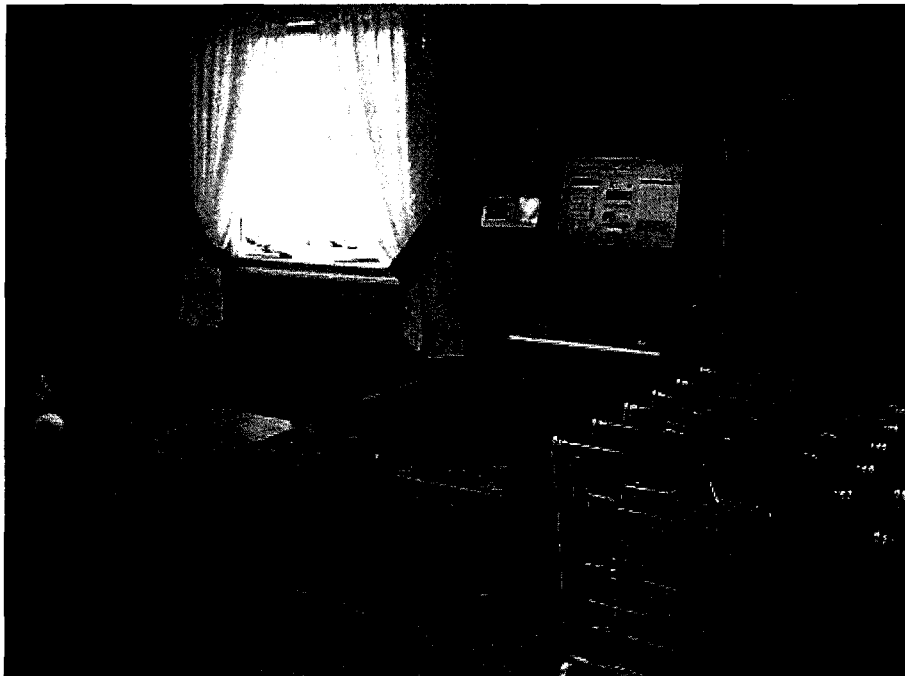


**Kristian Aasbrenn**

**Tjenesteforbidling via digitale kommunikasjonsstasjoner i  
utkantstrøk**

**Rapport fra et forprosjekt**



**Høgskolen i Hedmark**

**Oppdragsrapport.  
Høgskolen i Hedmark.  
Mai 2011**

## INNLEDNING

Høgskolen i Hedmark, i samarbeid ved Merkur-konsulentene i Hedmark, Jon Hidle (Genius kompetanse) har fra høsten 2010 mottatt midler fra Kommunal- og regionaldepartementet (Bolyst-programmet) for å gjennomføre forprosjektet *Tjenesteformidling via digitale kommunikasjonsstasjoner i utkantstrøk*.

Målet i forprosjektet var definert slik: *Utvikle og etablere hovedprosjekt med systematisk utprøving av formidling av spesifikke tjenester mot ulike målgrupper i utkantstrøk og via digitale kommunikasjonsstasjoner (informasjonskiosker), forankre prosjektet og skaffe finansiering*. Det er særlig lagt vekt på å finne løsninger for hvordan flere offentlige tjenester kan tilbys fra utkantbutikker, i den hensikt å styrke lokalbutikkene, gi lokalbefolkningen et bedre tjenestetilbud og samtidig en mulighet for kommuner og andre offentlige virksomheter å nå sine målgrupper med tjenestene på en god og kostnadseffektiv måte. Mulighetene for lokale reiselivsaktører, tilbydere av hytteservice osv., å få bedre kontakt med markedet ved å være til stede i butikkene, er også nevnt i søknaden fra mai 2010.

Forprosjektet er nå avsluttet, og et hovedprosjekt for perioden september 2011 til utgangen av 2012 er skissert (se søknad). Det er opprettet avtaler med tre Hedmarks-kommuner, Os, Engerdal og Trysil som alle ønsker å delta i hovedprosjektet, Os og Engerdal med en butikk hver, og Trysil med tre. De tre kommunene legger en betydelig egeninnsats, primært i form av personalkostnader, i prosjektet, Hedmark fylkeskommune har gitt tilsagt om en støtte på 150.000 kroner. Det er også lagt inn en forutsetning om at Merkur-programmet vil bidra til finansieringen. Resten av kostnadene søkes KR D og om å bevilge som en del av Bolyst-programmet.

Denne rapporten inneholder en oppsummering av forprosjektet og beskriver noen av utfordringene videre og spørsmålene det vil bli søkt svar på.

Mye av arbeidet i forprosjektperioden har vært knyttet til ideen om å prøve ut løsninger med "bibliotektjenester i butikk", en ordning der brukerne kan både bestille, hente og levere tilbake låneprodukter i butikkene, og ved hjelp av en videosamtaleløsning også kan kommunisere med, og få veiledning fra biblioteket. Også i hovedprosjektet vil bibliotektjenestene få særskilt oppmerksomhet. I følgeforskningen vil det også bli lagt inn en vurdering av andre varianter av "bibliotek i butikk" for å kunne diskutere alternative modeller, og for bedre å kunne vurdere valg av modell i forhold til lokale forhold.

Den overordnede hensikten med prosjektet er å utvikle erfaringer som kan spres til andre utkantkommuner og -butikker, nasjonalt og internasjonalt.

## UTFORDRINGEN

Den dramatiske nedgangen i tallet på utkantbutikker har lenge vært en bekymrings sak i norsk regionalpolitikk, spesielt i tilfeller der sistebutikken vakler. Merkur-programmet startet som et svar på denne utfordringen. De første støtteordningene skriver seg helt tilbake til 1976. Programmet fikk sitt navn i 1995 (Merkur = merkantilt kompetanseprogram for utkantbutikkene i regionene), i første omgang som en ordning under Nærings- og handelsdepartementet. Fra 1998 overtok Kommunal og arbeidsdepartementet (nå Kommunal- og regionaldepartementet) ansvaret for programmet. Man har primært arbeidet med å ruste opp butikkene, både ved å styrke kompetansen, ved å bidra til å tilføre butikkene tilleggstjenester og ved å gjøre dem triveligere og mer attraktive å benytte for både fastboende og tilreisende.

Prosjektet *Tjenestefordling via digitale kommunikasjonsstasjoner i utkantbutikker* kan oppfattes som en videreføring av den tradisjonelle Merkur-tenkningen: En hensikt er å styrke utkantbutikkene ved å utvide tjenesterepertoaret og gi potensielle brukere enda flere grunner enn før til å besøke butikken. Men begrunnelsen går samtidig et steg videre (jf. søknad om forprosjektmidler mai 2010). Man tenker på lokalbutikken som en etablert infrastruktur. Den er der og fungerer som et etablert kontaktpunkt, ikke sjelden den siste gjenværende felles arenaen i en bygd. *Hvordan kan dette kontaktpunktet, med sitt etablerte nettverk og forsyningslinjer, utnyttes på en enda mer bevisst og systematisk måte enn tidligere for å nå lokalbefolkningen og tilreisende med ulike typer tjenester ved å la butikken fungere som en go-between mellom den primære leverandøren av tjenesten og brukeren?* Videre spørres det: *I hvilken grad kan informasjons- og kommunikasjonsteknologi (IKT) og spesielt bruk av digitale kommunikasjonsstasjoner (sjølbetjente terminaler knyttet til Internett) i denne sammenhengen utnyttes innovativt på veien til nye løsninger?*

Utfordringene på veien mot vellykkede løsninger er mange. For det første må teknologien fungere, og den må fungere på en måte som gjør at både brukerne og de andre aktørene som involveres opplever løsningene som enkle og hensiktsmessige. For det andre er det nødvendig å utvikle velfungerende leveransesystemer rundt teknologien. I noen tilfeller er slike systemer allerede utviklet, i form av gode sjølhjelpstjenester på nettet. Det som i disse tilfellene skal til ekstra, handler mest om å bidra aktivt til at tjenestene blir tatt i bruk så potensialet utløses, og slik at både brukerne og handlerne og ideelt sett også leverandørene av tjenestene har fordel av det. I andre tilfeller må tjenestene og leveransesystemene utvikles mer eller mindre fra grunnen, og en organisasjon bygges opp med mer eller mindre komplekse samhandlingssystemer og i mange tilfeller et supplerende logistikksystem der også håndtering av fysiske produkter inngår. Det gjelder blant annet opplegget for å etablere bibliotekstjenester i lokalbutikkene.

En spesiell utfordring er knyttet til økonomi. Skal modellene fungere på sikt, er det nødvendig at de viser seg at fordelene man oppnår står i forhold til prisen, og at handlerne tjener på stille sine lokaler og sin tid til rådighet for de bakenforliggende leverandørene av tjenestene.

## FORPROSJEKTET

Forprosjektets innhold er beskrevet slik prosjektsøknaden:

1. Foreta nettsøk/besøk for å bli kjent tilsvarende løsninger i inn- og utland som finnes i dag.
2. Følge opp og registrere bruksmønsteret på de terminalene som er utplassert på butikkene i Fjellregionen.
3. Etablere kontakt med samarbeidspartnere (kommuner, fylkeskommuner, aktuelle offentlige etater).
4. Utvikle prosjektet i dialog med aktuelle samarbeidspartnere.
5. Sørge for finansiering av prosjektet

Her følger en kort redegjørelse for hvordan de ulike elementene er håndtert i forprosjektet, og hvilke resultater som er oppnådd.

### **Foreta nettsøk/besøk for å bli kjent tilsvarende løsninger i inn- og utland som finnes i dag**

Søkene etter løsninger som likner på de som planlegges utviklet i prosjektet har primært vært knyttet til følgende to spørsmål:

- a. Fins eksempler på butikker i inn- eller utland som benytter sjølbetjente digitale kommunikasjonsstasjoner (infokiosker/terminaler) som en del av sitt tilbud til kundene?
- b. Fins varianter av "bibliotek tjenester i butikk" andre steder, og hvordan er disse i tilfelle organisert?

Svaret på det første spørsmålet er kort. En terminalløsning som likner mye på utprøvingen som har foregått i forprosjektet i Hedmark fins i ICA Sillerud (Årjängs kommun, Värmland, Sverige) og som en del av den nasjonale satsingen *Ny service på /@ndet*. Man har prøvd ut en løsning der bruken av terminalene er lagt til et eget rom i tilknytning til burkkken, mest for å kunne håndtere konfidensialitet. Man har også forsøkt å prise tjenestene. Etter ny vurdering har man endt opp med å anbefale at terminalen installeres i butikklokalet og at tjenestene gjøres gratis for bruker. Forsøkene fortsetter. Det er opprettet kontakt mellom det svenske forsøket og Hedmark-prosjektet via Merkur-konsulenten. <http://www.sillerud.se/Servkont/hemsida.htm>

Ut over dette svenske eksemplet har vi ikke funnet fullt ut sammenliknbare eksempler, bortsett fra informasjons- og promoteringsskjermer, eller terminaler som har bestemte funksjoner i forhold til online spill osv. i butikkene.

Fins varianter av *bibliotek tjenester* i butikk andre steder? Svaret er ja, men litt avhenging av hva en legger i begrepet. Eksempler på "bokkasse" i butikk fins mange steder, og har eksistert i flere tiår. Også en av butikkene som vil delta i prosjektet, lokalbutikken i Elgå, Engerdal har allerede en slik ordning. Bøkene som lånes ut fra butikken skiftes ut med jevne mellomrom, og føres inn og ut av lånesystemet av handleren som mottar en viss godtgjørelse for arbeidet. Andre steder har ordningen forsvunnet. Det må trolig regnes som en relativt lite framtidrettet ordning, med mindre man tenker på den som et supplement til et mer smidig opplegg, og et opplegg som gir bredere og raskere tilgang til låneprodukter.

Vi har også norske eksempler på at bibliotekfilialer med en egen, litt mer omfattende bokstamme er lagt til en butikk (eksempler: Sunndal, Harran, Grong). Filialen kan være betjent av bibliotekar, eksempelvis en gang i uken.

Vindafjord kommune etablerte allerede i 2006 en ordning med fire desentraliserte fire utlånssteder der spesifikt bestilte låneprodukter transporteres til og fra. Låneproduktene leveres ut og tilbake i butikk/bensinstasjon, og kan bestilles via telefon eller nett. Marnardal kommune har en ordning som likner, men som også inkluderer periodevis bemanning fra biblioteket. Det er en mer påkostet løsning enn den som er utviklet for dette prosjektet, og trolig en løsning som vil egne seg bedre for litt større steder enn de nokså små grendene som deltar i Hedmark.

[www.vindafjord.folkebibl.no](http://www.vindafjord.folkebibl.no)  
[www.marnardal.kommune.no/](http://www.marnardal.kommune.no/)

Etter at Bibliotekmeldingen, *St.meld. nr. 23 (2008-2009): Kunnskapsallmenning, møtestad og kulturarena i ei digital tid*, åpnet eksplisitt for etablering av flere bibliotek tjenester i butikk, er det på mange måter overraskende at det ikke i større grad er kommet en mer omfattende bølge av utprøvningsforsøk. Det kan ha sammenheng med erfaringer som er gjort i forprosjektet, at ordningen fordrer et relativt komplekst leveransesystem som involverer mange aktører, og som i praksis trolig også vil kreve gode sjølhjelps løsninger (søkemuligheter, muligheter til å administrere egne lån osv.) på nett fra bibliotekets side. Fortsatt mangler flere kommuner slike løsninger og bare et fåtall har løsninger som fortjener toppkarakter.

Det nye ved modellen som blir utviklet i Hedmark, sammenliknet med etablerte modeller, er mulighetene til å bestille bøker og andre låneprodukter rett fra butikken, og å hente inn bibliotekfaglig kompetanse via toveis kommunikasjon (Skype-løsning) i bestillingsprosessen. Ordningen gir tilgang til alle bøker i den nasjonale bibliotekbasen, og koples via en lokal transportordning (skolebuss) til det interne transportsystemet som bibliotekene har opprettet seg imellom og som gjør det mulig for brukerne å få levert ut og å få levere tilbake låneproduktene ved et hvilket som helst bibliotek som er med i ordningen. Ventetiden vil bli lengre enn når boka kan lånes fra en bokkasse/bokstamme i butikken, men utvalget, og mulighetene til å orientere seg i utvalget blir radikalt bedre.

## Følge opp og registrere bruksmønsteret på de terminalene som er utplassert på butikkene i Fjellregionen

Ved starten av prøveprosjektet var terminaler utplassert i tre kommuner (fire butikker) som en arv fra Interreg-prosjektet *Bærekraftig service* (se forprosjektsøknad). To av terminalene var plassert ut i Kvikne i Tynset kommune, en i Tufsingdal i Os kommune og en i Sollia i Stor-Elvdal kommune. Kvikne-prosjektet ble avvirket, dels fordi man allerede hadde bibliotek i bygda, dels fordi brannmur gjorde det umulig å hente ut logger. En av de ledige terminalene ble etter avtale med Engerdal kommune og handelen i Elgå flyttet over dit.

Type søk	Tufsingdalen 19.02-5.03	Tufsingdalen 19.-25.04	Sollia 19.02-5.03	Sollia 19.-25.04	Elgå 19.02-5.03	Elgå 19.-25.04	Alle 19.02-5.03	Alle 19.-25.04
Sosiale medier	40,9	48,6	21,4	42,7	51,4	27,5	36,1	45,2
Værvarsel	13,0	8,3	4,8	2,7	15,3	5,0	10,5	6,5
Lokal bygdeside	3,2	2,7	30,9	27,9	4,1	12,5	13,3	10,6
Nav	0,0	0,0	13,5	0,0	9,7	0,0	6,8	0,0
Nyheter Aviser/Nrk	33,7	17,2	24,6	17,4	5,5	30,0	24,7	18,3
Rutetider	1,3	0,0	0,0	4,8	6,9	0,0	2,0	1,3
Diverse	7,8	23,0	4,7	4,2	6,9	25,0	6,5	17,9
Antall søk	154	325	126	143	72	40	352	508

**Tabell 1:** Logg for bruk av utplasserte terminaler 2011. Andel av treffene (prosent).  
Periode 1: 19. februar til 5. mars (vinterferie), periode 2: 19. til 25. april (påske)

Her presenteres sammenstilte logger fra to perioder, 19. februar til 5. mars 2011 og 19. til 25. april 2011 (tabell 1). Periodene er valgt ut først og fremst for å kunne studere bruken i perioder da mange hyttefolk er til stede i de aktuelle bygdene (vinterferie og påskeferie), og butikkene har en blomstringsperiode. Ideelt sett burde bruken ha vært fordelt på undergrupper for å kunne skille fastboende fra tilreisende, eldre brukere fra yngre osv. Teknisk sett kan det være mulig å få til dette, men det vil gjøre terminalene mindre brukervennlige, og er valgt bort i denne omgangen. Derfor fins det bare tall for alle som har vært i butikken og brukt terminalen. Fordi det er flere tilreisende enn fastboende som besøker alle de aktuelle butikkene både på årsbasis og i de aktuelle periodene, er det også grunn til å tro at de tilreisende dominerer bruken som er registrert.

Tabellen forteller om aktiv bruk av terminalene, men om variasjoner fra sted til sted, uten at det er mulig å ha sikre meninger om hvorfor disse variasjonene eksisterer. De kan ha med det totale besøket i butikken å gjøre, med terminalenes plassering i lokalet, med i hvilken grad handleren har bidratt aktivt til å fremme bruk, og det kan være andre forklaringer. I ett tilfelle (Elgå) viser det seg at terminalen har hatt en teknisk brist, og derfor ikke har fungert så godt som den skulle. Handleren forteller at flere brukere som

har prøvd seg, har gitt opp og senere unngått å bruke den. Dette samsvarer godt mer etablerte erfaringer med sjølhjelps løsninger på nett. Brukerne har liten toleranse for feil og åpenbare utilstrekkeligheter, og gir opp ganske lett.

Hvilke bruksområder har vært de viktigste? Flest treff er registrert for kategorien *sosiale medier*, herunder sending/uthenting av e-post. Vær og nyheter er viktig, ganske mange er inne på lokale sider som forteller om livet i bygda, attraksjoner osv, mens resten av treffene fordeler seg på mange bruksområder, rutetider, kommunale nettsider osv. Nav sjølhjelp ble installert som forhåndsprogrammert lenke på tampen av prøveperioden og blir benyttet, men foreløpig i relativt beskjeden grad. Det er viktig å understreke at det ikke har vært knyttet et systematisk informasjons- og promoteringsopplegg til terminalene ut over det handlerne har stått for mer spontant og etter forespørsler fra potensielle brukere.

Kort oppsummert kan det dokumenteres at terminalene i forprosjektperioden har hatt betydelig bruk, med Tufsingdal på topp (325 søk bare i perioden 19. til 25. april). De har mest fungert som internettkafé og som digitalt turistkontor, og i noen grad som formidler av lokal informasjon. Tjenester basert på toveis kommunikasjon, bortsett fra sosiale medier, har i liten grad vært lagt inn på skjermen som et primært valg, og ingen av butikkene har inntil nå fått en bibliotekløsning.

Butikkenes inntjening som resultat av at terminalene står utplassert i butikkene er ikke mulig å beregne. De har ikke har direkte utgifter til leie av terminalene, og heller ikke direkte inntekter. All bruk har vært gratis for brukerne og ingen innholdsleverandører har betalt for å ha sine tjenester plassert på terminalen. De indirekte inntektene til handlerne, at folk stikker innom for å bruke terminalene og foretar innkjøp av butikkens ordinære sortiment som de kanskje ellers ikke ville ha gjort, må forventes å ha forekommet. Denne indirekte omsetningen er naturligvis svært vanskelig å beregne eksakt, og ingen forsøk på det er gjort her. Det er imidlertid verd å merke seg at handlerne er opptatt av denne effekten, og antakelig har ingen har bedre forutsetninger enn dem til å vurdere spørsmålet.

### **Utvikle prosjektet i dialog med aktuelle samarbeidspartnere**

Kjernen i prosjektet består av *digital tjenesteformidling*. Terminalenes funksjonalitet, nettets kapasitet og hvordan de ulike sjølhjelpstjenestene på nettet er organisert, blir avgjørende for hva det er mulig å utvikle av tjenestekonsepser. Likevel er det ikke arbeidet med de teknologiske løsningene som har tatt mest tid i prosjektet, men arbeidet med å bygge det laget av *de personlige aktører* som skal delta, handlerne, representantene for grendene, reiselivet, de ulike kommunale og fylkeskommunale aktørene osv. Samspillet mellom teknologi og personlige aktører oppfattes som den viktigste suksessfaktoren. Når det er sagt: Prosjektet har møtt svært mye kreativitet og positiv vilje både lokalt og hos fylkeskommunens aktører, noe som bekreftes gjennom egeninnsatsen som planlegges lagt inn i prosjektet, både i form av arbeid og økonomiske bidrag. Det har ikke vært vanskelig å finne interesserte kommuner og butikker.

I grunnlaget for søknaden om hovedprosjekt inngår tre kommuner, Engerdal, Trysil og Os. I Engerdal og Os er butikkene valgt ut, og terminaler er allerede installert (Elgå og Tufsingdalen). For Trysil sin del er intensjonsavtalen med kommunen klar, og det er besluttet å innlemme tre grender/butikker i forprosjektet. To av butikkene (Slettås og Plassen) er klarert. Den tredje butikken er det valgt å vente med å knytte en avtale opp mot, i påvente av lokale avklaringer.

Hedmark fylkeskommune ved fylkesbiblioteket har deltatt aktivt og på en svært positiv måte i utviklingen av prosjektet, og har stilt sin kompetanse til rådighet for å bistå de involverte kommunene med å tilrettelegge på biblioteksiden. I vurderingen av erfaringer med ulike modeller for bibliotek i butikk-løsninger på nasjonalt nivå, som det er meningen å utføre som en del av hovedprosjektet, har fylkebiblioteket allerede bistått prosjektet med data. De vil også bli spurt om assistanse i det videre arbeidet.

Sollia i Stor-Elvdal kommune har vært med i forprosjektet. Det faktum at det allerede eksisterer en bibliotekfilial i bygda har bidratt til at det er mindre aktuelt å utvikle bibliotek tjenester i butikken her. Derfor blir Stor-Elvdal ikke med i hovedprosjektet. Kvikne i Tynset kommune, som også hadde utplasserte terminaler i en periode, er tatt ut av samme grunn.

### **Sørge for finansiering av prosjektet**

I tillegg til KRD blir Merkur-programmet bedt om bistå med finansieringen av prosjektet. De involverte kommunene har lagt fram en oversikt over omfanget av ekstra arbeidsinnsats de kalkulerer med å legge inn i utprøvingen av modellen. Hedmark fylkeskommune har vedtatt å støtte prosjektet finansiert med et bidrag på 150.000 kroner.

Se budsjett med kostnadsoverslag og finansieringsplan (vedlagt)

### **TERMINALENE – KRITISKE FAKTORER**

Erfaringene med kommunikasjonsstasjonene som har vært utplassert i utvalgte butikker i forprosjektperioden er interessante. De gir likevel ikke anledning til å trekke endelige konklusjoner om potensialet og om hvilke grep som eventuelt kan gjøres for å ta ut potensialet. For å komme dit er det nødvendig å utvikle tjenestene i samarbeid med kommunene og andre involverte aktører. Terminalenes utforming og fysiske plassering i butikkene må testes ut bedre. Det må legges mer arbeid i opplæring av handlerne som i neste omgang kan bistå brukerne i starten (assistert bruk) og ikke minst må ordningene introduseres sammen med et profesjonelt informasjons- og promoteringsopplegg. I tillegg trengs lett tilgjengelig informasjonsmateriell i tilknytning til terminalene. De er enkle å bruke, men ikke sjølforklarende, spesielt ikke for brukere med begrenset digital kompetanse.



Terminalene som er brukt så langt er ikke perfekte. Spesielt én av boksene synes å ha tekniske mangler (se ovenfor). Terminaltypen som er prøvd ut mangler også muligheter til å zoome. Enkelte undermenyer på etablerte nettsider kan derfor bli vanskelige å betjene, fordi trykkpunktene blir små og krevende å treffe. Skal terminalene fungere kreves også en viss båndbredde, uten at en grense er mulig å fastslå eksakt. En del av prosjektet vil bli å lete etter teknisk sett bedre løsninger. Erfaringen er, som nevnt ovenfor, at brukere som forsøker terminalene og møter på tekniske problemer eller opplever dem som trege, fort gir opp, og de kommer sjelden tilbake (se ovenfor).

## **EN VURDERING AV HVILKE TJENESTER SOM KAN NÅS FRA BUTIKKENE**

Arbeidet har videre gitt grunnlag for å skaffe et bedre inntrykk av hvilke typer tjenester, offentlige og private og bedømt på prinsipielt grunnlag, som kan egne seg for formidling via en slik teknologi:

En digital kommunikasjonsentral utplassert i en butikk er i utgangspunktet et medium som formidler digital kommunikasjon via nettet. Spissformulert kan man derfor si at den aldri blir bedre enn tjenestene som til enhver tid er tilgjengelige via nettet. Har en kommune elendige nettsider vil tjenestene som tilgjengeliggjøres gjennom boksen i butikken også bli elendige. Har nettet liten kapasitet blir boksens muligheter begrenset at det.

Prinsipielt kan det være hensiktsmessig å dele inn tjenestene i tre hovedtyper når en skal diskutere hvor aktuelt og hvor krevende det er å etablere dem i en butikk:

1. Push-basert informasjon (reklame, kampanjestoff etc. "pushet" av leverandør)
2. Aktiv uthenting (pull-basert) av enveis informasjon av typen kommunal informasjon, nyheter, værvarsel, ruteopplysninger, informasjon om attraksjoner og arrangementer osv.
3. Toveis digital, brukerinitiert kommunikasjon (tekst, grafikk, lyd, bilde)
  - a. Tilrettelagte løsninger av typen digitale søknadsskjema, bookingordninger, Nav sjølhjelp, sosiale medier osv.
  - b. Som element i en tjenesteprosess som i tillegg fordrer varetransport (polvarer bestilt til butikk, bibliotek tjenester i butikk osv)
  - c. Som medium for videosamtaler, eksempelvis kontakt med betjent kommunalt servicetorg eller bibliotek i forbindelse med utvelgelse av bøker for lån.

Når det gjelder tjenester av type (1) pullbaserte tjenester, er det foreløpig besluttet å ikke installere slike. Et argument for ville være at det kunne gi handleren inntekter

gjennom reklame, kanskje nok til å betale utgiftene til terminaler og mer enn det. Argumentet *mot* har vært at reklame og informasjon som ruller på en skjerm vil skape støy, og kanskje et inntrykk blant potensielle brukere av terminalene at de utelukkende er formidlere av reklame og ikke et verktøy som det primært er meningen at *brukeren* skal styre anvendelsen av.

Alle tjenester av type (2), pull-basert enveis informasjon, er i prinsippet på plass i det øyeblikk terminalen er installert og koplet på nettet. De forhåndsdefinerte trykkpunktene bidrar til å gjøre terskelen for å hente ut informasjonspotensialet lavere overfor innholdsleverandører som er blitt tildelt en slik plass. Men via ett eller flere trykk vil en bruker med et minimum av digital kompetanse kunne nå *alt* Internett har å by på av informasjon, med mindre noen sider eller typer innhold er sperret. Det har man foreløpig ikke sett et behov. Ved å kople skriver til terminalen kan informasjonen også overføres til papir, i prinsippet også til minnepinne eller et annet digitalt medium. Slik kan eksempelvis rutetabeller, billetter med strekkoder osv. hentes ut.

Tjenester av type (3), slike som innebærer ulike varianter av toveis kommunikasjon mellom bruker og leverandør spenner over et bredt spekter. 3a-typen av tjenester krever ingen ting ekstra ut over at terminalen er installert og fungerer teknisk. Da kan alle sjølhjelps løsninger som etablert på nett nås fra butikken, slik de også kan nås fra en hjemme-pc og i økende grad fra mobiltelefoner eller nettbrett. Nav i butikk er dermed en realitet i det øyeblikk terminalen er skrudd på. Det samme er muligheten til å bestille billetter på nett, hente inn, fylle ut og sende søknader osv.

Tjenester av typen 3b og 3c krever mer. I tilfeller der noe fysisk skal bestilles må det etableres en særskilt ordning for transport. Når det skal tilrettelegges for videosamtaler (3c) behøves web-kamera og mikrofon tilknyttet terminalen (følger med i den moderne versjonen av boksen) og det må installeres tilsvarende utstyr i den andre enden..

Tjenestene av type 3 vil ikke nødvendigvis bli de hyppigst brukte tjenestene, men er på mange måter de mest interessante i prosjektet, og definitivt de mest krevende å utvikle. Dette fordi de krever ekstra tilrettelegging, de krever at flere aktører inngår avtaler og i mange tilfeller at det etableres særskilte logistikk løsninger på siden av den digitale logistikken. Når dette er gjort vil imidlertid mange muligheter åpne seg som kan innebære til dels betydelige tilgjengelighetsgevinster og i visse tilfeller innsparinger, i prinsippet både for brukerne og leverandørene av tjenestene.

*Polvarer i butikk* er en løsning av type 3b. Vinmonopolet har allerede gjort de nødvendige juridiske avklaringer og har etablert en velfungerende logistikk i forlengelsen av sin nettbutikk som gjør at man, forutsatt at butikken har installert en terminal eller annen internettløsning og har ansvar for utlevering av postpakker, allerede fra dag en kan bestille polvarer fra det nasjonale utvalget via nettbutikken, og få dem utlevert i butikken så raskt som posten bærer. Frakten er, etter dagens ordning, gratis for alle som bor i en kommune uten ordinært polutsalg. Varene kan også bestilles via andre medier. Utleveringen må skje etter bestemte regler, ikke ulikt reglene for ølsalg. Erfaringene fra forprosjektet tyder på at ordningen brukes relativt lite, trolig fordi den er lite kjent, og lite kjent er den fordi Vinmonopolet ikke har anledning til å reklamere for sine tilbud. Imidlertid er det grunn til å tro at både fastboende med lang vei til polutsalg, og kanskje

ikke minst hyttefolk, vil sette pris på ordningen. Det er kommet henvendelser fra butikker som gjerne vil vite mer om terminalene nettopp med tanke på å legge til rette for polvarer i butikk-løsningen. En tenker ikke minst på at en enklere tilgang på polvarer fra butikken vil kunne bidra til å redusere handelslekkasje. Erfaringsmessig er mange av utkantboernes "byturer" utløst av behovet for et besøk ved Vinmonopolet, og slike byturer resulterer som regel i mange flere innkjøp enn bare innkjøp av polvarer, ofte også varer som man utmerket godt kunne ha kjøpt i lokalbutikken. Saklig informasjon om ordningen vil neppe bryte med det norske forbudet mot alkoholreklame.

Mye av arbeidet i forprosjektperioden har i praksis handlet om å legge grunnlaget for en løsning med bibliotek-tjenester i butikk. Dette er å oppfatte som en kombinasjon av en 3b og en 3c-tjeneste, ettersom den *både* krever en særskilt ordning for transport av låneobjekter mellom bibliotek og butikk, og fordi det planlegges Skype-løsning som åpner for toveiskommunikasjon mellom bruker og bibliotek, og ønskelig med både lyd og bilde. Dette forventes å fungere som et vesentlig supplement til sjølbetjeningsløsningene de involverte bibliotekene allerede har etablert, eller er i ferd med å etablere på nettet.

Det knytter seg stor spenning til bibliotekløsningen, både hvordan den vil fungere rent teknisk, og hvordan den vil bli tatt i mot. Erfaringene vil raskt kunne eksporteres til andre utkantkommuner og -butikker, og anses isolert sett som det mest spennende innslaget i utprøvingen av løsningen.

Det er også avklart med en av kommunene (Os i Hedmark) at *videosamtaleløsning med kommunens bemannede servicetorg* skal prøves ut. Dette er et spennende element, spesielt om det viser seg å kunne spare brukere for reiser til kommunesenteret, som i dette tilfellet ligger 40 kilometer unna. Hvor stort omfang bruken av løsningen vil kunne få, er imidlertid usikkert. De bemannede servicekontorene ser over alt ut til å få færre besøkende over tid, og mer kommunikasjon på nett og per telefon. Dette er også gjennomgående en ønsket utvikling, sett fra kommunenes side.

## **KONKLUSJONER**

Mange utkantbutikker har behov for å styrke sitt driftsgrunnlag og sin posisjon dersom de skal overleve. Det kan blant annet skje ved å videreutvikle rollen som en flerfunksjonell tilbyder. Ny teknologi og nettbasert kommunikasjon kan bidra til dette. Samtidig kan tjenesteleverandører som ikke har økonomiske eller praktiske muligheter til å være til stede lokalt med sjølstendige tilbud i grendene med fordel arbeide med å utvikle konsepter som gir anledning til å være *indirekte* til stede, gjennom lokalbutikkene. Bruk av sjølhjelpsbaserte digitale kommunikasjonsstasjoner kan være en av flere veier til en slik, indirekte tilstedeværelse, og dermed en mulighet til å nå flere brukere og på en kostnadseffektiv måte.

Forprosjektet har gitt nyttige erfaringer, både når det gjelder å få prøvd ut bruk av terminaler i praksis, og når det gjelder å utvikle tjenester i tilknytning til terminalene.

Hovedkonklusjonen er at forsøkene er lovende, men at flere forhold må følges opp nøye dersom ordningene skal fungere så godt som ønskelig og utvikles til en eksportvare, modeller eller prototyper som kan tas i bruk av andre aktører andre steder. Utfordringene knytter seg både til forhold som har med teknologi å gjøre og forhold som har med samhandlingen i tilknytning til teknologien å gjøre. De organisatoriske forholdene rundt tjenester av en viss kompleksitet, som for eksempel bibliotek tjenester i butikk kan i praksis vise seg å være vel så krevende å få på plass som de teknologiske. Når det i denne sammenhengen er snakk om modellutvikling, er det ikke bare snakk om å prøve ut ulike teknologiske løsninger et system for logistikken rundt disse løsningene, men også systematiserte erfaringer om arbeidsmetoder fram mot slike løsninger.

Skal løsningene overleve utprøvsperioden må de være bærekraftige. Det innebærer i praksis at de sentrale aktørene i tjenesteleveransesystemene som utvikles må oppfatte ordningene som hensiktsmessige, og fortrinnsvis også økonomisk bærekraftige. For handleren må rollen som tjenestevert gi inntjening, direkte og/eller indirekte. For de bakenforliggende leverandørene av tjenestene må løsningene gi inntekter, om vi snakker om kommersielle aktører, kostnadseffektiv tjenestefordling, om vi snakker om offentlige aktører.

Pilotprosjektet i Hedmark vil bli fulgt opp tett med følgeforskning.

## LITTERATUR OG KILDER SOM ER BENYTTET I ARBEIDET

Bryan, A., Bryden, J., Kirsty, H., Rennie, F., and Young-Smith, L., (2007). *Critical Factors in the Success of One Stop Shops as a Model of Service Delivery within Rural Locations*, Scottish Executive, Australia: Department of Transport and Regional Services, Australian Government; OECD (2008), *OECD Rural Policy Reviews: Finland*, OECD publications, Paris.

Båtevik, Finn Ove, Geir Tangen og Else Ragni Yttredal (2006). Med utkantbutikken i sentrum. Evaluering av Merkantilt kompetanseprogram for utkantbutikkene i regionane. *Høgskulen i Volda/Møreforskning. Arbeidsrapport nr. 188*.

Båtevik, Finn og Aarflot, Unni (2010). Butikken som bygdeutviklar. *Regionale trender 1:25-34*. Oslo.

Cairncross, Frances (2001): *The Death of Distance 2.0. How the Communications Revolution in Changing Our Lives*. London: Texere.

Jussila, H, Lotvonen, E & Tykkyläinen, M (1992). *Business strategies of rural shops in a peripheral region*. Journal of Rural Studies, 8, 185–192.

Krafft, Manfred, Murali, Mantrala K. (eds.) (2010). *Retailing in the 21st Century. Current and Future Trends. 2nd. Edition*. Springer.

Larsen, S (2002). *Den multifunksjonelle nærbutikken – en studie av fem nærbutikker i perifere lokalsamfunn*. Tromsø: Institutt for planlegging og lokalsamfunnsforskning.

Lein, K og Sæter, J. Aa (1998). *Evaluering av MERKUR – «merkantilt kompetanseprogram for utkantbutikkene i regionane»*. Lillehammer: Østlandsforskning.

OECD (2010). *Strategies to Improve Rural Service Delivery*. OECD Rural Policy Reviews.

Rasmussen, P. G og Reidarson, P (2007). *Handelstrender, kjedeutvikling, og service. Strukturendringer og metoder i en ny tid*. Bergen: Fagbokforlaget

*St.meld. nr. 23 (2008-2009): Kunnskapsallmenning, møtestad og kulturarena i ei digital tid*

Aasbrenn, Kristian (2010): *Bygda og butikken. Erfaringer fra et svensk-norsk utviklingsprosjekt*. Sluttrapport. Med bidrag fra Göran Forsén. Høgskolen i Hedmark/Interreg. Oppdragsrapport.

Aasbrenn, Kristian (2007). Lokale servicetilbud på defensiven - Kunsten å overleve som liten. *Indre Skandinaviens - en gränsregion under omvandling / Sune Berger, Gunnell Forsberg & Morten Ørbeck (red)*. s. 112-128. Karlstad.

Aasbrenn, Kristian (2010). *Tjenester som treffer. Betyr brukerorientering og kvalitet noe annet i offentlig sektor?* Oslo: Universitetsforlaget. Oslo.