

Notat – nr. 6/2019

Lars J. Halvorsen og Finn Ove Båtevik

## **Resultat frå undersøking blant drivarar av Merkur-bokhandlarane i 2019**



<b>Forfatter</b>	Lars J. Halvorsen og Finn Ove Båtevik
<b>Ansvarleg utgjevar</b>	Høgskulen i Volda
<b>ISSN</b>	1891-5973
<b>Sats</b>	Forfattar
<b>Distribusjon</b>	<a href="http://www.hivolda.no/">http://www.hivolda.no/</a>

Resultat frå undersøking blant drivarar av Merkur-bokhandlarane i 2019.

© Forfattar/Høgskulen i Volda

Føresegnene i åndsverklova gjeld for materialet i denne publikasjonen. Materialet er publisert for at du skal kunne lese det på skjermen eller framstille eksemplar til privat bruk. Utan særskild avtale med forfattar/Høgskulen i Volda er all anna eksemplarframstilling og tilgjengeleggjering berre tillate så langt det har heimel i lov eller avtale med Kopinor, interesseorgan for rettshavarar til åndsverk.

#### **Om notatserien**

Ulike slag publikasjonar av mindre omfang, t.d. forprosjektnotat, papers, artikkelutkast o.a. Eit hovudføremål med serien er å stimulere til publisering og fagleg debatt i miljøet. Kvar forfattar er ansvarleg for sitt arbeid, og dekan skal vere orientert om utgjevinga på førehand. Manusset må vere gjennomarbeidd med omsyn til språk og struktur.

## Innhold

Forord .....	4
Om notatet .....	5
Om metoden og datamaterialet .....	5
Kjenneteikn ved drivarane .....	6
Bokhandelen og lokalsamfunnet .....	10
Tilleggstenester .....	11
Endringar og utfordringar .....	13
Omsetning og resultat .....	15
Kunnskapsbehov .....	17
Interesse for deltaking i utviklingsprosjekt .....	21
Betydninga av Merkur-konsulentane .....	22
Når butikken har fått ekstra oppfølging .....	23
Tilbakemeldingar og forbetningsforslag .....	23
Kjelder: .....	24
Vedlegg: Spørjeskjema .....	25

## Forord

Notatet er utarbeidd av Høgskulen i Volda på oppdrag frå Kompetansesenter for distriktsutvikling – Distriktssenteret, og gir ei oppsummering av funn frå ei spørjeundersøking blant drivarar av bokhandlarar som er med i Merkur-programmet. I tillegg til forfatarane har Kristian Rindheim vore med på datainnsamlinga i prosjektet. Drivarane skal ha ein stor takk for å ha tatt seg tid til å svare på spørjeskjemaet i ein elles svært travel kvardag.

Ingvill Dahl og Aina Sofie Brox har vore våre kontaktpersonar ved Distriktssenteret. Vi vil takke dei begge to, og dei andre som arbeidar med Merkur-programmet for eit godt og konstruktivt samarbeid.

Lars Julius Halvorsen (prosjektleiar)

Finn Ove Båtevik

Volda 1. oktober 2019

## Om notatet

Notatet er utarbeidd av Høgskulen i Volda på oppdrag frå Kompetansesenter for distriktsutvikling – Distriktssenteret. Distriktssenteret overtok første januar forvaltninga av Merkur-programmet (Merkantilt kompetanseprogram for utkantbutikkane i regionane). Distriktssenteret er i gang med ein prosess der dei vurderer korleis dei skal utvikle programmet vidare. Notatet inngår i kunnskapsgrunnlaget for dette arbeidet. Det gir ei oppsummering av funn frå ei spørjeundersøking blant bokhandlarar som er med i Merkur-programmet og er ein dokumentasjon av empirien samla inn gjennom undersøkinga. Merkur Bok er eit kompetanseprogram for bokhandlar i distrikta. Programmet er eit tilbod om kompetansebygging og nettverksarbeid for å styrke grunnlaget for lønnsam drift.<sup>1</sup> Notatet og undersøkinga er bygd opp over same lest som eit tilsvarande notat som omhandlar utkantbutikker som er med i Merkur-programmet (Halvorsen og Båtevik, 2019, jf. også Halvorsen og Båtevik, 2014 og Rasmussen 2017). Innhaldet i det føreliggande notatet blir i stor grad relatert til innhaldet i den undersøkinga som er gjort blant utkantbutikkane i 2019. Dei to undersøkingane, den eine blant drivarar av Merkur-butikkane og den du les no som er gjennomført blant drivarar av Merkur-bokhandlarane, er i hovudtrekk gjennomført etter same lest.

## Om metoden og datamaterialet

Data er samla inn i løpet av august 2019. Det blei sendt ut ei spørjeskjema via internett. Skjemaet vart sendt til alle drivarar av bokhandlane i Merkur-programmet i heile landet. Aktuelle bokhandlarar vart identifisert på grunnlag av registeropplysningar som Merkur disponerer. Det er gjennomført ei oppfølging av fleire bokhandlarar over telefon for sikre flest mogelege svar. Ettersom undersøkinga vart gjennomført om sommaren, ein travel periode for mange drivarar, gjekk innsamlinga over fleire veker.

Det kom inn svar frå i alt 30 bokhandlarar, av i alt 58 i Merkur-programmet. Gjennom undersøkinga har vi såleis fått tilbakemeldingar frå 52 % av alle drivarane av Merkur-bokhandlar i Noreg.

---

<sup>1</sup> <https://www.merkur-programmet.no/bokhandel>

## Kjenneteikn ved drivarane

### Figur 1:

Eit klart fleirtal av bokhandlarane er kvinner (73 prosent). Kvinneandelen er såleis enda større blant desse enn blant utkantbutikkane.

### Figur 2:

To av tre bokhandlarar i Merkur bok har passert 55 år (64 prosent). Ingen er under 40 år. Desse tala syner at det vil komme mange skifte blant drivarane av distriktsbokhandlarar innan få år.

### Figur 3:

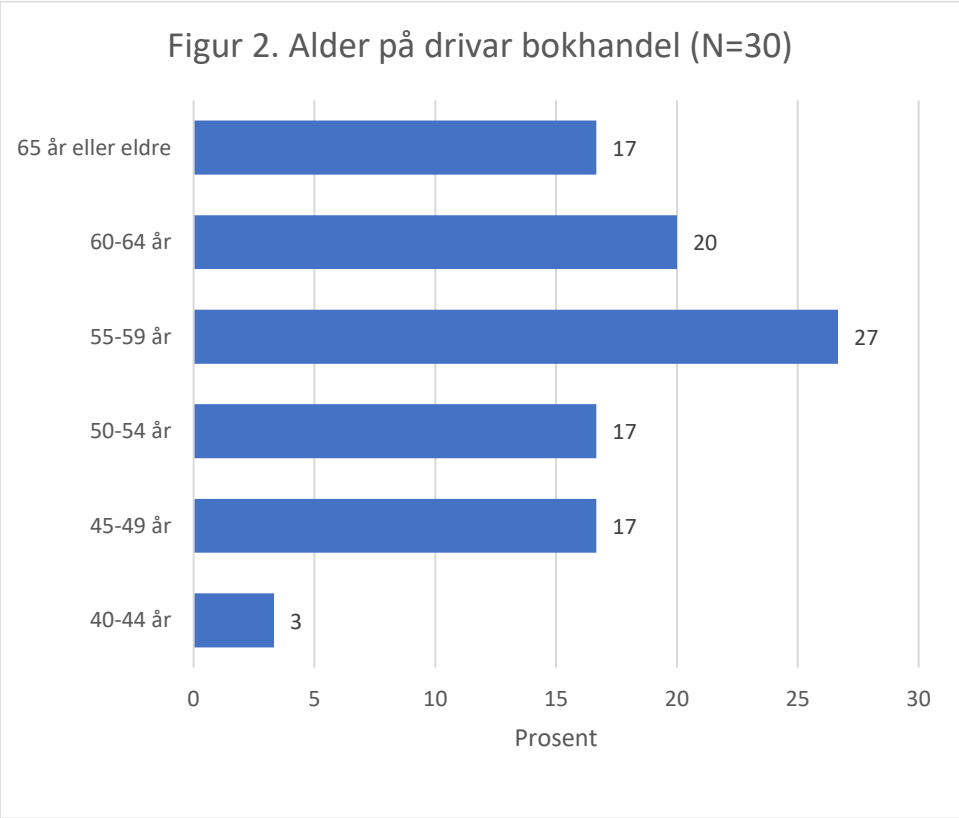
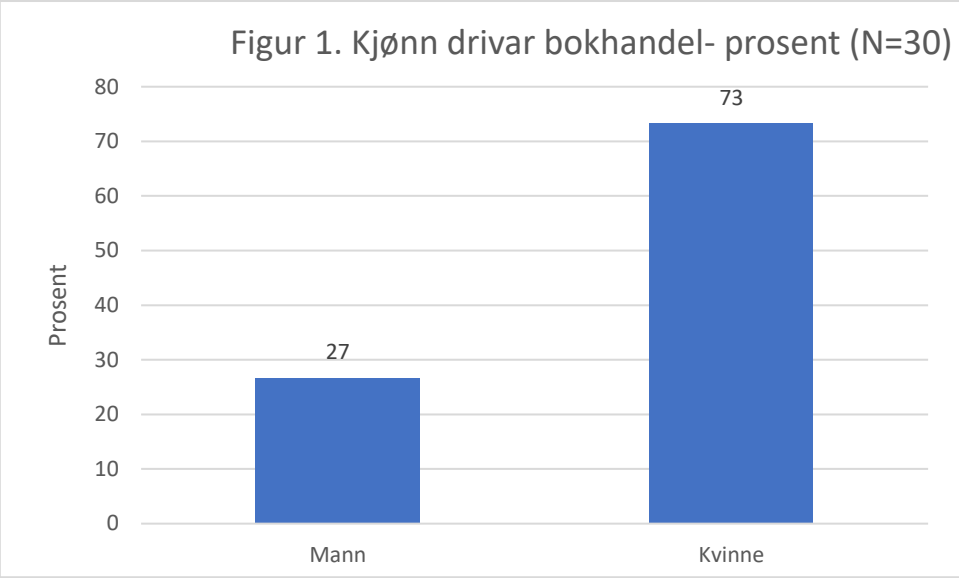
Den høge gjennomsnittsalderen gjer at mange også har lang fartstid i bransjen. Nesten halvparten (46 prosent) av drivarane har hatt ansvar for butikken i meir enn 20 år. Trass høg gjennomsnittsalder, er likevel ikkje nyrekrutteringa fråverande. Sjølv om dei yngste drivarane, det vil seie dei som er i 40-åra, berre utgjer 20 prosent av alle drivarane, er det 29 prosent som har vore drivar i ti år eller mindre. Det betyr at det ikkje er uvanleg at dei som kjem inn som drivarar er i godt vaksen alder.

### Figur 4:

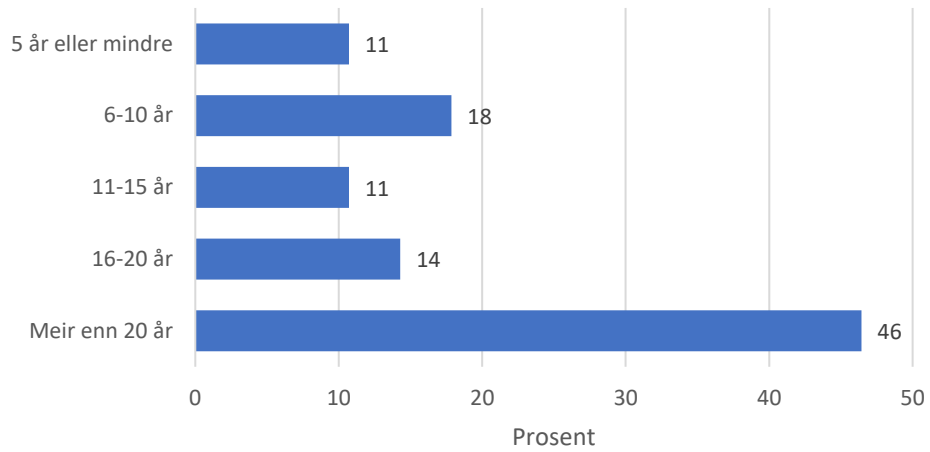
Samanlikna med drivarane av Merkur-butikkane var det ein større del av bokhandlarane som var utan erfaring frå bransjen då dei kom inn som drivarar (45 prosent av bokhandlarane mot 31 prosent blant utkantbutikkdrivarane).

### Figur 5:

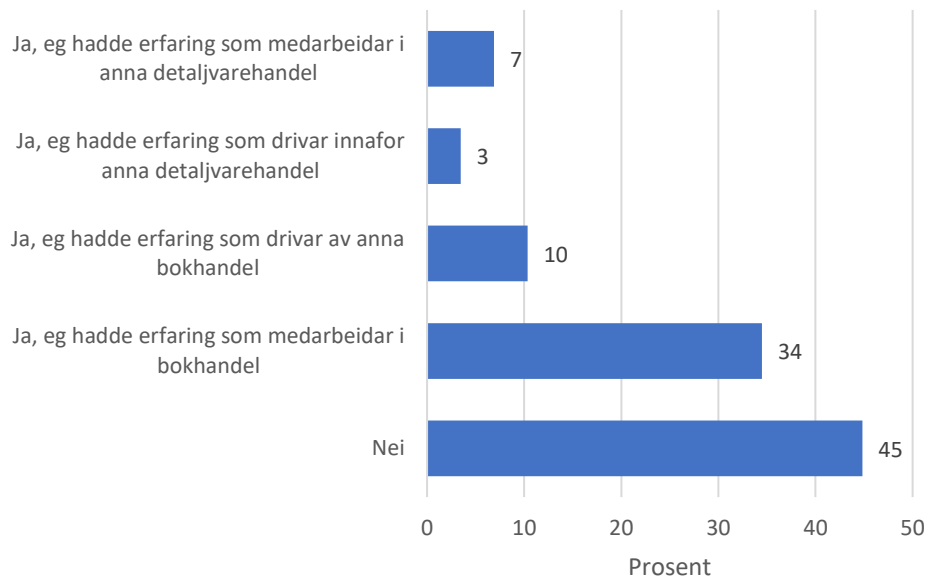
Derimot er det ein større del av drivarane av bokhandel som har formell utdanning retta mot bransjen. Det er for eksempel nærare ein tredjedel (31 prosent) som anten har fullført bokhandlarskule, fagskulen for bokbransjen eller vidaregåande utdanning i merkantile fag. Enkelte av dei som har svart «anna» har i tillegg gjennomført kortare utdanningar med relevans for bransjen, mellom anna toårige høgskuleutdanningar. Medan drivarane av utkantbutikkane har meir realkompetanse når dei går inn i rolla som drivarar, er det såleis eit større innslag av formell kompetanse blant bokhandlarane.



Figur 3. Tal år som drivar av bokhandel (N=28)

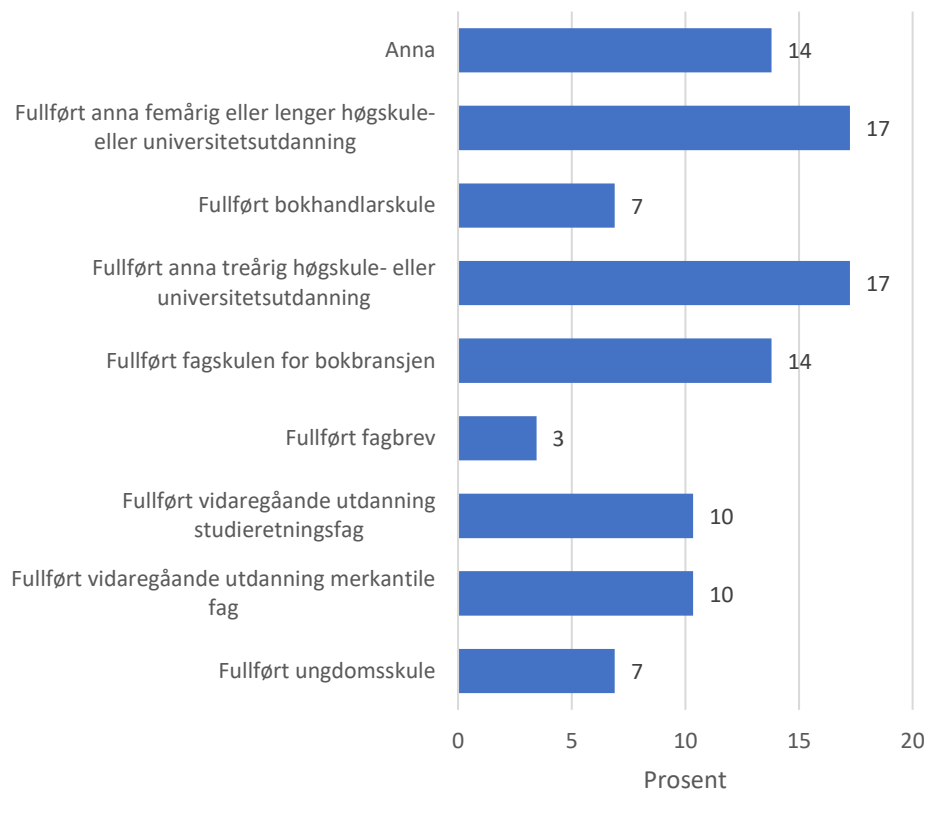


Figur 4. Erfaring med drift av bokhandel ved overtaking (N=29)





Figur 5. Utdanningsbakgrunn drivar bokhandel  
(N=24)



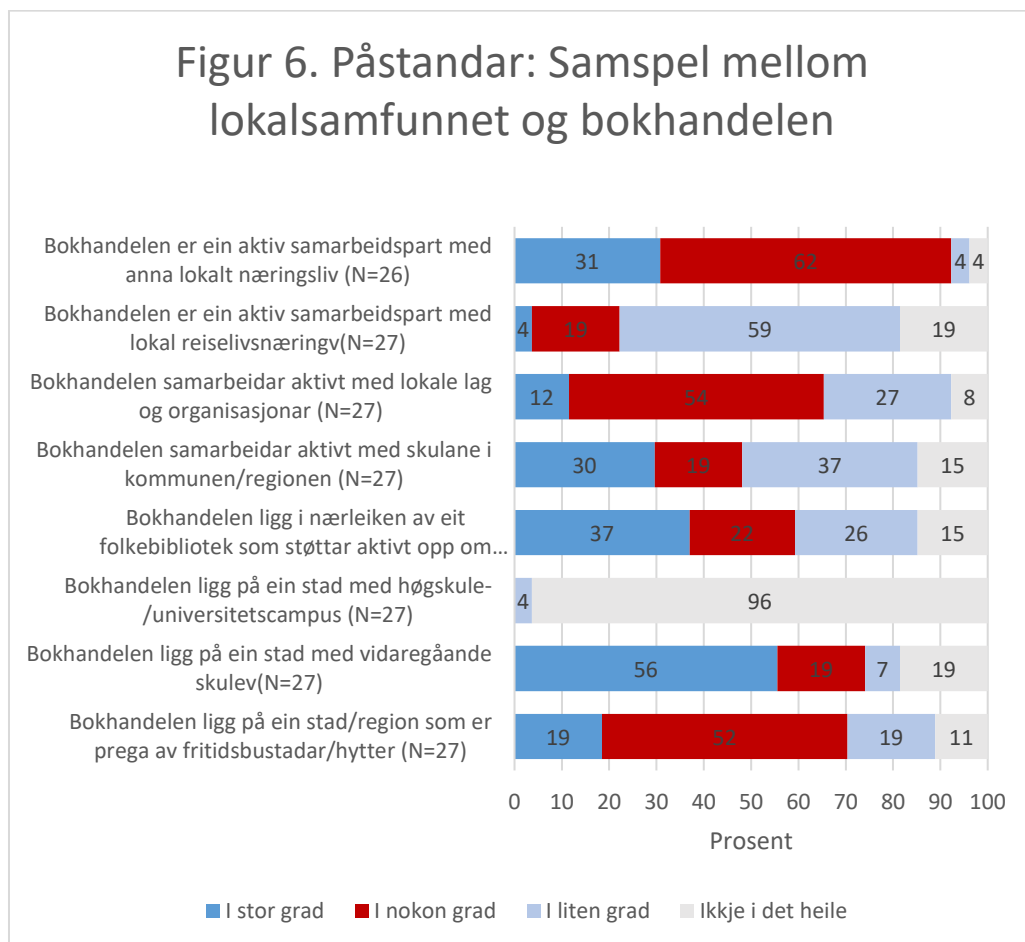
## Bokhandelen og lokalsamfunnet

Figur 6:

Samspelet mellom bokhandel og lokalsamfunn er mindre synleg enn samspelet mellom nærbutikken og bygda. Samspelet mellom bokhandel og lokalsamfunn er likevel viktig.

Dette samspelet kjem til uttrykk på fleire måtar:

- Eit fleirtal av bokhandlarane ligg på ein stad med vidaregåande skule
- Samspelet mellom bokhandelen og lokale lag og organisasjonar, samt samspelet med skulane og biblioteka i nærområde har relativt stor betydning for rundt halvparten av bokhandlarane
- Mange bokhandlarar opplever seg også som ein aktiv samarbeidspart med anna lokalt næringsliv



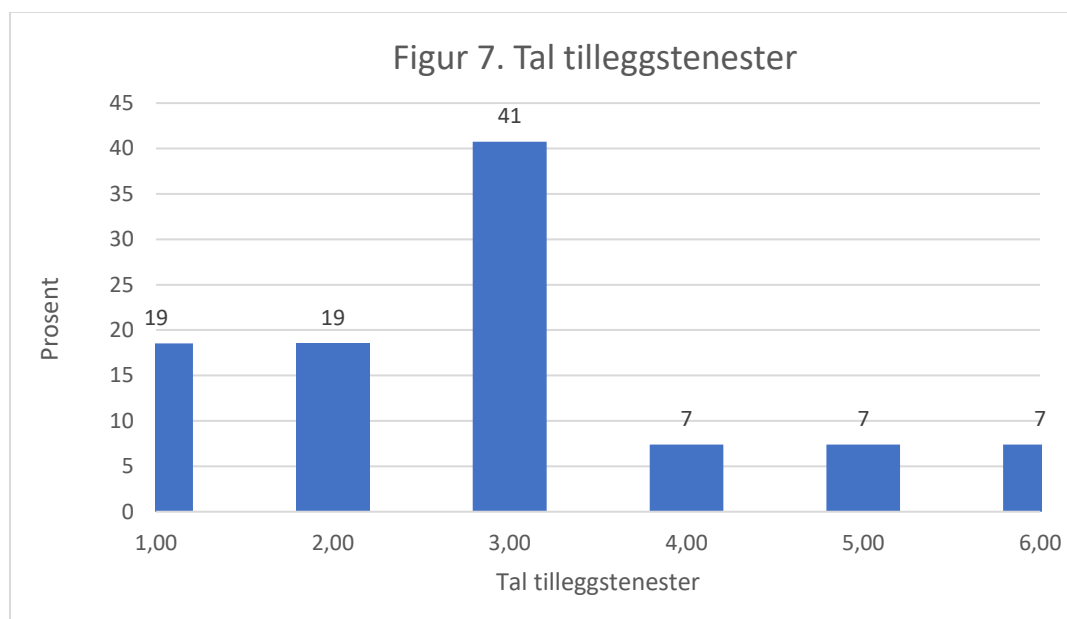
## Tilleggstenester

Figur 7:

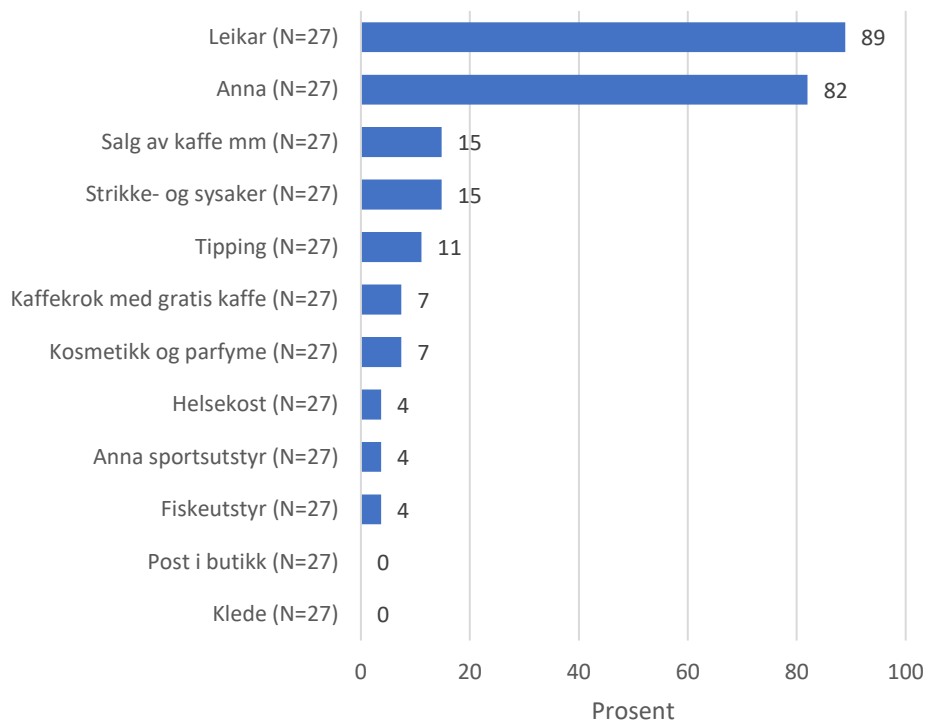
Alle bokhandlarane har tilleggstenester, men ikkje av same omfang som nærbutikkane i Merkur-programmet. Det var likevel nærare to av tre bokhandlarar (62 prosent) som hadde 3 tilleggstenester eller meir.

Figur 8:

Samansetninga av tilleggstenester skil seg ein god del frå tilsvarande i nærbutikkane. Nærbutikken har ein heilt anna funksjon, og ligg i langt mindre lokalsamfunn enn bokbutikkane, og mykje av forskjellane i tilleggstenester speglar dette. Kombinasjonen bøker og leikar er svært vanleg. I tillegg kjem eit breitt utval av tenester. Dette handlar i stor grad om sal av ulike artiklar, i tillegg til bøker. Enkelte har tippetenester, men dette er langt mindre vanleg enn i nærbutikkane. Vi ser og tendensar til at bokhandlarane etablerer ein sosial møtepunktfunksjon. Fire (15 %) bokhandlarar har sal av kaffi med meir, medan to (7 %) bokhandlarar har etablert kaffikrok med gratis kaffi.



Figur 8. Andel butikkar med ulike tilleggstenester



## Endringar og utfordringar

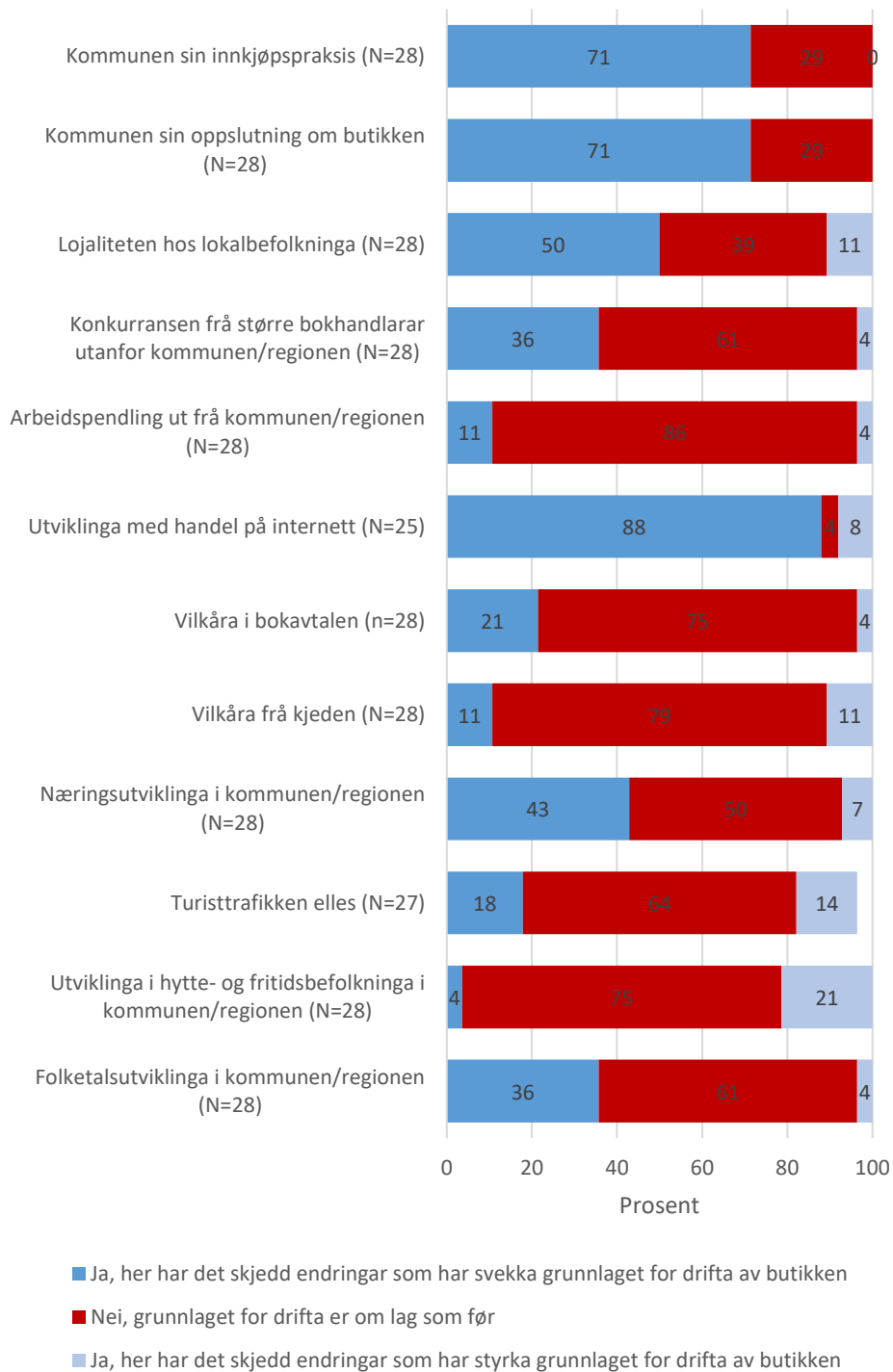
Figur 9:

Mekanismane som skaper endringar og utfordringar for bokhandlarane i distrikta, skil seg ein god del frå tilsvarande blant nærbutikkane i Merkur-programmet.

- Konkurransen frå internetthandelen pregar dei fleste, og mange av bokhandlarane (88 prosent) opplever at dette har medverka til å svekke grunnlaget for drifta dei fem siste åra
- Det er rundt tre av fire bokhandlarar som opplever at innkjøpspraksis i kommunen og oppslutninga frå kommunen elles, er svekka
- Halvparten opplever svekka lojalitet frå kundane i eigen region
- Befolkningsnedgang og svekka næringsutvikling er også noko som endrar nærmarknaden for relativt mange av butikkane

Stabilitet pregar også fleire område, ikkje minst vilkåra frå eiga kjede og i bokavtalen. Der er derimot få bokhandlarar som peikar på forhold som faktisk har styrka grunnlag for drifta dei siste åra vi har lagt bak oss. Det skal likevel nemnast at 21 prosent peikar på at hytte- og fritidsbefolkninga betyr stadig meir for drifta av butikken, medan 14 prosent melder det same med tanke på turisttrafikken. Det er såleis nokre få lyspunkt i det samla biletet.

Figur 9. Endringer som har påverka drifta i perioden 2014-2019



## Omsetning og resultat

Figur 10:

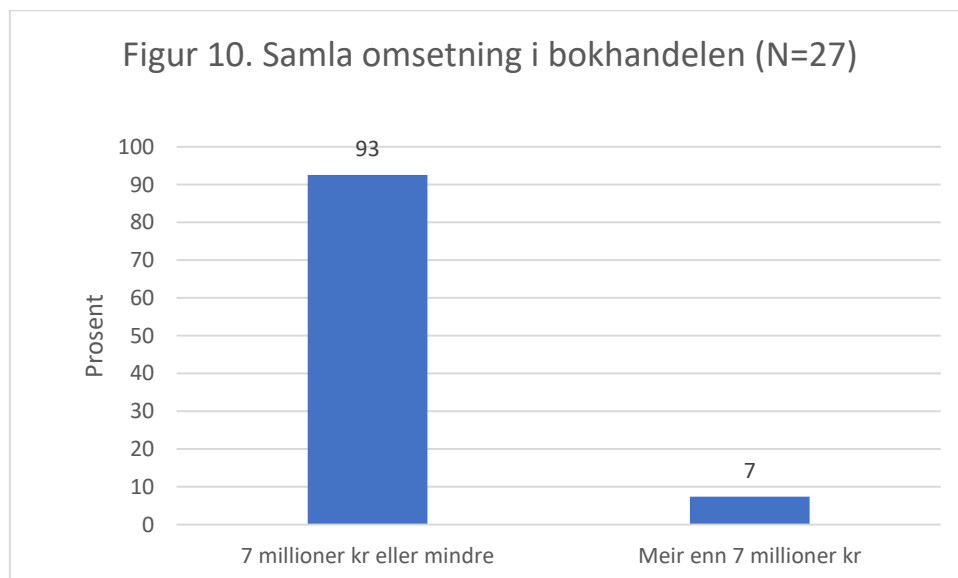
Det store fleirtalet (93 prosent) av distriktsbokhandlarane har ei omsetning på 7 millionar eller mindre. Omsetninga ligg såleis i gjennomsnitt klart under tilsvarande tal for utkantbutikkane i Merkur-programmet. Her må det understrekast at omsetningstala ikkje kan samanliknast direkte, då bokhandlarar truleg har markant høgare bruttoavanse enn utkantbutikkane.

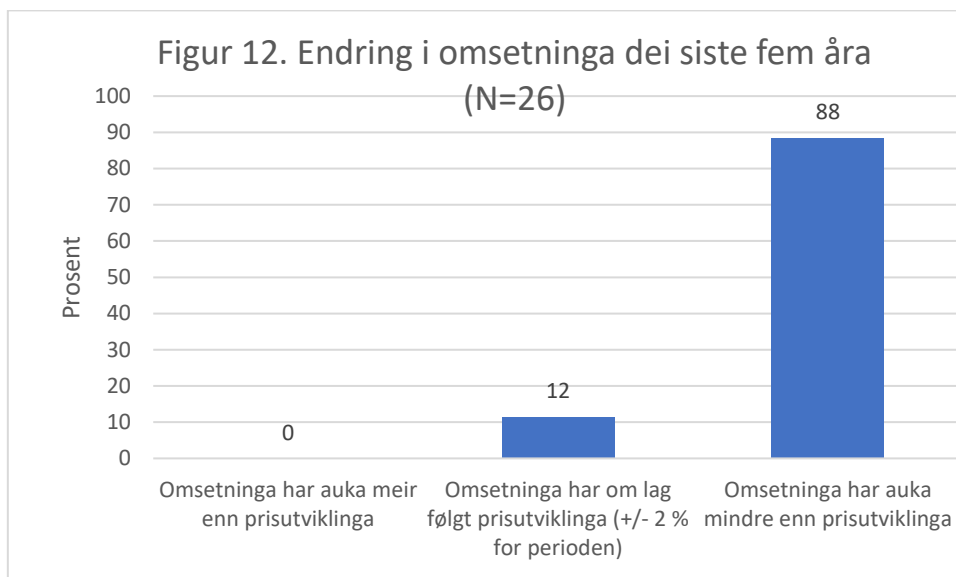
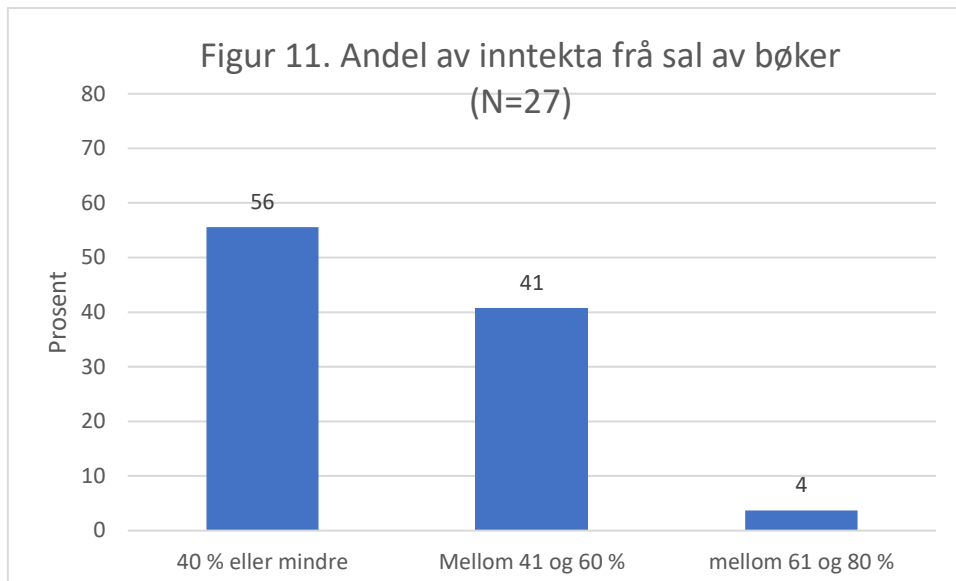
Figur 11:

Sal av bøker utgjer 40 prosent eller mindre av inntekta for meir enn halvparten (56 prosent) av bokhandlarane. Dei er såleis heilt avhengige av anna aktivitet enn den som er knytt til sal av bøker.

Figur 12:

Medan ein del av nærbutikkane i Merkur-programmet kan vise til ein vekst i omsetninga som er høgare enn prisutviklinga, kan ingen av bokhandlarane vise til det same. For dei aller fleste (88 prosent) har veksten i omsetninga vore svakare enn prisutviklinga. Nokre bokhandlarar vi har vore i kontakt med har peika på at inntektene fall markant for to til tre år sida.







## Kunnskapsbehov

### Figur 13:

Kunnskapsbehovet er breitt blant dei som driv av bokhandelen. Langt på veg speglar behova til bokhandlarane, behova til drivarane av nærbutikkane. Den største forskjellen mellom dei to gruppene er at bokhandlarane i noko mindre grad har uttrykt behov for meir kunnskap i butikkleiing, trendar, vareutval og kundepleie. Mange av bokhandlarane set derimot kunnskap om offentlege innkjøp, marknadsføring, dialog med politikarar og kommuneadministrasjon og dialog/kontakt med lokalsamfunnet høgt på lista.

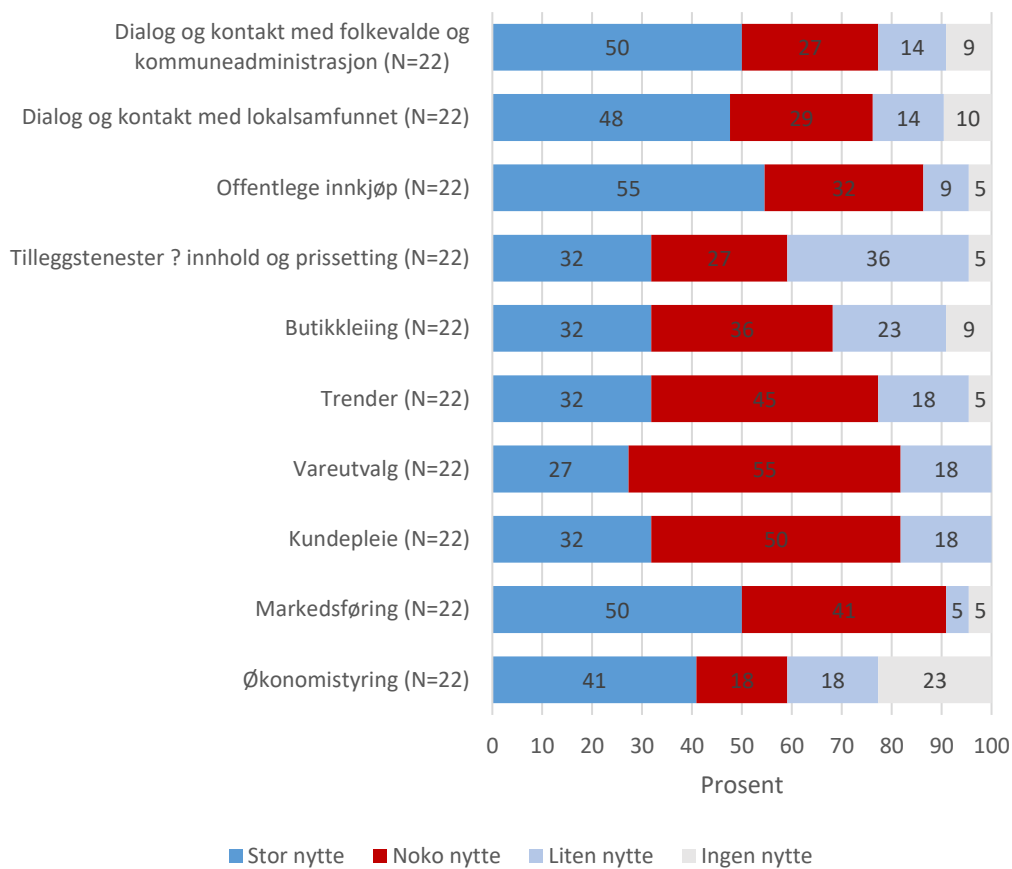
### Figur 14:

Drivarane er opne for at kunnskapspåfyll kan skje på mange måtar. På same måte som for nærbutikkane, er det tette og nære oppfølgingar som blir høgast verdsett. Særleg mange ser nytten av å besøke andre butikkar.

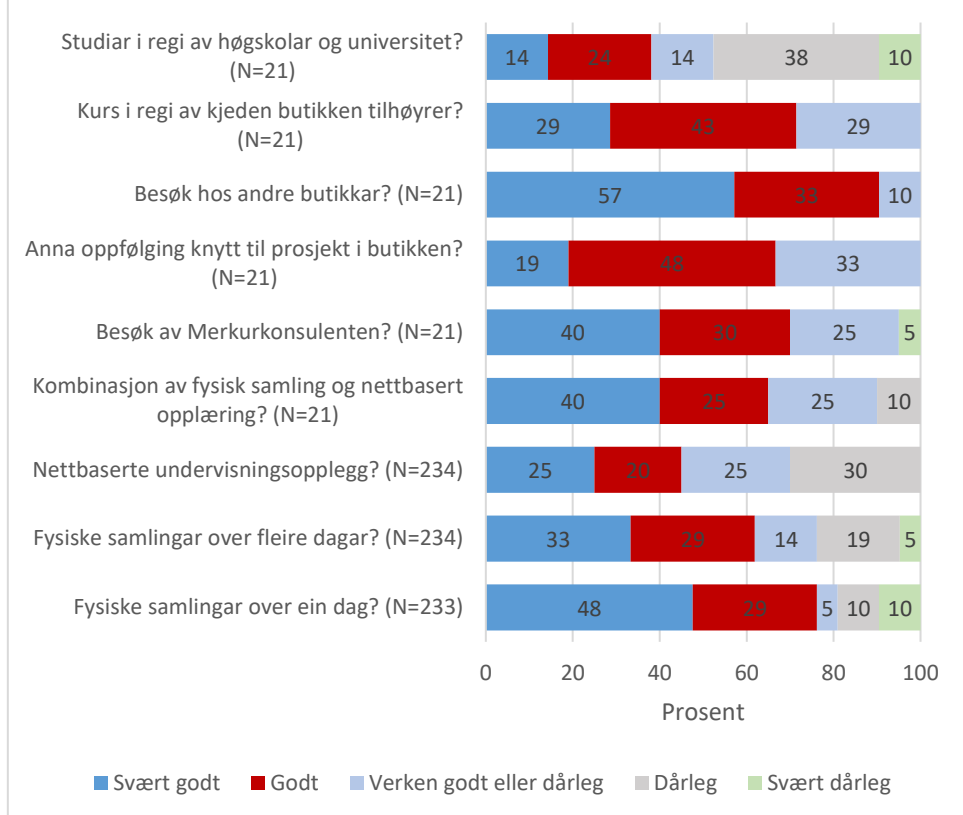
### Figur 15-16:

Til liks med nærbutikkane, er sommaren lite gunstig for opplæringstiltak, kurs og liknande. Skulestart er også ein travel periode for dei fleste. I motsetnad til nærbutikkane, er også førjulstida ein travel periode for mange av dei som sel bøker og liknande varer. Såleis er det tida mellom nyttår og Påske og mellom Påske og St. Hans som gir mest opningar for kompetansopåfyll. Når det er sagt, er det også mange som gir uttrykk for at tidspunktet ikkje har så stor betydning, særleg når det er snakk om besøk frå Merkur-konsulenten.

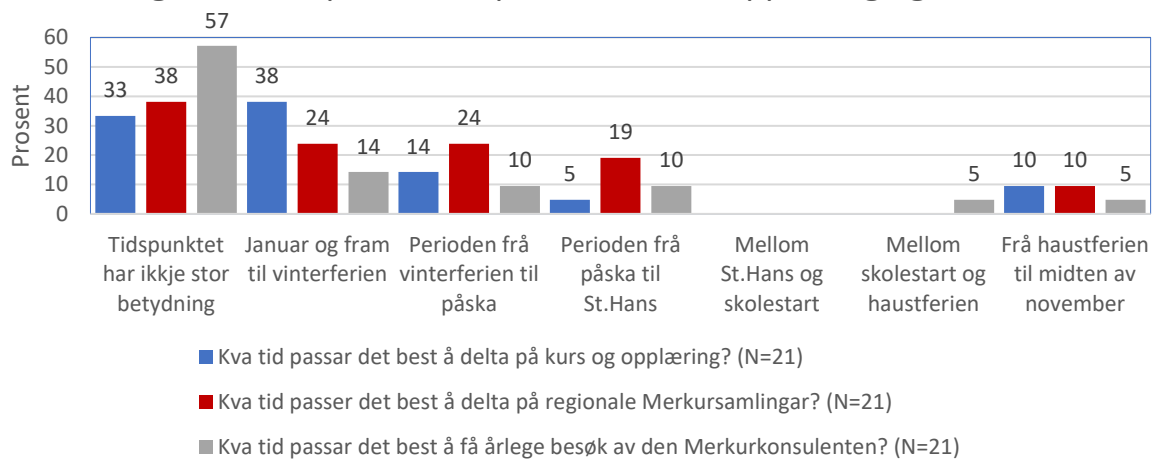
Figur 13. Vurdering av kor stor nytte nytte drivarane av bokhandelen ville ha av meir kunnskap på utvalde område



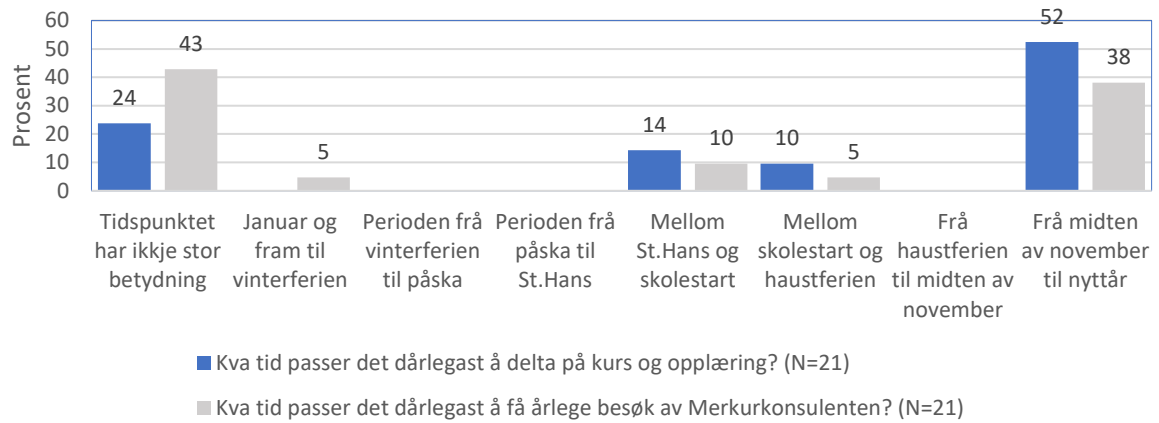
Figur 14. Vurdering av korleis kunnskapspåfyll best kan skje:



Figur 15. Tidspunkt som passar best for opplæring og besøk



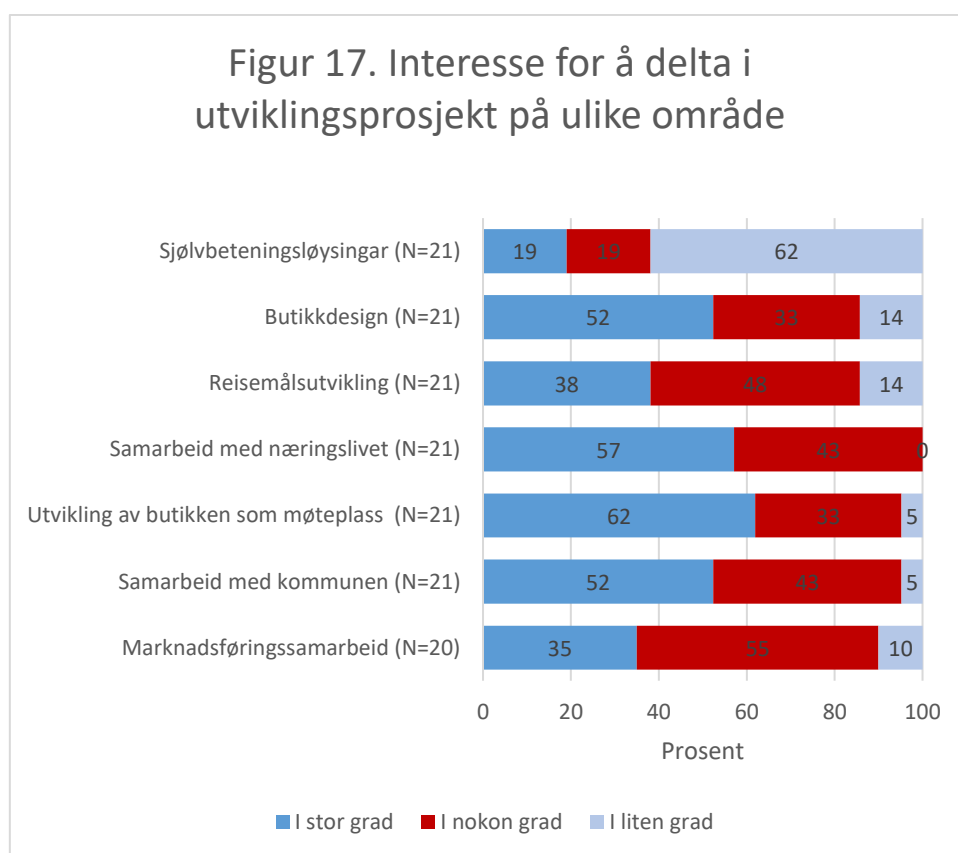
Figur 16. Tidspunkt som passar dårlegast for oppl ering og besøk



## Interesse for deltaking i utviklingsprosjekt

Figur 17:

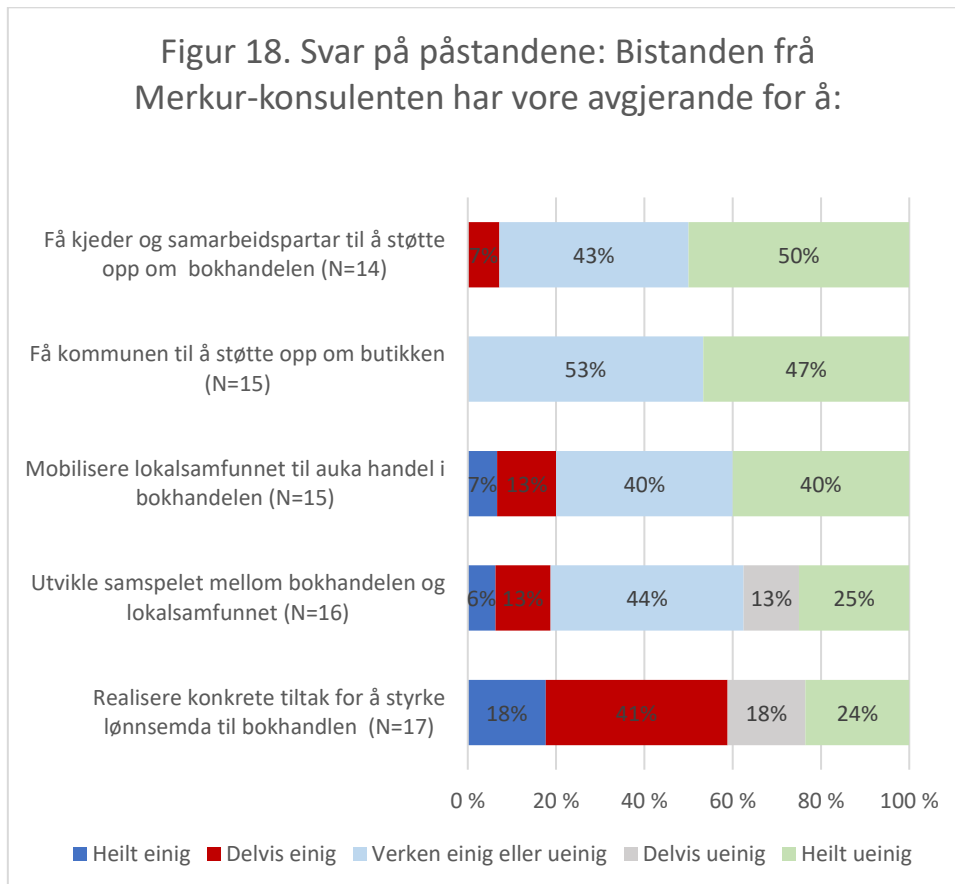
Interessa for å bli involvert i utviklingsprosjekt er stor og vel så stor som blant nærbutikkane. Det gjeld for fleire av dei områda på lista som bokhandlarane skulle ta stilling til. Størst er interessa for å utvikle bokhandelen som møteplass i lokalsamfunnet og for utvikle samarbeidet med næringslivet elles i lokalsamfunnet. Minst er interessa for å utvikle sjølvbeteningsløysingar. Vi har også spurt om forslag til andre tema for utviklingsprosjekt. Her vart det mellom anna foreslått utviklingsprosjekt om utvikling av turistinformasjon og bruk av sosiale media.



## Betydninga av Merkur-konsulentane<sup>2</sup>

Figur 18:

Godt over halvdel (59 prosent) av bokhandlarane opplever at bistanden frå Merkur-konsulentane har vore viktig for å realisere tiltak for å styrke lønsemda til eigen butikk. Blant svar på dette punktet, skil dette seg klart ut. I tillegg har Merkur-konsulentane hatt ei viktig rolle i det å styrke samspelet med lokalsamfunnet, samt å mobilisere lokalsamfunnet til å bidra til auka handel i den lokale bokhandelen.



<sup>2</sup> Alle som har sagt at den aktuelle forma for bistand ikkje er relevant for butikken, er haldne utanfor denne delen av analysen. Derfor er N mindre i dette tilfelle, jamført med fleire av dei andre figurane i notatet.

## Når butikken har fått ekstra oppfølging

Det er 15 prosent av bokhandlarane som har hatt ekstra oppfølging dei fem åra frå 2014 og fram til sommaren 2019. Dette utgjer berre tre butikkar, og er såleis eit lite materiale å hente erfaringar frå. I eitt tilfelle har bistanden vore avgjerande for å få nye drivarar på plass. I eitt anna tilfelle har bistanden vore viktig for å sikre at butikken kunne overleve.

## Tilbakemeldingar og forbettringsforslag

Drivarane vart oppfordra til å gje opne tilbakemeldingar på kva som fungerte godt ved programmet og å komme med forslag til forbettringar.

Ein tydeleg tendens i desse svara er at bokhandlarane til liks med drivarane av distriktsbutikkar hadde stort utbytte av å møte kollegaer. Fleire var også nøgde med organiseringa og innhaldet på samlingane. Ein viktig forskjell mellom dei to gruppene er at bokhandlarane hadde eit langt meir nyansert syn på programmet. Tre av bokhandlarane peika på at Merkur-konsulentane ikkje var godt nok skolert i drift av bokhandel og to stilte spørsmål om nytta ved å vere med i programmet. Dette kan henge saman med at Merkur-satsinga på bokhandlarar har vart kortare enn satsinga på utkantbutikkar. Ein bokhandlar peika på at hans konsulent har auka sin forståing for drift av bokhandel. Svara kan også henge saman med at ein stor del av distriktsbokhandlarane har lang fartstid og at mange har relevant formell utdanning og kursing inn mot bokbransjen.

## Kjelder:

Halvorsen, L. og Båtevik, F. O. (2014). *Merkur leker ikke butikk. Resultateffektivitet og forvaltningseffektivitet ved KMDs satsing på utkantbutikker*. Volda: Møreforskning.

Rasmussen, P. G. (2017). *Distriktsbutikken – bygdas eneste vareformidler og naturlige møteplass*. Oslo: Institutt for bransjeanalyser AS.

Halvorsen, L. og Båtevik, F. O. (2019). *Resultat frå ei undersøking blant drivarar av Merkur-butikkane 2019*. Volda: Høgskulen i Volda.



## Vedlegg: Spørjeskjema

Høgskulen i Volda har fått i oppdrag av Distriktssenteret å gjennomføre ei brukarundersøking blant bokhandlarar som deltar i Merkur-programmet. Målet med undersøkinga er å finne ut kva behov for kompetanse og rettleiing dykk har for å få til lønnsam butikkdrift og styrke bokhandelen sin rolle i lokalsamfunnet. Resultata frå undersøkinga vil bli brukt som kunnskapsgrunnlag for å betre tilpasse Merkur sitt utviklingsprogram til desse behova.

Vi ber deg som bokhandlar om å svare på spørsmåla. Undersøkinga vil ta ca. 15 min. Opplysningane vi samlar inn vil bli behandla konfidensielt og vil berre være tilgjengelege for prosjektgruppa ved Høgskulen i Volda.

Takk for at du tar deg tid til å delta i denne undersøkinga!

Vi startar undersøkinga med nokre spørsmål om deg og bakgrunnen din

### Kva er namnet på bokhandelen?

\_\_\_\_\_

### Kva er ditt kjønn?

- (1)  Mann  
(2)  Kvinne

### Kva er din alder?

- (1)  20-24 år  
(2)  25-29 år  
(3)  30-34 år  
(4)  35-39 år  
(5)  40-44 år  
(6)  45-49 år  
(7)  50-54 år  
(8)  55-59 år  
(9)  60-64 år  
(10)  65 år eller eldre

**Kva slags utdanning har du? Her vil vi vite den høgaste utdanninga du har. Viss du har fleire utdanningar på same nivå, vil vi at kryssar av for den mest relevante utdanninga**

- (1)  Fullført ungdomsskule
- (2)  Fullført vidaregåande utdanning merkantile fag
- (3)  Fullført vidaregåande utdanning studieretningsfag
- (4)  Fullført fagbrev
- (7)  Fullført bokhandlarskule
- (5)  Fullført fagskulen for bokbransjen
- (6)  Fullført anna treårig høgskule- eller universitetsutdanning
- (8)  Fullført anna femårig eller lenger høgskule- eller universitetsutdanning
- (9)  Anna \_\_\_\_\_

**Kva år starta du som driver av bokhandelen?**

\_\_\_\_\_

**Hadde du erfaring med drift av bokhandel eller anna detaljvarehandel da du tok over bokhandelen?**

- (1)  Nei
- (2)  Ja, eg hadde erfaring som medarbeidar i bokhandel
- (3)  Ja, eg hadde erfaring som drivar av anna bokhandel
- (4)  Ja, eg hadde erfaring som drivar innafor anna detaljvarehandel
- (5)  Ja, eg hadde erfaring som medarbeidar i anna detaljvarehandel

No kjem nokre spørsmål om bokhandelen og lokalsamfunnet den ligger i.

### I kva grad stemmer følgjande for bokhandelen din?

	I stor grad	I nokon grad	I liten grad	Ikkje i det heile
Bokhandelen ligg på ein stad/region som er prega av fritidsbustadar/hytter	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>
Bokhandelen ligg på ein stad med vidaregåande skule	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>
Bokhandelen ligg på ein stad med høgskule-/universitetscampus	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>
Bokhandelen ligg i nærleiken av eit folkebibliotek som støttar aktivt opp om bokhandelen	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>
Bokhandelen samarbeidar aktivt med skulane i kommunen/regionen	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>
Bokhandelen samarbeidar aktivt med lokale lag og organisasjonar	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>
Bokhandelen er ein aktiv samarbeidspart med lokal reiselivsnæring	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>
Bokhandelen er ein aktiv samarbeidspart med anna lokalt næringsliv	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>

**Opplever du at følgjande forhold har endra seg på ein måte som har påverke grunnlaget for drifta av bokhandelen i tida etter 1.januar 2014?**

	Ja, her har det skjedd endringar som har svekka grunnlaget for drifta av butikken	Nei, grunnlaget for drifta er om lag som før	Ja, her har det skjedd endringar som har styrka grunnlaget for drifta av butikken
Folketalsutviklinga i kommunen/regionen	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>
Utviklinga i hytte- og fritidsbefolkninga i kommunen/regionen	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>
Turisttrafikken elles	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>
Næringsutviklinga i kommunen/regionen	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>
Vilkåra frå kjeden	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>
Vilkåra i bokavtalen	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>
Utviklinga med handel på internett	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>
Arbeidspendling ut frå kommunen/regionen	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>
Konkurransen frå større bokhandlarar utanfor kommunen/regionen	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>
Lojaliteten hos lokalbefolkninga	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>
Kommunen sin oppslutning om butikken	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>
Kommunen sin innkjøpspraksis	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>

**Kva andre varer og tenester har du i bokhandelen**

- (1)  Leker
- (14)  Kosmetikk og parfyme
- (6)  Strikke- og sysaker
- (5)  Klær
- (2)  Fiskeutstyr
- (8)  Anna sportsutstyr
- (9)  Helsekost
- (11)  Post i butikk
- (10)  Tipping
- (3)  Salg av kaffe mm
- (4)  Kaffekrok med gratis kaffe
- (7)  Anna \_\_\_\_\_
- (12)  Anna \_\_\_\_\_

**Kva var butikken sin samla omsetning i 2018**

- (1)  7 millioner kr eller mindre
- (2)  Meir enn 7 millioner kr

**Kor stor andel av den samla inntekta kjem frå bøker**

- (1)  40 % eller mindre
- (2)  Mellom 41 og 60 %
- (3)  mellom 61 og 80 %
- (4)  81-100%

**Kva kjenneteiknar den økonomiske delen av drifta dei siste fem åra (2014 til og med 2018)?**

- (1)  Bokhandelen har hatt driftsoverskot kvart år
- (2)  Bokhandelen har hatt driftsoverskot dei fleste åra
- (3)  Bokhandelen har hatt driftsunderskot dei fleste åra
- (4)  Bokhandelen har hatt driftsunderskot kvart år
- (5)  Bokhandelen har ikkje vore i drift alle dei siste fem åra
- (6)  Anna \_\_\_\_\_

**Korleis har den samla omsetning endra seg dei siste fem åra?**

- (1)  Omsetninga har auka meir enn prisutviklinga
- (2)  Omsetninga har om lag følgt prisutviklinga (+/- 2 % for perioden)
- (3)  Omsetninga har auka mindre enn prisutviklinga

No vil vi stille deg nokre spørsmål om dine behov for kunnskap og fagleg påfyll og korleis du Merkur bør innrette tilboda .

**Nedanfor har vi lista opp nokre tema. Vi ber deg om å vurdere kor stor nytte du ville ha av å få meir kunnskap om kvart av dei.**

	Stor nytte	Liten nytte	Ingen nytte	Noko nytte
Økonomistyring	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
Marknadsføring	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
Kundepleie	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
Vareutval	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
Trendar	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
Butikkleiing	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
Tilleggstenester – innhald og prissetting	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
Offentlege innkjøp	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
Dialog og kontakt med lokalsamfunnet	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
Dialog og kontakt med folkevalde og kommuneadministrasjon	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>

**Er det andre tema du treng meir kunnskap om?**

---

**Her er vi interessert i å få vite meir om kva tidspunkt som passer godt og mindre godt for deg å delta i ulike aktiviteter i regi av Merkurprogrammet:**

	Tidspunktet har ikkje stor betydning	Januar og fram til vinterferien	Perioden frå vinterferien til påska	Perioden frå påska til St.Hans	Mellom St.Hans og skolestart	Mellom skolestart og haustferien	Frå haustferien til midten av november	Frå midten av november til nyttår
Kva tid passar det best å delta på kurs og opplæring?	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>
Kva tid passer det dårlegast å delta på kurs og opplæring?	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>
Kva tid passer det best å delta på regionale Merkursamlingar?	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>
Kva tid passar det best å få årlege besøk av den Merkurkonsulenten?	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>
Kva tid passer det dårlegast å få årlege besøk av Merkurkonsulenten?	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>	(7) <input type="checkbox"/>	(8) <input type="checkbox"/>

**Korleis passar det for deg å få kunnskapspåfyll på følgjande måtar:**

	Svært godt	Godt	Verken godt eller dårleg	Dårleg	Svært dårleg
Fysiske samlingar over ein dag?	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
Fysiske samlingar over fleire dagar?	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
Nettbaserte undervisningsopplegg?	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
Kombinasjon av fysisk samling og nettbasert opplæring?	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
Besøk av Merkurkonsulenten?	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
Anna oppfølging knytt til prosjekter i bokhandelen?	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
Besøk hos andre bokhandlarar?	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
Kurs i regi av kjeden bokhandelene tilhøyrar?	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>
Studiar i regi av høgskolar og universitet?	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>

**Er det andre måter du kan tenke deg å få kunnskapspåfyll?**

---

**Merkurprogrammet har gjennomført ei rekke prosjekt der deltakarane får støtte til utvikling av eigen butikk. I kva grad vil du være interessert i å delta i eit slikt utviklingsprosjekt på nokon av de følgjande områda:**

	I stor grad	I nokon grad	I liten grad
Marknadsføringssamarbeid	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>
Samarbeid med kommunen	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>
Utvikling av butikken som møteplass for lokalbefolkninga	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>
Samarbeid med næringslivet	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>
Reisemålsutvikling	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>
Butikkdesign	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>
Sjølvetjeningsløysingar	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>

**Har du forslag til andre tema for slike utviklingsprosjekt?**

---



No kjem nokre åpne spørsmål om dine vurderingar av Merkur sitt hovudprogram.

**Kva fungerte godt ved hovudprogrammet?**

---

**Korleis kan hovudprogrammet bli betre?**

---

Det siste temaet for undersøkinga er dine erfaringar med besøk av den regionale merkurkonsulentent.

**Nedanfor ber vi deg ta stilling til nokre påstandar om dei årlege besøka frå Merkur-konsulentent:**

	Heilt einig	Delvis einig	Korkje einig eller ueinig	Delvis ueinig	Heilt ueinig	Ikkje relevant
Bistanden eg har fått frå Merkur-konsulentent har vore avgjerande for å realisere konkrete tiltak for å styrke lønnsenda til bokhandelen	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>
Bistanden eg har fått frå Merkur-konsulentent har vore avgjerande for å utvikle samspelet mellom bokhandelen og lokalsamfunnet	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>
Bistanden eg har fått frå Merkur-konsulentent har vore avgjerande for å mobilisere lokalsamfunnet til økt handel i bokhandelen	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>
Bistanden eg har fått frå Merkur-konsulentent har vore avgjerande for å få kommunen til å støtte opp om bokhandelen	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>
Bistanden eg har fått frå Merkur-konsulentent har vore avgjerande for å få kjeder og samarbeidspartar til å støtte opp om bokhandelen	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>

**Har den regionale Merkur-konsulentent gitt ekstra oppfølging av butikken etter 1.januar 2014 i samband med ekstraordinære tilhøve som eigarskifte, økonomiske kriser eller liknande.**

- (1)  Ja
- (2)  Nei
- (3)  Veit ikkje

**Nedanfor ber vi deg ta stilling til nokre påstandar om den ekstra oppfølginga frå din regional Merkurkonsulent:**

	Heilt einig	Delvis einig	Korkje einig eller ueinig	Delvis ueinig	Heilt ueinig	Ikkje relevant
Den ekstra oppfølginga frå Merkur-konsulenten har vore avgjerande for å finne fram til nye drivarar av butikken	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>
Den ekstra oppfølginga frå Merkur-konsulenten har vore avgjerande for å sikre overlevnaden til butikken	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>
Den ekstra oppfølginga frå Merkur-konsulenten har resultert i markant auka handel i butikken	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>
Den ekstra oppfølginga frå Merkur-konsulenten har fått lokalsamfunnet til å gjere omfattande dugnadsinnsats for butikken	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>
Den ekstra oppfølginga frå Merkur-konsulenten har fått lokalsamfunn/grendelag til å gi økonomisk støtte eller gå inn med eigenkapital i butikken	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>
Den ekstra oppfølginga frå Merkur-konsulenten har fått kommunen til å støtte butikken økonomiske eller med betalte oppgåver	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	(6) <input type="checkbox"/>

Takk for din hjelp med undersøkinga!