

Haris Dizdar

Handelslekkasje fra Stor-Elvdal
- undersøkelse av innbyggernes innkjøpsvaner

Høgskolen i Hedmark
Notat nr. 3 - 2001

Online-versjon

Utgivelsessted: Elverum

Det må ikke kopieres fra notatet i strid med åndsverkloven og fotografiloven eller i strid med avtaler om kopiering inngått med KOPINOR, interesseorgan for rettighetshavere til åndsverk.

Forfatteren er selv ansvarlig for sine konklusjoner. Innholdet gir derfor ikke nødvendigvis uttrykk for Høgskolens syn.

I notatserien fra Høgskolen i Hedmark publiseres f.eks milepel dokumentasjon av et forsknings- og/eller utviklingsprosjekt, eller andre dokumentasjoner på at et arbeid er i gang eller er utført.

Notatet kan bestilles ved henvendelse til Høgskolen i Hedmark.
(<http://www.hihm.no/Publikasjon/default.htm>)

Notat nr. 3 - 2001

© Forfatteren/Høgskolen i Hedmark

ISBN: 82-7671-159-6

ISSN: 1501-8555



Høgskolen i Hedmark

Tittel: Handelslekkasje fra Stor-Elvdal

Forfatter: Haris Dizdar

Nummer: 3

Utgivelsesår: 2001

Sider: 60

ISBN: 82-7671-159-6

ISSN: 1501-8555

Oppdragsgiver: Stor-Elvdal Næringsforening

Emneord: handelslekkasje, brukerundersøkelse

Sammendrag:

Denne rapporten ble skrevet på oppdrag fra Stor-Elvdal Næringsforening. I en telefonundersøkelse der omtrent 10 % av kommunens husholdninger deltok, fikk man opplysninger om innbyggernes innkjøpsvaner. Det ble estimert at det totale nivået på handelslekkasjen er på ca. 36 millioner kroner. Mens dagligvarer kjøpes hovedsakelig i Stor-Elvdal, reiser man utenfor kommunen for å handle andre varer. Totalt sett er Elverum den viktigste handelsdestinasjon, mens det er relativt mange innbyggere fra den sørlig delen av kommunen som handler på Rena. Klær, skogtøy og møbler er de viktigste varegruppene som kjøpes utenfor kommunen.



Høgskolen i Hedmark

Title: Trade Leak from Stor-Elvdal

Author: Haris Dizdar

Number: 3

Year: 2001

Pages: 60

ISBN: 82-7671-159-6

ISSN: 1501-8555

Financed by: Stor-Elvdal Næringsforening

Keywords: trade leak, consumer survey

Summary:

This report is written on behalf of the municipality of Stor-Elvdal's Næringsforening. Approximately 10% of the municipality's households participated in the survey and information about the inhabitants' shopping habits was gathered through phone interviews. It was estimated that the total value of the trade leak amounts to ca NOK 36 million. While one purchases household articles primarily in Stor-Elvdal, one purchases other goods outside the municipality. Generally speaking Elverum is the main trade destination while relatively many inhabitants from the southern part of the municipality shop in Rena. Cloth, footwear and furniture are the most important commodities inhabitants buy outside the municipality.

Innholdsfortegnelse

Tabeller.....	9
Forord	11
Forord	11
1.0 Innledning.....	13
2.0 Gjennomføring	15
2.1 Innsamling av data.....	15
2.2 Registrering og bearbeiding av data	16
3.0 Hvor mye?	17
3.1 Den direkte metoden	17
3.2 Den indirekte metoden	18
3.3 Oppsummering.....	20
4.0 Hvor?	21
5.0 Hva?.....	25
6.0 Hvordan?	29
7.0 Hvorfor?	33
7.1 Fornøydhhet med lokalt tilbud.....	36
8.0 Hvem?	39
9.0 Konklusjon	43
Vedlegg 1. Spørreskjema	45
Vedlegg 2 Kart over Stor-Elvdal kommune.....	57
Vedlegg 3 Oversikt over handelsbedrifter i Stor-Elvdal.....	59

Tabeller

Tabell 1 Omfanget av handelslekkasjen etter den direkte metoden	18
Tabell 2 Omfanget av handelslekkasjen etter den indirekte metoden	19

Figurer

Figur 1 Fordeling av innkjøpet av dagligvarer etter innkjøpssteder i prosent	21
Figur 2 De intervjuede fordelt etter hvor i kommunen de bor (x-aksen) mens andeler av deres innkjøp av dagligvarer på ulike handelssteder måles langs y-aksen.....	22
Figur 3 Fordeling av innkjøpet av “andre varer” etter innkjøpssteder i prosent.	22
Figur 4 De intervjuede fordelt etter hvor i kommunen de bor (x-aksen) mens andeler av deres innkjøp av “andre varer” på ulike handelssteder måles langs y-aksen.	23
Figur 5 De intervjuede er fordelt etter arbeidssted (x-aksen) mens andeler av deres innkjøp av “andre varer” på ulike handelssteder måles langs y-aksen.....	23
Figur 6 Varegrupper som kjøpes i Stor-Elvdal og som de intervjuede velger som deres første prioritet.....	25
Figur 7 Kjøp av matvarer fordelt etter innkjøpssteder i prosent	25
Figur 8 Varegrupper som kjøpes utenfor Stor-Elvdal og som de intervjuede velger som deres første prioritet.....	26
Figur 9 Kjøp av klær og skotøy fordelt etter innkjøpssteder i prosent	26
Figur 10 Kjøp av møbler og husholdningsartikler fordelt etter innkjøpssteder i prosent.....	27
Figur 11 Er det som regel i forbindelse med andre gjøremål at deres husholdning handler utenfor Stor-Elvdal kommune?	29
Figur 12 I hvilken forbindelse handler deres husholdning utenfor Stor-Elvdal? 30	
Figur 13 På x-aksen ser vi om de intervjuede handler utenfor kommunen i forbindelse med andre gjøremål mens vi måler andeler av ulike årsaker for å reise langs y-aksen.	30
Figur 14 De intervjuede er fordelt etter det viktigste innkjøpssted for “andre varer” (x-aksen) mens andeler av deres innkjøp av “andre varer” på ulike handelssteder måles langs y-aksen	31
Figur 15 Hva avgjør deres valg av innkjøpssted?	33

Figur 16 De intervjuede er fordelt etter det viktigste innkjøpssted for “andre varer” (x-aksen) mens faktorene som avgjør deres valg av innkjøpssted måles langs y-aksen.....	34
Figur 17 De viktigste faktorene som avgjør valg av innkjøpssted fordelt på ulike varegrupper.....	35
Figur 18 Hva savner deres husholdning av tilbud i Stor-Elvdal?	36
Figur 19 Hvorfor er du ikke fornøyd med de butikkene?	37
Figur 20 Hvorfor er du fornøyd med de butikkene?	38
Figur 21 De intervjuede fordelt etter kjønn og den mest prioriterte innkjøpssted.....	39
Figur 22 De intervjuede fordelt etter alder og den mest prioriterte innkjøpssted.....	40
Figur 23 De intervjuede fordelt etter yrke og den mest prioriterte innkjøpssted.....	41
Figur 24 På x-aksen kan vi se om husholdninger eier bil eller ikke mens prioritering av innkjøpssteder måles langs y-aksen.....	41

Forord

I begynnelsen av året fikk Høgskolen i Hedmark forespørsel fra Stor-Elvdal Næringsforening om å bistå i et prosjekt foreningen ønsket å gjennomføre. Formålet med prosjektet var å kartlegge nivået på handelslekkasje fra Stor-Elvdal samt å belyse andre aspekter ved fenomenet. Seksjon for økonomi ved Høgskolen aksepterte tilbudet noe som er i tråd med Høgskolens politikk om å engasjere seg mer aktivt i lokale prosjekter og bidra med sin faglige kompetanse.

Høgskolen i Hedmark bearbeidet undersøkelsen i løpet av våren 2001. 116 husholdninger eller ca 10 % av kommunens samtlige husstander deltok i undersøkelsen. Fire studenter (Mali Konttorp, Mari Øien, Hanna Sletten og Johanne Øvre) som ble spesielt engasjert for dette oppdraget har foretatt telefonintervjuer og lagt dataene inn i statistikkprogrammet NSDstat. Undertegnede har bearbeidet dataene og foretatt en enkel analyse.

Analysen legges frem for Stor-Elvdal Næringsforening. Forhåpentligvis vil analysen kunne nyttes videre i kommunens arbeid for å bedre tilbudet av tjenester i kommunen. Videre vil det være mulig å kunne gå i dybden gjennom en ny undersøkelse hvis dette skulle vise seg ønskelig.

Rena, 25.06.01

Haris Dizdar

1.0 Innledning

Handelslekkasje er et velkjent begrep fra media. Begrepet brukes da først og fremst for å betegne handelslekkasjen utenfor rikets grenser. Denne rapporten handler derimot om en annen type handelslekkasje, nemlig fra en liten kommune i Østerdalen til nærliggende handelssentra i regionen. Stor-Elvdal Næringsforening var interessert i å finne og kartlegge årsaker og omfanget til handelslekkasjen og ba Høgskolen i Hedmark om å bearbeide undersøkelsen i så henseende.

Det primære formålet med undersøkelsen er å kartlegge nivået på handelslekkasjen. Videre er man også opptatt av å vinne innsikt i en del andre elementer omkring fenomenet. Hensikten med datainnsamlingen er å fremskaffe nødvendig informasjonsgrunnlag for å kunne forsøke å gi svar på følgende spørsmål:

Hvor mye?

Det viktigste formålet med undersøkelsen er å beregne omfanget av handelslekkasjen. Både totalt og tallene per innbygger må fastsettes.

Hvor?

Hvor reiser innbyggerne for å handle? En geografisk fordeling av handelslekkasjen bør bestemmes, dvs finne ut hvilke kommuner/steder representerer hoveddestinasjoner ved handelsreisene.

Hva?

Det bør lages et mønster dvs finne ut typen og andelen av varer og tjenester som handles utenfor kommunen. Et viktig aspekt er å bestemme andelen av den ”naturlige” handelslekkasjen (kjøp av varer og tjenester som ikke tilbys i kommunen) og av den ”unødvendige” handelslekkasjen (kjøp av varer og tjenester som tilbys i kommunen). På den måten blir det også synlig hvilke næringer er mest rammet.

Hvordan?

Det forventes også at analysen kan i en viss grad beskrive kjøpsprosessen. For eksempel: i hvilken sammenheng handler innbyggere utenfor kommunen, skjer det i forbindelse med andre gjøremål utenfor kommunen osv.

Hvorfor?

I den grad det er mulig bør analysen identifisere årsaker til handelslekkasjen. Hvorfor velger innbyggere å handle andre steder? Både ”interne push-faktorer” (hvordan innbyggerne oppfatter service som ytes lokalt dvs hva de er misfornøyd med) og ”eksterne pull-faktorer” (hva motiverer innbyggerne til å reise utenfor kommunen dvs hva de foretrekker ved sine reisemål) må kartlegges.

Hvem?

Kommunens befolkning er en heterogen gruppe. Handelslekkasjen må følgelig sees i sammenheng med en inndeling av innbyggerne etter flere kriterier. Kriteriene kan være bosted (for å bestemme hvor stor andel av handelslekkasjen forårsakes av de som bor sentralt i kommunen (kjernedelen) og av de som bor perifert (randsonen)), yrke (med spesielt vekt på pendling), alder, kjønn osv.

2.0 Gjennomføring

Grovt sett ble hele prosjektet utført i to faser:

- innsamling av data
- bearbeiding av data

2.1 Innsamling av data

Både primærdata og sekundærdata er benyttet i undersøkelsen. Med primærdata menes data innsamlet av Høgskolen i direkte forbindelse med undersøkelsen. Dataene er samlet gjennom telefonintervjuer. Et utvalg av befolkningen var intervjuet av Høgskolens studenter spesielt engasjert for dette oppdraget. Gjennom telefonintervjuer fikk de intervjuede anledning til å svare på spørsmål fra et spørreskjema utviklet for dette prosjektet i samarbeid med Arne Kjell Dyrstad. Spørreskjema er lagt som vedlegg til denne rapporten. Vi fikk svar fra 116 husstander eller ca 10% av kommunens samtlige husstander. Det antas å være tilstrekkelig for å gi undersøkelsen statistisk signifikans, det vil si at undersøkelsens resultater har tilstrekkelig grad av pålitelighet.

Utvalget er representativt i den forstand at dets sammensetning gjenspeiler befolkningens virkelige sammensetning. Spesielt vekt ble lagt på geografisk fordeling. Stor-Elvdal kommune ble delt i tre områder som i denne rapporten kalles for Stor-Elvdal "Nord", Stor-Elvdal "Sentrum" og Stor-Elvdal "Sør". Denne tredelingen av kommunen er lettest å se i kartet som er vedlagt denne rapporten men en beskrivelse av områdene er gitt nedenfor.

Stor-Elvdal "Nord" omfatter først og fremst Atna (Atnabrua og Atnadalen) men også grunnkretsene Bjøra, Mogrenna og Øverdalen.

Med Stor-Elvdal "Sentrum" menes i første rekke tettstedet Koppang men her inngår også grunnkretsene Negård, Westgård, Trønnes, Imsroa, Stai og Båsrøsta.

Stor-Elvdal "Sør" består av grunnkretsene Steinvik, Opphus, Strand, Evenstad og Mykleby.

Sekundærdata er data innsamlet av andre. Vi benyttet oss av regionalstatistikk og annen data fra Statistisk Sentralbyrå (SSB) samt enkelte statistiske opplysninger fra Postvesenet.

2.2 Registrering og bearbeiding av data

All data er registrert i NSDstat, en programvare som egner seg godt for denne type analyse. NSDstat er et program for analyse og presentasjon av samfunnsfaglige data. Målet med programmet er framfor alt å få et datamateriale "i tale". Programmet hjelper en å systematisere, hente fram og presentere informasjon fra store og uoversiktlige datasamlinger. Ulike statistiske metoder kan anvendes og det er mulig å illustrere resultater grafisk på en grei og oversiktiglig måte. Diagrammene i denne rapporten er laget i NSDstat.

3.0 Hvor mye?

Som sagt innledningsvis er den primære målsettingen ved undersøkelsen å bestemme omfanget av handelslekkasjen. Det bør sies at et nøyaktig beløp i kroner og øre neppe kan fremgå av en undersøkelse av denne typen og at man må være klar over at det riktige resultatet må ligge mellom relativt store marginer. Likevel gir data samlet i undersøkelsen sammen med noen offisielle data fra SSB grunnlag til å beregne et konkret tall som er noenlunde pålitelig.

Vårt anslag er at omfanget av handelslekkasjen fra Stor-Elvdal kommune er av størrelsesorden på 36 millioner kroner per år med marginer på +/- 5 millioner kroner. Hvordan har vi kommet frem til det tallet? To metoder som ble brukt og som kan kalles for den *direkte* og den *indirekte* metoden er beskrevet nedenfor.

3.1 Den direkte metoden

Her har vi tatt utgangspunkt i det de intervjuede personer selv sier på direkte spørsmålet om hvor mye deres husholdning bruker på kjøp av varer utenfor kommunen. På basis av de svarene har vi kalkulert et beløp som bør gjelde for hele kommunen. Det er imidlertid en del usikkerhet og upresisjon knyttet til svarene. For det første var det ikke så enkelt for de intervjuede å komme med et riktig, presist tall under en telefonsamtale. Hoderegning og det å huske alle de relevante utgiftene krever antageligvis litt mer tid enn det man har til disposisjon under en telefonsamtale. Videre var det ikke de konkrete beløpene de intervjuede oppga som ble registrert. Av tekniske årsaker måtte hvert beløp bli plassert i et beløpsintervall og i senere beregning ble intervallets midterste verdi brukt. Eksempel: En husholdning som oppgir at de bruker kr 35 000,- per år utenfor Stor-Elvdal blir plassert i beløpsintervallet kr 20 – 40 000,-. Når man senere skal foreta beregninger går man utfra at alle husholdninger som klassifiseres i det intervallet bruker kr 30 000,- utenfor kommunen, altså intervallets midterste (gjennomsnittlige) verdi. Den direkte metoden er gitt i tabell 1 på neste side.

Gjennomsnittlige utgifter utenfor Stor-Elvdal per husholdning per år (1)	Andel av husholdningene fra undersøkelsen kvalifisert for hvert intervall i prosent (2)	Estimert antall husholdninger i hvert intervall (3) = (2) x 1300*	Samlede estimerte utgifter for hvert intervall (4) = (1) x (3)
kr 0,00	4,3 %	55,9	kr 0,00
kr 5 000,00	23,3 %	302,9	kr 1 514 500,00
kr 15 000,00	33,6 %	436,8	kr 6 552 000,00
kr 30 000,00	20,7 %	269,1	kr 8 073 000,00
kr 50 000,00	11,2 %	145,6	kr 7 280 000,00
kr 70 000,00	2,6 %	33,8	kr 2 366 000,00
kr 90 000,00	1,7 %	22,1	kr 1 989 000,00
kr 100 000,00	2,6 %	33,8	kr 3 380 000,00
Sum	100,0 %	1 300,0	kr 31 154 500,00

Tabell 1 Omfanget av handelslekkasjen etter den direkte metoden

**) I følge Postvesenet var det 1300 husholdninger i Stor-Elvdal per 20.01.2000*

Etter denne metoden er altså omfanget av handelslekkasje litt i overkant av 31 millioner kroner. Man kan være ganske sikker på at det virkelige beløpet er større. Folk har tendens til å undervurdere utgifter i en undersøkelse av denne typen. En slags bekreftelse på dette får vi hvis vi sammenligner samlede forbruksutgifter (i og utenfor kommunen) intervjuede anga med det offisielle gjennomsnittet for distriktene på Østlandet. Samtlige husholdninger opplyser mindre enn gjennomsnittet (i følge SSB er forbruksutgifter per husstand: kr 229 402,- per år i denne landsdelen) og de aller fleste opplyser at deres samlede forbruksutgift per år er ca en tredjedel av gjennomsnittet (kr 70 000,- per år). Derfor kan vi ganske sikkert hevde at innbyggernes forbruksutgift utenfor kommunen er større enn det tallet som forekommer fra beregninger.

3.2 Den indirekte metoden

Denne metoden baseres ikke på innbyggernes direkte svar på hva de bruker på varekjøp utenfor kommunen. Vi stiller spørsmålet om hvilke varer de kjøper utenfor kommunen og tar utgangspunktet i de svarene. På den måten får vi vite hvilke varer og i hvilket omfang disse kjøpes utenfor kommunen. Deretter bruker vi offisielle data fra SSB for forbruksutgift per varegruppe for å estimere omfanget av handelslekkasjen. Denne metoden er litt mer pålitelig i den forstand

at man kan se bort fra innbyggernes egne og som allerede nevnt, upresise anslag, slik at denne feilkilden blir unngått. Andre fordeler med denne metoden er at man benytter seg av de standardiserte vare- og tjenestegruppene slik at resultatene lett kan sammenlignes med andre lignende undersøkelser i Norge og over tid. Videre passer det godt at SSB opererer med data for en husholdning som i gjennomsnittet har 2,2 personer mens gjennomsnittet for Stor-Elvdal er 2,3 personer per husholdning. Den indirekte metoden er presentert i tabell 2 nedenfor.

Vare- og tjenestegruppe	Andel av husholdningene fra undersøkelsen som kjøper varene utenfor Stor-Elvdal i prosent	Estimert antall husholdninger som kjøper varene utenfor Stor-Elvdal	Faktiske forbruksutgifter per varegruppe per husholdning per år	Forbruksutgifter utenfor Stor-Elvdal per vare- og tjenestegruppe
(1)	(2)	(3) = (2) x 1300	(4)*	(5) = (3) x (4)
Matvarer	12,10 %	157,3	kr 29 820,00	kr 4 690 686,00
Drikkevarer og tobakk	7,80 %	101,4	kr 8 602,00	kr 872 242,80
Klær og skotøy	81,00 %	1 053,0	kr 12 888,00	kr 13 571 064,00
Bolig, lys og brensel	4,30 %	55,9	kr 47 875,00	kr 2 676 212,50
Møbler og husholdningsartikler	31,90 %	414,7	kr 19 431,00	kr 8 058 035,70
Helsepleie	6,00 %	78,0	kr 5 956,00	kr 464 568,00
Reiser og transport	6,90 %	89,7	kr 58 162,00	kr 5 217 131,40
Fritidssysler og utdanning	6,90 %	89,7	kr 26 550,00	kr 2 381 535,00
Andre varer og tjenester	15,50 %	201,5	kr 20 118,00	kr 4 053 777,00
Sum			kr 229 402,00	kr 41 985 252,40

Tabell 2 Omfanget av handelslekkasjen etter den indirekte metoden

**) Kilde: Statistisk årbok 2000, Statistisk Sentralbyrå*

Etter den indirekte metoden kommer vi altså frem til et beløp litt under 42 millioner kroner. Vi kan være ganske sikre på at det virkelige tallet er i underkant av denne estimerte verdien. Det er to grunner til det. For det første er forbruksutgifter i Stor-Elvdal lavere enn gjennomsnittet for Østlandet, slik at verdiene i kolonne 4 er lavere. Dette henger sammen med alderssammensetningen (eldre mennesker har lavere forbruksutgifter) og at en del av befolkningen i Stor-Elvdal tilfredsstiller sine behov med egenproduksjon. Videre forutsetter metoden at husholdninger kjøper varer i eller utenfor

kommunen i sin helhet. I virkeligheten handler en god del husholdninger samme varegruppe på to eller flere steder. Derfor er det rimelig å anta at verdiene i kolonne 5 også er lavere. Begge kommentarer tilsier altså at man kan regne med at det faktiske omfanget av handelslekkasjen må være mindre enn 41,9 millioner kroner.

3.3 Oppsummering

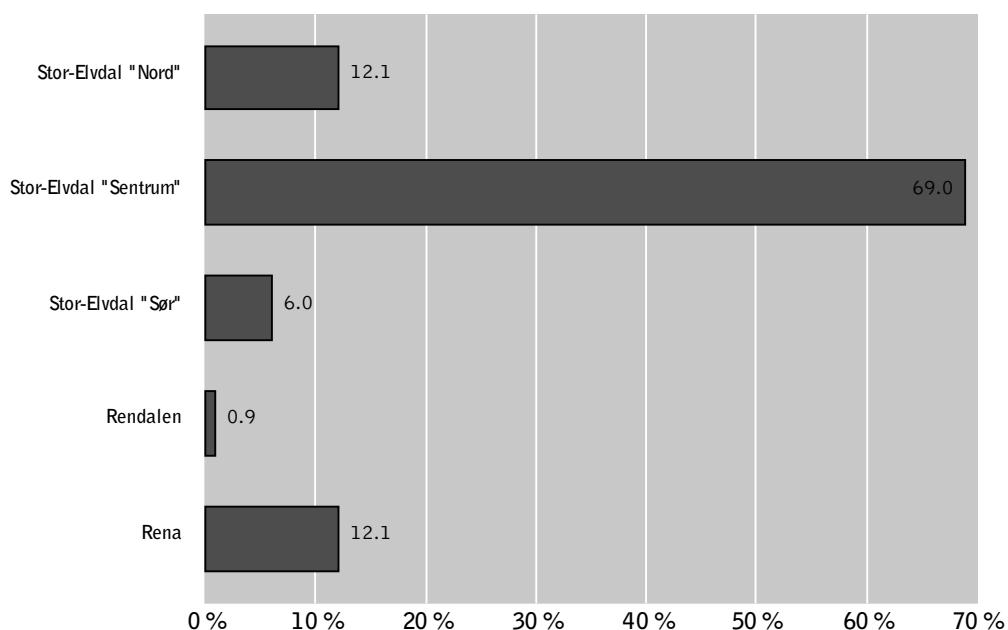
Man kan godt si at de to metodene angir en nedre og en øvre grense innenfor hvilke det faktiske beløpet må befinne seg. Det er derfor at vi kan konkludere at innbyggerne i Stor-Elvdal bruker ca 36 millioner på kjøp av varer og tjenester utenfor kommunen. Man kan også si at det er rimelig å forvente at en gjennomsnittlig Stor-Elvdøl skal forbruke ca 12 000 kroner i året utenfor kommunen. Det skal understrekes en gang til at tallene benyttet i kalkulasjonene er signifikante men ikke fullstendig sikre. På en side kan man stille seg kritisk overfor metodenes nøyaktighet og på annen side må man huske på at det alltid eksisterer et avvik mellom resultater av en undersøkelse og den virkelige situasjonen.

Det ble påpekt fra oppdragsgiverens side at det er forventet at innbyggerne som bor i den sørlige delen av kommunen handler på Rena som ligger nærmere enn kommunens senter Koppang og at derfor disse bør ekskluderes fra undersøkelsen. Dersom vi gjør det får vi at nivået på handelslekkasjen ligger i intervallet mellom 24,7 og 26,9 millioner kroner med en gjennomsnittsverdi på 25,8 millioner kroner. Kalkulasjoner er ikke vist her men vi har benyttet oss av de to metodene fra avsnittene 3.1 og 3.2. Som forventet er den viktigste forskjellen at innbyggerne fra Stor-Elvdal "Sør" handler matvarer utenfor kommunen i en langt større grad enn resten av befolkningen. "Søringenes" samlede utgifter for kjøp av matvarer utenfor kommunen er estimert til et beløp i underkant av 4 millioner kroner.

4.0 Hvor?

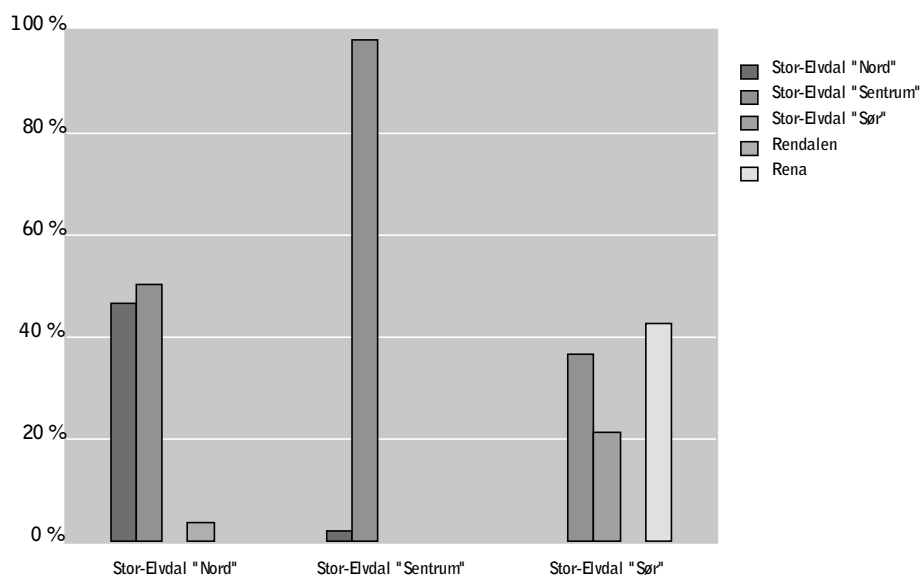
Neste spørsmål vi skal ta for oss er å bestemme hvor innbyggerne reiser for å handle. Her er det viktig å skille mellom dagligvarer og ”andre varer”. Med dagligvarer mener vi mat- og drikkevarer, hygieniske og renholdsprodukter o.l. mens ”andre varer” er en diffus gruppe som omfatter ulike produkter som klær, skotøy, møbler, husholdningsapparater osv. Denne todeling er i samsvar med SSB sin inndeling av produkter og tjenester i varegrupper.

Når det gjelder dagligvarer ser vi at man ikke reiser langt for å skaffe de varene. Stor-Elvdal står for 87% av samlet innkjøp av dagligvarer. Litt over 12% kjøper dagligvarer på Rena mens resterende 1% skaffer disse i Rendalen kommune.



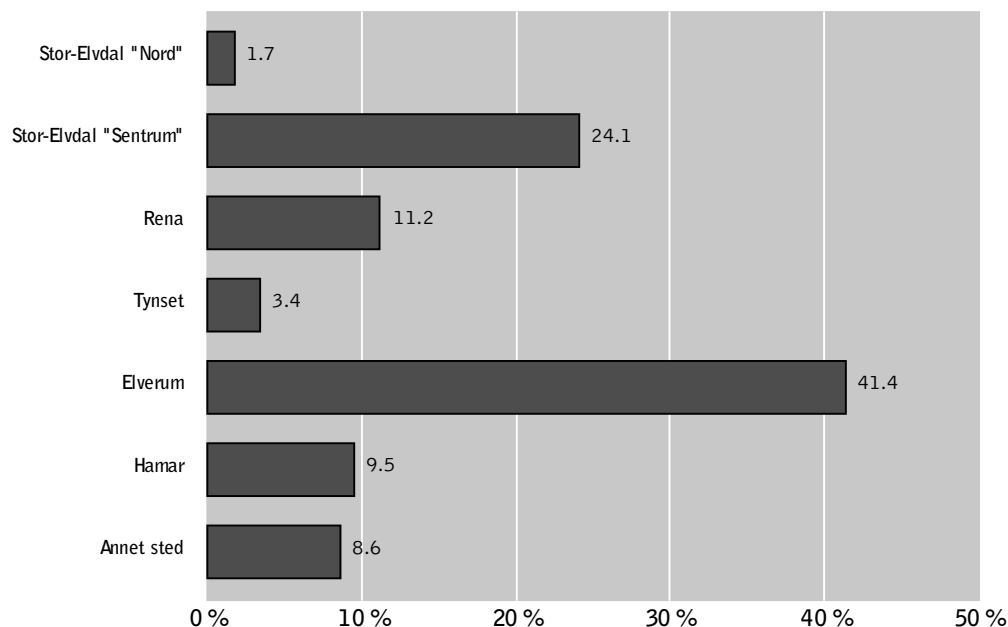
Figur 1 Fordeling av innkjøpet av dagligvarer etter innkjøpssteder i prosent

Figur 2 viser at, når det gjelder dagligvarer, er valget av innkjøpssted sterkt lokaliseringsbetinget. Innbyggerne kjøper dagligvarer hovedsakelig der de bor. De som bor i Stor-Elvdal ”Nord” kjøper dagligvarer der, på Koppang og til en langt mindre grad i Rendalen. De som bor i sentrum nesten utelukkende handler i sentrum. Mens de som bor i Stor-Elvdal ”Sør” fordeler innkjøpet av dagligvarer på Rena, i første rekke, og deretter Koppang og Stor-Elvdal ”Sør”.



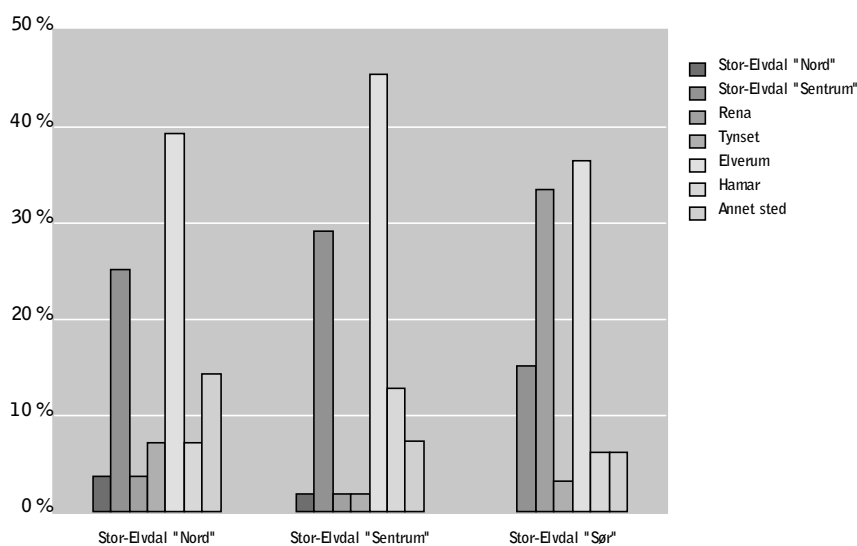
Figur 2 De intervjuede fordelt etter hvor i kommunen de bor (x-aksen) mens andeler av deres innkjøp av dagligvarer på ulike handelssteder måles langs y-aksen

Situasjonen er annerledes for varegruppen ”andre varer” dvs alle varer utenom matvarer, drikkevarer, tobakk, hygieniske produkter osv. Disse varene kjøpes til en viss grad i Stor-Elvdal (25,8%) men det fremgår klart av figuren nedenfor at Elverum (41,4%) er den viktigste handelsdestinasjon. Rena (11,2%) og Hamar (9,5%) skiller seg ut blant andre steder. Meste parten av handelslekkasjen følger altså Glomma sørover.



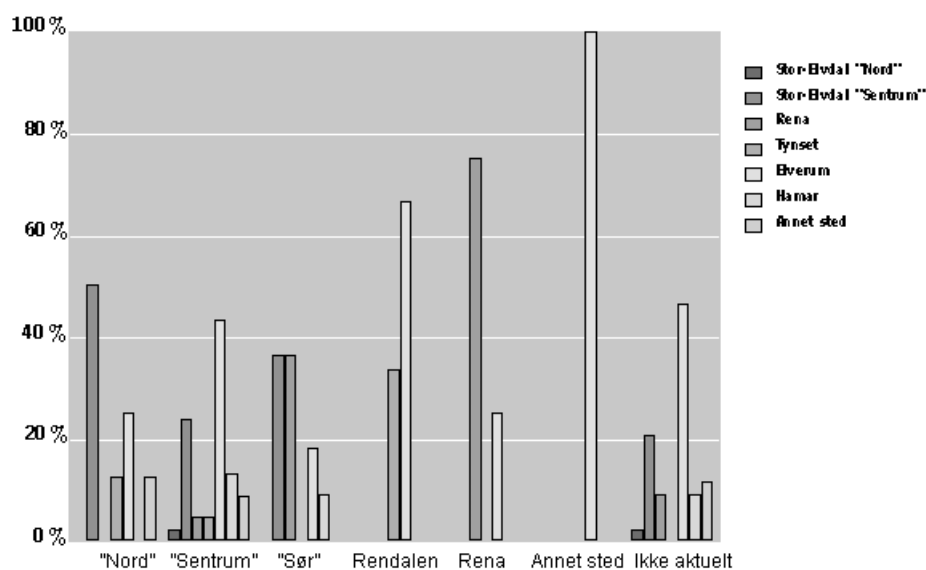
Figur 3 Fordeling av innkjøpet av “andre varer” etter innkjøpssteder i prosent

For å belyse ytterligere dette mønsteret kan vi se på to andre diagrammer som viser sammenheng mellom innkjøpssted og bosted og innkjøpssted og arbeidssted.



Figur 4 De intervjuede fordelt etter hvor i kommunen de bor (x-aksen) mens andeler av deres innkjøp av "andre varer" på ulike handelssteder måles langs y-aksen.

Vi ser at når man bestemmer seg for å handle utenfor kommunen er Elverum den viktigste reisedestinasjon uansett hvor i kommunen man bor. Rena er et viktig innkjøpssted for de som bor i Stor-Elvdal "Sør" (valgt av 30% av de som er bosatt i Stor-Elvdal "Sør"). De som pleier å reise på handletur til Hamar er ganske jevnt fordelt på alle tre deler av kommunen.



Figur 5 De intervjuede er fordelt etter arbeidssted (x-aksen) mens andeler av deres innkjøp av "andre varer" på ulike handelssteder måles langs y-aksen

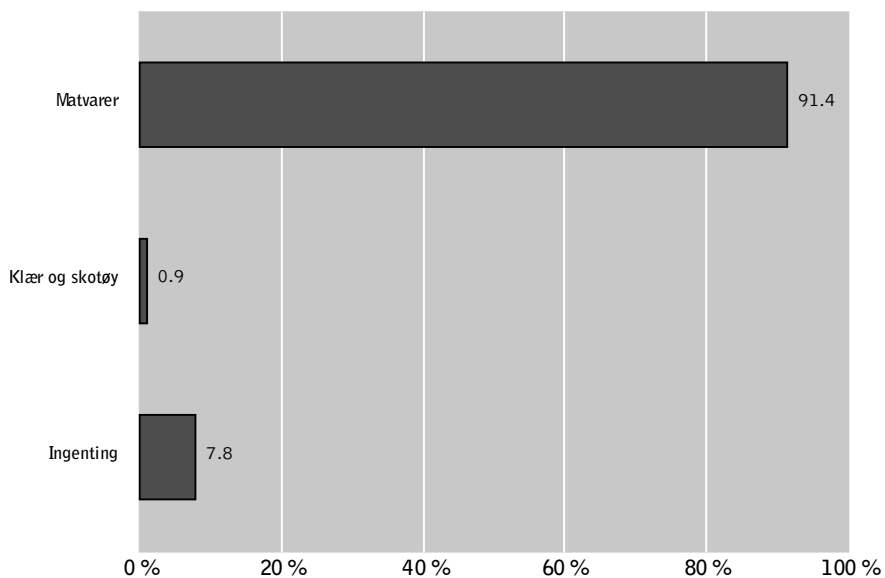
Tynset er av forståelige grunner mest interessant for de som bor i Stor-Elvdal ”Nord” og bare i mindre grad til de som bor i resten av kommunen.

Er det noen sammenheng mellom arbeidssted og innkjøpssted? Vi ser igjen at avstand spiller en rolle. Folk som jobber nord i kommunen reiser til Elverum bare i mindre grad. De handler hovedsakelig på Koppang. De som jobber på Koppang kjøper varer der til en viss grad men utgjør den største gruppen som handler i Elverum. Folk som jobber sør i kommunen eller på Rena velger hovedsakelig Rena som sitt innkjøpssted. Det er interessant å merke at den største gruppe (”Ikke aktuelt”) altså folk uten arbeidssted (nesten utelukkende pensjonister) er veldig mobile. De handler først og fremst i Elverum og deretter på Koppang mens både Rena, Hamar og andre steder skårer ganske høyt.

Hva kan vi konkludere til slutt? Dagligvarer kjøpes hovedsakelig i Stor-Elvdal mens ”andre varer” kjøpes i Elverum. Det er geografiske avstander som spiller en avgjørende rolle. Elverum er den nærmeste ”storby” med et bredt vareutvalg. Rena fremstår som et foretrukket alternativ for folk som bor og jobber sør i kommunen eller pendler til Rena. Det virker som om Hamar og Tynset er altfor langt unna for å tiltrekke flere Stor-Elvdøler.

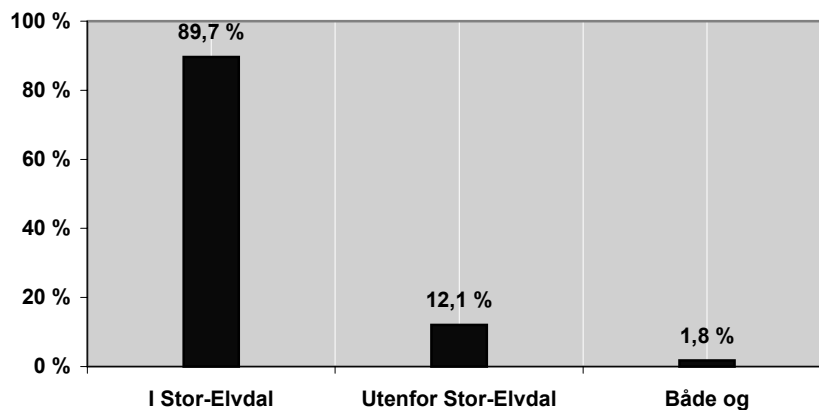
5.0 Hva?

La oss nå se på varesammensetningen innbyggerne kjøper i og utenfor kommunen. Som det fremgår klart av analysen så langt kjøper man dagligvarer først og fremst i Stor-Elvdal. Det er da ingen overraskelse at matvarer er den største enkel gruppe innbyggerne kjøper i kommunen.



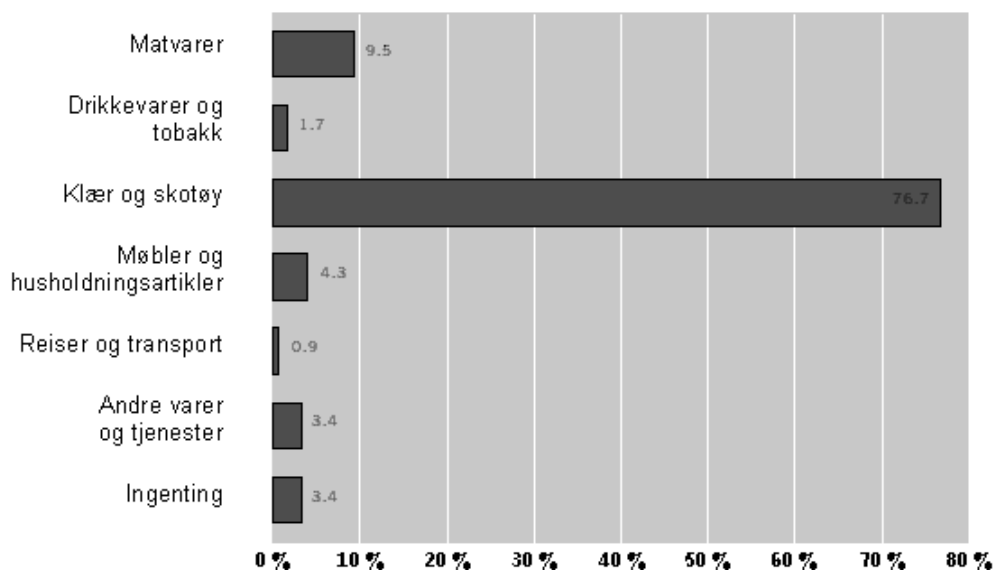
Figur 6 Varegrupper som kjøpes i Stor-Elvdal og som de intervjuede velger som deres første prioritet

Diagrammet nedenfor illustrerer ganske godt innbyggernes tilbøyelighet til kjøp av matvarer i Stor-Elvdal. Nesten 90% handler matvarer i Stor-Elvdal.



Figur 7 Kjøp av matvarer fordelt etter innkjøpssteder i prosent

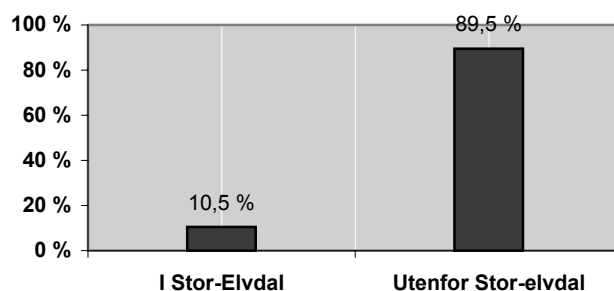
Situasjonen med varesammensetningen for varer som kjøpes utenfor Stor-Elvdal er annerledes. Diagrammet i figur 8 nedenfor viser hvilke varer som velges som første valg av innbyggerne.



Figur 8 Varegrupper som kjøpes utenfor Stor-Elvdal og som de intervjuede velger som deres første prioritet

Innbyggerne er altså først og fremst opptatt av å kjøpe klær og skotøy utenfor kommunen. 76,7% prioriterer klær og skotøy som den viktigste varegruppen de kjøper utenfor Stor-Elvdal. Legg merke til at spørsmålet er formulert på denne måten at intervjuobjekter kan bare velge et alternativ – en varegruppe de kjøper utenfor kommunen. På en svak annen plass kommer matvarer som hovedsakelig skyldes at innbyggerne i Stor-Elvdal ”Sør” handler matvarer på Rena.

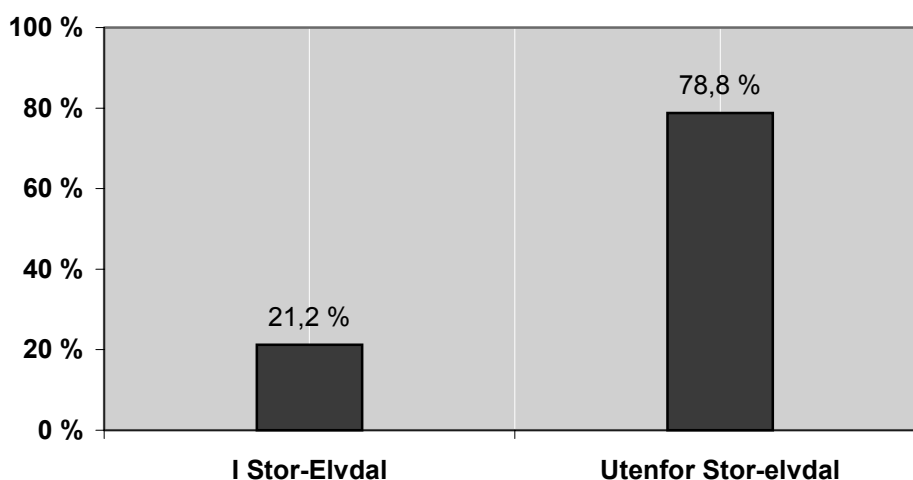
Diagrammene for enkelte varegrupper gir et mer nyansert bilde for hva Stor-Elvdøler kjøper utenfor Stor-Elvdal.



Figur 9 Kjøp av klær og skotøy fordelt etter innkjøpssteder i prosent

Som vi ser kjøper nesten 90% av intervjuede personer klær og skotøy utenfor Stor-Elvdal. Bare 10,5% av innbyggerne kjøper disse i kommunen. Ca 1% av de intervjuede oppga ikke at de kjøper klær i det hele tatt og de er ikke tatt med i diagrammet.

En annen viktig varegruppe som kjøpes utenfor kommunen er møbler og husholdningsartikler. Også i figuren 5.5 ser vi bort fra gruppen som oppga at de ikke kjøper denne varegruppen i det hele tatt.



Figur 10 Kjøp av møbler og husholdningsartikler fordelt etter innkjøpssteder i prosent

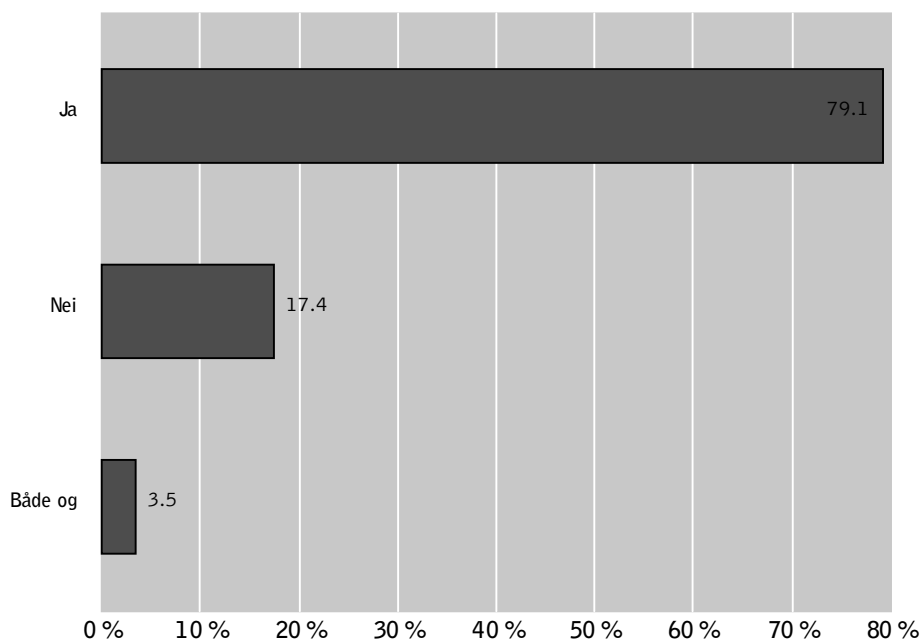
Forholdet mellom innbyggerne som kjøper møbler og husholdningsartikler utenfor kommunen og de som ikke gjør det er ca 4:1. Som sagt vises det ikke i diagrammet men det er en stor gruppe på ca 60% som ikke har oppgitt at de kjøper denne varegruppen i det hele tatt. Møbler kjøpes ikke så ofte og dersom man nylig ikke har anskaffet noen møbler er det lite sannsynlig at man velger å prioritere denne varegruppen i et telefonintervju. Likevel kan vi si at innbyggerne bruker omtrent fire ganger så mye penger på kjøp av møbler og husholdningsartikler utenfor kommunen enn i kommunen.

Det er enkelt å konstatere at dagens servicetilbud i Stor-Elvdal er hovedsakelig begrenset til dagligvarebutikker, serveringssteder og leverandører av landbruksartikler. I vedlegg nr. 3 finner man en oversikt over alle forretninger i Stor-Elvdal. Det er derfor ingen overraskelse at innbyggerne reiser utenfor kommunen for å kjøpe klær, skotøy og møbler. Med utgangspunktet i beregningene i tabell 2 kan vi estimere at innbyggernes samlede utgifter på kjøp

av disse varer utenfor kommunen beløper seg til ca 18 millioner kroner. Sammen med utgiftene for varegruppen ”Reiser og transport” (i underkant av 5 millioner kroner) utgjør de denne delen av handelslekkasjen som kan betegnes som den ”naturlige” handelslekkasje. Dette fordi denne skyldes hovedsakelig kjøp av produkter som ikke tilbys i Stor-Elvdal. På en annen side er matvarer som kjøpes utenfor kommunen i prinsippet av samme kvalitet og pris som matvarer som kjøpes i Stor-Elvdal. Dette kan derfor betegnes som den ”unødvendige” handelslekkasjen. Denne beløper seg til ca 4 millioner kroner og skyldes hovedsakelig at innbyggerne i Stor-Elvdal ”Sør” kjøper matvarer utenfor kommunen.

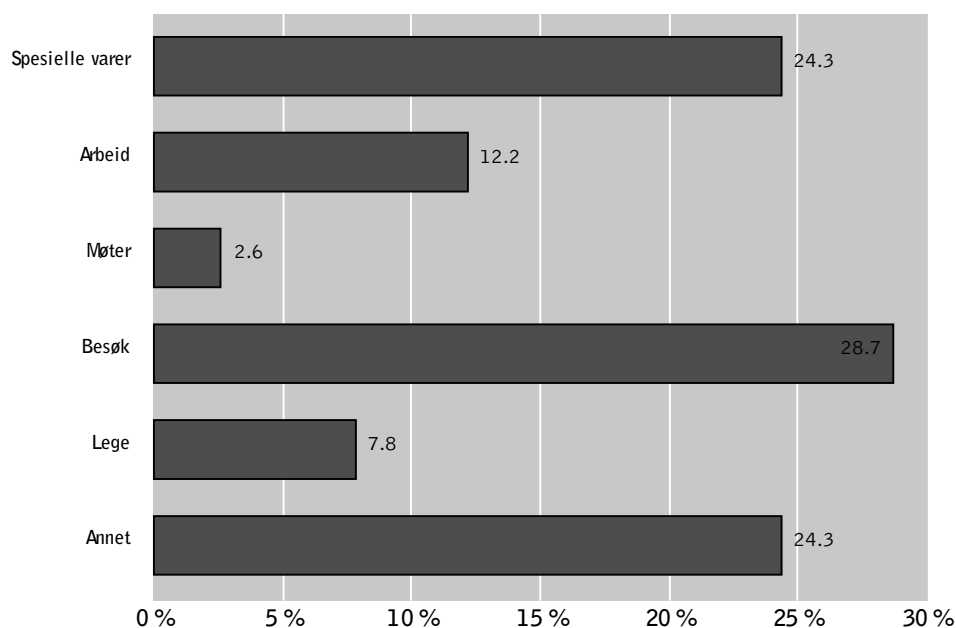
6.0 Hvordan?

Vi skal nå forsøke å beskrive på hvilken måte man foretar innkjøp av varer utenfor kommunen. Figur 11 nedenfor viser at innbyggerne sjeldent reiser utenfor kommunen kun for å handle. Ca 80% sier at de handler utenfor Stor-Elvdal som regel i forbindelse med andre gjøremål.



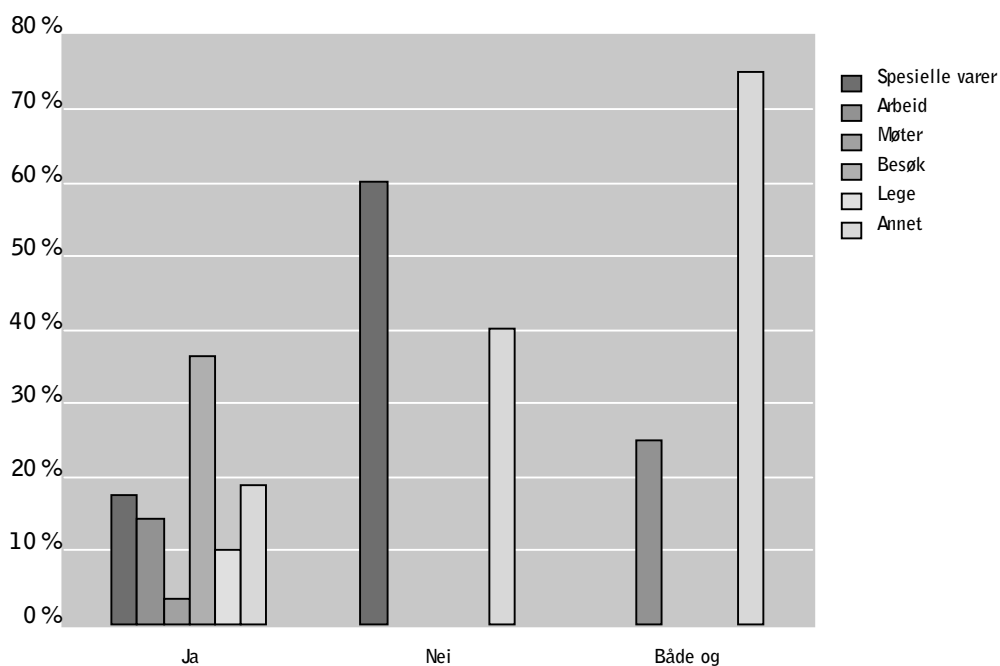
Figur 11 Er det som regel i forbindelse med andre gjøremål at deres husholdning handler utenfor Stor-Elvdal kommune?

Diagrammet på neste side illustrerer forsøket på å kartlegge ulike gjøremål innbyggerne forbinder med vareinnkjøp. Som vi ser handler de fleste (28,7%) når de reiser på besøk i nabokommuner. Med besøk menes rett og slett privat besøk til venner og familie. Dernest kommer kategorien ”spesielle varer” med 24,3% dvs at innbyggerne reiser utenfor kommunen for å kjøpe varer som ikke tilbys i kommunen. Det er relativt mange (24,3%) som ikke kan spesifisere i hvilken forbindelse de handler utenfor kommunen. Naturlig nok er det en nokså stor gruppe på 12,2% som handler varer i forbindelse med arbeid for eksempel på veien hjem fra deres arbeidsplass.



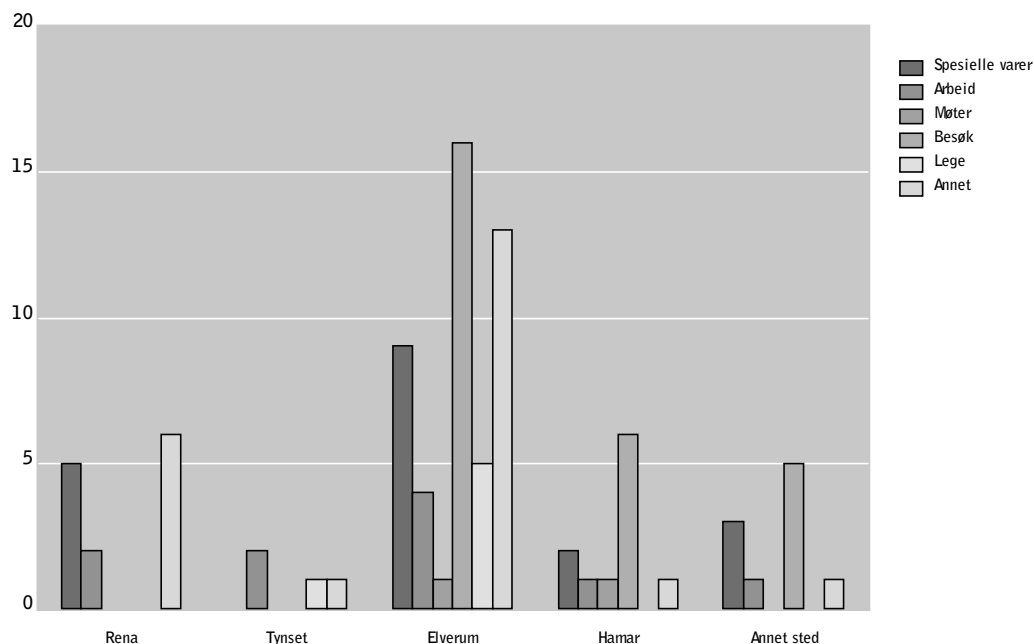
Figur 12 I hvilken forbindelse handler deres husholdning utenfor Stor-Elvdal?

Diagrammet nedenfor som egentlig består av de to foregående diagrammer slått sammen bekrefter på en måte at de intervjuede er konsistente i sine besvarelser. De som handler utenfor kommunen i forbindelse med andre gjøremål har flere årsaker til dette (der besøk er den viktigste) mens de som reiser kun for å handle gjør det for å skaffe varer de ikke finner i Stor-Elvdal.



Figur 13 På x-aksen ser vi om de intervjuede handler utenfor kommunen i forbindelse med andre gjøremål mens vi måler andeler av ulike årsaker for å reise langs y-aksen.

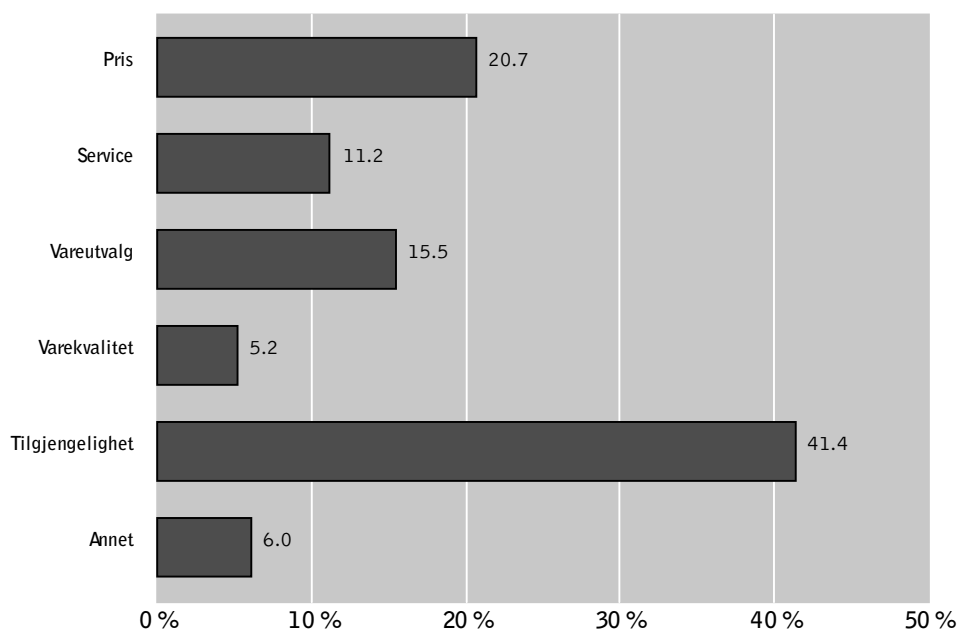
Til slutt viser diagrammet nedenfor i hvilken forbindelse man handler utenfor kommunen fordelt på kjøpsteder.



Figur 14 De intervjuede er fordelt etter det viktigste innkjøpssted for “andre varer” (x-aksen) mens andeler av deres innkjøp av “andre varer” på ulike handelssteder måles langs y-aksen

Elverum, det viktigste reisemålet, er karakterisert ved at de fleste reiser for å handle i forbindelse med besøk. Det er også veldig mange som reiser for å kjøpe ”spesielle varer” – varer som ikke tilbys i Stor-Elvdal. Det samme mønsteret gjelder Hamar. De som kjøper varer på Tynset gjør det som regel i forbindelse med arbeid mens man reiser til Rena for å kjøpe ”spesielle varer”.

7.0 Hvorfor?

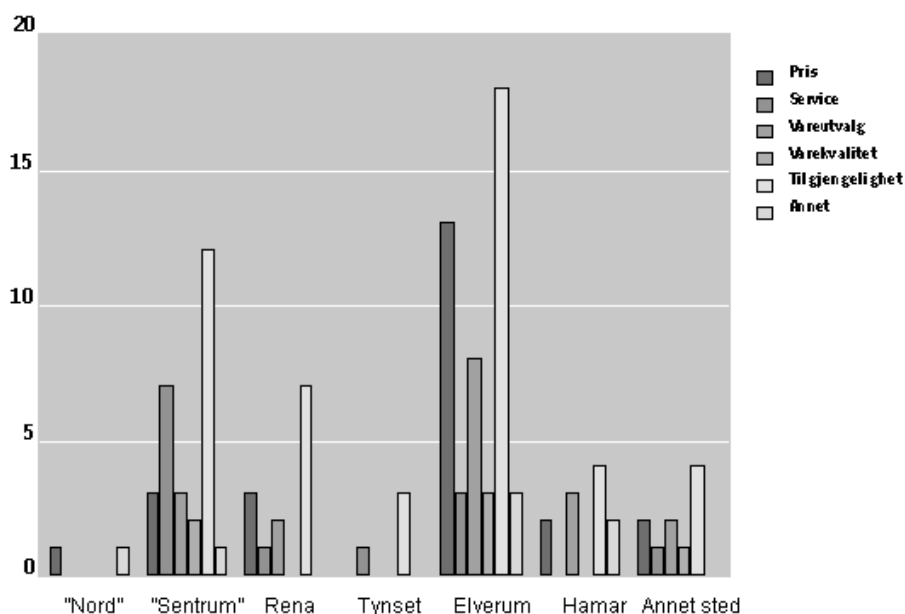


Figur 15 Hva avgjør deres valg av innkjøpssted?

Figuren 15 ovenfor viser hvilke faktorer som spiller en viktig rolle når man velger hvor man skal foreta innkjøp av varer. Vi ser at det er tilgjengelighet som er av klart størst betydning fordi hele 41,4 % velger det kriteriet som avgjørende. Deretter følger pris med 20,7% og vareutvalg med 15,5%. Andre faktorer som service og varekvalitet er av mindre betydning med henholdsvis 11,2% og 5,2%. Dette passer veldig godt med innbyggernes tilbøyelighet til å kjøpe dagligvarer i kommunen. Dagligvarer er mer ”tilgjengelige” i Stor-Elvdal enn utenfor. Det kan kanskje virke lite konsistent at innbyggerne legger spesiell vekt på tilgjengelighet og likevel velger å reise mer eller mindre langt for å kjøpe varer. Dette kan tyde på at de ikke er fornøyd med dagens tilbud i kommunen.

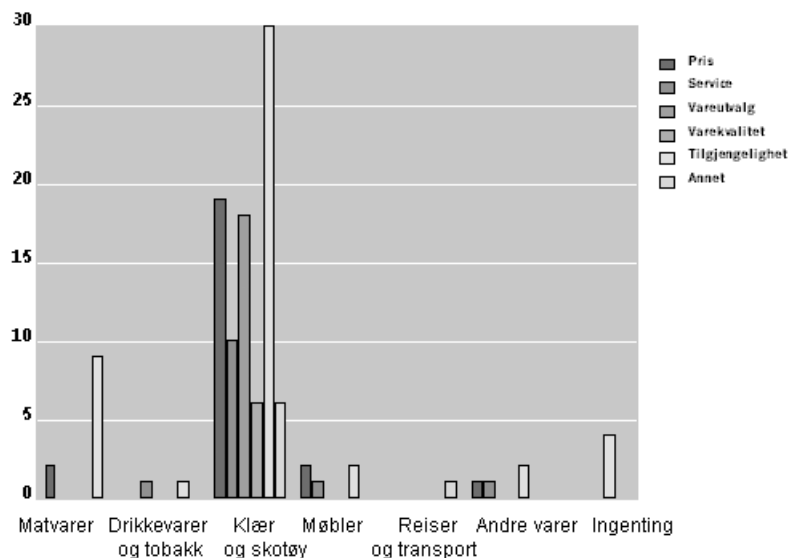
Figuren 16 på neste side viser at også de som kjøper “andre varer” utenfor kommunen legger stor vekt på tilgjengelighet. Vi husker at med “andre varer” i dette tilfellet mener vi først og fremst klær, skotøy og møbler. Tilgjengelighet er altså den viktigste faktoren uansett hvor man foretar innkjøp. I første rekke

Elverum men til en viss grad også Hamar og Rena velges på grunn av faktorene som pris og vareutvalg. Dette er ikke tilfellet for Stor-Elvdal der man etter tilgjengeligheten legger størst vekt på service. Når vi da tar i betraktning kun ”andre varer” viser også denne analysen at Elverum betraktes som det nærmeste innkjøpsstedet med et bredt vareutvalg og rimelige priser.



Figur 16 De intervjuede er fordelt etter det viktigste innkjøpssted for “andre varer” (x-aksen) mens faktorene som avgjør deres valg av innkjøpssted måles langs y-aksen.

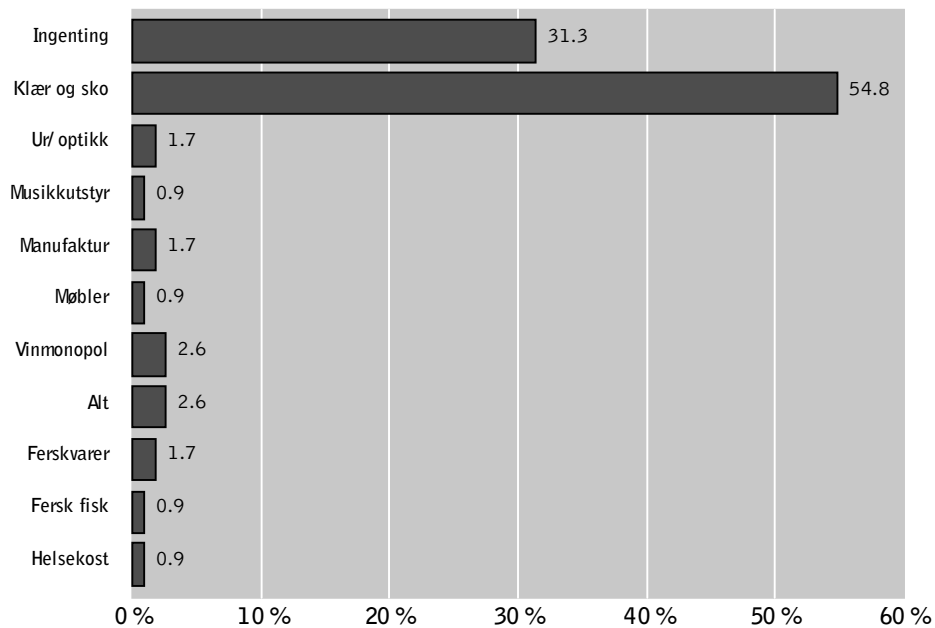
Figur 17 viser de viktigste faktorer som avgjør valg av innkjøpssted fordelt på ulike varegrupper. Diagrammet bekrefter på mange måter det som allerede er stadfestet i det forrige diagrammet.



Figur 17 De viktigste faktorene som avgjør valg av innkjøpssted fordelt på ulike varegrupper

Matvarer kjøpes hovedsakelig i Stor-Elvdal fordi de er mer tilgjengelige der. Videre er motivasjonsfaktorene for kjøp av klær og skotøy samme som for valg av Elverum som innkjøpssted. Det henger sammen med det faktum at den viktigste varegruppe som kjøpes utenfor kommunen (i Elverum) er faktisk klær og skotøy. Tilgjengelighet er den desidert viktigste faktor men faktorene som pris og vareutvalg spiller en betydelig rolle.

Vi kan fortsette med å avdekke årsakene til at innbyggerne reiser utenfor kommunen for å handle. Da vi spurte direkte hva de savner av nåværende tilbud i Stor-Elvdal ble svarene fordelt slik:



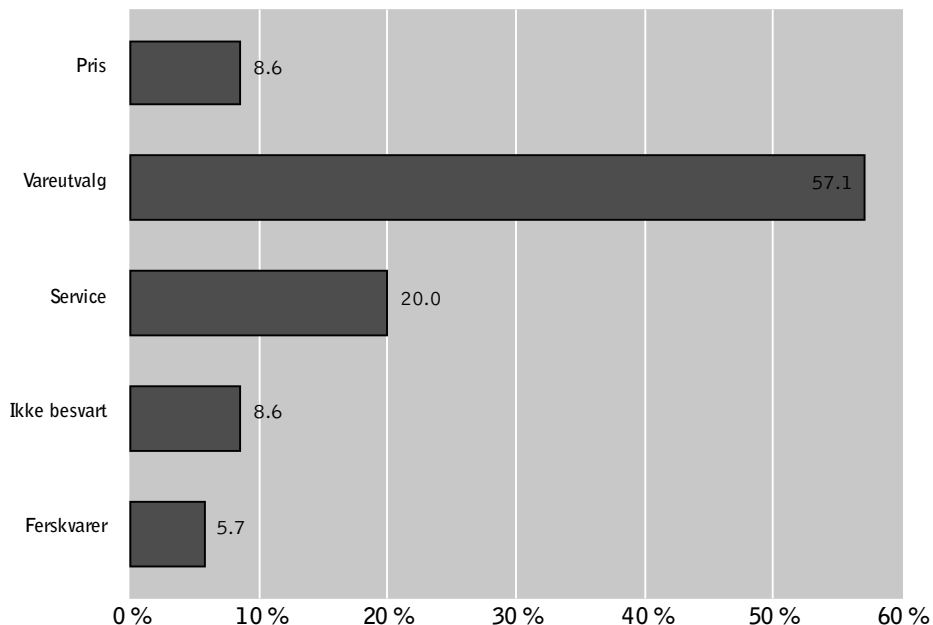
Figur 18 Hva savner deres husholdning av tilbud i Stor-Elvdal?

Det ble bekreftet igjen at klær og skotøy er den viktigste varegruppen innbyggerne savner og er mest opptatt av å kjøpe utenfor kommunen. Legg merke til at det er en såpass stor gruppe (31,3%) som ikke savner noen ting i Stor-Elvdal. Grunnen til at de svarte ”ingenting” på spørsmålet er først og fremst fordi de ikke kunne komme med et konkret svar da de ble spurt. Man kan veldig enkelt kontrollere at et stort flertall av de som savner ”ingenting” kjøper varer i Elverum. Diagrammet viser også hvilke andre varer forekommer hyppigst.

7.1 Fornøydhets med lokalt tilbud

De intervjuede var også spurt direkte om å navngi butikker de ikke er så godt fornøyd med. De aller fleste (70%) har ikke noen preferanser og kan ikke presisere hvilken butikk de synes bør forbedres. Blant de 30% som hadde preferanser var det ingen butikk som pekte seg ut i den ene eller annen retning.

Misnøye er altså relativt liten men vi kan likevel forsøke å illustrere årsakene til denne som vist i figuren 19. Legg merke til at figuren er basert på svarene til 30% av de intervjuede dvs de som kunne presisere hvilken butikk de ikke er fornøyd med.



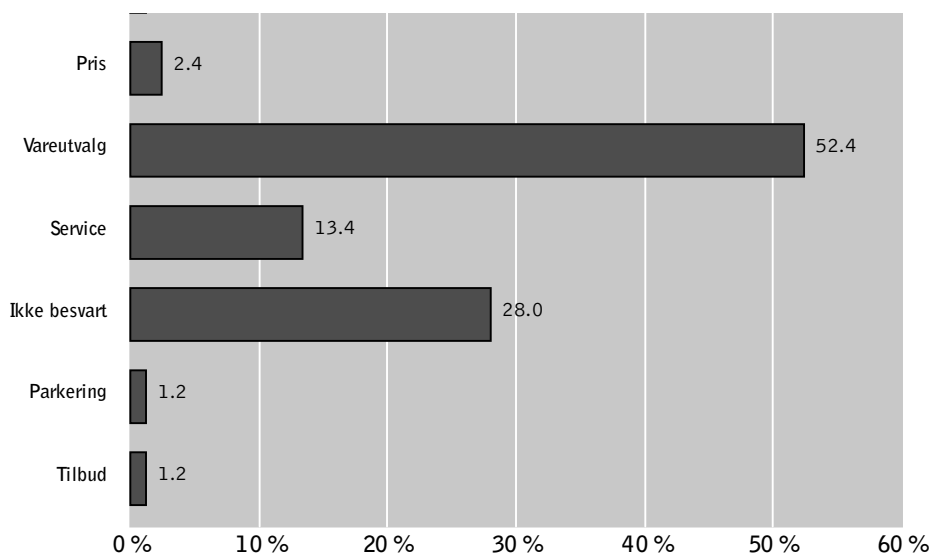
Figur 19 Hvorfor er du ikke fornøyd med de butikkene?

De aller fleste (57,6 %) er misfornøyd med dagens altfor snevre vareutvalg. Videre synes 20% at årsaken til deres misnøye er dårlig service. 8,6% mener at det er altfor dyrt å handle i butikkene de ikke er fornøyd med mens 5,7% savner ferskvarer. 8,6% av de intervjuede kunne ikke presisere hvorfor de ikke er fornøyd.

På spørsmål om hvilke butikker de intervjuede var fornøyd med, angav de jevnt over et høyere antall (butikker) og flere kommentarer enn da de ble spurt om butikker de var misfornøyd med. Her var det bare en tredjedel av de intervjuede som ikke kunne presisere hvilken butikk de er spesielt fornøyd med. Når det gjelder fornøydhet har vi en klar vinner, nemlig Spar hvis tilbud hele 37,9% av de intervjuede er fornøyd med. På en annen plass kommer Elverum Samvirkelag Koppang med 9,5% mens de andre varierer i intervallet 1-5%.

Hva karakteriserer butikkene innbyggerne er fornøyd med? Hvis vi ser på faktorene som gjør at de intervjuede er fornøyd med de enkelte butikkene merker vi at det er en del samme faktorer som ligger bak misnøyen med mindre likte butikker. Faktorene er illustrert i figur 20.

Vareutvalg er den viktigste faktor (prioritert av 52,4% av de intervjuede). Også her kommer service på annen plass med 13,4%. Hele 28% kan ikke presisere hvorfor de er fornøyd med de butikkene de valgte.



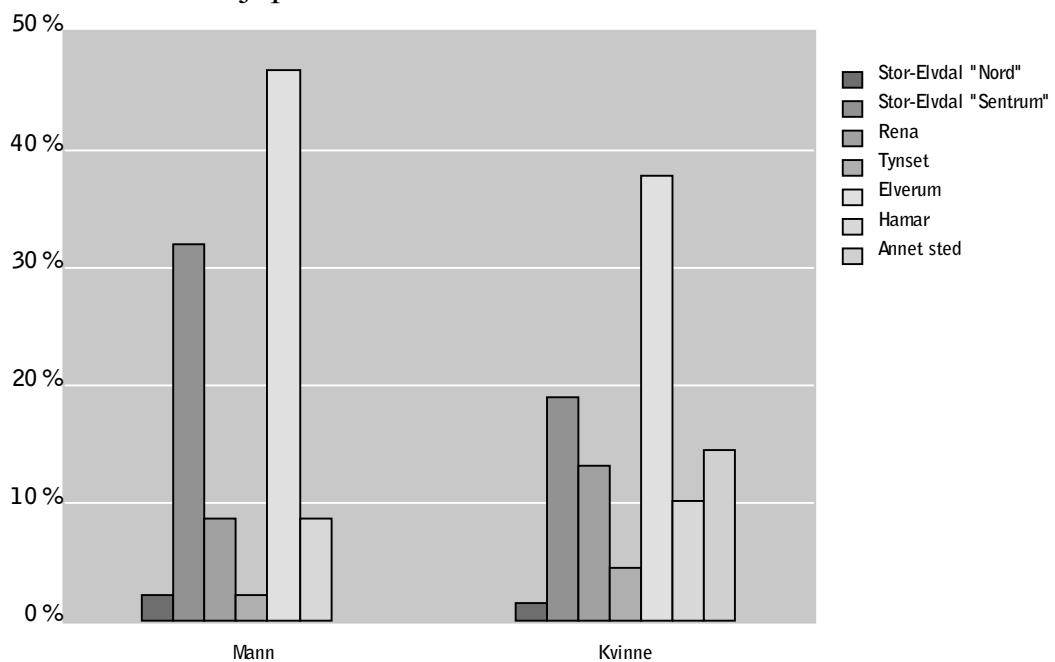
Figur 20 Hvorfor er du fornøyd med de butikkene?

Det faktum at kriteriene vareutvalg og service gis som svar både for å angi fornøydhet og misnøye med enkelte handelsbedrifter betyr ikke at de intervjuede er inkonsistente i sine vurderinger. Tvert om bekrefter det bare at de samtlige intervjuede har mer eller mindre samme kriterier etter hvilke enkelte bedrifter kommer bedre eller dårligere ut.

8.0 Hvem?

Er det noen demografiske data som er karakteristisk for innbyggerne som handler utenfor Stor-Elvdal? Vi skal prøve å svare på det spørsmålet ved hjelp av diagrammene nedenfor.

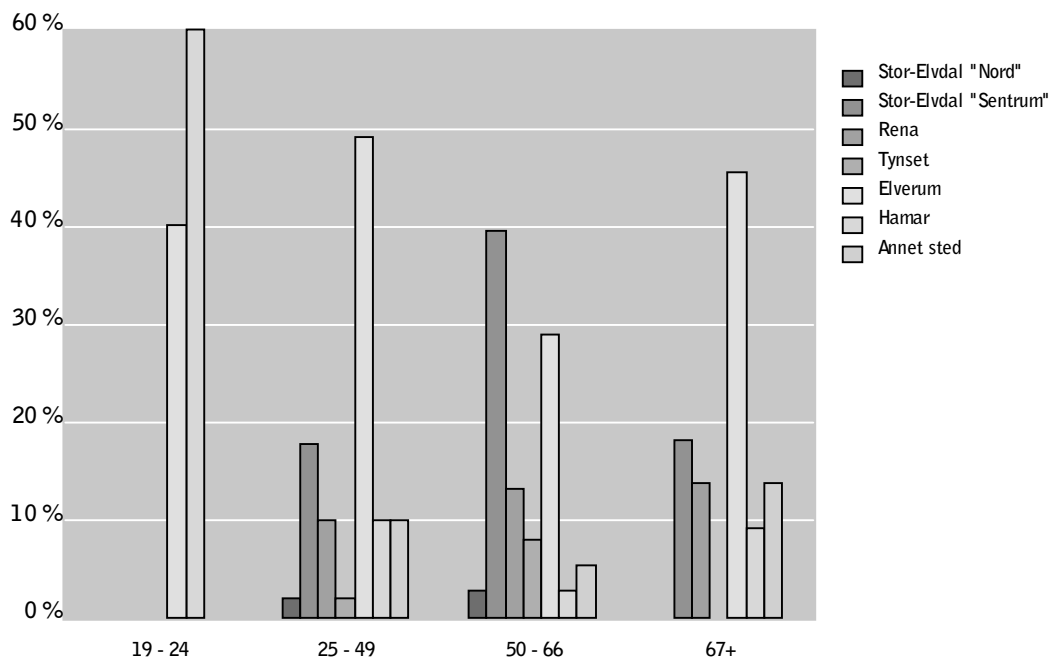
Som det kommer klart frem fra diagrammet nedenfor har både menn og kvinner ganske like handlingsmønstre. Likevel ser vi at kvinner er litt mer mobile. I en langt større grad handler de også utenfor nabokommunene (kategorien ”annet sted”). De reiser også oftere til Rena for å handle mens menn er mer trofaste til Stor-Elvdal. Dette kanskje henger sammen med det faktum at klær og skotøy er de viktigste varene som kjøpes utenfor kommunen.



Figur 21 De intervjuede fordelt etter kjønn og den mest prioriterte innkjøpssted.

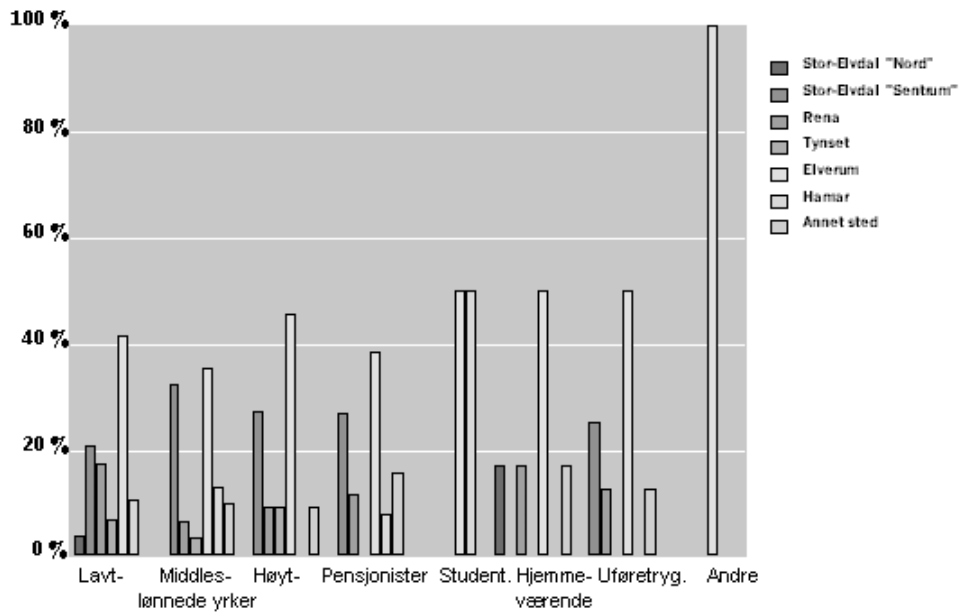
Figuren nedenfor viser sammenhengen mellom alderen og det først prioriterte innkjøpsstedet. Legg merke til at diagrammet viser prosentvise andeler innenfor hver aldersgruppe og ikke absolutt omfang av handelen. Undersøkelsen viser at de aller yngste (19-24 år) utelukkende handler utenfor kommunen og er den gruppe som reiser lengst. Innbyggerne som tilhører den andre aldersgruppe (25-49 år) prioriterer Elverum – nesten halvparten av deres samlede innkjøp foregår der. Disse handler også til en viss grad i Stor-Elvdal (ca 20% av deres samlede

innkjøp). Aldersgruppen som prioriterer Stor-Elvdal som sitt innkjøpssted er folk mellom 50 og 66 år. Over 40% av deres samlede innkjøp foregår i Stor-Elvdal. Elverum forekommer hyppigst som andre valg for denne aldersgruppen. Den siste aldersgruppen som nesten utelukkende består av pensjonister er også veldig mobil. Elverum er deres viktigste innkjøpssted mens Stor-Elvdal står for kun litt over 15%.



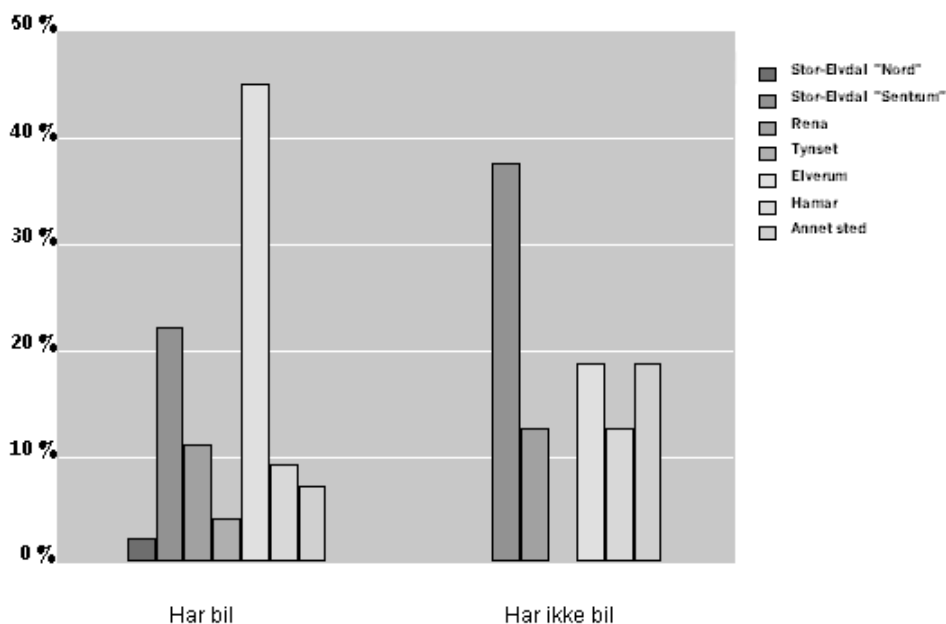
Figur 22 De intervjuede fordelt etter alder og den mest prioriterte innkjøpssted.

Det er vanskelig å si om det er noen spesiell sammenheng mellom yrke og valg av kjøpsted. Vi ser at det typiske mønstret med Elverum som det viktigste kjøpsted og Stor-Elvdal på andre plass dominerer på tvers av yrker (unntatt studenter). Som det fremgår klart av diagrammet er inntekt det viktigste kriterium yrkene er fordelt etter.



Figur 23 De intervjuede fordelt etter yrke og den mest prioriterte innkjøpssted.

Som forventet er husholdninger uten bil mer bundet til å kjøpe varer i Stor-Elvdal. Dette er illustrert i diagrammet nedenfor. Noe under 40% av de som ikke har bil kjøper "andre varer" i Stor-Elvdal. Likevel handler også de billøse i nabokommunene (unntatt Tynset). Det kan for øvrig opplyses at kun 13,8% av intervjuede svarte negativt på spørsmålet om deres husholdning disponerer bil. Husholdninger som disponerer bil har sine innkjøp fordelt etter det typiske mønsteret.



Figur 24 På x-aksen kan vi se om husholdninger eier bil eller ikke mens prioritering av innkjøpssteder måles langs y-aksen.

9.0 Konklusjon

Man kunne ikke forvente at undersøkelser av denne type skal gi noen revolusjonerende resultater. Poengene analysen kom frem til var mer eller mindre kjent på forhånd men undersøkelsen kan brukes som en slags bekreftelse på at forventningene var riktige samt at en del ukjente størrelser ble konkretisert og tallfestet. Svarene fra ca 10% av kommunens samtlige husholdninger ga datagrunnlaget for undersøkelsen. Det antas å være tilstrekkelig for å gi undersøkelsen statistisk signifikans.

Som forklart i Kapittel 3 kan det totale omfanget av handelslekkasjen estimeres til ca 36 millioner kroner. Dette utgjør ca kr 12 000 per innbygger eller ca kr 27 500 per husholdning. Elverum fremstår som den viktigste handelsdestinasjon for Stor-Elvdøler. Av de store regionale handelssentra ligger Elverum nærmest Stor-Elvdal. De viktigste varene som kjøpes utenfor kommunen er klær, skotøy og møbler samt reise- og transporttjenester. Tilbudet av slike produkter er veldig begrenset eller ikke-eksisterende i Stor-Elvdal. Innbyggerne i den sørlige delen kjøper også dagligvarer utenfor kommunen noe som skyldes at Rena ligger mye nærmere enn kommunens senter Koppang. Hadde også disse innbyggerne hatt bedre muligheter til å handle varer innenfor kommunens grenser ville omfanget av handelslekkasjen antageligvis reduseres med noe under 4 millioner kroner. Som allerede nevnt mener de intervjuede at det er det snevre vareutvalget i kommunen som er den viktigste årsak til at de reiser til andre steder for å handle. Når man legger mest vekt på tilgjengelighet som den viktigste faktor for valg av innkjøpssted og likevel velger å reise relativt langt for å kjøpe varer betyr det at man ikke er fornøyd med det begrensede varetilbudet i kommunen. Det er et bedre tilbud av klær og skotøy innbyggerne savner mest. Besøk hos venner og familie utenfor Stor-Elvdal er det viktigste gjøremål innbyggerne foretar forbindelse med handelen utenfor kommunen.

Analysen har altså forsøkt å avdekke hvilken del av innbyggerenes etterspørsel ikke er dekket med lokalt tilbud. Supplert med realøkonomiske data kan også analysen brukes i forbindelse med beslutninger om utvikling av ny næringsvirksomhet i kommunen.

Vedlegg 1. Spørreskjema

Hvem?

Variabel 1

Kjønn

- Mann
 Kvinne

Variabel 2

Hvor gammel er du? Alder: _____

- 19-24
 25-49
 50-66
 67+

Variabel 3

Hvor bor du?

Stor-Elvdal

- "Nord"
 "Sentrum"
 "Sør"

Variabel 4

Hvilket yrke har du? _____

Variabel 5

Hvor arbeider du?

- Stor-Elvdal
- "Nord"
- "Sentrum"
- "Sør"
- Rendalen
- Rena
- Tynset
- Elverum
- Hamar
- Annet sted

Variabel 6

Hvor mange personer består deres husholdning av?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6+

Variabel 7

Disponerer husholdningen bil?

- Ja
- Nei

Hvor?

Variabel 8

Hvor handler deres husholdning dagligvarer?
(Spesiell avkryssning for første valg/prioritet)

- Stor-Elvdal
 - ”Nord”
 - ”Sentrum”
 - ”Sør”
- Rendalen
- Rena
- Tynset
- Elverum
- Hamar
- Annet sted

Variabel 9

Hvordan blir husholdningens samlede innkjøp av dagligvarer fordelt på utvalgte steder (i %)?

(0 %, 0-25 %, 26-50 %, 51-75 %, 76-100 %, 100 %)

Stor-Elvdal	_____
”Nord”	_____
”Sentrum”	_____
”Sør”	_____
Rendalen	_____
Rena	_____
Tynset	_____
Elverum	_____
Hamar	_____
Annet sted	_____

Variabel 10

Hvor foretar deres husholdning oftest innkjøp av andre varer?
(Spesiell avkryssning for første valg/prioritet)

- Stor-Elvdal
 - ”Nord”
 - ”Sentrum”
 - ”Sør”
- Rendalen
- Rena
- Tynset
- Elverum
- Hamar
- Annet sted

Variabel 11

Hvordan blir husholdningens samlede innkjøp av andre varer fordelt på utvalgte steder (i %)?

(0 %, 0-25 %, 26-50 %, 51-75 %, 76-100 %, 100 %)

Stor-Elvdal	_____
”Nord”	_____
”Sentrum”	_____
”Sør”	_____
Rendalen	_____
Rena	_____
Tynset	_____
Elverum	_____
Hamar	_____
Annet sted	_____

Hva?

Variabel 12

Hvilke varer kjøper ders husholdning i Stor-Elvdal?
(Spesiell avkryssning for første valg/prioritet)

- Matvarer
- Drikkevarer og tobakk
- Klær og skotøy
- Bolig, lys og brensel
- Møbler og husholdningsartikler
- Helsepleie
- Reiser og transport
- Fritidssysler og utdanning
- Andre varer og tjenester

Variabel 13

Hvilken andel av deres samlede innkjøp går til enkelte varer?

- Matvarer _____
- Drikkevarer og tobakk _____
- Klær og skotøy _____
- Bolig, lys og brensel _____
- Møbler og husholdningsartikler _____
- Helsepleie _____
- Reiser og transport _____
- Fritidssysler og utdanning _____
- Andre varer og tjenester _____

Variabel 14

Hvilke varer kjøper deres husholdning utenfor Stor-Elvdal?
(Spesiell avkryssning for første valg/prioritet)

- Matvarer
- Drikkevarer og tobakk
- Klær og skotøy
- Bolig, lys og brensel
- Møbler og husholdningsartikler
- Helsepleie
- Reiser og transport
- Fritidssysler og utdanning
- Andre varer og tjenester

Variabel 15

Hvilken andel av deres samlede innkjøp går til enkelte varer?

- Matvarer _____
- Drikkevarer og tobakk _____
- Klær og skotøy _____
- Bolig, lys og brensel _____
- Møbler og husholdningsartikler _____
- Helsepleie _____
- Reiser og transport _____
- Fritidssysler og utdanning _____
- Andre varer og tjenester _____

Hvorfor?

Variabel 16

Hva avgjør deres valg av innkjøpssted?

- Pris
- Service
- Vareutvalg
- Varekvalitet
- Tilgjengelighet
- Annet

Dersom flere prioritere

Variabel 17

Er det som regel i forbindelse med andre gjøremål utenfor Stor-Elvdal de handler utenforfor Stor-Elvdal?

- Ja
- Nei

Variabel 18

I hvilken forbindelse handler deres husholdning utenfor Stor-Elvdal?

- Spesielle varer (varer som ikke kan skaffes i Stor-Elvdal)
- Arbeid
- Møter
- Besøk
- Lege
- Annet

Variabel 19

Hva savner deres husholdning av tilbud i Stor-Elvdal?

_____ (varetype)

Variabel 20

Hvilke av de nåværende tilbud bør være forbedret?

- Atnbrua Handel
- O-hjørnet
- Elverum Samvirkelag Atna
- Tiuren Kro
- Koppang Servicesenter as
- Sundfloen Servicesenter
- Sundfloen Sag BA
- Byggmaker Koppang
- Midt-Østerdal Landbrukssenter as
- O. Strand eft.
- Berg og Sanbdoe
- Felleskjøpet
- Koppang Elektriske
- Koppang Radio og Tv
- Koppang Bokhandel
- Maj`s Klær og Parfymeri
- Sport 1.
- Spar
- Elverum Samvirkelag Koppang
- Margerith Blomster og Gaver
- Koppang Turistkiosk
- Koppang Bensin og Service
- Koppang Auto as
- Koppang Apotek
- Zig Zak
- Nisar Bakeri

- Spindelen
- Heimen Bygdekunst
- Tronds Trebu
- Stai Servicesenter
- Arnesens Landhandleri

Variabel 21

Hvorfor? _____

Variabel 22

Hvilke av de nåværende tilbud er de godt fornøyd med?

- Atnbrua Handel
- O-hjørnet
- Elverum Samvirkeag Atna
- Tiuren Kro
- Koppang Servicesenter as
- Sundfloen Servicesenter
- Sundfloen Sag BA
- Byggmaker Koppang
- Midt-Østerdal Landbrukssenter as
- O. Strand eft.
- Berg og Sanbdoe
- Felleskjøpet
- Koppang Elektriske
- Koppang Radio og Tv
- Koppang Bokhandel
- Maj`s Klær og Parfymeri
- Sport 1.
- Spar
- Elverum Samvirkeag Koppang
- Margerith Blomster og Gaver
- Koppang Turistkiosk

- Koppang Bensin og Service
- Koppang Auto as
- Koppang Apotek
- Zig Zak
- Nisar Bakeri
- Spindelen
- Heimen Bygdekunst
- Tronds Trebu
- Stai Servicesenter
- Arnesens Landhandleri

Variabel 23

Hvorfor? _____

Hvor mye?

Variabel 24

Cirka hvor mye handler husstanden for i løpet av et år i Stor-Elvdal?

Beløp: _____

- 0 kr
- 0 – 10 000 kr
- 10 000 – 20 000 kr
- 20 000 – 40 000 kr
- 40 000 – 60 000 kr
- 60 000 – 100 000 kr
- 100 000 + kr

Variabel 25

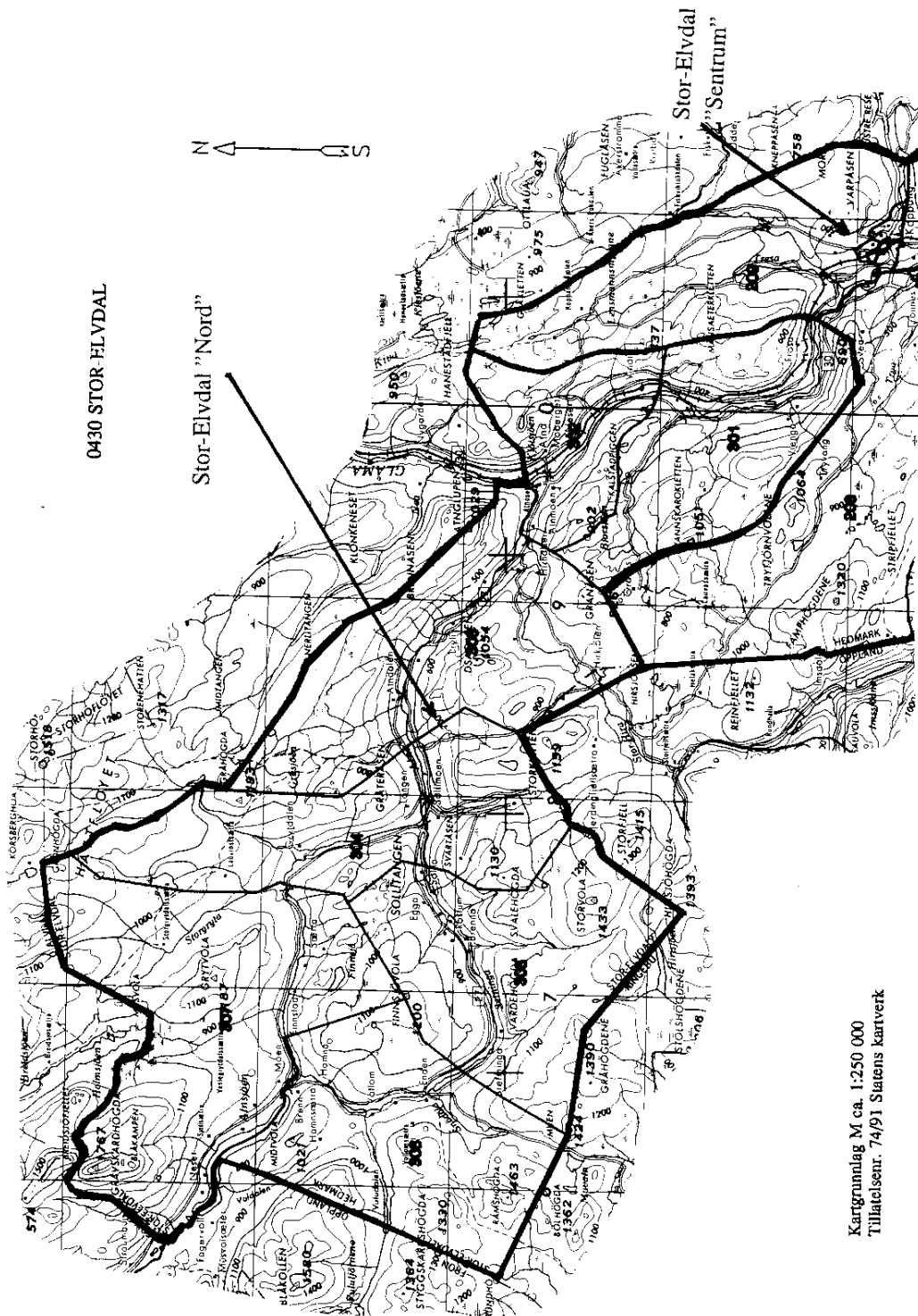
Cirka hvor mye handler husstanden for i løpet av et år utenfor Stor-Elvdal?

Beløp: _____

- 0 kr
- 0 – 10 000 kr
- 10 000 – 20 000 kr
- 20 000 – 40 000 kr
- 40 000 – 60 000 kr
- 60 000 – 100 000 kr
- 100 000 + kr

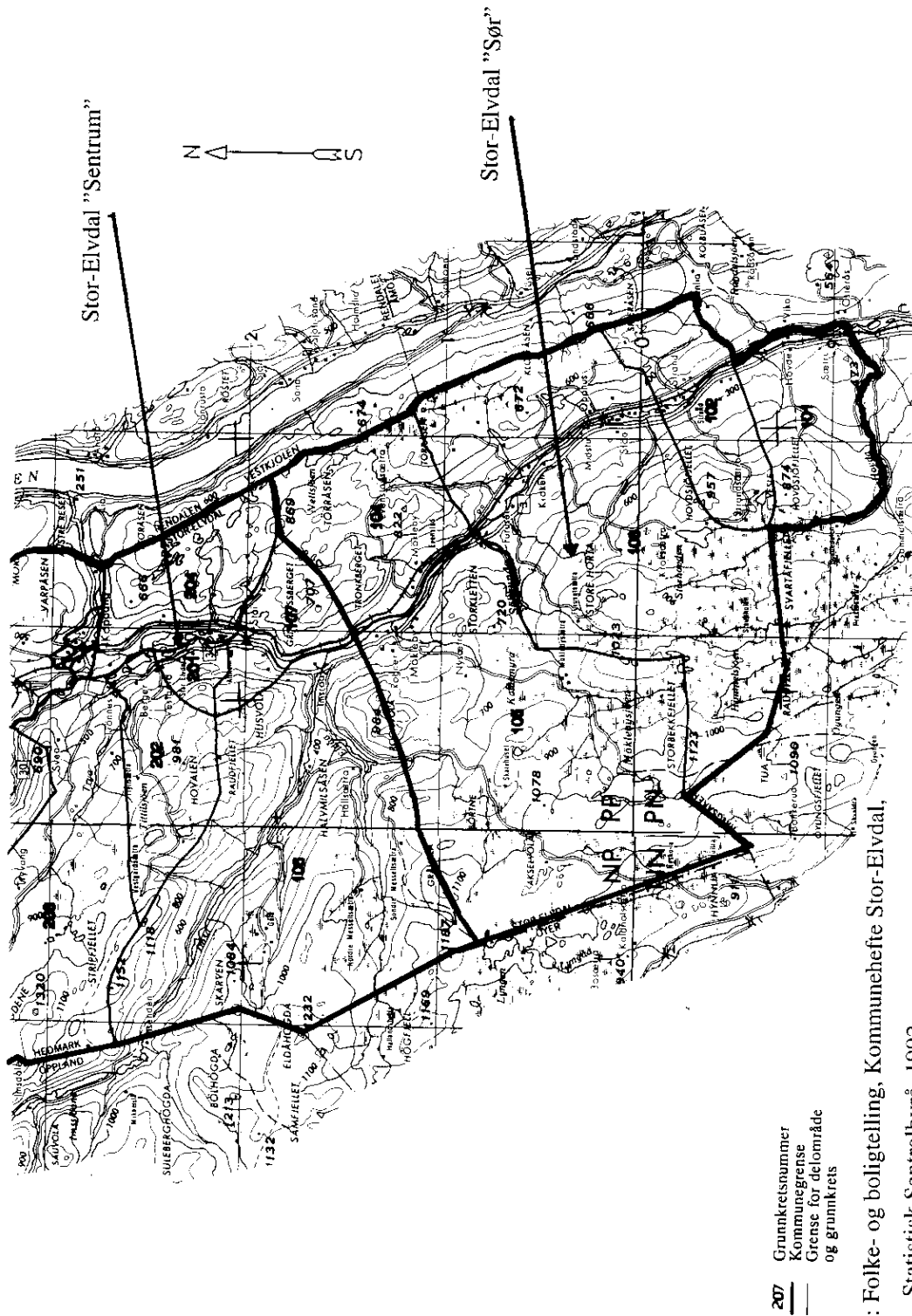
Vedlegg 2 Kart over Stor-Elvdal kommune

Kilde: Statens kartverk.ASD 11002/R105172



Kilde: Folke- og boligting, Kommunehfte Stor-Elvdal, Statistisk Sentralbyrå, 1991

Kommunehfte, Folke- og boligting 1990



Vedlegg 3 Oversikt over handelsbedrifter i Stor-Elvdal

Arnesens Landhandleri, 2480 Koppang
Atnbrua Handel, 2477 Sollia
Berg og Sanbdoe, 2480 Koppang
Byggmaker Koppang, 2480 Koppang
Elverum Samvirkelag Atna, 2476 Atna
Elverum Samvirkelag Koppang, 2480 Koppang
Felleskjøpet, 2480 Koppang
Heimen Bygdekunst, 2480 Koppang
Koppang Apotek, 2480 Koppang
Koppang Autoas , 2480 Koppang
Koppang Bensin og Service, 2480 Koppang
Koppang Bokhandel, 2480 Koppang
Koppang Elektriske, 2480 Koppang
Koppang Radio og Tv, 2480 Koppang
Koppang Servicesenter as, 2480 Koppang
Koppang Turistkiosk, 2480 Koppang
Maj`s Klær og Parfumeri, 2480 Koppang
Margerith Blomster og Gaver, 2480 Koppang
Midt-Østerdal Landbrukssenter as, 2480 Koppang
Nisar Bakeri, 2480 Koppang
O. Strand eft., 2480 Koppang
O-Hjørnet, 2476 Atna
Spar, 2480 Koppang
Spindelen, 2480 Koppang
Sport 1., 2480 Koppang
Stai Servicesenter, 2480 Koppang

Sundfloen Sag BA, 2480 Koppang

Sundfloen Servicesenter, 2480 Koppang

Tiuren Kro, 2480 Koppang

Tronds Trebu, 2480 Koppang

Zig Zak, 2480 Koppang