionalt markedsgrunnlag
- Etableringer som er stedsuavhengige i lokaliseringssammenheng, og som retter seg mot markeder både regionalt og nasjonalt

I arbeidet med etablering av servicenæringer og senterutvikling kan en sette opp følgende matrise:

Ønske om etablering:	Lokalt marked	Regionalt/nasjonalt marked	Stedsuavhengig marked	Spesielle krav til lokaliseringsstedet	Styrke i forhold til lokal senterutvikling	Styrke i forhold til kommunen og regionens strategisk satsing
Handel:						
Privat tjenesteyting:						
Offentlige institusjoner:						
Kultur:						
Sosial- og helstjenester:						
Fritidstilbud:						
Turisme/Reiseliv:						
Andre satsingsområder:						

En etableringsanalyse vil også ha fordeler av å trekke inn forbrukersynspunkter. En undersøkelse kan gi svar på hvor innbyggerne handler sine varer, hvorfor de velger respektive innkjøpssteder, hva de savner av varer og tjenester lokalt, og hva de mener bør gjøres for å styrke det lokale sentret. Dette materialet kan brukes aktivt inn i arbeidet med senterutvikling.

En sentrumsstrategi som baseres på å videreutvikle områder der kommunen har sin styrke og sine kvalitative fortrinn må også inkludere vurderinger av hvilke tilbud det er lett å få etablert på kort sikt, hvilke tilbud som krever annen etablering først, hvilke tilbud som krever infrastruktur og kommunale investeringer, og hvilke tilbud som kan styrke kommunen mest på både kort og lang sikt.

I arbeidet med å finne fram til aktuelle etableringer innen tjenestesektoren kan det være nyttig å ha kjennskap til statistikk for antall bedrifter og sysselsatte i tjenestesektoren i kommunen og regionen. Blant Statistisk Sentralbyrås nesten 700 næringskoder er det slik det er beskrevet i kapittel 4 rundt 170 koder som er aktuelle når tjenestetilbudet skal beskrives. Det totale servicenivået i en kommune eller en region vil kunne beskrives som de kategoriene der kommunen/regionen har et tilbud, sett i forhold til det totale antall definerte kategorier.

Oversiktene i kapittel 4 og Vedlegg er basert på spesialkjøringsavtaler NIBR har med Ssb. Tabellene er ment som et hjelpemiddel i det videre arbeid med utviklingen av Tynset som regionsenter.

## 7.4 Prossessorientert utvikling – eksempler og erfaringer

Et trekk ved norsk planlegging er en stadig sterkere vektlegging av medvirkning fra lokalsamfunnet gjennom prosesser der målet er å legge fra konkrete forslag til tiltak. Et eksempel på en slik prosess er prosjektet ”Handelsbyen Kongsberg” ble

gjennomført av NIBR i samarbeid med flere lokale aktører. Målet var å bidra til at Kongsberg fremstår som en attraktiv by for innbyggere, næringsliv, handlende, turister og andre besøkende.

Den første medvirkningsprosessen hadde ca. 45 deltagere på et dagsseminar, der deltagerne gjennom gruppearbeid kom fram til en lang rekke med tiltak og initiativ som kan være med på å styrke Kongsberg som handelsby. En samlet oversikt over forslagene som ble lagt fram ble gruppert i følgende 6 temagrupper:

Markedsføring/samarbeid/informasjon/arrangementer

- Turisme
- Infrastruktur
- Utviklingen av Vestsida
- Utviklingen av Nymoen
- Handel/næringsutvikling/sentrumsutvikling/etablering

Et notat med alle synspunkter og forslag fra medvirkningsrunde 1 ble sendt ut på høring, og notatet sammen med innspillene fra høringsrunden var grunnlaget for neste steg i prosessen. Også resultatene fra en forbrukerundersøkelse og Kongsberg kommunes pågående arbeid med å bedre Kongsberg bys infrastruktur var med i grunnlaget for det videre arbeidet.

Neste steg i prosessen var å komme fram til konkrete tiltak og satsingsområder, foreta prioriteringer, plassere ansvar for oppfølging - ikke bare hos kommunen, men også hos andre med viktige oppfølgingsforutsetninger og kompetanse innen bestemte tiltaks- og satsingsområder. Dette ble satt inn i en tidsplan, der en skilte mellom tiltak på kort sikt, lang sikt, rituelle/årlige tiltak og tiltak der det er viktig å øve påvirkning/skape interesse/holdninger osv.

12 personer arbeidet videre med de synspunktene som kom fram under gruppediskusjonene i den første medvirkningsrunden. Personene som ble valgt ut til å arbeide videre med planene ble valgt ut fra ønske om å få med en mest mulig representativ gruppe mht. kompetanse, fagbakgrunn, interesse for temaområdene og geografisk tilhørighet innen Kongsberg by. To samarbeidet om ett tema, dvs. at 6 tomannsgrupper har videreført og tilrettelagt forslagene til handlingsplaner.

Tomannsgruppene ble satt sammen med tanke på den enkeltes interesseområde og kompetanse. Det har gitt tomannsgruppene muligheter til å komme med innspill og prioriterte tiltak der de har best forutsetninger for og helst ønsker å påvirke utviklingen. Samtidig har tomannsgruppene også hatt anledning til å komme med forslag innen temaområdene de ikke hadde hovedansvar for.

Temaområdene overlapper hverandre. Det betyr at gruppene har kommet med forslag til tiltak som også andre hadde på sin prioriteringsliste. Overlappinger viser interessefellesskap og fokus som er viktige, og er med i det videre arbeid, der det forutsettes at nødvendig samordning foretas.

**De foreliggende handlingsplanene** ble sendt ut til høring. Her fikk også alle som var med på det første gruppearbeidet anledning til å komme med innspill og

kommentarer. Handlingsplanene som følger er satt inn i skjemaer som har følgende hovedpunkter:

- Tiltak/arbeidsoppgaver i prioritert rekkefølge
- Hovedansvar for planlegging /gjennomføring
- Andre medvirkende
- Oppstart
- Tidsramme
- Finansiering
- Informasjonsstrategi

Det skilles som nevnt mellom tiltak på kort sikt, lang sikt, rituelle/årlige tiltak og tiltak der det er viktig å øve påvirkning/skape interesse/holdninger osv. Det har ikke vært noe krav at gruppene skal ha svar til alle hovedpunktene for alle tiltakene, med vi forutsatte at en kom med forslag under hvert av hovedpunktene så langt som mulig (se eksempel i Vedlegg).

Det ble så utarbeidet forslag til hvordan arbeidet videre skulle organiseres og følges opp. Bl.a var det aktuelt å ansette en person som skal ha som oppgave å bidra til igangsetting og gjennomføring av tiltak. Et styre bestående av bl.a Sølvsbyen, Kongsberg, Kongsberg Turistservice og Kongsberg kommune skulle følge opp og kvalitetssikre arbeidet med realiseringen av tiltak.

Utfordringen på Kongsberg var bl.a hvordan de to bydelene Vestsiden og Nymoen kunne utvikles til en spennende helhetsløsning, der innbyggerne i den eldre og nyere bebyggelsen og næringslivet bidro sammen

Prosesen på Kongsberg og tilsvarende prosesser i Modum og Vestby ga grunnlag for noen konklusjoner om hva som er viktig i gjennomføring av så bredt anlagte medvirknings-prosesser.

- Den innledende fasen er helt avgjørende for i hvilken grad en lykkes med prosessen
- Det må tas stilling til om en ønsker en bred satsing eller en spisset satsing
- Prosessen må bygge på et interessenøytralt faktagrunnlag
- Prosessen må være åpen, med bruk av media/internett
- Det må være en gjennomtenkt informasjonsstrategi
- Viljen til å utnytte lokal kompetanse må være til stede
- Alle sentrale interessegrupper må involveres tidlig og samtidig
- Prosessen må være resultatorientert
- Det må utarbeides handlingsplaner som er realistiske
- Ansvaret for oppfølging må plasseres
- Kvalitetssikring av arbeidet er en del av prosessen
- Det må sikres gjennomføringskraft

- Noen tiltak kan settes i verk straks
- Signaleffekt og rekkefølgestrategi viktig

Ivaretas alle disse punktene er det grunn til å tro at en lykkes med arbeidet. Det som ikke kan understrekes sterkt nok er hvor viktig det er å gjøre et godt innledende arbeid før prosessen startes. Noe prosesserfaringen har vist er at når informasjon går ut i byen/tettstedet om hva som skal skje, vil det alltid være noen som føler seg forbigått. Det kan være miljøer, enkeltpersoner, foreninger m.m. som med rette hevder dette, ut fra erfaring og relevant kompetanse som de sitter med. Det finnes også metoder for å unngå at den kritikken kommer. I en tilsvarende prosess i Vestby kommune ble dette bedre ivaretatt:

- Alle sentrale interessegrupper ble invitert med i medvirkningsprosessens runde 1
- Alle foreninger og lag ble skriftlig invitert til å komme med innspill
- Det ble tilrettelagt for nettbasert medvirkning, der alle kunne komme med innspill på [komunedelplanson.no](http://komunedelplanson.no)
- Ungdom ble involvert gjennom skoleprosjekter

På denne måten ble deltagelsen så inkluderende som det var mulig å få den, og innspillene var mange også fra de som ikke var direkte med i prosessarbeidet.

---

## Litteratur

- Gundersen, Frants, Juvkam, Dag og Vanberg, Vidar (2007): Serviceregioner basert på Bedrifts- og foretaksregisteret – et forprosjekt for Kommunal- og regionaldepartementet (2007).
- Hedmark fylkeskommune (2007): Veileder for Senterstruktur, varehandel og service i Hedmark.. Hedmark fylkeskommune 2007.
- HSH (2011): Detaljhandelsprognoser. HSH 2011.
- Institutt for Bransjeanalyser AS: Senterboken 2007, 2008, 2009, 2010.
- Schmidt, Lene, Guttu, Jon, Gundersen, Frants og Vanberg, Vidar (2010): Mulighetsanalyse for Hokksund sentrum vest. NIBR-notat 2010:111.
- SSB: Diverse statistikk.
- St.meld. nr. 16 ”Nasjonal transportplan 2010 – 2019”.
- Tynset kommune (2010): Strategisk næringsplan 2009 – 2014. Tynset kommune 2010.
- Tynset kommune (2010): Reiselivsstrategi 2011 – 2015. Utkast. Tynset kommune 2010.
- Vanberg, Vidar (2005): Handelsbyen Kongsberg. Handlingsplaner. NIBR Prosjektnotat.
- Vanberg, Vidar (2006): Polysentrisk utvikling i Oslo og Akershus. NIBR Prosjektnotat.
- Vanberg, Vidar m.fl (2007): Innbyggermedvirkning i kommunal planlegging. Eksempel Son i Vestby kommune. NIBR Internt notat.
- Vanberg, Vidar(2007): NIBRs database for senter- og næringsutvikling .
- Vanberg, Vidar (2009): Handels- og senteranalyse for Trysil. NIBR-rapport 2009:11.
- Vanberg, Vidar (2011): Senterutvikling mot 2020. NIBR-rapport 2011:9
- Vanberg, Vidar (2010): Handels- og senteranalyse for Alvdal. NIBR-notat 2011:104
- Østlandsforskning (2010): Kart over kommunene i Fjellregionen. Østlandsforskning 2010.

## Vedlegg 1

Eksempel på handlingsplaner innen  
temaområdet ”Infrastruktur” – Kongsberg  
kommune



## Eksempel på handlingsplaner innen temaområdet "Infrastruktur" – Kongsberg kommune

### Infrastruktur

Kort sikt (praktiske/enkle/lett gjennomførbare tiltak, 0-1 år)

Tiltak/ Arbeidsoppgaver Prioritert rekkefølge	Hovedansvar for planlegging/ gjennomføring	Medvirkende	Oppstart	Tidsramme	Finansiering	Informa- sjons- strategi
Øke bredden på innkjøring på Gamlebrua	Statens vegvesen	Kongsberg kommune	Snarest	1 mnd	Statens Vegvesen	Annonse etter tiltaket er gjennomført
Rundkjøring i klokkerbakken.	Statens Vegvesen	Kongsberg kommune	2005	2005-2006	Statens Vegvesen	Ingen
Parkeringsplan "markedsføre" nåværende parkeringer.	Kongsberg kommune	Næringsliv	2004	1.halvår 2005	Kongsberg kommune	Annonse Samarbeid med næringsliv
Parkering i Haspa parkeringsavgift	Kongsberg Kommune	Kommunen	2005	2005	Kongsberg kommune	Annonse Samarbeid med næringsliv
Skiltplan - Velkommen til - Skilt i byen....	Kongsberg Kommune	Sølvbyen, Statens Vegvesen	ASAP 2005	5 mnd2005	Kongsberg Kommune Næringsliv	Annonse Samarbeid med næringsliv
Tungtransport ledes via Gomsrud.	Statens Vegvesen	Kongsberg kommune	2005	2005	Statens Vegvesen	Skilt

### Infrastruktur

Lang sikt (tyngre viktige oppgaver som trenger tid)

Tiltak/ Arbeidsoppgaver Prioritert rekkefølge	Hovedansvar for planlegging/ gjennomføring	Medvirkende	Oppstart	Tidsramme	Finansiering	Informa- sjons- strategi
E-134 1. Kommunal beslutning 2. Vegvesen 3. Påvirke politisk	Statens Vegvesen	KK+private+be boere i Kbg	Kommune- delplan blir beh. 1.halvår 2005	Snarest mulig, jmf. trafikk tall	Staten Andre finansmåter må vurderes	Arbeide politisk i samarbeid med næringsliv
Oppgradering av Nybrua.	Kongsberg Kom	Befolkningen og næringsliv	2005	2005-2006	Kommunen Næringsliv Private	Utstilling på biblioteket Egen arbeids- gruppe
Rundkjøring i Haspa inn til Bussedalen.	Statens Vegvesen	Kongsberg kommune	Snarest mulig	Ferdig 2007	Statens Vegvesen	Bruke dagens trafikk- tellingene for alt hva de er verdt

## Infrastruktur

Rituelle/årlige tiltak (markeringer/festivaler/markeder/handelens dag mv.)

Tiltak/ Arbeidsoppgaver Prioritert rekkefølge	Hovedansvar for planlegging/ gjennomføring	Medvirkende	Oppstart	Tidsramme	Finansiering	Informasjons- strategi
Jazzfestivalen Kongsbergmarken Vestsidendagene "Nattåpent" Glogerfestivalen Tilrettelegge for best mulig trafikkavvikling i.f.m. disse arrangem.	Arrangører Sølvbyen Kongsberg kommune	Arrangører Sølvbyen Kongsberg kommune	2005	2005	Alle	Annonse evt. egne info oppslag til det enkelte arrangem.

## Infrastruktur

Oppgaver som er vanskelig å gjennomføre, men der det er viktig å øve påvirkning for å oppnå resultater på sikt

Tiltak/ Arbeidsoppgaver Prioritert rekkefølge	Hovedansvar for planlegging/ gjennomføring	Medvirkende	Oppstart	Tidsramme	Finansiering	Informa- sjons- strategi
Nytt kryss, Drammensvei/Eiker- veien	Kommunen Statens Vegvesen	Statens Vegvesen Kommunen Utbyggere	Snarest mulig	Ferdig 2007	Statens Vegvesen Utbyggere Kommunen	Arbeide politisk og gjennom næringsliv
Ny vei Kongsberg Nord (Baneveien)	Kommunen Statens Vegvesen		Senest 2007	2010	Statens Vegvesen Utbyggere Kommunen	Arbeide politisk og gjennom næringsliv
Gang og sykkelveier, til bedrifter og skoler. "Sykkelbyen Kongsberg".	Statens Vegvesen Kommunen	Statens Vegvesen Fylkes- kommunen Kongsberg kommune	2006	10 års periode	Statens Vegvesen Fylkes- kommunen Kongsberg kommune	Eget opplegg

## Vedlegg 2

### Varehandelsstatistikk 2008 og 2009 (Ssb)

## 0437 Tynset

Næring 45 og 47 2008

Tusen kr.

NACE	I alt	1. termin	2. termin	3. termin	4. termin	5. termin	6. termin	
45	Motorvogn tjenester	229 587	36 059	37 346	39 746	36 968	42 656	36 812
<b>45.1</b>	<b>Motorvognhandel, unnt. motorsykler</b>	130 204	<b>20 843</b>	<b>21 388</b>	<b>23 754</b>	<b>23 030</b>	<b>21 621</b>	<b>19 568</b>
45.11	Handel med biler og lette motorv.	110 828	15 366	18 414	19 971	20 967	19 448	16 662
45.112	Detaljh. biler, unnt. motorsykler	110 828	15 366	18 414	19 971	20 967	19 448	16 662
45.19	Handel med andre motorvogner	19 377	5 477	2 975	3 783	2 063	2 174	2 906
45.192	Detaljh. motorvogner el.	19 377	5 477	2 975	3 783	2 063	2 174	2 906
45.2	Rep. av motorvogner/unnt. motorsyk.	81 845	13 442	13 238	13 347	11 508	16 150	14 161
45.3	Del-/utstyrshdl. til motorvogner	17 538	1 775	2 720	2 646	2 430	4 885	3 082
45.32	Detaljh. deler/utstyr til motorvogn	17 538	1 775	2 720	2 646	2 430	4 885	3 082
47	Detaljh.	642 339	85 187	98 867	108 324	123 825	109 982	116 155
<b>47.1</b>	<b>Butikkh. med bredt vareutvalg</b>	215 530	<b>29 142</b>	<b>33 844</b>	<b>35 982</b>	<b>40 494</b>	<b>35 404</b>	<b>40 665</b>
47.11	Butikkh. bredt utvalg nær.midler m.m.	:	:	:	:	:	:	:
47.111	Butikkh. bredt utvalg nær.midler m.m.	:	:	:	:	:	:	:
47.112	Kioskh. bredt utvalg nær.midler m.m.	:	:	:	:	:	:	:
47.19	Butikkh. bredt vareutvalg el.	:	:	:	:	:	:	:
47.2	Spesialforr. nær.- og nytelsesmidl.	:	:	:	:	:	:	:
47.25	Butikkh. drikkevarer	:	:	:	:	:	:	:
47.251	Butikkh. vin og brennevin	:	:	:	:	:	:	:
47.29	Butikkh. nær.- og nytelsesmidler el.	:	:	:	:	:	:	:
47.291	Butikkh. helsekost	:	:	:	:	:	:	:
47.3	Detaljh. drivstoff til motorvogner	69 934	9 604	10 638	13 410	15 101	11 943	9 239
47.4	Butikkh. med IKT-utstyr	:	:	:	:	:	:	:
47.43	Butikkh. audio- og videoutstyr	:	:	:	:	:	:	:
47.5	Butikkh. med andre husholdningsvarer	161 401	20 278	24 292	27 129	33 236	30 350	26 116
47.51	Butikkh. tekstiler og utstysvarer	12 738	1 928	1 872	1 815	1 952	2 158	3 013
47.52	Butikkh. jernv., fargev. og glass	85 503	8 882	13 178	15 566	19 078	17 513	11 285
47.521	Byggvarehus m.m.	79 083	8 162	12 219	14 452	17 699	16 160	10 390
47.524	Butikkh. trelast	:	:	:	:	:	:	:
47.529	Butikkh. byggevarer el.	:	:	:	:	:	:	:
47.53	Butikkh. tapet/gulvtepper/gardiner	:	:	:	:	:	:	:
47.531	Butikkh. tapeter og gulvbelegg	:	:	:	:	:	:	:
47.54	Butikkh. el. hush.apparater	:	:	:	:	:	:	:
47.59	Butikkh. møbler/belys.utstyr m.m.	27 224	4 328	3 743	3 992	5 084	4 839	5 238

**0437 Tynset**

Næring 45 og 47 2008

Tusen kr.

NACE	I alt	1. termin	2. termin	3. termin	4. termin	5. termin	6. termin
47.591 Butikkh. møbler	:	:	:	:	:	:	:
47.592 Butikkh. belysningsutstyr	:	:	:	:	:	:	:
47.593 Butikkh. kjøkkenutstyr/steintøy m.m.	:	:	:	:	:	:	:
47.599 Butikkh. innredningsartikler el.	:	:	:	:	:	:	:
47.6 Butikkh. med bøker, musikkart. etc.	52 316	7 223	7 656	7 816	10 252	8 539	10 831
47.61 Butikkh. bøker	:	:	:	:	:	:	:
47.64 Butikkh. sportsutstyr	38 523	5 532	5 969	6 068	6 800	6 550	7 605
47.641 Butikkh. sportsutstyr	38 523	5 532	5 969	6 068	6 800	6 550	7 605
47.65 Butikkh. spill og leker	:	:	:	:	:	:	:
47.7 Annen butikkhandel	110 645	15 290	17 705	19 012	17 655	18 917	22 066
47.71 Butikkh. klær	38 947	4 706	5 451	6 739	6 366	6 654	9 031
47.72 Butikkh. skotøy og lærvarer	:	:	:	:	:	:	:
47.721 Butikkh. skotøy	:	:	:	:	:	:	:
47.73 Butikkh. apotekvarer	:	:	:	:	:	:	:
47.76 Butikkh. blomster/planter m.m.	:	:	:	:	:	:	:
47.761 Butikkh. blomster og planter	:	:	:	:	:	:	:
47.77 Butikkh. ur, gull- og sølvvarer	:	:	:	:	:	:	:
47.772 Butikkh. gull- og sølvvarer	:	:	:	:	:	:	:
47.78 Butikkh. nye varer i spes.forr. el.	18 784	2 777	3 004	3 180	3 171	3 160	3 493
47.781 Butikkh. fotoutstyr	:	:	:	:	:	:	:
47.782 Butikkh. optiske artikler	:	:	:	:	:	:	:
47.789 Butikkh. el.	4 802	736	593	759	913	783	1 017
47.8 Torghandel	2 229	166	168	532	967	198	198
47.82 Torgh. tekstiler, klær, skotøy m.m.	:	:	:	:	:	:	:
47.89 Torgh. andre varer	:	:	:	:	:	:	:
47.9 Detaljh. utenom utsalgssted	913	107	88	72	209	201	237
47.91 Postordreh. og handel via Internett	:	:	:	:	:	:	:
47.919 Postord.-/Internett. ellers	:	:	:	:	:	:	:
47.99 Detaljh. utenom utsalgssted el.	:	:	:	:	:	:	:

**Tegnforklaring**

. Tall kan ikke forekomme

: Tall kan ikke offentligjøres

0 Mindre enn 0,5 av den brukte enhet

- Null

## 0437 Tynset

Næring 45 og 47 2009

Tusen kr.

NACE		I alt	1. termin	2. termin	3. termin	4. termin	5. termin	6. termin
45	Motorvogn tjenester	247 124	29 656	36 335	41 532	41 268	49 956	48 376
45.1	Motorvognhandel, unnt. motorsykler	149 236	17 209	21 863	25 578	26 793	28 325	29 468
45.11	Handel med biler og lette motorv.	136 168	15 394	20 038	23 235	24 388	25 670	27 443
45.112	Detalj. biler, unnt. motorsykler	136 168	15 394	20 038	23 235	24 388	25 670	27 443
45.19	Handel med andre motorvogner	13 068	1 815	1 825	2 343	2 405	2 654	2 025
45.192	Detalj. motorvogner el.	13 068	1 815	1 825	2 343	2 405	2 654	2 025
45.2	Rep. av motorvogner/unnt. motorsyk.	80 070	10 646	11 625	13 417	12 054	16 636	15 692
45.3	Del-/utstyrshdl. til motorvogner	17 818	1 801	2 847	2 537	2 422	4 996	3 215
45.32	Detalj. deler/utstyr til motorvogn	17 818	1 801	2 847	2 537	2 422	4 996	3 215
47	Detalj.	660 911	85 582	99 958	111 019	126 115	112 567	125 670
47.1	Butikkh. med bredt vareutvalg	230 884	31 891	37 575	37 498	43 212	37 574	43 133
47.11	Butikkh. bredt utvalg nær.midler m.m.	:	:	:	:	:	:	:
47.111	Butikkh. bredt utvalg nær.midler m.m.	:	:	:	:	:	:	:
47.112	Kioskh. bredt utvalg nær.midler m.m.	:	:	:	:	:	:	:
47.19	Butikkh. bredt vareutvalg el.	:	:	:	:	:	:	:
47.2	Spesialforr. nær.- og nytelsesmidl.	:	:	:	:	:	:	:
47.25	Butikkh. drikkevarer	:	:	:	:	:	:	:
47.251	Butikkh. vin og brennevin	:	:	:	:	:	:	:
47.29	Butikkh. nær.- og nytelsesmidler el.	:	:	:	:	:	:	:
47.291	Butikkh. helsekost	:	:	:	:	:	:	:
47.3	Detalj. drivstoff til motorvogner	64 926	8 375	9 386	11 811	14 179	11 207	9 967
47.4	Butikkh. med IKT-utstyr	:	:	:	:	:	:	:
47.43	Butikkh. audio- og videoutstyr	:	:	:	:	:	:	:
47.5	Butikkh. med andre husholdningsvarer	156 538	19 579	20 466	28 071	30 297	29 192	28 933
47.51	Butikkh. tekstiler og utstyrsvarer	12 127	1 815	1 636	1 972	1 998	2 255	2 451
47.52	Butikkh. jernv., fargev. og glass	82 621	9 046	10 011	16 761	16 540	14 004	
47.521	Byggvarehus m.m.	:	:	:	:	:	:	:
47.524	Butikkh. trelast	:	:	:	:	:	:	:
47.529	Butikkh. byggevarer el.	:	:	:	:	:	:	:
47.53	Butikkh. tapet/gulvtepper/gardiner	:	:	:	:	:	:	:
47.531	Butikkh. tapeter og gulvbelegg	:	:	:	:	:	:	:
47.54	Butikkh. el. hush.apparater	:	:	:	:	:	:	:
47.59	Butikkh. møbler/belys.utstyr m.m.	27 676	3 831	3 831	3 946	5 044	4 993	6 032
47.591	Butikkh. møbler	:	:	:	:	:	:	:
47.592	Butikkh. belysningsutstyr	:	:	:	:	:	:	:

## 0437 Tynset

Næring 45 og 47 2009

Tusen kr

NACE	I alt	1. termin	2. termin	3. termin	4. termin	5. termin	6. termin
47.64 Butikkh. sportsutstyr	40 572	5 669	6 400	5 455	7 354	6 841	8 853
47.641 Butikkh. sportsutstyr	40 572	5 669	6 400	5 455	7 354	6 841	8 853
47.65 Butikkh. spill og leker	.	.	.	.	.	.	.
47.7 Annen butikkhandel	122 152	14 889	19 541	21 444	21 071	21 094	24 113
47.71 Butikkh. klær	48 554	4 994	7 628	8 803	8 547	8 600	9 983
47.72 Butikkh. skotøy og lærvarer	.	.	.	.	.	.	.
47.721 Butikkh. skotøy	.	.	.	.	.	.	.
47.73 Butikkh. apotekvarer	.	.	.	.	.	.	.
47.76 Butikkh. blomster/planter m.m.	.	.	.	.	.	.	.
47.761 Butikkh. blomster og planter	.	.	.	.	.	.	.
47.762 Butikkh. kjæledyr m.m.	.	.	.	.	.	.	.
47.77 Butikkh. ur, gull- og sølvvarer	.	.	.	.	.	.	.
47.772 Butikkh. gull- og sølvvarer	.	.	.	.	.	.	.
47.78 Butikkh. nye varer i spes.forr. el.	17 586	2 631	2 714	2 648	3 038	3 067	3 487
47.781 Butikkh. fotoutstyr	.	.	.	.	.	.	.
47.782 Butikkh. optiske artikler	.	.	.	.	.	.	.
47.789 Butikkh. el.	3 556	439	413	464	716	651	874
47.8 Torghandel	2 183	67	131	517	1 053	165	250
47.82 Torgh. tekstiler, klær, skotøy m.m.	.	.	.	.	.	.	.
47.89 Torgh. andre varer	.	.	.	.	.	.	.
47.9 Detaljh. utenom utsalgssted	.	.	.	.	.	.	.
47.91 Postordreh. og handel via Internett	.	.	.	.	.	.	.
47.919 Postord.-/Internett. ellers	.	.	.	.	.	.	.
47.99 Detaljh. utenom utsalgssted el.	.	.	.	.	.	.	.

### Tegnforklaring

. Tall kan ikke forekomme

: Tall kan ikke offentligjøres

0 Mindre enn 0,5 av den brukte enhet

- Null

© Statistisk sentralbyrå 2010

## Vedlegg 3

Antall bedrifter og sysselsatte i 61 næringer innen tjenestesektoren



## Antall tilbydere av tjenester. 1998-2010

Tjeneste	0438 Alvdal							0432 Rendalen						
	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2010	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2010
41 Alminnelige somatiske sykehus og poliklinikker	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
42 Alminnelige somatiske sykehjem	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1
43 Spesialiserte legetjenester	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
44 Spesialtilbud i somatiske sykehus og sykehjem	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
45 Psykiatriske institusjoner og tjenester	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
46 Klinisk psykologtjeneste	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
47 Tannhelsetjenester	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2
48 Fysioterapitjeneste	0	0	0	2	2	2	4	0	0	0	2	2	2	2
49 Skole- og helsestasjonstjeneste	0	0	2	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
4A Andre forebyggende helsetjenester	1	1	2	0	0	0	0	2	2	2	1	1	1	2
4B Andre helsetjenester	0	0	0	2	3	3	2	2	0	0	0	0	0	0
50 Omsorgstjenester og -institusjoner for barn og familier	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1
51 Omsorgsinstitusjoner for eldre og funksjonshemmede	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1
52 Hjemmehjelp	5	3	3	1	1	1	1	4	3	3	1	1	1	1
53 Sosialtjenester og omsorgsinstitusjoner for rusmisbrukere	1	1	1	0	0	0	0	2	1	1	0	0	0	0
54 Andre omsorgsinstitusjoner	1	0	1	1	1	1	1	2	3	2	2	2	2	2
55 Barnehager og barnepark	0	0	1	4	4	4	5	0	0	1	2	3	2	2
56 SFO	0	0	0	0	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0
57 Sosialtjenester utenfor institusjon	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0
60 Generelt fritidstilbud	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	1	1	2
61 Biblioteker og arkiver	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
62 Andre kulturelle fritidstilbud	0	0	1	1	1	2	2	0	0	0	1	1	2	1
63 Idrettstilbud	3	3	3	3	4	3	2	0	0	0	0	0	1	2
80 Justissektor	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
81 Brannvern og redningstjeneste	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1
82 Off. Adm knyttet til personlig tjenesteyting	3	3	3	3	3	1	1	3	3	3	3	3	3	3
83 Trygdeordninger underlagt off. forvaltning	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
84 Andre tjenester	3	4	4	5	4	6	6	2	3	3	1	1	2	2
90 Frisering og annen skjønnhetspleie	5	6	4	4	3	5	4	1	2	3	3	3	1	1
91 Personlig tjenesteyting ellers	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0
	362	348	333	305	298	297	313	335	350	322	271	247	233	247

## Antall tilbydere av tjenester. 1998-2010

Tjeneste	0436 Tolga							0437 Tynset						
	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2010	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2010
00 Dagligvarebutikker	5	4	4	3	3	3	3	8	10	9	9	9	8	10
01 Klesbutikker	1	1	2	1	1	0	0	5	5	5	4	6	6	11
02 Apotek	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1
03 Bokhandlere	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	2	2
04 Spesialbutikker dagligvarer	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	4	4
05 Spesialbutikker ellers	7	8	7	4	6	8	8	34	34	33	30	32	33	34
06 Butikker med bredt utvalg	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	4	5	5	5
07 Tjenester og salg tilknyttet motorkjøretøy	2	2	2	2	2	2	2	9	10	17	16	14	14	16
08 Reparasjon av kjøretøy	3	2	2	2	2	3	2	14	17	17	15	15	19	16
09 Detaljhandel med drivstoff til motorkjøretøy	5	5	5	5	3	1	1	6	6	6	5	3	2	2
0A Reparasjon av forbruksvarer	0	0	0	0	0	0	0	3	3	2	2	2	2	3
10 Reiseliv - overnatting	2	2	2	4	3	4	3	2	2	2	6	6	6	6
11 Restauranter og kafeer	1	1	1	1	1	2	2	9	8	7	8	7	7	7
12 Annen serveringsvirksomhet	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	2	2	2
13 Reiseliv - opplevelsestjenester	1	1	1	1	1	3	4	1	2	3	2	5	4	3
14 Drosjebiltransport	2	1	1	1	3	2	2	5	5	4	4	5	4	4
15 Annen persontransport	1	1	0	0	0	0	0	5	6	5	3	2	3	2
20 Posttjenester	3	1	0	0	0	0	0	3	4	2	2	2	2	2
21 Banktjenester	1	2	2	2	2	2	1	3	4	5	4	4	4	3
22 Andre finansielle tjenester	1	0	0	0	0	0	0	2	3	2	1	1	1	1
23 Etterforskning, vaktjenster og vaktmestertjenester	0	0	0	0	1	2	2	1	1	1	5	5	4	5
24 Arkitektvirksomhet	0	0	0	0	0	1	1	2	2	2	2	1	0	0
25 Andre bolig- og eiendomstjenester	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0
26 Forretningsmessig tjenesteyting ellers	0	1	1	1	2	1	1	5	4	5	7	6	3	1
30 Førskoleundervisning og spesialundervisning i grunnskolen	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1
31 Grunnskoleundervisning	3	3	3	2	2	2	2	7	6	6	6	6	5	5
32 Videregående skole	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1
33 Universitets- og høyskoleundervisning	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
34 Trafikkskoleundervisning	0	0	0	0	0	0	0	7	4	4	4	4	4	4
35 Annen opplæring	2	1	2	2	3	3	3	3	4	4	3	3	4	5

NIBR-notat: 2011:114

**Antall tilbydere av tjenester. 1998-2010**

Tjeneste	0436 Tolga							0437 Tynset						
	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2010	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2010
40 Allmenn legetjeneste	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2	5	6	8
41 Alminnelige somatiske sykehus og poliklinikker	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1
42 Alminnelige somatiske sykehjem	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1
43 Spesialiserte legetjenester	0	0	0	0	0	0	0	2	1	2	2	1	2	2
44 Spesialtilbud i somatiske sykehus og sykehjem	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1
45 Psykiatriske institusjoner og tjenester	0	0	0	1	1	0	0	3	2	2	2	2	3	3
46 Klinisk psykologtjeneste	0	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1
47 Tannhelsetjenester	1	1	1	1	1	1	1	6	6	5	5	5	7	6
48 Fysioterapitjeneste	0	0	0	1	2	3	3	0	0	0	3	5	4	4
49 Skole- og helsestasjonstjeneste	0	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1
4A Andre forebyggende helsetjenester	1	1	2	0	0	0	0	2	2	2	2	1	1	1
4B Andre helsetjenester	1	1	0	1	1	0	0	2	2	2	3	7	7	7
50 Omsorgstjenester og -institusjoner for barn og familier	0	0	0	1	0	0	0	1	2	2	2	2	2	2
51 Omsorgsinstitusjoner for eldre og funksjonshemmede	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1
52 Hjemmehjelp	8	7	5	1	1	1	1	14	10	9	1	1	1	1
53 Sosialtjenester og omsorgsinstitusjoner for rusmisbrukere	3	3	1	0	0	0	0	2	3	3	0	0	0	2
54 Andre omsorgsinstitusjoner	1	1	1	2	1	1	1	3	3	2	2	2	2	2
55 Barnehager og barneparker	0	0	1	4	4	4	3	0	0	1	9	8	8	9
56 SFO	0	0	0	0	2	2	2	0	0	0	0	4	4	4
57 Sosialtjenester utenfor institusjon	0	0	0	1	2	3	3	0	0	0	6	7	5	7
60 Generelt fritidstilbud	1	1	0	0	0	0	2	2	3	1	2	2	4	5
61 Biblioteker og arkiver	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
62 Andre kulturelle fritidstilbud	0	0	1	1	1	1	0	1	2	2	3	3	3	2
63 Idrettstilbud	0	0	0	1	1	2	1	1	1	2	4	3	3	2
80 Justissektor	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3
81 Brannvern og redningstjeneste	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1
82 Off. Adm knyttet til personlig tjenesteyting	3	3	2	2	1	1	1	3	4	4	1	1	1	1
83 Trygdeordninger underlagt off. forvaltning	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1
84 Andre tjenester	3	3	3	2	2	3	2	11	11	10	11	10	10	10
90 Frisering og annen skjønnhetspleie	3	4	3	3	3	3	3	11	11	11	12	11	10	10
91 Personlig tjenesteyting ellers	0	0	0	0	1	0	1	2	2	1	2	2	5	5
	369	359	314	285	278	282	286	694	689	674	637	619	624	629

## Antall tilbydere av tjenester. 1998-2010

Tjeneste	0439 Follidal							0441 Os						
	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2010	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2010
00 Dagligvarebutikker	8	7	7	6	7	6	5	5	4	4	5	6	6	4
01 Klesbutikker	1	1	1	2	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0
02 Apotek	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
03 Bokhandlere	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
04 Spesialbutikker dagligvarer	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
05 Spesialbutikker ellers	11	7	5	6	4	3	5	6	5	5	3	4	3	3
06 Butikker med bredt utvalg	1	1	1	2	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0
07 Tjenester og salg tilknyttet motorkjøretøy	1	2	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1	1	1
08 Reparasjon av kjøretøy	3	3	2	2	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0
09 Detaljhandel med drivstoff til motorkjøretøy	2	2	2	2	2	3	3	5	5	5	4	3	2	2
0A Reparasjon av forbruksvarer	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
10 Reiseliv - overnatting	6	6	4	7	6	5	5	1	2	2	3	3	1	1
11 Restauranter og kafeer	1	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1	2	3	2
12 Annen serveringsvirksomhet	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0
13 Reiseliv - opplevelsestjenester	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1
14 Drosjebiltransport	2	2	1	1	1	1	0	4	2	2	2	2	2	2
15 Annen persontransport	0	0	0	1	1	1	1	2	2	0	1	2	2	2
20 Posttjenester	2	1	1	1	1	0	0	3	3	1	1	1	1	1
21 Banktjenester	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2
22 Andre finansielle tjenester	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1
23 Etterforskning, vaktjenster og vaktmestertjenester	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	3	3
24 Arkitektvirksomhet	0	0	0	0	0	0	0	3	2	2	1	1	1	1
25 Andre bolig- og eiendomstjenester	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1
26 Forretningsmessig tjenesteyting ellers	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1
30 Førskoleundervisning og spesialundervisning i grunnskolen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
31 Grunnskoleundervisning	3	3	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3
32 Videregående skole	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
33 Universitets- og høgskoleundervisning	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
34 Trafikkskoleundervisning	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
35 Annen opplæring	4	2	2	1	2	2	4	2	1	1	1	1	1	2
40 Allmenn legetjeneste	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1	2	2	4	2

NIBR-notat: 2011:114

## Antall tilbydere av tjenester. 1998-2010

Tjeneste	0439 Follidal							0441 Os						
	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2010	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2010
41 Alminnelige somatiske sykehus og poliklinikker	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
42 Alminnelige somatiske sykehjem	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1
43 Spesialiserte legetjenester	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
44 Spesialtilbud i somatiske sykehus og sykehjem	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
45 Psykiatriske institusjoner og tjenester	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
46 Klinisk psykologtjeneste	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
47 Tannhelsetjenester	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
48 Fysioterapitjeneste	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	1	0	1	3
49 Skole- og helsestasjonstjeneste	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1
4A Andre forebyggende helsetjenester	0	1	2	0	0	0	0	1	1	2	0	0	0	0
4B Andre helsetjenester	0	0	0	2	2	0	2	0	0	1	2	2	2	2
50 Omsorgstjenester og -institusjoner for barn og familier	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	2	1	1
51 Omsorgsinstitusjoner for eldre og funksjonshemmede	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	1	1	2	2
52 Hjemmehjelp	6	6	5	1	1	1	1	5	5	4	2	1	1	1
53 Sosialtjenester og omsorgsinstitusjoner for rusmisbrukere	2	1	1	0	0	0	0	1	1	2	0	0	0	0
54 Andre omsorgsinstitusjoner	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
55 Barnehager og barnepark	0	0	0	5	4	4	3	0	0	1	3	3	3	3
56 SFO	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	3	2	2
57 Sosialtjenester utenfor institusjon	0	0	0	2	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1
60 Generelt fritidstilbud	1	1	1	3	1	0	0	1	1	1	3	4	5	4
61 Biblioteker og arkiver	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
62 Andre kulturelle fritidstilbud	2	1	1	2	2	3	2	0	0	0	0	0	1	1
63 Idrettstilbud	1	1	0	1	1	2	3	0	0	0	1	1	0	0
80 Justissektor	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
81 Brannvern og redningstjeneste	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1
82 Off. Adm knyttet til personlig tjenesteyting	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2
83 Trygdeordninger underlagt off. forvaltning	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1
84 Andre tjenester	4	5	6	6	6	6	7	4	4	4	5	3	4	4
90 Frisering og annen skjønnhetspleie	4	6	3	3	3	2	3	6	6	6	4	5	4	3
91 Personlig tjenesteyting ellers	2	2	0	0	0	0	0	0	1	1	0	3	0	0
	326	331	303	262	257	251	243	328	334	326	290	295	293	286

## Antall tilbydere av tjenester. 1998-2010

Tjeneste	1640 Røros						
	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2010
00 Dagligvarebutikker	9	9	9	10	11	9	9
01 Klesbutikker	7	8	8	11	11	10	11
02 Apotek	1	1	1	1	1	1	1
03 Bokhandlere	2	1	1	1	1	1	1
04 Spesialbutikker dagligvarer	8	6	3	2	2	2	2
05 Spesialbutikker ellers	41	38	36	38	35	31	31
06 Butikker med bredt utvalg	1	2	2	2	4	4	4
07 Tjenester og salg tilknyttet motorkjøretøy	8	8	8	7	4	5	4
08 Reparasjon av kjøretøy	6	7	7	6	8	7	8
09 Detaljhandel med drivstoff til motorkjøretøy	3	4	4	3	4	4	4
0A Reparasjon av forbruksvarer	4	3	3	3	3	4	3
10 Reiseliv - overnatting	8	6	6	13	14	12	12
11 Restauranter og kafeer	13	13	10	8	8	8	8
12 Annen serveringsvirksomhet	3	2	2	0	0	0	2
13 Reiseliv - opplevelsestjenester	2	1	3	3	3	8	8
14 Drosjebiltransport	8	10	5	6	7	4	4
15 Annen persontransport	8	8	8	4	4	4	4
20 Posttjenester	3	2	2	2	2	2	2
21 Banktjenester	3	3	2	2	2	2	2
22 Andre finansielle tjenester	2	3	3	1	1	1	1
23 Etterforskning, vaktjenster og vaktmestertjenester	1	1	1	1	5	7	6
24 Arkitektvirksomhet	1	2	0	0	2	0	0
25 Andre bolig- og eiendomstjenester	0	0	1	1	2	3	1
26 Forretningsmessig tjenesteyting ellers	3	5	5	10	9	4	8
30 Førskoleundervisning og spesialundervisning i grunnskolen	2	2	1	1	2	1	1
31 Grunnskoleundervisning	3	3	3	3	3	4	4
32 Videregående skole	1	1	1	2	2	2	1
33 Universitets- og høyskoleundervisning	0	0	0	0	0	0	0
34 Trafikkskoleundervisning	2	2	2	1	2	1	2
35 Annen opplæring	7	9	11	11	12	9	15
40 Allmenn legetjeneste	6	7	8	7	9	7	7

NIBR-notat: 2011:114

## Antall tilbydere av tjenester. 1998-2010

Tjeneste	1640 Røros						
	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2010
41 Alminnelige somatiske sykehus og poliklinikker	1	1	1	1	1	1	1
42 Alminnelige somatiske sykehjem	0	0	0	1	1	1	1
43 Spesialiserte legetjenester	2	2	2	2	3	3	2
44 Spesialtilbud i somatiske sykehus og sykehjem	0	0	0	3	3	3	1
45 Psykiatriske institusjoner og tjenester	0	1	1	1	1	2	1
46 Klinisk psykologtjeneste	0	0	0	2	2	2	2
47 Tannhelsetjenester	4	5	5	5	5	5	4
48 Fysioterapitjeneste	0	0	0	2	3	4	5
49 Skole- og helsestasjonstjeneste	2	3	2	1	1	1	1
4A Andre forebyggende helsetjenester	2	2	2	0	1	0	2
4B Andre helsetjenester	0	0	2	6	10	13	12
50 Omsorgstjenester og -institusjoner for barn og familier	0	0	1	1	0	0	1
51 Omsorgsinstitusjoner for eldre og funksjonshemmede	0	0	0	1	1	1	3
52 Hjemmehjelp	14	12	12	1	1	1	1
53 Sosialtjenester og omsorgsinstitusjoner for rusmisbrukere	3	2	2	0	0	0	0
54 Andre omsorgsinstitusjoner	1	1	1	1	1	1	1
55 Barnehager og barneparker	0	0	0	10	8	9	12
56 SFO	0	0	0	0	3	3	3
57 Sosialtjenester utenfor institusjon	0	0	0	2	2	3	3
60 Generelt fritidstilbud	0	0	0	2	4	3	3
61 Biblioteker og arkiver	1	1	1	1	1	1	1
62 Andre kulturelle fritidstilbud	1	1	2	3	3	3	4
63 Idrettstilbud	1	1	2	6	5	5	6
80 Justissektor	2	2	2	2	2	2	2
81 Brannvern og redningstjeneste	1	1	1	1	1	1	1
82 Off. Adm knyttet til personlig tjenesteyting	2	4	3	3	4	4	4
83 Trygdeordninger underlagt off. forvaltning	1	1	1	1	1	2	3
84 Andre tjenester	9	8	8	8	7	7	5
90 Frisering og annen skjønnhetspleie	7	6	5	5	7	6	6
91 Personlig tjenesteyting ellers	1	2	3	4	5	6	6
	467	469	472	434	435	432	441

## Antall sysselsatte innen tjenester. 1998-2010

Tjeneste	0438 Alvdal							0432 Rendalen						
	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2010	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2010
00 Dagligvarebutikker	23	23	24	23	23	22	26	19	23	11	47	31	31	29
01 Klesbutikker	0	0	0	0	0	0	0	3	4	2	2	1	2	2
02 Apotek	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
03 Bokhandlere	1	2	2	8	3	2	2	0	0	0	0	0	0	0
04 Spesialbutikker dagligvarer	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
05 Spesialbutikker ellers	3	5	7	7	9	14	10	6	12	6	15	14	16	11
06 Butikker med bredt utvalg	8	8	8	8	13	13	11	3	2	2	2	1	2	1
07 Tjenester og salg tilknyttet motorkjøretøy	1	3	4	1	1	1	0	1	1	1	2	1	1	0
08 Reparasjon av kjøretøy	18	12	21	20	15	15	15	3	3	3	3	5	4	6
09 Detaljhandel med drivstoff til motorkjøretøy	24	18	4	4	26	33	25	3	12	13	5	17	21	20
0A Reparasjon av forbruksvarer	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0
10 Reiseliv – overnatting	4	2	3	25	26	25	35	2	1	2	11	17	16	17
11 Restauranter og kafeer	27	34	2	0	1	3	0	9	8	8	9	9	9	8
12 Annen serveringsvirksomhet	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
13 Reiseliv – opplevelsestjenester	3	2	10	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0
14 Drosjebiltransport	2	2	2	3	2	1	1	5	4	5	6	7	10	9
15 Annen persontransport	137	135	0	8	6	8	7	0	1	0	8	11	10	11
20 Posttjenester	11	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
21 Banktjenester	13	13	9	8	9	9	14	9	9	10	9	5	4	4
22 Andre finansielle tjenester	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	1	0
23 Etterforskning, vaktjenster og vaktmestertjenester	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
24 Arkitektvirksomhet	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	2	2	2
25 Andre bolig- og eiendomstjenester	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0
26 Forretningsmessig tjenesteyting ellers	1	1	0	0	0	1	0	2	2	2	2	1	1	1
30 Førskoleundervisning og spesialundervisning i grunnskolen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
31 Grunnskoleundervisning	2	72	56	66	61	61	72	55	55	69	59	55	51	56
32 Videregående skole	37	37	42	42	39	47	51	0	0	0	0	0	0	0
33 Universitets- og høgskoleundervisning	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
34 Trafikkskoleundervisning	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
35 Annen opplæring	2	2	7	2	8	7	8	2	3	2	2	4	4	3
40 Allmenn legetjeneste	1	8	8	8	8	7	9	1	1	8	2	7	5	6
41 Almennelige somatiske sykehus og poliklinikker	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0



## Antall sysselsatte innen tjenester. 1998-2010

Tjeneste	0438 Alvdal							0432 Rendalen						
	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2010	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2010
42 Alminnelige somatiske sykehjem	0	0	0	78	61	57	63	0	0	0	58	56	66	53
43 Spesialiserte legetjenester	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
44 Spesialtilbud i somatiske sykehus og sykehjem	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
45 Psykiatriske institusjoner og tjenester	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
46 Klinisk psykologtjeneste	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0
47 Tannhelsetjenester	2	2	2	2	4	4	4	8	2	2	2	1	1	2
48 Fysioterapitjeneste	0	0	0	2	1	1	0	0	0	0	2	1	1	0
49 Skole- og helsestasjonstjeneste	0	0	2	2	3	3	2	0	1	1	2	1	1	1
4A Andre forebyggende helsetjenester	43	43	49	0	0	0	0	76	65	59	8	4	3	4
4B Andre helsetjenester	0	0	0	2	1	1	0	3	0	0	0	0	0	0
50 Omsorgstjenester og -institusjoner for barn og familier	0	0	0	1	0	0	0	0	2	2	1	0	0	1
51 Omsorgsinstitusjoner for eldre og funksjonshemmede	0	0	0	18	19	20	26	0	0	0	8	3	5	3
52 Hjemmehjelp	4	23	23	28	18	33	15	5	23	28	53	49	56	48
53 Sosialtjenester og omsorgsinstitusjoner for rusmisbrukere	1	23	18	0	0	0	0	20	33	48	0	0	0	0
54 Andre omsorgsinstitusjoner	2	0	1	1	0	14	14	30	16	26	30	34	32	34
55 Barnehager og barneparker	0	0	1	29	32	24	34	0	0	1	30	29	28	25
56 SFO	0	0	0	0	4	10	10	0	0	0	0	0	0	0
57 Sosialtjenester utenfor institusjon	0	0	0	2	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0
60 Generelt fritidstilbud	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	1
61 Biblioteker og arkiver	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3
62 Andre kulturelle fritidstilbud	0	0	1	1	0	1	1	0	0	0	2	1	1	1
63 Idrettstilbud	5	5	4	4	4	6	5	0	0	0	0	0	1	1
80 Justissektor	11	11	10	10	7	7	6	6	6	5	5	5	6	3
81 Brannvern og redningstjeneste	1	6	15	5	2	3	2	0	0	1	1	1	2	3
82 Off. Adm knyttet til personlig tjenesteyting	18	18	16	21	21	8	2	18	23	20	15	15	4	6
83 Trygdeordninger underlagt off. forvaltning	6	6	5	5	3	3	4	6	6	5	5	4	4	4
84 Andre tjenester	4	5	4	5	2	3	1	3	4	2	1	0	1	0
90 Frisering og annen skjønnhetspleie	4	6	10	5	2	4	3	2	1	2	2	2	1	1
91 Personlig tjenesteyting ellers	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0
	526	534	592	497	605	630	677	354	400	360	333	297	606	618

## Antall sysselsatte innen tjenester. 1998-2010

Tjeneste	0436 Tolga							0437 Tynset						
	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2010	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2010
00 Dagligvarebutikker	19	18	7	12	16	22	16	98	91	91	104	112	110	90
01 Klesbutikker	1	1	3	2	1	0	0	21	21	22	18	34	37	63
02 Apotek	0	0	0	0	0	0	0	13	13	13	18	13	13	14
03 Bokhandlere	0	0	0	0	0	0	0	8	8	8	2	6	7	9
04 Spesialbutikker dagligvarer	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	5	4
05 Spesialbutikker ellers	5	7	7	5	3	14	12	94	98	114	113	119	129	132
06 Butikker med bredt utvalg	1	1	1	1	0	1	1	14	14	21	22	35	35	47
07 Tjenester og salg tilknyttet motorkjøretøy	3	10	10	4	8	10	8	21	31	43	46	48	50	44
08 Reparasjon av kjøretøy	18	10	10	10	10	13	12	37	58	54	49	49	55	56
09 Detaljhandel med drivstoff til motorkjøretøy	6	4	5	5	5	4	4	18	12	23	27	23	22	17
0A Reparasjon av forbruksvarer	0	0	0	0	0	0	0	3	3	3	3	2	3	3
10 Reiseliv - overnatting	1	1	1	3	1	2	0	1	1	1	17	30	74	65
11 Restauranter og kafeer	1	7	7	12	11	7	4	35	34	26	24	39	33	29
12 Annen serveringsvirksomhet	1	1	0	0	0	0	0	1	1	2	0	0	0	6
13 Reiseliv - opplevelsestjenester	2	2	2	1	0	1	0	13	24	29	28	24	25	22
14 Drosjebiltransport	2	1	1	1	2	1	1	4	5	4	10	9	15	11
15 Annen persontransport	1	1	0	0	0	0	0	5	13	77	41	32	33	36
20 Posttjenester	7	0	0	0	0	0	0	27	43	34	54	46	51	30
21 Banktjenester	13	14	15	14	15	14	16	38	39	71	34	33	30	26
22 Andre finansielle tjenester	1	0	0	0	0	0	0	19	14	12	3	6	3	3
23 Etterforskning, vaktjenster og vaktmestertjenester	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	3	2	1	0
24 Arkitektvirksomhet	0	0	0	0	0	4	4	3	2	3	2	2	0	0
25 Andre bolig- og eiendomstjenester	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
26 Forretningsmessig tjenesteyting ellers	0	1	1	0	2	1	0	4	3	5	7	5	1	0
30 Førskoleundervisning og spesialundervisning i grunnskolen	0	0	0	0	0	0	0	7	7	12	12	11	12	11
31 Grunnskoleundervisning	4	4	45	49	40	38	47	119	124	132	149	140	138	159
32 Videregående skole	0	0	0	0	0	0	0	123	0	123	118	108	116	113
33 Universitets- og høyskoleundervisning	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
34 Trafikkskoleundervisning	0	0	0	0	0	0	0	5	4	4	5	6	5	5
35 Annen opplæring	2	1	1	2	7	8	9	3	10	13	2	5	15	23
40 Allmenn legetjeneste	13	8	8	8	6	5	4	18	13	14	14	14	15	15

NIBR-notat: 2011:114

## Antall sysselsatte innen tjenester. 1998-2010

Tjeneste	0436 Tolga							0437 Tynset						
	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2010	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2010
41 Alminnelige somatiske sykehus og poliklinikker	0	0	0	0	0	0	0	2	183	243	243	247	263	239
42 Alminnelige somatiske sykehjem	23	28	28	38	40	41	41	0	0	0	113	110	121	127
43 Spesialiserte legetjenester	0	0	0	0	0	0	0	3	2	2	4	3	3	3
44 Spesialtilbud i somatiske sykehus og sykehjem	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	28	29	24	24
45 Psykiatriske institusjoner og tjenester	0	0	0	43	48	0	0	16	15	4	15	17	59	61
46 Klinisk psykologtjeneste	0	1	1	0	0	0	0	2	2	8	1	0	0	0
47 Tannhelsetjenester	2	2	2	2	2	3	4	13	13	10	9	10	17	13
48 Fysioterapitjeneste	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	2	1	1	0
49 Skole- og helsestasjonstjeneste	0	0	0	1	1	1	1	0	0	1	8	5	4	5
4A Andre forebyggende helsetjenester	33	38	34	0	0	0	0	90	95	71	8	4	6	6
4B Andre helsetjenester	1	1	0	1	0	0	0	29	24	14	34	34	43	80
50 Omsorgstjenester og -institusjoner for barn og familier	0	0	0	1	0	0	0	2	4	3	3	6	13	16
51 Omsorgsinstitusjoner for eldre og funksjonshemmede	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	63	74	76	83
52 Hjemmehjelp	14	31	20	33	28	26	19	76	90	73	73	72	74	85
53 Sosialtjenester og omsorgsinstitusjoner for rusmisbrukere	49	53	38	0	0	0	0	61	129	127	0	0	0	2
54 Andre omsorgsinstitusjoner	2	2	2	4	4	4	5	15	17	21	30	31	26	19
55 Barnehager og barneparker	0	0	1	30	24	19	27	0	0	1	82	78	87	90
56 SFO	0	0	0	0	6	3	2	0	0	0	0	1	13	10
57 Sosialtjenester utenfor institusjon	0	0	0	8	9	7	6	0	0	0	37	41	47	49
60 Generelt fritidstilbud	2	2	0	0	0	0	1	1	3	2	1	1	3	8
61 Biblioteker og arkiver	2	2	2	2	2	3	1	7	2	2	1	1	3	3
62 Andre kulturelle fritidstilbud	0	0	1	1	0	1	0	1	2	3	5	9	21	16
63 Idrettstilbud	0	0	0	2	1	2	1	2	2	1	10	11	8	5
80 Justissektor	11	11	5	10	9	6	5	28	28	35	30	26	25	28
81 Brannvern og redningstjeneste	0	0	0	0	0	1	2	0	0	1	1	1	1	4
82 Off. Adm knyttet til personlig tjenesteyting	18	23	10	10	4	5	4	43	44	45	10	13	10	10
83 Trygdeordninger underlagt off. forvaltning	6	6	5	5	3	4	3	11	11	10	10	9	16	10
84 Andre tjenester	4	4	3	3	1	1	1	19	12	10	11	4	4	1
90 Frisering og annen skjønnhetspleie	3	4	4	4	5	4	4	25	26	24	25	28	27	31
91 Personlig tjenesteyting ellers	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	2	1	7	15
	434	452	395	377	319	341	349	1 322	1 392	1 397	1 158	1 113	1 158	1 254

NIBR-notat: 2011:114

## Antall sysselsatte innen tjenester. 1998-2010

Tjeneste	0439 Folldal							0441 Os						
	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2010	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2010
00 Dagligvarebutikker	23	23	24	22	28	31	24	31	23	30	25	20	28	19
01 Klesbutikker	1	1	1	2	1	2	1	0	0	0	0	0	0	0
02 Apotek	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
03 Bokhandlere	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
04 Spesialbutikker dagligvarer	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
05 Spesialbutikker ellers	23	9	8	20	15	16	10	8	5	4	3	2	4	3
06 Butikker med bredt utvalg	1	2	1	2	0	1	2	0	0	0	0	0	0	0
07 Tjenester og salg tilknyttet motorkjøretøy	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0
08 Reparasjon av kjøretøy	3	3	3	2	1	1	0	1	1	1	0	0	0	0
09 Detaljhandel med drivstoff til motorkjøretøy	3	3	3	2	1	2	1	12	12	11	10	8	8	4
0A Reparasjon av forbruksvarer	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
10 Reiseliv - overnatting	4	15	3	17	13	16	10	1	1	1	2	0	0	0
11 Restauranter og kafeer	7	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	5	0
12 Annen serveringsvirksomhet	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0
13 Reiseliv - opplevelsestjenester	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1	0	0	0	0
14 Drosjebiltransport	3	3	2	1	1	1	0	4	2	2	2	1	1	1
15 Annen persontransport	0	0	0	13	12	13	11	2	2	0	8	7	8	8
20 Posttjenester	6	6	12	0	0	0	0	7	7	7	0	7	8	5
21 Banktjenester	8	8	9	8	6	6	2	8	9	10	9	9	8	9
22 Andre finansielle tjenester	0	0	0	0	0	0	0	7	7	6	3	3	1	1
23 Etterforskning, vaktjenster og vaktmestertjenester	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
24 Arkitektvirksomhet	0	0	0	0	0	0	0	9	3	8	8	6	7	8
25 Andre bolig- og eiendomstjenester	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
26 Forretningsmessig tjenesteyting ellers	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
30 Førskoleundervisning og spesialundervisning i grunnskolen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
31 Grunnskoleundervisning	2	36	46	42	39	47	40	35	56	65	55	50	56	60
32 Videregående skole	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
33 Universitets- og høyskoleundervisning	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
34 Trafikkskoleundervisning	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
35 Annen opplæring	2	2	13	7	10	10	8	2	1	7	12	10	9	10
40 Allmenn legetjeneste	9	9	3	8	7	7	11	8	13	13	14	10	12	10

## Antall sysselsatte innen tjenester. 1998-2010

Tjeneste	0439 Folldal							0441 Os						
	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2010	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2010
41 Almennelige somatiske sykehus og poliklinikker	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
42 Almennelige somatiske sykehjem	0	0	0	53	53	54	57	0	0	0	53	54	61	52
43 Spesialiserte legetjenester	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
44 Spesialtilbud i somatiske sykehus og sykehjem	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
45 Psykiatriske institusjoner og tjenester	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
46 Klinisk psykologtjeneste	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
47 Tannhelsetjenester	2	2	2	2	1	3	3	2	2	2	2	5	4	4
48 Fysioterapitjeneste	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
49 Skole- og helsestasjonstjeneste	0	0	1	2	1	1	1	0	0	0	1	0	0	1
4A Andre forebyggende helsetjenester	0	23	40	0	0	0	0	48	48	44	0	0	0	0
4B Andre helsetjenester	0	0	0	2	1	0	0	0	0	1	2	1	1	0
50 Omsorgstjenester og -institusjoner for barn og familier	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	1	0	0
51 Omsorgsinstitusjoner for eldre og funksjonshemmede	0	0	0	0	6	7	10	0	0	0	8	5	29	44
52 Hjemmehjelp	6	11	15	23	21	22	22	31	26	23	44	46	26	22
53 Sosialtjenester og omsorgsinstitusjoner for rusmisbrukere	69	53	33	0	0	0	0	18	18	46	0	0	0	0
54 Andre omsorgsinstitusjoner	8	18	8	18	16	13	3	8	2	2	8	7	6	5
55 Barnehager og barneparkar	0	0	0	26	21	25	19	0	0	1	27	25	26	31
56 SFO	0	0	0	0	2	2	2	0	0	0	0	1	1	5
57 Sosialtjenester utenfor institusjon	0	0	0	4	3	2	2	0	0	0	13	12	13	22
60 Generelt fritidstilbud	2	2	2	3	0	0	0	1	1	1	2	2	3	2
61 Biblioteker og arkiver	2	2	2	2	1	3	3	2	2	2	2	2	3	1
62 Andre kulturelle fritidstilbud	1	2	2	3	4	6	5	0	0	0	0	0	1	1
63 Idrettstilbud	1	1	0	2	0	1	1	0	0	0	17	22	0	0
80 Justissektor	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
81 Brannvern og redningstjeneste	0	0	20	1	2	2	2	0	0	1	1	1	1	1
82 Off. Adm knyttet til personlig tjenesteyting	12	17	25	20	13	10	15	17	22	15	15	14	8	6
83 Trygdeordninger underlagt off. forvaltning	6	6	5	5	3	4	3	6	6	5	5	3	4	3
84 Andre tjenester	5	5	6	6	2	5	4	5	5	4	5	1	2	1
90 Frisering og annen skjønnhetspleie	3	4	2	2	2	2	2	4	4	6	5	5	5	4
91 Personlig tjenesteyting ellers	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	2	0	0
	450	486	444	424	422	421	366	420	441	451	386	377	410	383

## Antall syssels. innen tjenester 1998-2010

Tjeneste	1640 Røros						
	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2010
00 Dagligvarebutikker	128	48	66	94	115	101	98
01 Klesbutikker	18	24	14	27	40	36	36
02 Apotek	13	13	13	13	13	12	11
03 Bokhandlere	8	8	2	8	7	7	6
04 Spesialbutikker dagligvarer	13	8	12	9	6	7	8
05 Spesialbutikker ellers	94	97	87	99	108	127	109
06 Butikker med bredt utvalg	2	106	56	10	15	16	41
07 Tjenester og salg tilknyttet motorkjøretøy	8	8	14	15	7	11	7
08 Reparasjon av kjøretøy	21	22	26	25	29	33	37
09 Detaljhandel med drivstoff til motorkjøretøy	18	25	24	23	31	27	24
0A Reparasjon av forbruksvarer	3	2	2	3	3	5	2
10 Reiseliv – overnatting	11	10	11	190	164	148	124
11 Restauranter og kafeer	33	44	37	36	36	28	37
12 Annen serveringsvirksomhet	2	2	2	0	0	0	0
13 Reiseliv – opplevelsestjenester	14	8	9	9	9	10	9
14 Drosjebiltransport	19	17	23	20	20	15	9
15 Annen persontransport	22	61	51	43	42	43	42
20 Posttjenester	27	26	28	29	23	23	13
21 Banktjenester	47	47	47	40	40	48	44
22 Andre finansielle tjenester	19	18	8	3	4	2	1
23 Etterforskning, vaktjenster og vaktmestertjenester	1	1	1	2	5	9	6
24 Arkitektvirksomhet	1	2	0	0	1	0	0
25 Andre bolig- og eiendomstjenester	0	0	0	0	0	0	4
26 Forretningsmessig tjenesteyting ellers	2	19	19	22	20	24	43
30 Førskoleundervisning og spesialundervisning i grunnskolen	8	13	1	1	3	4	4
31 Grunnskoleundervisning	107	97	107	117	119	127	115
32 Videregående skole	88	68	83	79	74	78	81
33 Universitets- og høyskoleundervisning	0	0	0	0	0	0	0
34 Trafikkskoleundervisning	2	2	1	0	3	4	1
35 Annen opplæring	24	26	20	26	24	20	22

## Antall syssels. innen tjenester 1998-2010

Tjeneste	1640 Røros						
	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2010
40 Allmenn legetjeneste	28	21	29	21	23	19	20
41 Almennelige somatiske sykehus og poliklinikker	153	123	88	93	90	80	84
42 Almennelige somatiske sykehjem	0	0	0	88	85	77	84
43 Spesialiserte legetjenester	4	4	4	4	3	4	3
44 Spesialtilbud i somatiske sykehus og sykehjem	0	0	0	35	69	63	74
45 Psykiatriske institusjoner og tjenester	0	1	2	8	6	6	6
46 Klinisk psykologtjeneste	0	0	0	2	1	1	0
47 Tannhelsetjenester	8	9	14	14	17	18	16
48 Fysioterapitjeneste	0	0	0	2	1	1	0
49 Skole- og helsestasjonstjeneste	2	5	3	8	9	6	7
4A Andre forebyggende helsetjenester	94	96	86	0	0	0	0
4B Andre helsetjenester	0	0	2	6	4	5	13
50 Omsorgstjenester og -institusjoner for barn og familier	0	0	2	2	0	0	0
51 Omsorgsinstitusjoner for eldre og funksjonshemmede	0	0	0	23	60	60	63
52 Hjemmehjelp	64	98	89	73	80	71	72
53 Sosialtjenester og omsorgsinstitusjoner for rusmisbrukere	129	106	96	0	0	0	0
54 Andre omsorgsinstitusjoner	8	8	8	8	19	19	16
55 Barnehager og barneparkar	0	0	0	70	92	83	91
56 SFO	0	0	0	0	3	5	4
57 Sosialtjenester utenfor institusjon	0	0	0	61	69	70	83
60 Generelt fritidstilbud	0	0	0	1	2	2	2
61 Biblioteker og arkiver	2	7	2	2	4	5	4
62 Andre kulturelle fritidstilbud	2	1	3	10	23	24	29
63 Idrettstilbud	7	2	2	5	11	13	12
80 Justissektor	22	22	20	15	16	16	17
81 Brannvern og redningstjeneste	31	36	30	10	12	12	12
82 Off. Adm knyttet til personlig tjenesteyting	22	24	25	25	28	30	34
83 Trygdeordninger underlagt off. forvaltning	11	11	10	10	7	14	12
84 Andre tjenester	11	11	10	10	7	8	6
90 Frisering og annen skjønnhetspleie	9	8	8	14	12	15	18
91 Personlig tjenesteyting ellers	1	3	4	5	5	10	9
	475	613	692	404	471	644	511

