

Sogn og Fjordane fylkeskommune

## Handelsanalyse for Sogn og Fjordane

Utgave: 1

Dato: 2016-06-07

---

**DOKUMENTINFORMASJON**

---

Oppdragsgiver:	Sogn og Fjordane fylkeskommune
Rapporttittel:	Handelsanalyse for Sogn og Fjordane med KU
Utgave/dato:	1 / 2016-06-07
-	
Lagringsnavn	handelsanalyse_sogn_og_fjordane_rapport
Oppdrag:	607476-01 – Handelsanalyse med KU Sogn og Fjordane
Oppdragsbeskrivelse:	Handelsanalyse med KU
Oppdragsleder:	Steinar Onarheim
Fag:	Analyse og utredning
Tema	Samordnet areal og transportplanlegging
Leveranse:	Analyse
Skrevet av:	Øyvind Dalen, Steinar Onarheim, May Britt Hernes
Kvalitetskontroll:	Øyvind Sundfjord
Asplan Viak AS	<a href="http://www.asplanviak.no">www.asplanviak.no</a>

---

## FORORD

Asplan Viak har vært engasjert av Sogn og Fjordane Fylkeskommune for å utarbeide en handelsanalyse med konsekvensutredning. Handelsanalysen skal danne grunnlag for en avgrenset rullering av Fylkesdelplan for arealbruk.

Annlaug Helene Kjelstad har vært Sogn og Fjordane Fylkeskommunes kontaktperson for oppdraget.

Steinar Onarheim har vært oppdragsleder for Asplan Viak. Øyvind Dalen har vært fagansvarlig for handelsanalysen og May Britt Hernes har vært viktig bidragsyter i forhold til tekst, analyser og prosess. Fredrik Boge har utarbeidet kart. Øyvind Sundfjord har vært KS-ansvarlig.

Bergen, 03.06.2016

Steinar Onarheim

Oppdragsleder

Øyvind Sundfjord

Kvalitetssikrer

## INNHOLDSFORTEGNELSE

1	Sammendrag.....	4
2	Handel og senterstruktur i Sogn og Fjordane .....	5
3	Nærmere om handelsanalyser .....	7
3.1	Dekningsgrad og gjennomsnittlig forbruk.....	7
3.2	Markedsområde .....	7
3.3	Varegrupper .....	8
3.4	Beregningsgrunnlag – dekningsgrader .....	9
4	Handel og sentrumsutvikling .....	11
4.1	Bakgrunn.....	11
4.2	Senterstruktur.....	11
4.3	Bransjestyring og bransjeglidning.....	13
4.4	Oppfølging og virkemidler i kommunal planlegging .....	13
4.5	Handelens betydning for byutvikling og regional utvikling .....	15
4.6	Lokalisering i sentrum av byer og tettsteder .....	17
4.7	Netthandel.....	17
4.8	Trender i butikkhandel og urbane handlevaner.....	19
5	Status og utviklingstrekk.....	21
5.1	Omsetning på kommunenivå.....	21
5.2	Sysselsetting i varehandelen.....	50
5.3	Dekningsgrader .....	51
6	2030-situasjon .....	60
6.1	Beregnet potensial for nytt handelsareal i den enkelte kommune.....	60
6.2	Kommentar til handelsanalyse for Førde .....	63
6.3	Andre betraktninger.....	65

# 1 SAMMENDRAG

Det er utarbeidet en handelsanalyse for Sogn og Fjordane hvor det er sett på omsetningsutvikling og dekningsgrad for ulike varegrupper over tid. Det er gjort beregninger på både kommune- og regionnivå. Det er sett på all *detaljvarehandel* under ett, samt fordeling på undergruppene *dagligvarer*, *utvalgsvarer* (klær, sko, sport, mf.), *møbel*, *hvitevarer mf.*, samt *plasskrevende varer* (byggvarer og hagesenter).

Gjennomgang av omsetningsstatistikk viser at Førde har den største handelsomsetningen i Sogn og Fjordane fylke, etterfulgt av Sogndal og Flora. Omsetningen for de tre kommunene utgjør til sammen 45 % av samlet omsetning i fylket, mens befolkningsmengde utgjør kun 30 %. Handelstilbudene i Førde, Sogndal og Flora har således et vesentlig større kundegrunnlag enn bosatte i egen kommune. I 2014 var omsetningen i Førde mer enn dobbelt så høy som for Sogndal og Flora til sammen. Øvrige kommuner med et visst omsetningsomfang i fylket er Stryn, Eid, Vågsøy og Gloppen. Selv om det er variasjoner underveis i perioden har alle kommunene i fylket hatt en omsetningsøkning i perioden 2004-2014 sett under ett.

Forbrukstallene for Sogn og Fjordane ligger en del lavere enn landsgjennomsnittet for detaljvarehandel sett under ett. Det er omsetningen innenfor *utvalgsvarer* og *møbler*, *hvitevarer mf.* som trekker ned. For dagligvarer er omsetningen en del høyere enn landsgjennomsnittet og for byggevare og hagesenter er det omtrent likt som i landet. Detaljvarehandel i Sogn og Fjordane sett under ett har således en dekningsgrad på 94 % (100% dekning betyr at omsetningen tilsvarer det en kan forvente ut ifra befolkningsmengden i regionen/ kommunen. Under 100% tyder på handelslekkasje). Trolig er det en viss lekkasje sørover til Bergen, særlig for kommunene i sør, som Gulen og Høyanger. I nord er ikke dekningsgraden like lav, men innenfor møbler og hvitevarer har f.eks. Stryn, Eid og Vågsøy lave dekningsgrader. Det er grunn til å tro at mange her reiser til Sunnmøre, spesielt Ålesund, for å handle denne typen varer.

Alle kommunene i fylket har noenlunde egendekning på dagligvarer (+80 %), med unntak av Naustdal på 57 %. For de andre varegruppene er det få kommuner som har egendekning. Førde og Sogndal er de eneste kommunene med dekningsgrader over 100% i alle varegrupper.

Det er beregnet et utbyggingspotensial for nytt handelsareal basert på forventet befolkningsvekst (SSB middelprognose) og generell økning i kjøpekraft i befolkningen. For 2030 er det beregnet følgende utbyggingspotensial for nytt handelsareal (salgsareal) på regionnivå:

Region	Detaljvarer	Dagligvarer	Utvalgsvarer	Møbel, hv. mf.	Plasskrevende
HAFS	6 000	4 000	1 000	-	1 000
Sogn	28 000	16 000	8 000	2 000	2 000
Sunnfjord	43 000	19 000	14 000	5 000	5 000
Nordfjord	26 000	14 000	8 000	1 000	3 000
Sogn og Fjordane	102 000	53 000	31 000	8 000	10 000

Førde er den kommunen i fylket med størst utbyggingspotensial. Her er det beregnet følgende potensial frem mot 2030:

Område	Detaljvarer	Dagligvarer	Utvalgsvarer	Møbel, hv. mf.	Plasskrevende
Førde	30 000	10 000	11 000	5 000	4 000

## 2 HANDEL OG SENTERSTRUKTUR I SOGN OG FJORDANE

En bærekraftig arealpolitikk er en viktig strategi for å imøtekomme flere av hovedutfordringene i norsk miljøpolitikk. Det gjelder bl.a. klimaspørsmålet og bærekraftige byer og tettsteder. Plan- og bygningsloven er et viktig hjelpemiddel. Den rikspolitiske bestemmelsen for kjøpesentre sammen med reglene om regional og lokal planlegging er sentrale verktøy i arbeidet.

Den første rikspolitiske bestemmelsen<sup>1</sup> om midlertidig etableringsstopp for kjøpesentre utenfor byer og tettsteder trådte i kraft i februar 1999. Den ble fulgt opp med fylkesplaner og fylkesdelplaner med retningslinjer for lokalisering av handel og service etter plan- og bygningsloven av 1985. Evalueringer av kjøpesenterstoppen viste at den har blitt fulgt opp, og at utbyggere har rettet oppmerksomheten mer mot muligheter i sentrumsområder og tettbygde områder, men at det også har vært en utvikling der kjøpesentre etableres utenfor byer og tettsteder.

I perioden etter kjøpesenterstoppen trådte i kraft har det vært sterk vekst i detaljhandelen. Det har også utviklet seg nye handelskonsepter og bransjeglidning der detaljhandel og handel med plasskrevende varer smelter sammen. Denne utviklingen, sammen med miljø- og klimautfordringene og betydningen av å utvikle robuste og attraktive byer og tettsteder, dannet bakteppet for den nye rikspolitiske bestemmelsen for kjøpesentre som trådte i kraft 1. juli 2008.

Formålet med Rikspolitisk bestemmelse for kjøpesentre er å legge til rette for en sterkere regional samordning av politikken for etablering og utvidelse av større kjøpesentre. Hensikten er å styrke eksisterende by- og tettstedssentre og bidra til effektiv arealbruk og miljøvennlige transportvalg, dvs. unngå en utvikling som fører til byspredning, bilavhengighet og dårligere tilgjengelighet for dem som ikke disponerer bil. Det langsiktige målet er å oppnå en mer bærekraftig og robust by- og tettstedsutvikling og begrense klimagassutslippene.

### Fylkesdelplan for arealbruk i Sogn og Fjordane fylke

Fylkesdelplan for Sogn og Fjordane ble vedtatt 18.10. 2000. Fylkesdelplanen tar for seg tre prioriterte utfordringer; arealmangel, arealbrukskonflikter og infrastruktur/vegsamband. Planen definerer Førde som fylkessentre, men definerer ikke regionsentre eller andre sentre utover det. Planen inneholder retningslinjer for arealbruk, herunder hvor og under hvilke forutsetninger kjøpesentre, handel- og tjenestetilbud kan lokaliseres. I retningslinjene står det blant annet at det ikke skal etableres kjøpesentre utenfor sentre og tettsteder. Planen setter opp skille på størrelsen av kjøpesentre i de ulike sentrene. For Førde, Florø, Sogndal og Nordfjordeid slås det fast at det er tilstrekkelig grunnlag for «store kjøpesentre». På Sandane, i Øvre Årdal, Måløy, Stryn og Høyanger er det mulig å etablere kjøpesentre på inntil 10 000m<sup>2</sup> dersom det blir gjort vurderinger som tilsier at det er nok grunnlag for en slik etablering. En slik vurdering skal også til for at Lærdal, Vik, Svelgen, Balestrand, Gaupne,

<sup>1</sup> Rikspolitisk bestemmelse er det samme som statlig planbestemmelse (§ 6-3) etter plan- og bygningsloven av 2008.

Dale og Skei og Hermansverk kan etablere kjøpesenter på inntil 6000 m<sup>2</sup>. For andre tettsteder er det en begrensning på areal som i de statlige planbestemmelsene, 3000 m<sup>2</sup>.

Retningslinjene inneholder videre kriterium for lokalisering av handel- og tjenestetilbud. Senterstruktur og avgrensning av sentrum skal avklares i kommuneplanen. Detaljhandel og tjenester med mange kunder skal lokaliseres i områder som er definert som sentrum. Dette gjelder også for større varetyper som hvitevarer og møbler. Andre plasskrevende varer skal lokaliseres i ytterkanten av sentrum eller tettstedet. Særlig areal- og transportkrevende virksomheter kan tillates utenfor tettbygd strøk, i tilknytning til hovedveinett og mindre virksomheter som skal dekke lokale behov kan etableres utenfor sentrum, i boligområder eller grendesenter.

### **Planprogram for rullering av fylkesdelplan for arealbruk i Sogn og Fjordane fylke**

Det er utarbeidet et planprogram for rullering av fylkesdelplan for arealbruk i Sogn og Fjordane. Planprogrammet er vedtatt i Fylkesutvalget 12.10.2015 i sak 101/15. Bakgrunnen for planarbeidet er at fylkeskommunen mener tiden er moden for å vurdere om gjeldende plan er egnet til å håndtere utviklingen innen handel og service. Planen er 15 år gammel og mye har endret seg siden den ble vedtatt. Det har i tillegg vært to konkrete saker i Fylkesutvalget som gjør revideringen særlig aktuell. Den første saken er fra Nordfjordrådet og Vågsøy kommune som krever at arealbegrensningen på utbygging av kjøpesenter i Måløy, Stryn og på Sandane oppheves slik at det blir like konkurransevilkår i Nordfjord. Den andre saken kom ved Fylkesutvalgets behandling av kommuneplanen for Førde kommune og gjelder etablering av handelspark på Brulandsvollene.

Rulleringen av fylkesdelplanen er avgrenset til å gjelde kapitlet som omhandler etablering av kjøpesenter og eventuelt i tilgrensende deler av planen og retningslinjer. For å revidere planen slår planprogrammet fast at det trengs oppdatert statistikk og analyse av senterutviklingen slik den ser ut i dag, befolkningsstruktur- og utvikling, kjøpekraftsutvikling, handelsutvikling, dekningsgrad og detaljomsetning og transportmuligheter i fylket. Planforslaget skal konsekvensutredes innenfor tema arealbruk og andre arealinteresser, samfunnstema, transport, klima og miljø, folkehelse og barn og unge, ROS, stedsutvikling, regional konkurranse og detaljhandel og plasskrevende varer.

## 3 NÆRMERE OM HANDELSANALYSER

### 3.1 Dekningsgrad og gjennomsnittlig forbruk

Dekningsgraden for varehandel er definert som forholdet mellom omsetning i en handelssone og samlet forbruk for bosatte i samme sone, uttrykt i prosent. Som regel er handelssonene gitt av kommunegrensene, men det kan også gjøres beregninger på et mer detaljert nivå i form av byområder/ større tettsteder.

Forholdet mellom omsetning og forbruk i hver enkelt sone kan si noe om eventuelle handelslekkasjer sonene imellom. Dekningsgrad kan beregnes både for varehandelen samlet, og for utvalgte varegrupper, etter følgende formel:

$$\frac{\text{omsetning i sonen}}{(\text{gjennomsnittlig forbruk pr person}) * (\text{antall bosatte i sonen})} * 100 \%$$

Gjennomsnittlig forbruk pr. person kan beregnes med utgangspunkt i totalomsetningen for en større region (eventuelt baseres på generelle tall på nasjonalt nivå), fordelt på antall bosatte i samme region.

Dekningsgrad rundt 100 % betyr at det er god balanse mellom handel og forbruk. Generelt vil de fleste kommuner ligge noe under 100 %. Lav dekningsgrad betyr at det er en handelslekkasje til andre regioner. Høy dekningsgrad betyr at sonen tiltrekker seg handlende fra andre regioner.

Omsetningsstatistikk innhentes fra Statistisk Sentralbyrå (SSB), som leverer dette på kommunenivå og postsonenivå for ulike varegrupper. Statistikk leveres kun dersom det er minst tre aktører innenfor samme bransje i den aktuelle kommune/postsone.

### 3.2 Markedsområde

Et markedsområde er det geografiske nedslagsfeltet til en handelsvirksomhet, og defineres av bosetningsmønster, virksomhetens størrelse i form av omsetning, og innslag av konkurrerende virksomheter i nærheten. Handelstilbudets vareutvalg er også avgjørende, da kundenes reisevillighet varierer for ulike varegrupper.

Gitt en kjent handelsutbygging (handelsareal) og varetypesammensetning kan man beregne handelstilbudets forventede årlige omsetning, og tilhørende kundegrunnlag for å nå denne omsetningen (antall kunder/personer). Kundegrunnlaget legges til grunn for å beregne handelstilbudets geografiske markedsområde, og vurdere konkurranseforhold i forhold til andre tilbud i nærheten.



### 3.3 Varegrupper

Detaljvarehandel<sup>2</sup> er i denne analysen definert som summen av dagligvarer, utvalgsvarer (for eksempel klær, sko, jernvarehandel etc.) og diverse plasskrevende varer som selges over disk. Se nærmere om definisjon av plasskrevende handel i kapittel 0. Omsetning i varehandelen defineres med bakgrunn i bransjekoder basert på NACE-standard, en internasjonal standard for registrering av private og offentlige virksomheter. Statistikken inneholder ikke omsetning fra internetthandel. Forretninger som har handel både i butikk og via internett har i all vesentlig grad skilt ut internettdelen som eget foretak med NACE-kode (47.9.1).

I handelsanalysen for Sogn og Fjordane fylke er følgende varegrupper benyttet<sup>3</sup>:

#### **Detaljvarehandel**

- Summen av 47 (Detaljhandel, unntatt med motorvogner) *ekskl.* 47.3 (drivstoff), 47.642 (fritidsbåter), 47.8 (torg) og 47.9 (internetthandel og postordre)
- 45.320 bildeler/bilutstyr og 45.402 MC-utstyr/deler

#### **Dagligvarer**

- 47.11 Butikkhandel med bredt vareutvalg med hovedvekt på nærings- og nytelsesmidler
- 47.2 Butikkhandel med nærings- og nytelsesmidler i spesialforretninger *ekskl.* 47.25 Butikkhandel med drikkevarer

#### **Utvalgsvarer**

- 47.19 Butikkhandel med bredt vareutvalg ellers
- 47.25 Butikkhandel med drikkevarer (Vinmonopol)
- 47.4 Butikkhandel med IKT-utstyr i spesialforretninger
- 47.5 eksklusive "plasskrevende 1 og 2" (se under)
- 47.6 eksklusive 47.642 ( fritidsbåter og utstyr)
- 47.7 Annen butikkhandel i spesialforretninger, *ekskl.* 47.761 (blomster)

#### **Plasskrevende 1: Møbler, hvitevarer, fargevarer, motorutstyr**

- 47.523 Butikkhandel med fargevarer
- 47.531 Butikkhandel med tapeter, gulvbelegg
- 47.532 Butikkhandel med tepper
- 47.54 Butikkhandel med elektriske husholdningsapparater
- 47.591 Butikkhandel med møbler
- 47.599 Innredningsartikler ikke nevnt annet sted
- 45.320 Detaljhandel med deler og utstyr til motorvogner, unntatt motorsykler
- 45.402 Detaljhandel med motorsykler, deler og utstyr

#### **Plasskrevende 2: Byggvarer/Hagesenter**

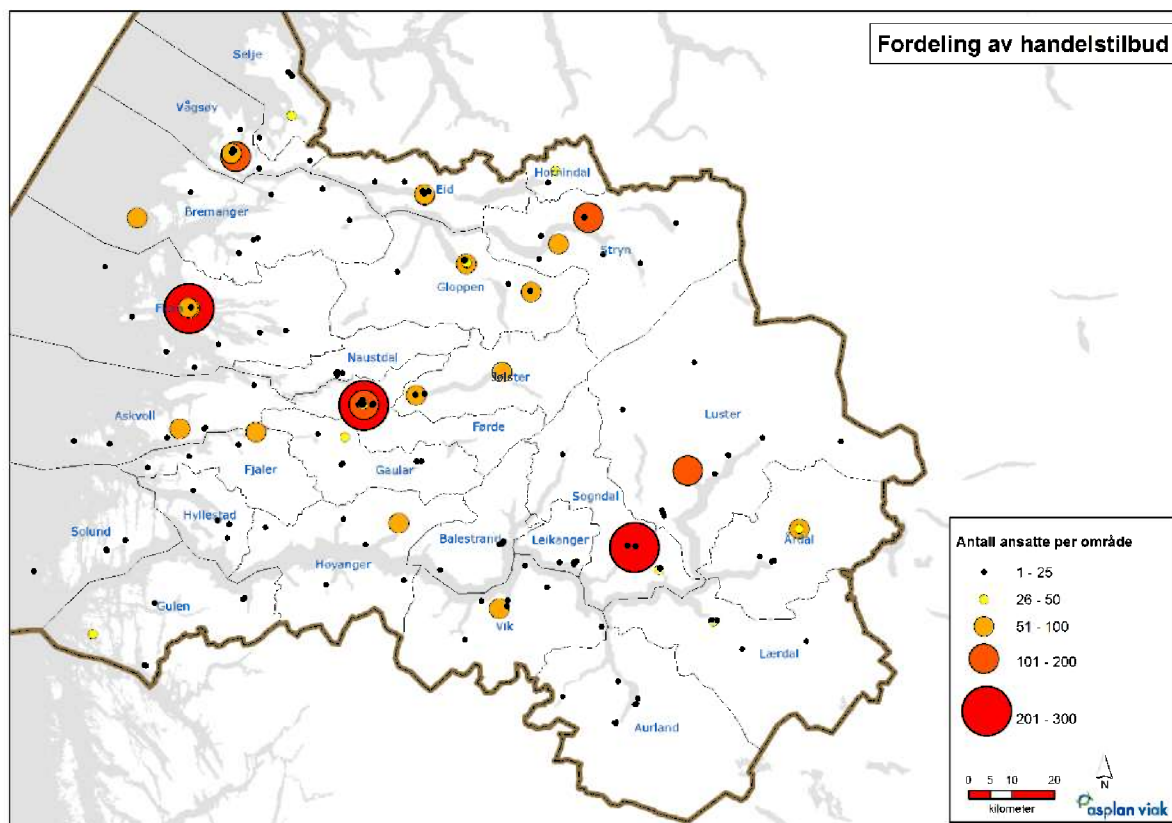
---

<sup>2</sup> Detaljvarehandel er definert i NACE-kodesystemet: Detaljhandel omfatter virksomheter som driver salg av nye og brukte varer i eget navn og for egen regning, vesentlig til personlig bruk eller til private husholdninger, fra utsalgssted, fra torgplass, ved omførsel eller ved postordre/Internett. Her grupperes også virksomheter som driver auksjonshandel og kommisjonssalg ellers til privatpersoner og husholdninger, dvs. salg for annens regning i eget navn.

<sup>3</sup> Basert på NACE 2007

- 47.521 Butikker med bredt utvalg av jernvarer, fargevarer og andre byggvarer
- 47.524 Butikker med trelast
- 47.529 Byggvarer ikke nevnt annet sted
- 47.761 Butikkhandel med blomster og planter<sup>4</sup>

Detaljvarehandel er altså summen av alle typer varer unntatt agentur og engroshandel, motorvogner, drivstoff, fritidsbåter, torg, internetthandel/ postordre, bildeler/ bilutstyr og MC-utstyr/deler. I Figur 3-1 under vises oversikt over hvor mange ansatte som er i detaljvarehandelen i de ulike kommunene. En ser at Florø, Førde og Sogndal er de tre største handelssentrene utifra antall ansatte.



Figur 3-1: Fordeling av detaljvarehandel i Sogn og Fjordane fylke (med forbehold om feil i datagrunnlaget). Kilde Stedfestet bedriftsregister, SSB

### 3.4 Beregningsgrunnlag – dekningsgrader

Ved beregning av dekningsgrader det lagt til grunn omsetningsstatistikk<sup>5</sup> for henholdsvis detaljvarer, dagligvarer, utvalgsvarer og plasskrevende varer (1 og 2) på kommunenivå for

<sup>4</sup> NACE-kodesystemet skiller ikke på blomsterbutikker og hagesenter/gartneriutsalg (Plantasjen ol.). Dette kan føre til at det fremkommer hagesenter i områder/kommuner hvor det kun er blomsterbutikk.

<sup>5</sup> Omsetningsstatistikken er levert av Statistisk Sentralbyrå, og er basert på regnskapstall innrapportert til Brønnøysund-registeret

regnskapsåret 2014, for de kommunene som har nok virksomheter til at SSB kan levere omsetningsstatistikk.

Det er også beregnet dekningsgrad for fire regioner i fylket:

#### Sunnfjord:

- Flora, Gaular, Jølster, Førde og Naustdal

#### Nordfjord:

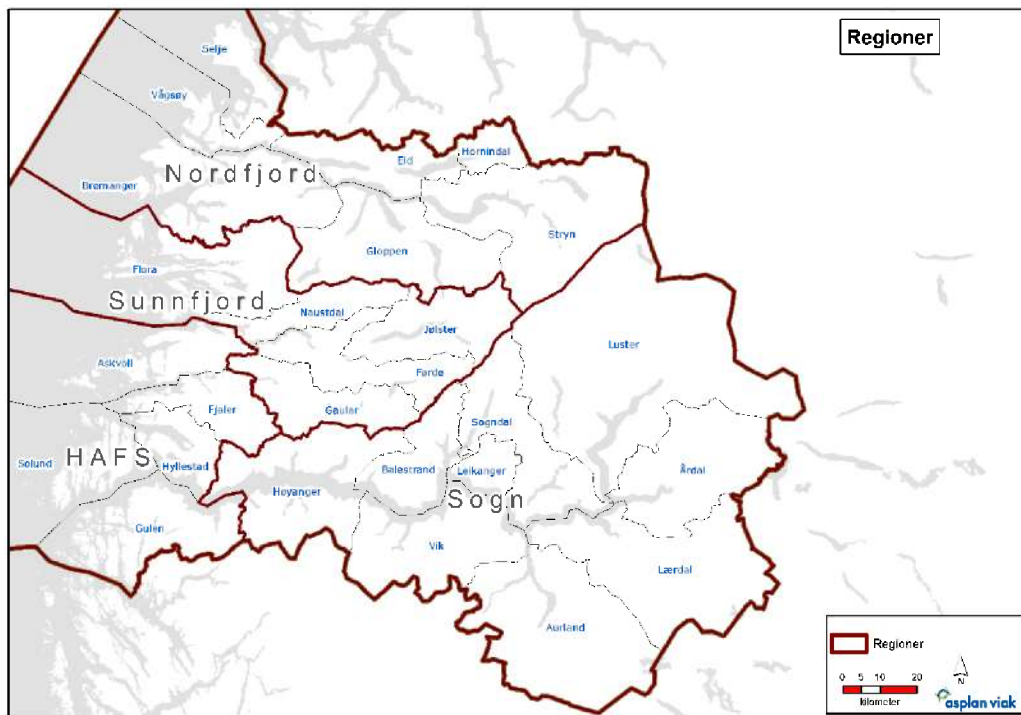
- Bremanger, Vågsøy, Selje, Eid, Hornindal, Gloppen og Stryn

#### HAFS:

- Gulen, Solund, Hyllestad, Askvoll og Fjaler

#### Sogn:

- Høyanger, Vik, Balestrand, Leikanger, Sogndal, Aurland, Lærdal, Årdal og Luster



Figur 3-2: Regioner i Sogn og Fjordane fylke.

Dette er en regioninndeling som ofte er brukt, selv om det finnes andre inndelinger. Vi vet også at noen kommuner vil ligge i grenseland mellom regionene, f.eks. Askvoll som kanskje føler sterkere tilknytning til Sunnfjord enn HAFS. Samtidig vil det også være kommuner som føler tilhørighet til kommuner/ regioner i nabofylkene. Eksempel på dette kan være kommunene nord i fylket som har tilknytning til og ofte handler på Sunnmøre. Sør i Sogn og Fjordane er det tilknytning til Hordaland. F.eks. tilhører Gulen Business Region Bergen, og er også del av bo- og arbeidsmarkedsregionen i Nordhordland.

## 4 HANDEL OG SENTRUMSUTVIKLING

I dette kapitlet ser vi på noen erfaringer og utviklingstrender fra Norge og utlandet. Det meste som blir gjort av studier på fagfeltet begrenser seg til større byer og regioner og kan kanskje oppfattes som mindre relevant for Sogn og Fjordane. Det er likevel relevant å ha dette som et bakteppe for handelsetableringer i Sogn og Fjordane. For eksempel vil handelsetablering i- eller utenfor sentrum ha mange av de samme konsekvensene i en småby/tettsted som i større byer. Dette er spesielt relevant med hensyn til Førde som i dag er et sterkt handelssenter, og som trolig vil fortsette å vokse mye fremover og dermed bli mer sammenlignbart med andre småbyer.

Internasjonale trender innenfor handel er også relevant fordi de har den egenskapen at de før eller siden ofte vil spre seg til handelen også her i landet.

### 4.1 Bakgrunn

#### **Pilotarbeidet for miljøvennlige byer.**

Pilotarbeid for miljøvennlige byer<sup>6</sup> er en samling pilotprosjekt som har hatt som mål å utvikle erfaringer og gode eksempler som kan være forbilder for kommuner, næringslivet og andre og gi innspill til utvikling av virkemidler. Prosjektet er oppsummert i syv lærdommer og anbefalinger som kan være nyttige også for mindre steder:

1. Sentrums kvaliteter er avgjørende for byens omdømme og konkurransekraft
2. Kollektivtransport og lokalisering av virksomheter bestemmer bærekraft og livskvalitet
3. Områderettet utvikling gir helhet og utløser et samlet potensial
4. Kommunen må ha en aktiv rolle i byutviklingen
5. Byens framtid må drøftes i offentligheten
6. Samarbeidet mellom aktørene bør organiseres i faste former
7. Nettverksarbeid får fram beste praksis i byene

### 4.2 Senterstruktur

Senterstrukturen kan påvirkes gjennom planlegging på regionalt eller kommunalt nivå, avhengig av hva aktørene i fylket blir enige om. I løpet av perioden med kjøpesenterstopp utarbeidet de aller fleste fylkene «kjøpesenterplaner» og fastsatte en senterstruktur for senter på ulike nivå. Fylkesdelplan for arealbruk i Sogn og Fjordane fylke ble vedtatt 18.10.2000. Fylkesdelplanen fastsetter at Førde er fylkessenter i Sogn og Fjordane, men definerer ikke videre regionsentre. Fylkeskommunen har nå startet arbeidet med en plan som skal definere senterstrukturen.

Regionens senterstruktur er en viktig forutsetning for en framtidig lokaliseringsspolitikk for handel og kjøpesentre. I mange fylker er senterstrukturen definert i tidligere fylkesplaner,

---

<sup>6</sup> Pilotarbeid for miljøvennlige byer. Byomforming, sentrumsutvikling, miljøvennlige arbeidsreiser, miljøsoner. Hovedrapport. Miljøverndepartementet 2007

men den kan være under endring, ha for detaljert avgrensning i fylkesdelplan eller på annen måte være moden for revisjon gjennom en ny regional plan.

I de fleste regioner vil det være naturlig at avgrensningen av sentre skjer gjennom revisjon av kommuneplanens arealdel. Inntil kommunene har revidert kommuneplanen og fastsatt sentrumsavgrensning med bestemmelser, herunder bestemmelser for lokalisering av handel etter føringer i ny regional plan, bør avgrensninger i gjeldende fylkesplan/fylkesdelplan videreføres.

Ved vurdering av prinsipper for avgrensning av sentrum vil innbyrdes avstand mellom butikkene og andre sentrumsfunksjoner (service, servering, osv.), samt avstand til øvrig bebyggelse og tettstedsstruktur være viktig. Det bør være mulig å kunne reise til sentrum uten bruk av bil, og ikke minst bør det være gangavstand og gode muligheter for å gå imellom de ulike butikkene og funksjoner/tilbud i sentrum.

I tillegg til kollektivdekningen vil muligheten til å gå og sykle være avgjørende for potensialet for miljøvennlig transport. Dersom flere innkjøpsreiser skal gjennomføres til fots eller med sykkel er det en forutsetning at handelstilbudet lokaliseres nær bosteder og arbeidsplasser. I tillegg kreves det fysisk tilrettelegging med gode gang- og sykkelveiforbindelser.

Tabell 4-1. Akseptable gang- og sykkelavstander i henhold til TØI rapport 1016/2009

Avstand i km	Gange	Sykkel
Regionsenter	1,0 - 1,5	2,0 - 3,0
Distrikts- og lokalsenter	0,8-1,0	1,5 - 2,0
Nærsenter	0,5-0,8	1,0-1,5

### 4.3 Bransjestyring og bransjeglidning

Det er ikke anledning til bransjestyring gjennom planer etter plan- og bygningsloven. Det kan følgelig ikke i rettslig bindende plan for eksempel fastsettes at det kun kan tillates møbler og hvitevarer i visse områder for handel. Dette må det tas hensyn til når regionale og kommunale planer utformes.

I bestemmelser til reguleringsplan kan det skilles mellom detaljhandel og andre varegrupper enn detaljhandel (plasskrevende varer), der andre varegrupper uttømmende er definert som:

- Biler og motorkjøretøyer
- Landbruksmaskiner/anleggsmaskiner
- Trelast og byggevarer
- Planteskoler/hagesentre
- Fritidsbåter

Hva som inngår i definisjonen av varegruppen *trelast og byggevarer* er gjenstand for diskusjon, og dette praktiseres forskjellig i ulike kommuner. I utgangspunktet skulle varegruppen kun omfatte engroshandel til proffmarkedet, men det er en økende tendens til at nye byggevarebutikker tilbyr både engroshandel og detaljvarer. I en reguleringsplan er det mulig å angi prosentvis størrelsesforhold mellom lager og butikkareal, og dermed begrense omfanget av detaljvarer i butikken.

Bransjeglidning og utvikling av nye handelskonsepter har etter hvert gjort det vanskelig å styre innholdet i områder med andre varegrupper enn detaljhandel. Det innebærer at lokaliseringspolitikken også for disse områdene vil bli svært viktig over tid, og at all detaljvarehandel må ha en lokalisering som er godt tilpasset ønsket senterstruktur og transportsystem.

Det kan ikke legges føringer i regional eller kommunal plan etter plan- og bygningsloven som favoriserer én aktør eller merkevare. Eksempel på dette er at det i overordnet plan lages unntaksbestemmelser som begrunnes i at én aktør skal få etablere seg og ikke andre.

Plan- og bygningsloven kan ikke brukes til bransjestyring. Eksempelvis kan det ikke brukes bestemmelser etter plan- og bygningsloven til å beskytte eksisterende butikker ved ikke å tillate tilsvarende bransjer i et nytt kjøpesentre i byen.

### 4.4 Oppfølging og virkemidler i kommunal planlegging

Den rikspolitiske bestemmelsen om kjøpesentre forutsetter i praksis at kommunenes lokaliseringsspolitikk for handel og kjøpesentre avklares gjennom kommuneplanleggingen.

Det er krevende å gjennomføre ønsket utbygging av kjøpesentre og handelsvirksomhet i byer- og tettsteder med høye tomtepriser, store investeringer i infrastruktur og kompliserte plan- og gjennomføringssituasjoner, som også kan involvere mange eiere. Utbygging i byer og tettsteder er vesentlig mer utfordrende enn for eksempel utbygging i ubebygde områder langs hovedveisystem der kryssløsninger allerede er etablert. Det er følgelig et stort behov for å styrke gjennomføringsevnen i byer og tettsteder, ved å gi utbyggere større forutsigbarhet og kanalisere investeringer i offentlig infrastruktur til disse områdene.

Kommunenes bruk av utbyggingsavtaler er et viktig virkemiddel for å styrke gjennomføringsevnen. I mange byer og tettsteder er det utviklet områdemodeller der finansiering av felles infrastruktur fordeles på flere offentlige og private parter. Rammer for kommunens bruk av utbyggingsavtaler (forutsigbarhetsvedtak) kan nå tas inn i bestemmelser til kommuneplanens arealdel (§ 11-9 nr. 2).

En bærekraftig by- og tettstedsutvikling er avhengig av at den overordnede kommunale planleggingen i større grad fokuserer på gjennomføringsutfordringene i byer og tettsteder, og at dette følges opp av kommunene gjennom tilrettelegging.

I ny plan- og bygningslov er det flere nye virkemidler som kan være aktuelle i forbindelse med lokalisering av kjøpesentre og handel. Det er viktig at virkemidlene vurderes i forhold til mulig gjennomføring, slik at det ikke settes krav som i realiteten innebærer byggeforbud. Da bør det heller vurderes om området bør vente til senere revisjoner av kommuneplanen og området i større grad er byggeklart.

Aktuelle nye virkemidler i plandelen er:

- Bruk av formål etter § 11-7 dvs. sentrumsformål, kjøpesentre og forretninger enkeltvis eller som kombinerte formål jf. kapittel 2.1.
- Bruk av hensynssoner etter § 11-8;
  - o § 11-8 b) med bestemmelser om transportløsning knyttet til offentlig transport, gang og sykkel, og tilrettelegging for forsyning av vannbåren varme til ny bebyggelse
  - o § 11-8 d) krav om felles planlegging for flere eiendommer
- Bruk av generelle bestemmelser etter § 11-9 knyttet til;
  - o §11-9 nr 1. med krav om regulering, herunder at det skal foreligge områderegulering før detaljregulering vedtas
  - o § 11-9 nr 5. om byggegrenser, utbyggingsvolum, funksjonskrav og universell utforming
  - o § 11-9 nr 6 og 7 om miljøkvalitet, estetikk og kulturmiljø
  - o § 11-9 nr. 8 om forhold som skal belyses i videre reguleringsarbeid

Generelle bestemmelser kan gis til hele eller deler av kommunen.

Det kan gjennom de generelle bestemmelsene settes krav om at særskilte forhold skal belyses og avklares gjennom videre regulering.

Nye områder for handel og kjøpesentre i kommuneplanens arealdel skal konsekvensutredes. Felles omforent metode for dette bør avklares gjennom regional plan.

## 4.5 Handelens betydning for byutvikling og regional utvikling

Utgangspunktet for de fleste mer detaljerte analyseverktøy for handel og senterstruktur er knyttet til sentralstedsteorien<sup>7</sup>. Lokalisering av sentra og servicetjenester styres av tilgjengelighet, og reisevillighet i det befolkningsgrunnlaget som skal betjenes. Valg av sted for handel beskrives som en funksjon av handlestedets attraktivitet og kundens reiseavstand<sup>8</sup>. I henhold til Hotelling<sup>9</sup> har servicerettete næringer en tendens til å samles og danne sentre. Et mye brukt eksempel på dette er en badestrand med to iskremselgere. Alle kundene er spredt utover stranda, men selgerne velger allikevel å stå ved siden av hverandre da dette gir flere kunder og større utbytte. Slik fungerer også de fleste by- og tettstedssentre. Varehandelen konsentreres slik det er vist i Figur 4-1.

Byenes betydning for utviklingen av den regionale økonomien handler både om produksjon og forbruk. I organiseringen av produksjonen lokaliseres gjerne spesialiserte funksjoner til byene. Viktige deler av administrasjon, ledelse, forskning, utvikling og kultur sentraliseres gjerne også i byene. Når det gjelder forbruk blir byen en stadig sterkere arena for veksten innen konsumøkonomi; varehandel, rekreativt konsum (restaurant, kafé), opplevelsesøkonomi (sport, teater, kunst, festivaler) og nattøkonomi (vertshus, nattklubber)<sup>10</sup>.

Det kan også være et sammenfall mellom sterk konsentrasjon av varehandel, sterk regional trekraft som handelssenter og befolkningsvekst. Amerikaneren Richard Florida har vunnet gehør for betydningen av at byene utvikles slik at de har tiltrekningskraft på kreative mennesker<sup>11</sup>.

Det er en tendens til at utbyggere som vil etablere eller utvikle nye kjøpesentre nå ønsker å lage utbyggingsprosjekt med flere formål<sup>12</sup>. Ved å lokalisere både boliger, hotell, bibliotek, barnehage, badeanlegg og underholdningstilbud sammen med et bredt spekter av varehandel, vil senteret styrke sin tiltrekningskraft i forhold til mangfoldet i sentrum. Betydningen av bredden i tilbudet, både når det gjelder handel og andre attraksjoner, gjør at en også ser en tendens til at handelstilbud som tidligere søkte mot lokalisering utenfor byen, nå søker inn mot byene. Kjøpesentra i byen var delvis et svar på kjøpesenterstoppen, men også et resultat av markedsendringer. En ser også en tendens til at man går bort fra å bygge kjøpesentre som en stor lukket enhet med skarpe grenser. Åpenhet og integrering i øvrig bebyggelse prioriteres.

Handelskapitalen har vært en av de viktigste lokale kildene til investeringer og utvikling i byene. Trenden er at også handelskapitalen i større grad blir nasjonal og internasjonal. Utvikling av strategier og investeringsbeslutninger skjer utenfor byen/regionen på samme måte som overskudd av virksomheten trekkes inn til de sentrale aktørene<sup>13</sup>.

---

<sup>7</sup> Christaller, W. 1933. *Die zentralen Orte in Süddeutschland*

<sup>8</sup> Huff, D(1963) A probability Analysis of shopping center trading areas

<sup>9</sup> Hotelling, H. 'Stability in Competition' in *Economic Journal* in 1929.

<sup>10</sup> Agderforskning og Rogalandsforskning (2005): Samspill i fem norske byregioner.

<sup>11</sup> Agderforskning (2006) Vestfoldbyene blir Vestfoldbyen.

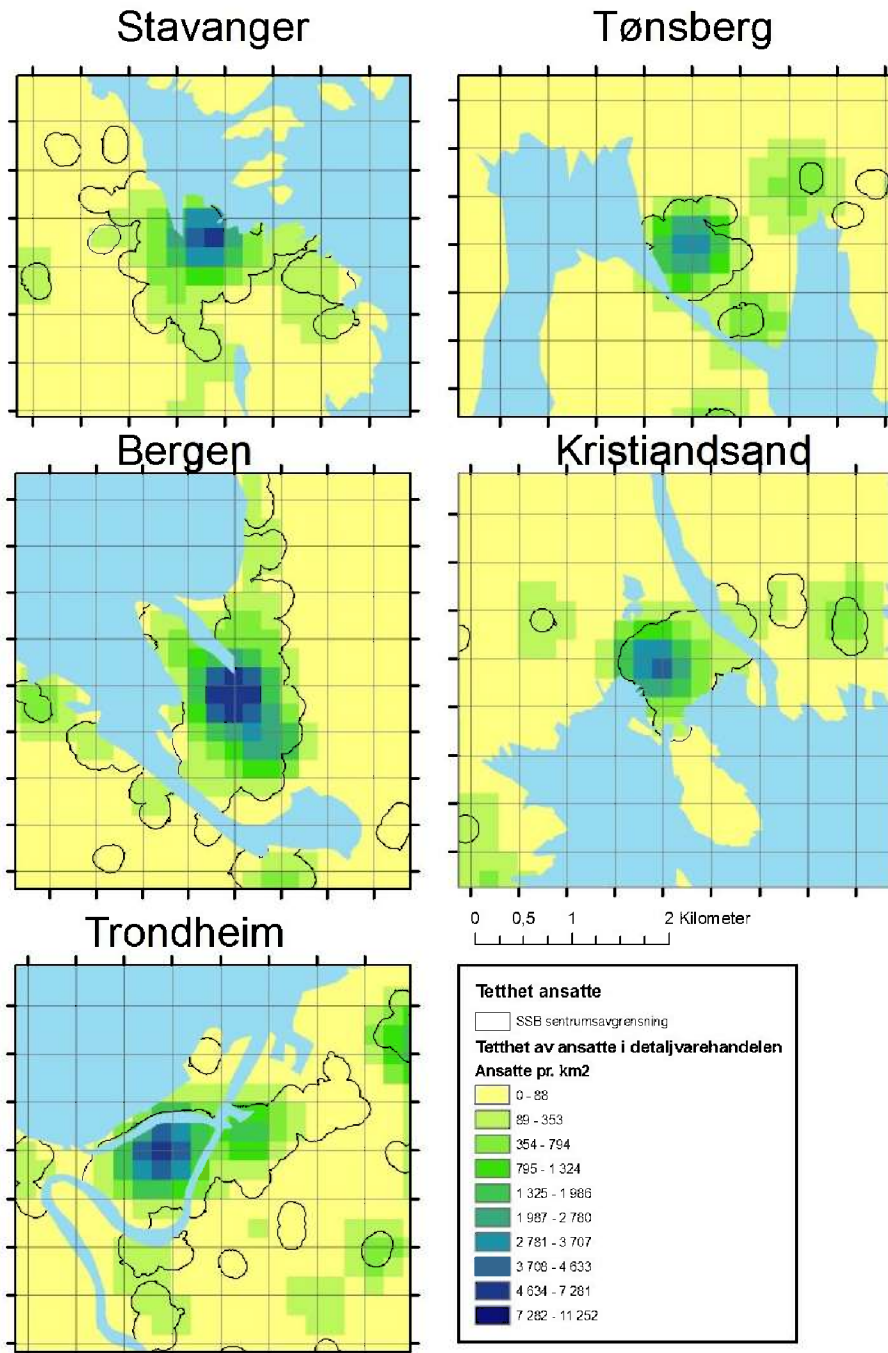
<sup>12</sup> Harald Nilsen, Foredrag på Lillestrøm 8. september 2009.

<sup>13</sup> Odd Midtskog, Foredrag på seminar i Tønsberg 5. juni 2008.



Konsentrasjon av handel gir størst attraktivitet og dermed sannsynligvis størst mulighet til å vinne konkurransen om den mest attraktive handelskapitalen. Det vil også trolig gi større økonomiske ringvirkninger til annen virksomhet, sterkere impuls til den kreative byen og større bidrag til investeringskapital til krevende byutviklingsprosesser<sup>14</sup>.

Med målsetting om å styrke eksisterende by – og tettstedstrukturer, vil det derfor være viktig å vurdere omsetningsendringene i alle sentrene i denne strukturen.



Figur 4-1. Konsentrasjon av varehandel i forskjellige norske byer, basert på antall ansatte pr km<sup>2</sup>

<sup>14</sup> Vestfold fylkeskommune (2009) Regional plan for handel og sentrumsutvikling i Vestfold-

## 4.6 Lokalisering i sentrum av byer og tettsteder

Vårt handlemønster styres ikke bare av hvor vi bor, men også av hvor arbeidsplassene er lokalisert, hvordan vi reiser dit og hvor andre nødvendige gjøremål er plassert. Det gjelder annen offentlig og privat service. Lokalisering av disse har derfor også betydning for handle- og reisemønster i hverdagen.

Spesielt viktig er det for små og mellomstore byer og tettsteder å følge opp lokalisering av handel og service. Lokalisering av handel utenfor de mindre stedene vil også ha betydelige negative konsekvenser fordi attraksjons- og utviklingskraften på stedet svekkes.

For å sikre ønsket og vedtatt senterstruktur bør investeringer i handel styres mot eksisterende sentre, helst innenfor sentrum eller i tilknytning til sentrum. Større konsentrasjon gir størst mulighet til å vinne konkurransen om den mest attraktive handelskapitalen. Det vil gi større økonomiske ringvirkninger til annen virksomhet og større bidrag til investeringskapital til krevende by- og stedsutviklingsprosesser. Tilknytningen til eksisterende sentre er viktig både i byer, store og små tettsteder.

For på sikt å gjøre det mulig å redusere transportbehovet og forbedre kollektivtilbudet er det viktig at handel og andre viktige funksjoner lokaliseres i tilknytning til kollektivknutepunkt og kollektivakser. Selv om en ikke på kort sikt klarer å redusere utslippene i forbindelse med transport, vil dette være et virkemiddel på lang sikt, og derfor inngå i de langsiktige strategiene.

## 4.7 Netthandel

Det ble omsatt detaljvarer over norske nettsteder tilsvarende 13,2 milliarder kroner i 2013, dette tilsvarer en økning på 8,4 % fra 2012. Netthandelen økte dermed nesten tre ganger så mye som detaljvarehandelen totalt. Internett-basert handel over norske nettsteder var likevel bare 3,6 % av den samlede detaljvareomsetningen i landet i 2013. Netthandel på 13,2 milliarder omfatter ikke varer vi kjøper fra utlandet, og heller ikke kjøp av tjenester over nett, der reiser utgjør en betydelig andel. Netthandel med tjenester faller utenfor denne statistikken.

Tabell 4-2. Detaljvareomsetning via internett (tall i 1000 kroner). Kilde SSB.

Landet	2008	2012	2013	% endring 2012-2013
<b>Handel via internett</b>	<b>9 540 807</b>	<b>12 256 538</b>	<b>13 286 557</b>	<b>8,4 %</b>
Netthandel - Bredt vareutvalg	1 147 459	1 149 953	1 060 079	-7,8 %
Netthandel - Klær og sko	2 018 327	2 182 962	2 054 307	-5,9 %
Netthandel - Møbler og belysning	120 380	210 824	397 919	88,7 %
Netthandel - Elektro	1 457 025	2 741 993	3 068 310	11,9 %
Netthandel - Bøker og papir	1 195 023	938 793	951 865	1,4 %
Netthandel - IKT - utstyr	397 689	487 546	611 546	25,4 %
Netthandel - Helsekost	849 070	707 711	755 280	6,7 %
Netthandel - Annen spesialisert	1 153 091	2 507 644	2 970 706	18,5 %

Tallene i denne statistikken bygger på omsetning fra foretak som har *hoveddelen* av sin omsetning knyttet til internett. Netthandel som utgjør en mindre del av et foretaks samlede omsetning vil derfor ikke fanges opp i denne statistikken. Kjente konsepter som for eksempel H&M og Zara har salg både i butikk og på nett.

Detaljvaresalg over internett har hatt en betydelig utvikling det siste tiåret, men preges av sterkere svingninger i omsetning, og det er til dels andre varegrupper som dominerer på nettet enn når det gjelder handel i butikk. De sterke svingningene kan tyde på at markedet for netthandel fortsatt er i utvikling. Det er antatt at markedet for netthandel foreløpig ikke er mettet. Gjennom netthandel har en mulighet til å nå større markeder, hvilket også åpner for mulighet til større spesialisering. Videre er netthandel fortsatt en relativt ny måte å handle på. Betalingsløsninger, presentasjon av varer og vareutvalg og logistikk er alle forhold der det stadig skjer en utvikling. Konkurransforholdene innen netthandel er noe annerledes enn for butikker; der detaljvarehandelen forholder seg til et lokalt marked, opererer netthandel i nasjonal og dels internasjonal konkurranse.

Med unntak av bøker og papir, som viser en vekst på 1,4 prosent av en omsetning på 951 millioner kroner, er det generelt sterkere svingninger innen de ulike segmentene av netthandel enn handel i butikk. Netthandel av bøker og papir utgjør ca. 20 % av den totale handelen for denne varegruppen. Den relativt svake utviklingen kan tyde på at netthandel med bøker og papir nærmer seg et metningspunkt.

Når det gjelder handel fra norske nettsted er det møbler og belysning som kan vise til den sterkeste veksten, på hele 88,7 %, og en omsetning på nesten 398 millioner kroner. Dette er imidlertid en brøkdel av den nasjonale handelen, som var på over 36 milliarder kroner. Varegrupper som dominerer på nettet er gjerne undergrupper av større varekategorier i den nasjonale statistikken. Innen IKT-utstyr steg omsetningen med 25 prosent, til 611 millioner kroner. Det ble solgt helsekost for 755 millioner kroner, en økning på 6,7 % fra året før.

Nordmenns netthandel via utenlandske nettsteder er per i dag ikke fanget opp av nasjonale statistikker. Tall fra Tolldirektoratet tyder på at netthandelen fra utlandet er økende. Det er ulike overslag på hvor stor den utenlandske netthandelen er. Basert på en egen undersøkelse anslår organisasjonen Virke at netthandel med utlandet utgjør et 20 % i tillegg til den norske netthandelen, mens Nordic e-commerce anslår at netthandel fra utenlandske aktører til Norge utgjør 30 %. Det er dermed noe usikkerhet rundt hvor stor nordmenns handel fra utlandet faktisk er.

Statistikk over nordmenns internettbruk viser imidlertid at det er en stadig økende andel av befolkningen som gjør sine innkjøp på nettet, og andelene forventes å øke etter hvert som nye forbrukergrupper kommer inn på markedet. Det er fremdeles reiser og billetter som er mest vanlig å kjøpe over internett, men film, musikk, bøker og aviser har en økende andel.

De bransjene som merker netthandelen sterkest er som tidligere bokhandlere hvor markedsandelen i 2012 lå på om lag 21 %, mens den for data, lyd og bilde lå på om lag 18 %. Helse og velvære har en andel på om lag 10,5 %. Mens sport og fritid opererte med en andel på om lag 5,6 %. Klær og sko kjøpes også i økende grad på nettet, og internetts markedsandel i 2012 lå på om lag 4,6 %. (Kilde: Distansehandel Norge/posten, 2012).

## 4.8 Trender i butikkhandel og urbane handlevaner

Det finnes få nye empiriske studier med definitive konklusjoner når det gjelder hvordan butikkhandelen endrer seg, og hvilke implikasjoner dette har for bystruktur, arealbruk og transport. Når en gjør litteratursøk på temaet domineres inntrykket av flere typer bidrag, men mange er spekulasjonsbaserte eller bygger på ønsketenking eller normative forestillinger om hvordan byer bør utvikles. Tidsperspektivet er ofte relativt diffust, muligens skyldes dette at vi har vært gjennom en periode med sterk teknologioptimistisk drive, men som likevel ikke førte til den massive overgangen til internettbasert handel som flere spådde. Mange lanserer observerte trender, men uten at det dokumenteres godt hvilke statistikker disse trendobservasjonene baseres på. Det vitenskapelige grunnlaget for å si noe allmenngyldig om framtiden for handel i byer synes derfor å være ganske tynt.

Hovedmassen av bidrag ser ut til å være sett fra handelsbedriftenes (og tilknyttede virksomheter innen hele kjeden produksjon – distribusjon – konsum) perspektiv, der målsettingen er å lese (eller påvirke gjennom markedsføring) kundesegmentenes framtidige etterspørsel og atferd ut fra trender i holdningssett. Langt færre bidrag har direkte innretning mot byperspektivet, men noen av disse er det likevel grunn til å merke seg.

- Internetthandelen har i vestlige land tatt en først liten men stadig voksende del av omsetningen, med inngrep i stadig flere segmenter av detaljhandelen. Fra ganske raskt å ha fått en dominerende posisjon innenfor deler av tjenestemarkedet (reiser, billettsalg), gradvis overtakelse av markedet for produkter uten binding til fysisk distribusjon (musikk, film), har også salget av bøker og grupper av spesialvarer, elektronikk, klær og skotøy blitt preget av internettløsninger for markedsføring, utstilling og salg. Flere har kommentert at fra ca. 2012-2013 har det vært observert en liten nedgang i tilvekstraten for internettbasert salg (f.eks. SSB-artikkel om «Bruk av IKT i husholdningene, 2013»), men tendensen er ikke entydig, og internasjonalt er det fortsatt økende internetthandel selv i en periode der annen detaljhandel har hatt stagnasjon på grunn av generell lavkonjunktur.
- I den grad man skal legge vekt på stagnasjonstendensen (som altså ikke er entydig internasjonalt), forklares den bl.a. ved at internetthandelen har tatt markedsandeler på de fleste av produktområdene der det er mulig å utnytte et distribusjonssystem som allerede eksisterer (post, budbil og annen pakkedistribusjon). De områdene der internetthandel ennå ikke har noe hovedinngrep (særlig dagligvarer), må selve distribusjonssystemet også legges om for å kunne støtte slik handel. Dette er en omfattende endringsprosess, som bare har vært prøvd ut i liten skala (lokale forsøksprosjekter) og uten at det kan dokumenteres vesentlig suksess (eller langsiktig gevinst for indikatorer på bærekraft).
- Det er betydelig skepsis blant forbrukerne til at «online shopping» blir framtida for dagligvarehandelen, selv om andre varegrupper skulle bli tatt over av netthandel. En nyere undersøkelse fra USA («Front of the line: How grocers can get ahead for the future» fra PricewaterhouseCoopers) viste at bare 1 % trodde at de ville bruke netthandel som sin primære kanal for dagligvarehandel, og 5 % at netthandel vil være blant deres tre viktigste kanaler, 12 år fra nå. Det som fremdeles er hovedtendensen er at mange gjør vareundersøkelser, sjekker priser og produktomtaler pr nett, men gjør selve innkjøpet i butikk.
- Det ser ut til at noen av litteraturbidragene omkring byer og handel tar et ideologisk fundert standpunkt, dels basert på oppfatninger om ressursmessig overforbruk, ikke-

bærekraftig konsum, fordelingsvirkninger mm, men også basert på hva vi nå vet om handel, bystruktur og transport. Bevisstheten øker om at den petroleumsbaserte biltransportens æra går mot enden, enten det skyldes at ressursen i seg selv er absolutt begrenset og vil ta slutt en dag, eller det skyldes at en eller annen form for klimabasert rasjoneringspolicy må forventes å ta over. Løsningene som foreslås eller demonstreres går langs akser som er velkjente i nyere byplanlegging; flerkjernebyer med dempet konsentrasjon av handel, nedtoning eller avvikling av (de 100 % bilbaserte) storsentrene i byperiferien, overgang til «mixed use» og «walkable neighborhoods».

- Særlig fra USA, men også fra andre land, viser statistikk over utvikling i «supermarked»-segmentet at siden omkring 2006 har gjennomsnittsstørrelsen på butikkene gått nedover, etter en langvarig periode med vekst. Dette skyldes (i følge «Business Insider») endrede trender i konsumentetterspørselen, i retning av «skreddersøm», kvalitetsbevissthet generelt og særlig opptatthet av ferskvarekvalitet, etterspørsel etter «diversitet» - man handler ikke bare på ett sted for å få dagligvarene sine. Følgende sitat er kanskje illustrerende for å beskrive noe av den observerte trenden i USA: "When a customer walks into a store of 40,000 items and only wants to buy 30 of them, that's a terrible customer experience".
- Kjøpesenterhandelen går ned i USA, også i en periode der annen handel har økt. Det er et stort tilfang av artikler om nedlegging av «suburban malls» (store kjøpesentre i byperiferien), som flere ser ut til å betrakte som en generell trend som ikke bare har sammenheng med endringer i handlevaner og holdninger, men også i demografiske endringer i befolkningen. De som vinner markedsandeler er mindre butikksamlinger i «walkable neighborhoods», i enkelte artikler kalt «anti-malls», eller «small-store-concepts» - butikkområder dominert av «smaller store footprints». Selv megakjeder som WalMart og Target har de siste årene lansert nabolagsalternativer til sine «big-box»-konsepter, bedre tilpasset urban utvikling i retning av høyere tetthet og «walkable neighborhoods».



- Det har vært vanskelig å finne generell statistikk som kan si i hvor sterk grad de trendene som er observert og sitert over, er allmenne og gyldige i f.eks. europeisk sammenheng, eller om det bare er løsrevne og ikke-representative observasjoner.

## 5 STATUS OG UTVIKLINGSTREKK

### 5.1 Omsetning på kommunenivå

#### 5.1.1 Befolkningsgrunnlag

Pr 1.1.2015 var det i overkant av 109 000 innbyggere i Sogn og Fjordane fylke<sup>15</sup>. Førde var den største kommunen med nesten 12 800 innbyggere, etterfulgt av Flora med i underkant 11 900, Sogndal med 7 700 og Stryn med 7 200 (se Figur 5-1). 12 % av befolkningen i fylket bor i Førde kommune, mens 11 % bor i Sogndal. Solund er den minste kommunen med drøyt 800 innbyggere.

Frem mot 2030 er det forventet en befolkningsvekst på 6 % for Sogn og Fjordane som helhet, noe som tilsvarer drøyt 6 600 nye innbyggere (SSB MMMM-prognose pr. 17.06.2014). Dette vil gi en samlet befolkningmengde i fylket på nærmere 116 000 i 2030.

Prognosene tilsier at Sogndal vil få den prosentvis største veksten (23%) frem mot 2030, etterfulgt av Førde med 13 %. Leikanger, Fjaler, Gaular, Luster, Gulen og Stryn forventes å vokse med 10-12 %. Førde vil ventelig fortsatt være den største kommunen i 2030, etterfulgt av Flora, Sogndal og Stryn.

Det er forventet befolkningsnedgang i Selje, Balestrand, Lærdal, Hornindal, Askvoll, Høyanger, Årdal, Vik, Solund og Hyllestad. Den prosentvise nedgangen vil være størst for Hyllestad og Solund.

---

<sup>15</sup> For å samsvare med omsetningsstatistikken benyttes folketall for 2015.

Tabell 5-1. Folketallsutvikling og befolkningsframskriving for den enkelte kommune i Sogn og Fjordane (Kilde SSB Statistikkbanken. Befolkningsframskrivingen er hentet fra MMMM-prognose 17.06.2014).

Kommune	Bosatte 2004	Bosatt 2015	Endring 2004-2015	Prognose 2030	Endring 2015-2030
Flora	11 331	11 888	5 %	12 709	7 %
Gulen	2 462	2 321	-6 %	2 548	10 %
Solund	899	814	-9 %	711	-13 %
Hyllestad	1 557	1 383	-11 %	1 183	-14 %
Høyanger	4 550	4 124	-9 %	3 853	-7 %
Vik	2 899	2 671	-8 %	2 437	-9 %
Balestrand	1 462	1 303	-11 %	1 274	-2 %
Leikanger	2 192	2 300	5 %	2 577	12 %
Sogndal	6 700	7 754	16 %	9 808	26 %
Aurland	1 803	1 720	-5 %	1 735	1 %
Lærdal	2 169	2 175	0 %	2 085	-4 %
Årdal	5 631	5 463	-3 %	5 098	-7 %
Luster	4 926	5 119	4 %	5 642	10 %
Askvoll	3 260	2 980	-9 %	2 838	-5 %
Fjaler	2 910	2 856	-2 %	3 183	11 %
Gaular	2 776	2 951	6 %	3 281	11 %
Jølster	2 914	3 080	6 %	3 246	5 %
Førde	11 104	12 768	15 %	14 437	13 %
Naustdal	2 696	2 787	3 %	3 002	8 %
Bremanger	4 065	3 963	-3 %	4 030	2 %
Vågsøy	6 288	6 102	-3 %	6 422	5 %
Selje	3 050	2 776	-9 %	2 747	-1 %
Eid	5 779	5 928	3 %	6 080	3 %
Hornindal	1 203	1 221	1 %	1 165	-5 %
Gloppen	5 741	5 687	-1 %	5 923	4 %
Stryn	6 855	7 158	4 %	7 849	10 %
Sogn og Fjordane	107 222	109 292	2 %	115 863	6 %

### 5.1.2 Detaljvarer

Førde har den største handelsomsetningen i Sogn og Fjordane, etterfulgt av Sogndal og Flora, se Tabell 5-1 og Tabell 5-2. Omsetningen i disse tre kommunene utgjør 45 % av samlet omsetning i fylket. I 2015 var 30 % av befolkningen i Sogn og Fjordane bosatt i en av disse tre kommunene. Handelstilbudet i Førde, Sogndal og Flora betjener således handlende fra et vesentlig større omland enn egen kommune. Førde har 24 % av omsetningen i fylket, men bare 12 % av innbyggertallet. I 2014 var omsetningen i Førde mer enn dobbelt så stor som for Sogndal og Flora til sammen. Øvrige kommuner med et visst omsetningsomfang er Stryn, Eid, Vågsøy og Gloppen.

Selv om det er variasjoner underveis i perioden har alle kommunene i fylket hatt en omsetningsøkning i perioden 2004-2014 sett under ett (basert på løpende priser), se

Tabell 5-3 og Tabell 5-4, samt Figur 5-1.

Figur 5-1 viser at Gaular har hatt den største prosentvise omsetningsveksten fra 2004 til 2012. Omsetning for detaljvarer i Gular har økt med nesten 90 % i løpet av perioden, mens folketallet bare steg med 6 %. Andre kommuner med betydelig omsetningsvekst i perioden er Sogndal, Aurland, Førde, Jølster og Luster. Sogndal og Førde hadde begge en befolkningsvekst på 15-16 % og en omsetningsvekst på drøyt 60-70 %, mens Aurland hadde en omsetningsvekst på 63 % og en befolkningsnedgang på 5 %.

Omsetningsveksten for Sogn og Fjordane fylke sett under ett har vært på 43 %, samtidig med at folketallet steg med 2 %.

Kvivsvegen opna i September 2012 og potensielt kunne dette ha ført til mer handelslekkasje mot Sunnmøre fra mellom annet Hornindal, Stryn og Eid. Tabell 5-3 viser derimot at det ikke har vært noen betydelig nedgang og at årsvariasjonene er noenlunde på nivå med andre år.

Samlet reallønnsvekst for perioden ligger på i gjennomsnitt 42 %, avhengig av bransje<sup>16</sup>, mens konsumprisindeksen ligger på drøyt 21 %. Selv om det ikke er direkte sammenheng mellom konsumprisindeks og prisøkning på detaljvarer (noen varegrupper har blitt billigere, blant annet klær og sko, men prisen på en del matvarer har steget relativt mye de senere år), kan indeksen brukes som en indikasjon på om det har vært en reell handelsvekst/reduksjon i den enkelte kommune. For perioden 2004-2014 har Balestrand, Vik, Lærdal, Årdal og Bremanger alle hatt en samlet vekst på mindre enn 21 %, noe som kan indikere en reell nedgang i omsetning. Balestrand har hatt den laveste økningen med kun 6 %. Sammen med Hyllestad har Balestrand også hatt den største befolkningsnedgangen i perioden med 11 %.

Gjennomsnittlig årlig omsetningsvekst varierer fra 0,8 % for Balestrand til 6,7 % for Gaular. Sogndal har hatt en gjennomsnittlig årlig vekst på 5,6 % og Førde på 4,9 %. For Sogn og Fjordane fylke sett under ett har gjennomsnittlig årlig omsetningsvekst vært på 3,6 %, se Figur 5-2 og Tabell 5-4.

---

<sup>16</sup> Kilde Lønnsindeks, Statistikkbanken/SSB



Omsetning pr. bosatt for Sogn og Fjordane fylke ligger på vel kr. 71 000, som er noe under landsgjennomsnittet på drøyt kr. 76 000. Det er store variasjoner mellom kommunene, se Tabell 5-5 og Figur 5-3. Førde ligger vesentlig høyere enn øvrige kommuner med en omsetning på 147 000 kr pr. bosatt, etterfulgt av Sogndal med på 106 000 kr. pr. bosatt. Førde er en liten kommune i norsk målestokk, men svært betydelig for Sogn og Fjordane fylke i handelssammenheng, noe den høye omsetningen vitner om. Gaular har den laveste omsetningen pr. bosatt med 24 500 kr. pr. bosatt, etterfulgt av Balestrand på 29 000 og Bremanger på drøyt 31 000.

En høyere omsetning pr. bosatt enn landsgjennomsnittet indikerer et handelsoverskudd i kommunen, og således at kommunen tiltrekker handlende fra andre kommuner. En lavere omsetning pr. bosatt enn landsgjennomsnittet indikerer tilsvarende en handelslekkasje ut av kommunen. Det kan også være mindre variasjoner i forbruk avhengig av blant annet gjennomsnittlig lønnsinntekt i kommunen og det generelle handelstilbudet i en region, blant annet som følge av tilgang på ulike butikker og det generelle vareutvalg som tilbys.

Tabell 5-2. Omsetningsutvikling i detaljvarehandel for årene 2004-2014. Alle tall i 1000 NOK, og løpende priser. Kilde SSB, bearbeidet av Asplan Viak.

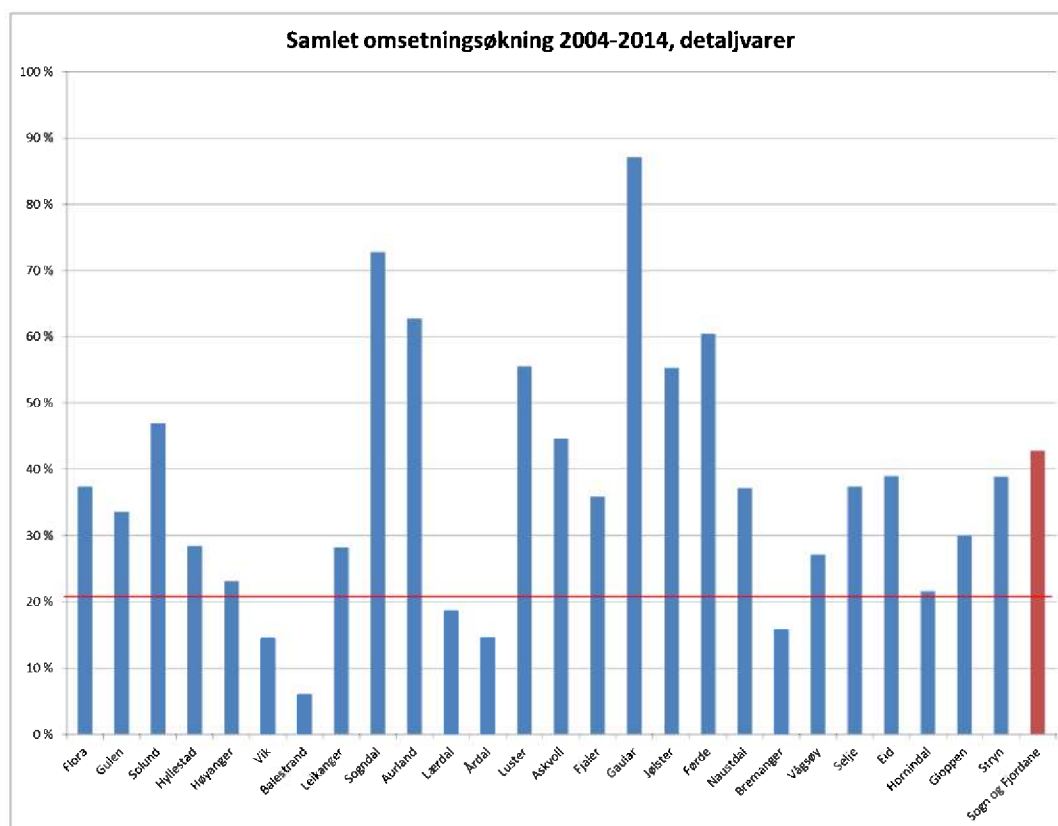
Kommune	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Flora	577 361	570 440	587 277	630 706	670 676	657 102	666 732	678 928	716 095	737 973	793 210
Gulen	76 462	76 124	75 819	79 176	82 248	86 564	88 482	89 941	91 692	91 947	102 096
Solund	30 600	32 573	34 574	35 758	42 419	40 666	39 774	40 602	41 658	42 187	44 953
Hyllestad	40 823	43 039	44 506	46 433	50 581	51 236	50 119	46 509	48 399	49 797	52 434
Høyanger	170 615	167 909	173 847	183 308	192 273	194 855	192 028	198 308	204 201	205 503	209 999
Vik	121 040	122 253	123 958	130 739	129 675	118 294	119 645	131 188	134 922	132 938	138 678
Balestrand	35 906	38 474	39 299	44 750	43 121	40 156	38 539	40 733	41 348	37 032	38 093
Leikanger	63 491	64 371	64 103	67 641	67 478	69 313	74 880	78 090	82 542	81 459	81 429
Sogndal	475 148	483 417	515 913	559 671	592 736	634 125	665 317	685 448	715 145	782 597	820 908
Aurland	84 016	85 498	88 536	95 854	101 896	107 813	111 421	120 224	127 444	127 176	136 763
Lærdal	103 657	105 937	108 840	111 762	110 989	108 173	110 190	111 141	111 420	116 417	122 961
Årdal	287 868	293 747	288 808	312 570	337 277	316 294	333 596	345 228	330 729	321 642	329 934
Luster	157 243	163 021	169 694	180 830	195 601	187 014	206 223	217 187	224 613	232 212	244 579
Askvoll	118 882	119 020	117 194	121 712	130 670	136 461	146 027	149 837	161 972	158 187	171 941
Fjaler	99 498	103 207	106 254	103 980	107 217	108 507	126 080	127 578	125 739	130 272	135 157
Gaular	38 600	43 842	45 863	48 646	60 549	61 027	61 599	64 316	65 574	66 403	72 199
Jølster	92 314	93 493	94 819	102 649	107 436	114 619	119 604	125 002	135 555	137 211	143 373
Førde	1 171 855	1 218 433	1 322 640	1 462 109	1 546 402	1 699 390	1 677 507	1 693 021	1 765 181	1 793 542	1 880 505
Naustdal	41 597	42 301	43 628	44 063	46 094	48 123	47 864	50 498	52 866	54 288	57 080
Bremanger	105 001	106 565	106 759	107 975	116 698	114 866	113 937	118 127	119 311	118 811	121 627
Vågsøy	366 519	358 105	354 530	398 229	419 789	406 766	411 768	446 149	479 842	471 636	465 875
Selje	68 118	62 495	68 623	71 490	76 631	89 497	84 656	83 873	92 088	90 956	93 580
Eid	332 211	383 933	411 446	458 143	468 792	461 181	462 513	448 435	444 168	441 410	461 694
Hornindal	33 698	41 248	28 716	29 656	33 909	34 348	36 321	35 653	39 361	39 133	40 966
Gloppen	310 063	325 402	330 663	338 430	353 371	377 516	367 222	362 54	371 010	389 099	403 154
Stryn	413 640	418 226	425 945	422 293	464 299	484 948	495 003	520 323	563 376	560 825	574 465
Fylket	5 416 225	5 563 073	5 772 256	6 188 573	6 548 826	6 748 854	6 847 049	7 008 796	7 286 251	7 410 653	7 737 654

Tabell 5-3. Prosentvis årlig endring på kommunenivå for omsetning av detaljvarer for årene 2004-2014.

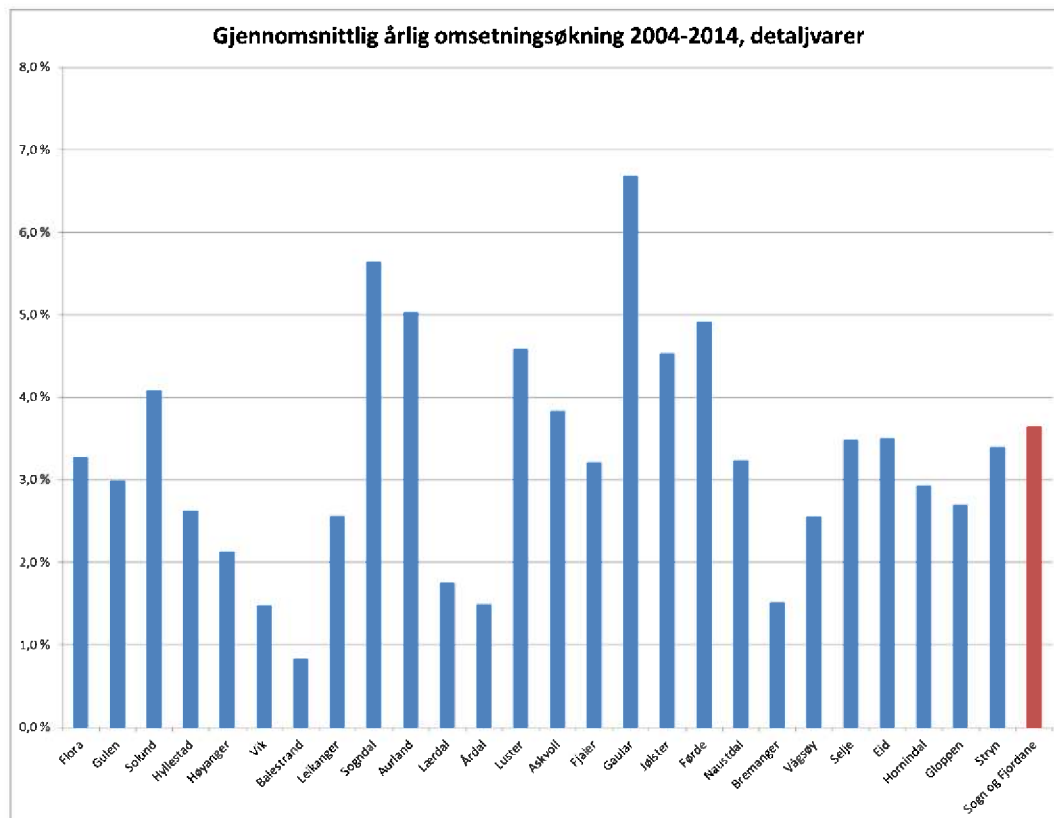
Kommune	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014
Flora	-1 %	3 %	7 %	6 %	-2 %	1 %	2 %	5 %	3 %	7 %
Gulen	0 %	0 %	4 %	4 %	5 %	2 %	2 %	2 %	0 %	11 %
Solund	6 %	6 %	3 %	19 %	-4 %	-2 %	2 %	3 %	1 %	7 %
Hyllestad	5 %	3 %	4 %	9 %	1 %	-2 %	-7 %	4 %	3 %	5 %
Høyanger	-2 %	4 %	5 %	5 %	1 %	-1 %	3 %	3 %	1 %	2 %
Vik	1 %	1 %	5 %	-1 %	-9 %	1 %	10 %	3 %	-1 %	4 %
Balestrand	7 %	2 %	14 %	-4 %	-7 %	-4 %	6 %	2 %	-10 %	3 %
Leikanger	1 %	0 %	6 %	0 %	3 %	8 %	4 %	6 %	-1 %	0 %
Sogndal	2 %	7 %	8 %	6 %	7 %	5 %	3 %	4 %	9 %	5 %
Aurland	2 %	4 %	8 %	6 %	6 %	3 %	8 %	6 %	0 %	8 %
Lærdal	2 %	3 %	3 %	-1 %	-3 %	2 %	1 %	0 %	4 %	6 %
Årdal	2 %	-2 %	8 %	8 %	-6 %	5 %	3 %	-4 %	-3 %	3 %
Luster	4 %	4 %	7 %	8 %	-4 %	10 %	5 %	3 %	3 %	5 %
Askvoll	0 %	-2 %	4 %	7 %	4 %	7 %	3 %	8 %	-2 %	9 %
Fjaler	4 %	3 %	-2 %	3 %	1 %	16 %	1 %	-1 %	4 %	4 %
Gaular	14 %	5 %	6 %	24 %	1 %	1 %	4 %	2 %	1 %	9 %
Jølster	1 %	1 %	8 %	5 %	7 %	4 %	5 %	8 %	1 %	4 %
Førde	4 %	9 %	11 %	6 %	10 %	-1 %	1 %	4 %	2 %	5 %
Naustdal	2 %	3 %	1 %	5 %	4 %	-1 %	6 %	5 %	3 %	5 %
Bremanger	1 %	0 %	1 %	8 %	-2 %	-1 %	4 %	1 %	0 %	2 %
Vågsøy	-2 %	-1 %	12 %	5 %	-3 %	1 %	8 %	8 %	-2 %	-1 %
Selje	-8 %	10 %	4 %	7 %	17 %	-5 %	-1 %	10 %	-1 %	3 %
Eid	16 %	7 %	11 %	2 %	-2 %	0 %	-3 %	-1 %	-1 %	5 %
Hornindal	22 %	-30 %	3 %	14 %	1 %	6 %	-2 %	10 %	-1 %	5 %
Gloppen	5 %	2 %	2 %	4 %	7 %	-3 %	-1 %	2 %	5 %	4 %
Stryn	1 %	2 %	-1 %	10 %	4 %	2 %	5 %	8 %	0 %	2 %
Fylket	3 %	4 %	7 %	6 %	3 %	1 %	2 %	4 %	2 %	4 %

Tabell 5-4. Samlet omsetningsøkning og årlig gjennomsnittlig økning pr kommune for perioden 2004-2014.

Kommune	Endring 2004-2014	Gjennomsnitt
Flora	37 %	3 %
Gulen	34 %	3 %
Solund	47 %	4 %
Hyllestad	28 %	3 %
Høyanger	23 %	2 %
Vik	15 %	1 %
Balestrand	6 %	1 %
Leikanger	28 %	3 %
Sogndal	73 %	6 %
Aurland	63 %	5 %
Lærdal	19 %	2 %
Årdal	15 %	1 %
Luster	56 %	5 %
Askvoll	45 %	4 %
Fjaler	36 %	3 %
Gaular	87 %	7 %
Jølster	55 %	5 %
Førde	60 %	5 %
Naustdal	37 %	3 %
Bremanger	16 %	2 %
Vågsøy	27 %	3 %
Selje	37 %	3 %
Eid	39 %	4 %
Hornindal	22 %	3 %
Gloppen	30 %	3 %
Stryn	39 %	3 %
Sogn og Fjordane	43 %	4 %



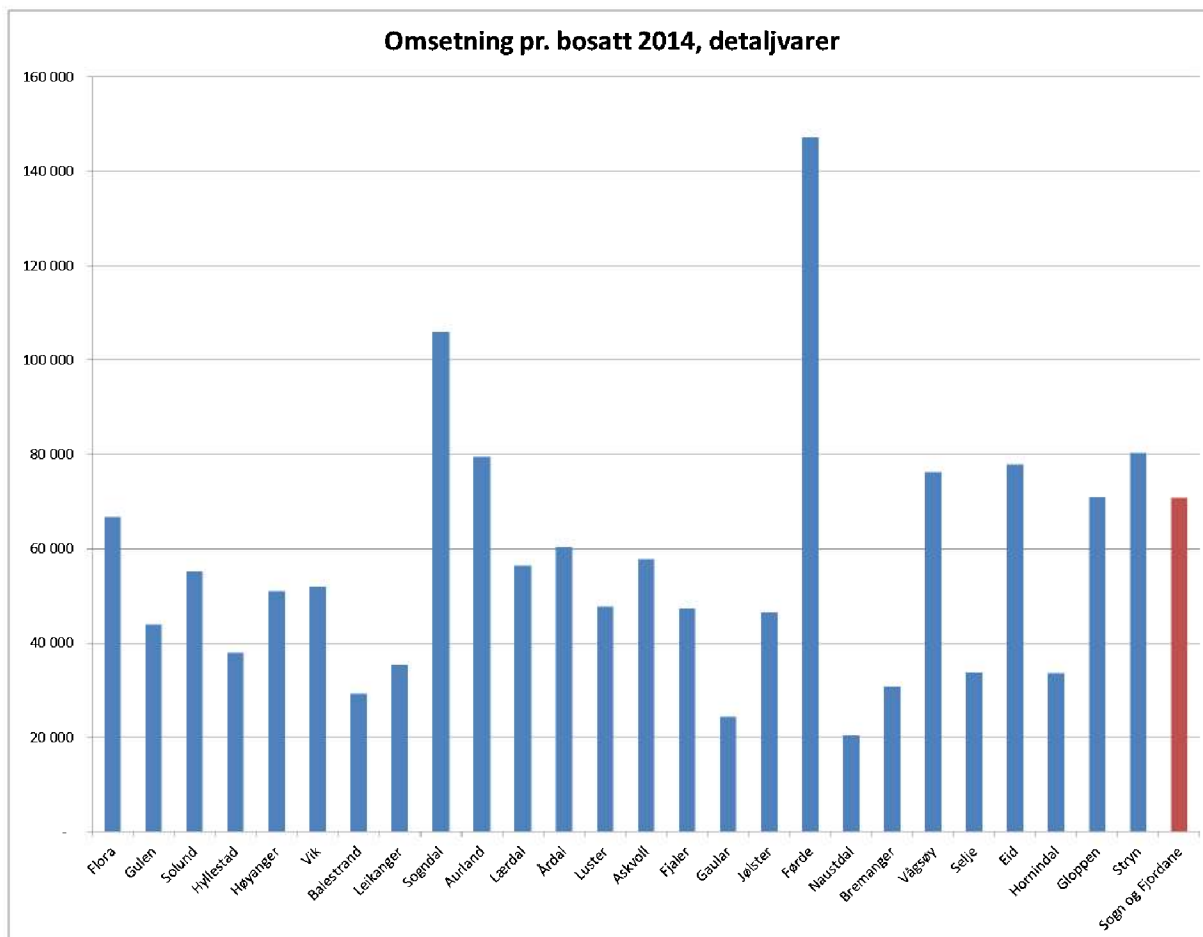
Figur 5-1. Samlet omsetningsøkning for detaljvarer 2004-2014. Konsumprisindeksen på 21 % for samme periode er vist i rødt. Gjennomsnittet for Sogn og Fjordane fylke ligger på 43 %.



Figur 5-2. Gjennomsnittlig årlig omsetningsvekst for detaljvarer 2004-2014. Gjennomsnitt for fylket er 3,6 %.

Tabell 5-5. Omsetning av detaljvarer pr bosatt i den enkelte kommune i Sogn og Fjordane. Snittet for fylket ligger på drøyt 71 000, som er noe under landsgjennomsnittet på vel 76 000.

Kommune	Bosatt	Omsetning pr bosatt
Flora	11 888	66 724
Gulen	2 321	43 988
Solund	814	55 225
Hyllestad	1 383	37 913
Høyanger	4 124	50 921
Vik	2 671	51 920
Balestrand	1 303	29 235
Leikanger	2 300	35 404
Sogndal	7 754	105 869
Aurland	1 720	79 514
Lærdal	2 175	56 534
Årdal	5 463	60 394
Luster	5 119	47 779
Askvoll	2 980	57 698
Fjaler	2 856	47 324
Gaular	2 951	24 466
Jølster	3 080	46 550
Førde	12 768	147 283
Naustdal	2 787	20 481
Bremanger	3 963	30 691
Vågsøy	6 102	76 348
Selje	2 776	33 710
Eid	5 928	77 884
Hornindal	1 221	33 551
Gloppen	5 687	70 890
Stryn	7 158	80 255
Sogn og Fjordane	109 292	70 798



Figur 5-3. Omsetning pr bosatt for detaljvarer, 2012.

### 5.1.3 Dagligvarer

Det er salg av dagligvarer i alle kommunene i Sogn og Fjordane fylke. Balestrand og Leikanger har for få butikker til at SSB kan levere omsetningsstatistikk for alle år<sup>17</sup>. For disse er det estimert en omsetning basert på øvrig tilgjengelig statistikk.

Førde har den høyeste omsetningen for dagligvarer i fylket, etterfulgt av Flora og Sogndal. Disse tre kommunene har til sammen 36 % av omsetningen for dagligvarer i Sogn og Fjordane. Til sammenligning har disse tre kommunene 30 % av folkemengden i fylket, slik at dagligvaretilbudet betjener et større marked enn egen kommune. Dette gjelder i særlig grad Førde.

Med en øking på drøyt 90 % har Gaular hatt den største prosentvise omsetningsveksten for dagligvarer fra 2004 til 2014, etterfulgt av Sogndal med 73 % og Førde med 69 %. Gjennomsnittet for Sogn og Fjordane fylke ligger på 45 %. Balestrand har over perioden hatt en nedgang på 2 %. Også Vik har hatt en vesentlig lavere utvikling enn øvrige kommuner i

<sup>17</sup> Det må være minst tre enkeltstående butikker i varegruppe i den enkelte kommune for at SSB distribuerer omsetningsstatistikk.

fylket, hvor veksten kun har vært på 14 %. Se Tabell 5-6 og Tabell 5-7, samt Figur 5-4 og Figur 5-5.

Gjennomsnittlig årlig vekst for Sogn og Fjordane fylke sett under ett ligger på 3,8 %. Gaular har hatt den største gjennomsnittlige årlige veksten på drøyt 7 %, mens Sogndal og Førde har hatt en gjennomsnittlig årlig vekst på 5-6 %.

Omsetning av dagligvarer pr bosatt for Sogn og Fjordane sett under ett ligger på 39 900, noe som er vesentlig høyere enn landsgjennomsnittet på 33 000. Antakelig skyldes dette et relativt høyt innslag av sommerturister i fylket. Terminvise data viser relativt sett høyre omsetning av dagligvarer i sommermånedene i Sogn og Fjordane sammenlignet med landet for øvrig.

En annen forklaring på den høye dagligvareomsetningen kan være en større andel «alt-i-ett-butikker» (eksempelvis dagligvare med salg av jernvarer) i fylket, spesielt i de mindre kommunene. Omsetningen i slike butikker er som regel registrert som dagligvarehandel, da dette er det primære vareutvalget.

Dagligvareomsetningen pr bosatt på kommunenivå er jevnere fordelt enn for detaljvarehandel, med noen få unntak. Førde har den høyeste omsetningen pr. bosatte med drøyt 50 000 kr, mens Naustdal har den laveste med 18 000. Balestrand, Leikanger og Gaular har en omsetning i størrelsesorden 25 000 kr. pr. bosatte. Dette rimer med at det generelt er mindre reisevillighet for kjøp av dagligvarer enn andre varer, og at de fleste har et dagligvaretilbud i nærheten av bostedet. Se Tabell 5-8 og Figur 5-6.

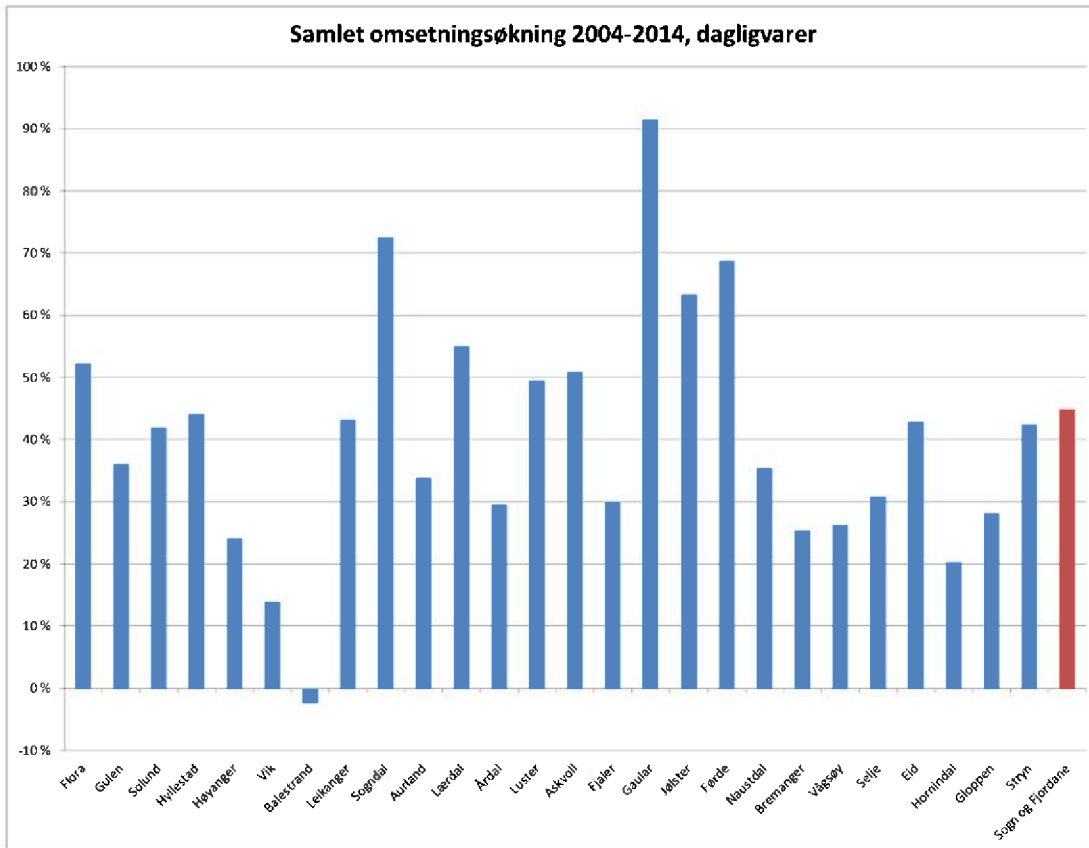
Tabell 5-6. Omsetningsutvikling for dagligvarehandel for årene 2004-2014. Alle tall i 1000 NOK, og løpende priser. Kilde SSB, bearbeiding Asplan Viak.

Kommune	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Flora	285 007	293 593	305 409	325 240	353 24	331 820	356 669	380 323	399 570	407 742	433 848
Gulen	72 629	72 675	71 608	74 839	77 862	82 399	84 110	85 833	88 186	89 398	98 789
Solund	26 315	27 235	29 674	30 755	36 056	34 784	33 911	34 698	35 669	36 145	37 334
Hyllestad	33 711	34 306	34 453	36 120	41 219	43 611	42 836	42 838	44 085	45 345	48 566
Høyanger	117 821	117 665	119 444	123 679	130 160	131 673	133 750	138 215	139 780	140 054	146 110
Vik	79 911	78 283	77 499	82 815	86 514	83 486	84 064	86 625	86 723	88 377	90 963
Balestrand	31 221	31 948	31 382	33 559	35 450	32 125	30 831	32 586	33 079	29 626	30 474
Leikanger	42 667	43 667	44 733	48 080	50 609	51 985	56 160	58 568	61 906	61 094	61 072
Sogndal	205 441	204 221	212 080	220 804	243 417	268 020	280 121	293 907	308 333	331 766	354 462
Aurland	55 927	56 515	57 399	61 757	63 771	67 284	68 239	69 486	71 546	67 323	74 806
Lærdal	54 917	60 182	62 653	66 835	70 959	73 280	73 865	75 182	78 591	81 221	85 111
Årdal	151 674	152 324	155 735	-	179 133	174 579	186 171	195 551	194 346	193 701	196 436
Luster	101 643	106 368	112 688	118 313	126 716	119 148	137 277	149 059	146 454	146 112	151 973
Askvoll	67 367	68 112	68 720	73 332	78 434	80 160	88 877	92 691	99 862	93 976	101 599
Fjaler	73 079	74 512	75 853	77 475	81 369	82 922	85 807	87 965	90 495	88 959	94 932
Gaular	37 023	41 131	44 062	47 106	53 288	57 454	60 077	62 685	64 410	64 962	70 887
Jølster	70 820	74 228	77 149	82 126	90 136	96 439	100 199	103 361	108 278	110 749	115 689
Førde	382 314	398 809	421 529	441 771	460 812	494 580	520 243	539 859	591 401	618 710	645 213
Naustdal	38 632	39 531	40 196	40 938	43 235	44 635	44 556	46 779	49 522	50 370	52 281
Bremanger	94 518	96 401	97 913	100 268	106 986	106 174	105 567	110 061	111 554	114 114	118 452
Vågsøy	174 135	164 910	167 377	183 076	193 654	199 857	199 828	208 453	214 898	215 642	219 790
Selje	61 829	58 219	62 679	65 427	70 289	73 694	69 604	69 969	77 662	78 275	80 848
Eid	154 045	166 507	179 681	183 414	190 537	195 427	196 863	203 947	208 403	215 677	220 116
Hornindal	31 869	30 881	23 019	23 952	27 761	27 478	28 121	29 835	31 488	35 223	38 330
Gloppen	156 565	141 888	146 986	153 099	161 108	166 725	170 148	176 797	184 376	187 473	200 541
Stryn	185 486	190 105	188 463	193 636	213 104	229 778	235 229	242 494	249 525	255 473	264 139
Fylket	2 786 56	2 824 219	2 908 385	3 057 515	3 262 401	3 350 159	3 472 337	3 614 612	3 766 782	3 847 762	4 035 035

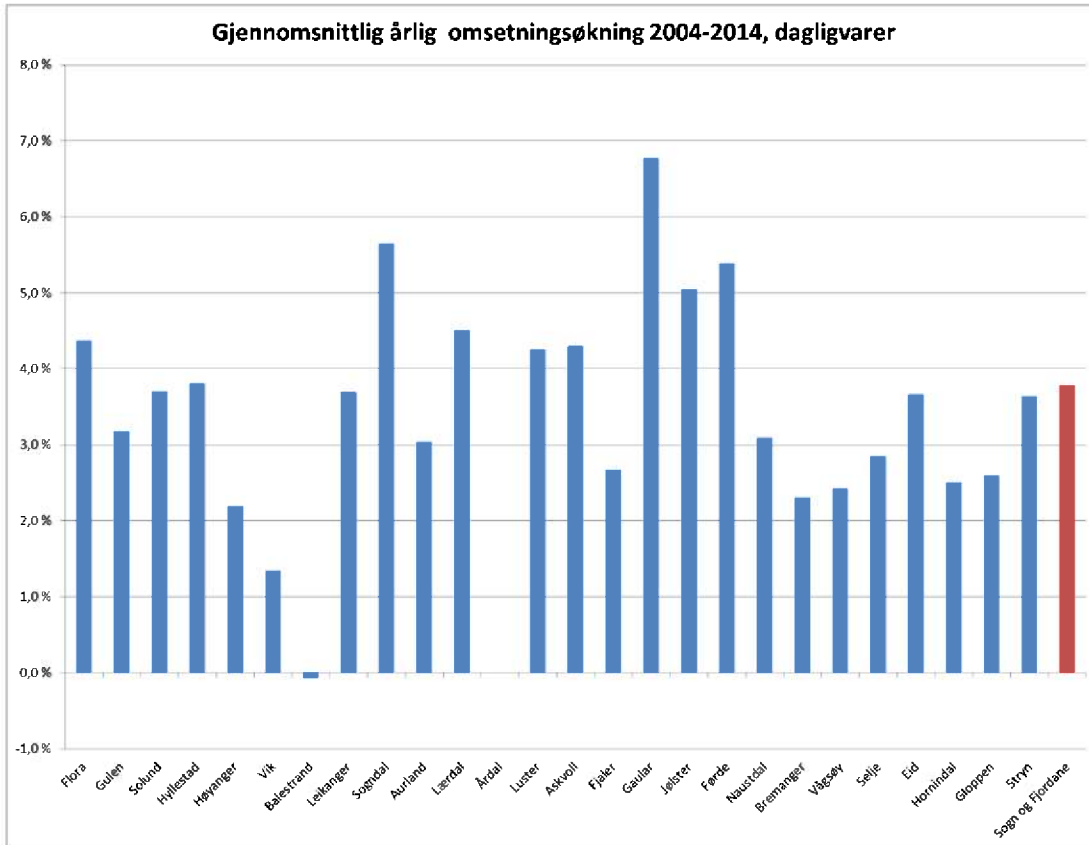


Tabell 5-7. Prosentvis årlig endring for omsetning av dagligvarer for årene 2004-2014.

Kommune	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014
Flora	3 %	4 %	6 %	9 %	-6 %	7 %	7 %	5 %	2 %	6 %
Gulen	0 %	-1 %	5 %	4 %	6 %	2 %	2 %	3 %	1 %	11 %
Solund	3 %	9 %	4 %	17 %	-4 %	-3 %	2 %	3 %	1 %	3 %
Hyllestad	2 %	0 %	5 %	14 %	6 %	-2 %	0 %	3 %	3 %	7 %
Høyanger	0 %	2 %	4 %	5 %	1 %	2 %	3 %	1 %	0 %	4 %
Vik	-2 %	-1 %	7 %	4 %	-4 %	1 %	3 %	0 %	2 %	3 %
Balestrand	2 %	-2 %	7 %	6 %	-9 %	-4 %	6 %	2 %	-10 %	3 %
Leikanger	2 %	2 %	7 %	5 %	3 %	8 %	4 %	6 %	-1 %	0 %
Sogndal	-1 %	4 %	4 %	10 %	10 %	5 %	5 %	5 %	8 %	7 %
Aurland	1 %	2 %	8 %	3 %	6 %	1 %	2 %	3 %	-6 %	11 %
Lærdal	10 %	4 %	7 %	6 %	3 %	1 %	2 %	5 %	3 %	5 %
Årdal	0 %	2 %	-	-	-3 %	7 %	5 %	-1 %	0 %	1 %
Luster	5 %	6 %	5 %	7 %	-6 %	15 %	9 %	-2 %	0 %	4 %
Askvoll	1 %	1 %	7 %	7 %	2 %	11 %	4 %	8 %	-6 %	8 %
Fjaler	2 %	2 %	2 %	5 %	2 %	3 %	3 %	3 %	-2 %	7 %
Gaular	11 %	7 %	7 %	13 %	8 %	5 %	4 %	3 %	1 %	9 %
Jølster	5 %	4 %	6 %	10 %	7 %	4 %	3 %	5 %	2 %	4 %
Førde	4 %	6 %	5 %	4 %	7 %	5 %	4 %	10 %	5 %	4 %
Naustdal	2 %	2 %	2 %	6 %	3 %	0 %	5 %	6 %	2 %	4 %
Bremanger	2 %	2 %	2 %	7 %	-1 %	-1 %	4 %	1 %	2 %	4 %
Vågsøy	-5 %	1 %	9 %	6 %	3 %	0 %	4 %	3 %	0 %	2 %
Selje	-6 %	8 %	4 %	7 %	5 %	-6 %	1 %	11 %	1 %	3 %
Eid	8 %	8 %	2 %	4 %	3 %	1 %	4 %	2 %	3 %	2 %
Hornindal	-3 %	-25 %	4 %	16 %	-1 %	2 %	6 %	6 %	12 %	9 %
Gloppen	-9 %	4 %	4 %	5 %	3 %	2 %	4 %	4 %	2 %	7 %
Stryn	2 %	-1 %	3 %	10 %	8 %	2 %	3 %	3 %	2 %	3 %
Fylket	1 %	3 %	5 %	7 %	3 %	4 %	4 %	4 %	2 %	5 %



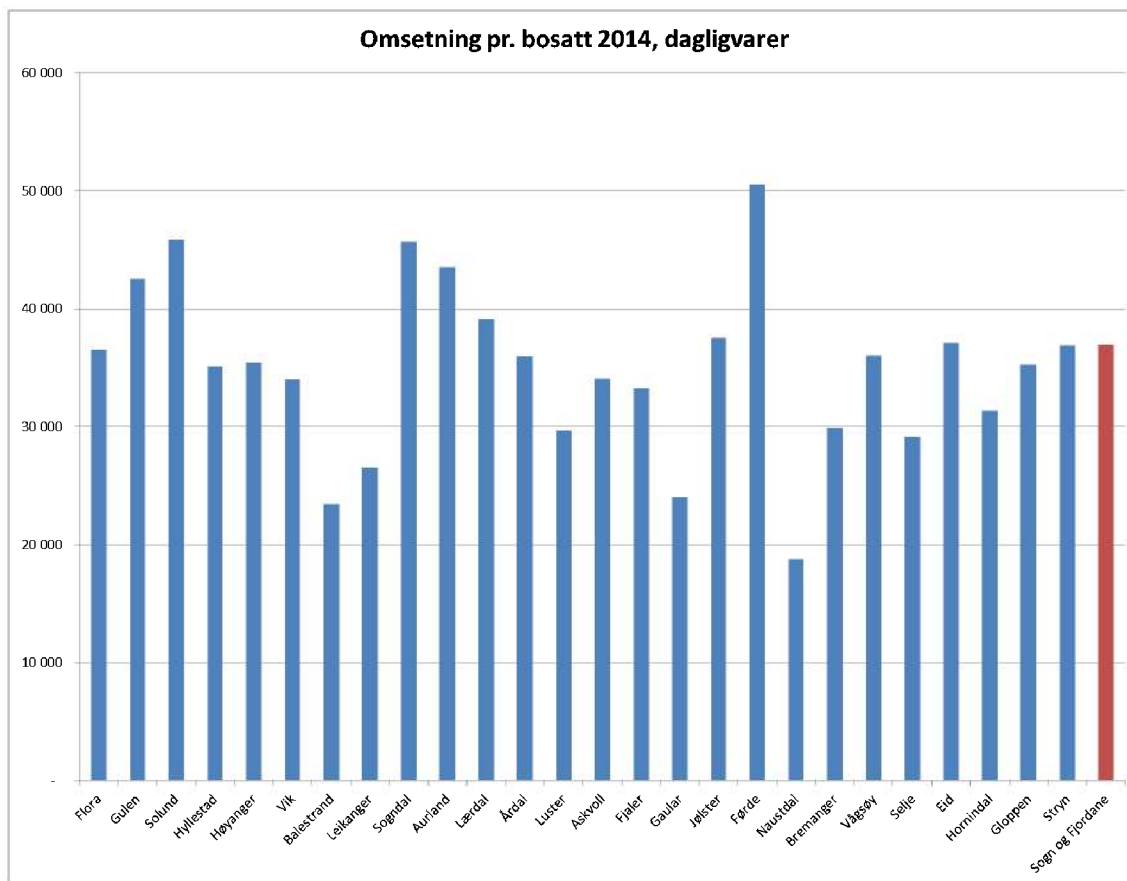
Figur 5-4. Samlet omsetningsøkning for dagligvarehandel 2004-2014. Gjennomsnittet for fylket er 45 %.



Figur 5-5. Gjennomsnittlig årlig omsetningsvekst for dagligvarer 2004-2014. Gjennomsnittet for fylket er 3,8 %.

Tabell 5-8. Omsetning dagligvarer pr bosatt i den enkelte kommune i Sogn og Fjordane. Snittet for fylket ligger på 36 900, noe som er relativt høyt sammenlignet med landsgjennomsnittet på 33 000

Kommune	Bosatt	Omsetning pr bosatt
Flora	11 888	36 495
Gulen	2 321	42 563
Solund	814	45 865
Hyllestad	1 383	35 116
Høyanger	4 124	35 429
Vik	2 671	34 056
Balestrand	1 303	23 388
Leikanger	2 300	26 553
Sogndal	7 754	45 713
Aurland	1 720	43 492
Lærdal	2 175	39 132
Årdal	5 463	35 957
Luster	5 119	29 688
Askvoll	2 980	34 093
Fjaler	2 856	33 239
Gaular	2 951	24 021
Jølster	3 080	37 561
Førde	12 768	50 534
Naustdal	2 787	18 759
Bremanger	3 963	29 889
Vågsøy	6 102	36 019
Selje	2 776	29 124
Eid	5 928	37 132
Hornindal	1 221	31 392
Gloppen	5 687	35 263
Stryn	7 158	36 901
Sogn og Fjordane	109 292	36 920



Figur 5-6. Omsetning pr. bosatt for dagligvarer i 2014. Snittet for Sogn og Fjordane fylke ligger på 36 900, som er relativt høyt sammenlignet med landsgjennomsnittet på 33 000.

### 5.1.4 Utvalgsvarer

I 2014 var det registret omsetning for utvalgsvarer i alle kommunene i Sogn og Fjordane med unntak av Gaular og Balestrand. Det er registrert omsetning i de to kommunene i enkelte år i perioden 2004-2014. Gulen, Solund, Hyllestad og Hornindal har for få butikker i varegruppen til at SSB kan levere omsetningsstatistikk. I de påfølgende tabeller og figurer er disse slått sammen til gruppen «øvrige», hvor også Gaular og Balestrand inngår de årene det ikke er oppgitt egne tall for kommunene.

Førde har den høyeste omsetningen for utvalgsvarer i Sogn og Fjordane, med 30 % av omsetningen i fylket. På samme tid har befolkningsøkningen i Førde vært 15%. har nest mest omsetning innen utvalgsvarer med 15 %, etterfulgt av Flora og Stryn som har 10 % hver. I tillegg er det en viss omsetning av utvalgsvarer i Vågsøy og Gloppen. For de resterende kommunene i fylket er omsetningen av utvalgsvarer beskjeden.

Leikanger, Aurland og Selje har hatt den prosentvis største omsetningsveksten for utvalgsvarer for perioden 2004 - 2014. Sogndal har vokst med 64 % og Førde vel 40 %. Gjennomsnittet for Sogn og Fjordane fylke ligger på 35 %. Vik, Lærdal, Fjaler, Naustdal og Bremanger har alle hatt en nedgang i omsetning fra 2004-2014, størst for Bremanger, som har hatt en nedgang på drøyt 70 %. Det har også vært en markant nedgang for gruppen

«Øvrige» sett under ett. Det kan være individuelle forskjeller i omsetningsutviklingen for kommunene i denne gruppen, slik at enkelte kan ha hatt en omsetningsvekst selv om den samlede utviklingen er negativ. Omfanget er i alle tilfeller svært lite, da omsetningen for disse kommunene til sammen ikke utgjør mer enn 0,4 % av samlet omsetning i Sogn og Fjordane fylke. Se Tabell 5-9, Tabell 5-10, samt Figur 5-7 og Figur 5-8.

Gjennomsnittlig årlig vekst i utvalgsvarer for Sogn og Fjordane var på 3% i perioden 2004-2014. Selje har den klart største veksten på nesten 12%, men her har variasjonen vært stor fra år til år og det er såpass små omsetningstall at utslagene blir prosentvis store selv om økningen i kroner er beskjeden. Vik, Leikanger, Bremanger og Lærdal har også hatt en negativt årlig vekst.

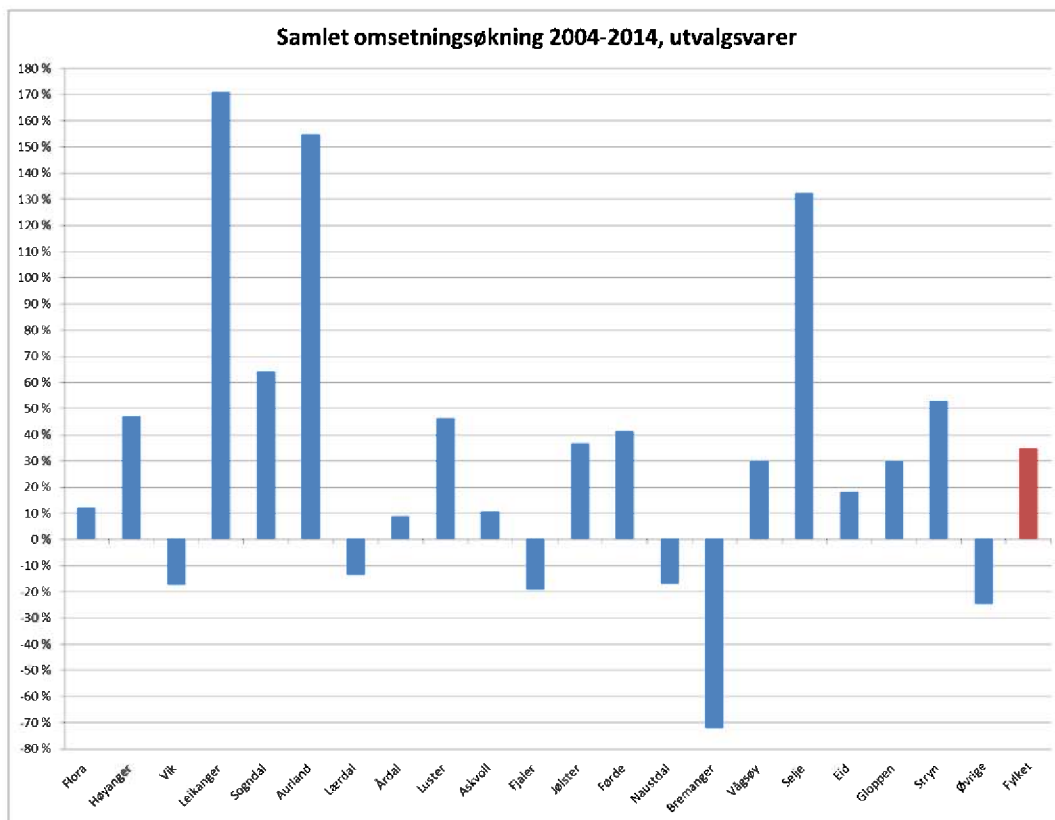
Omsetning av utvalgsvarer pr. bosatt for Sogn og Fjordane sett under ett ligger på 21 400 kr, som er en del under landsgjennomsnittet på 26 300 kr. Det er store variasjoner mellom kommunene med hensyn til omsetning av utvalgsvarer pr. bosatt, fra knapt 500 kr. i Bremanger og Naustdal, til 46 300 kr. i Sogndal og 54 600 i Førde. 20 av kommunene i Sogn og Fjordane har en omsetning pr. bosatt under gjennomsnittet for fylket, som betyr at en relativt stor andel av utvalgsvarehandelen for bosatte i disse kommunene må gjøres andre steder. Se Tabell 5-11 og Figur 5-9.

Tabell 5-9. Omsetningsutvikling for utvalgsvarer i årene 2004-2014. Alle tall i 1000 NOK, og løpende priser. Kilde SSB, bearbejdet av Asplan Viak. Øvrige kommuner er Gulen, Solund, Hyllestad og Hornindal, Gaular og Balestrand. Disse kommunene har ikke omsetning for utvalgsvarer hvert år.

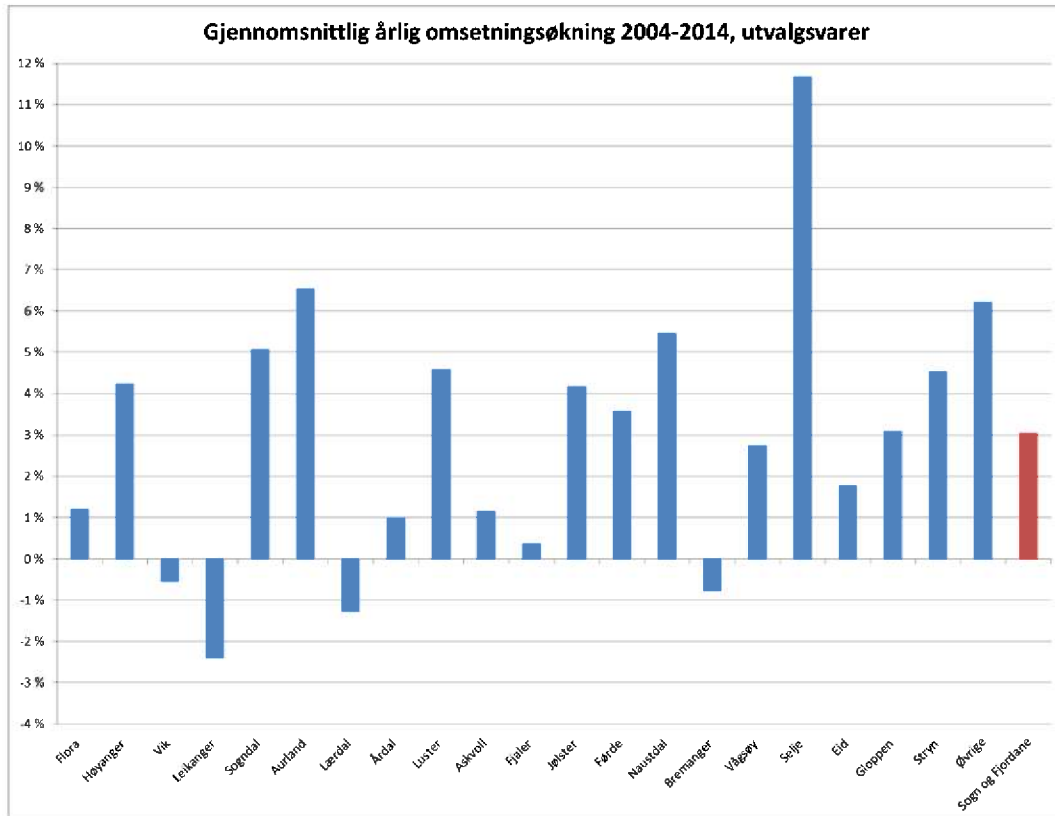
Kommune	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Flora	205 063	209 967	211 180	226 803	226 185	224 396	218 010	212 011	217 874	224 328	229 990
Høyanger	27 551	29 440	33 122	36 581	40 604	41 386	35 836	34 921	38 376	41 963	40 449
Vik	28 243	27 974	30 044	30 474	20 398	19 033	16 814	22 392	23 505	21 536	23 324
Leikanger	4 365	4 890	3 237	-	11 762	12 433	12 491	12 768	14 235	13 728	11 832
Sogndal	218 767	225 569	234 756	244 734	261 688	277 620	291 645	302 947	317 148	342 181	359 010
Aurland	14 459	16 027	17 365	18 300	18 627	19 116	-	-	31 451	36 086	36 825
Lærdal	27 840	29 064	32 246	32 331	30 073	29 144	28 825	28 064	27 426	24 505	24 117
Årdal	67 764	71 367	72 157	76 004	80 013	73 560	77 664	78 560	72 686	68 105	73 698
Luster	38 538	40 888	39 870	42 905	34 280	35 269	37 209	39 666	41 108	54 386	56 428
Askvoll	29 160	28 679	27 613	26 699	26 996	27 932	28 357	26 191	29 457	30 781	32 251
Fjaler	14 796	16 046	18 032	12 645	10 826	11 242	11 716	11 393	10 795	16 836	11 974
Jølster	14 381	13 158	12 660	15 477	13 029	12 318	13 922	14 095	19 265	18 947	19 653
Førde	493 746	527 327	559 753	628 566	636 943	667 754	671 073	671 915	665 706	669 336	697 455
Naustdal	1 861	1 635	1 295	1 374	1 400	2 122	1 782	849	611	800	1 548
Bremanger	6 978	7 316	7 289	7 413	7 630	7 439	6 945	6 572	-	-	1 949
Vågsøy	119 938	115 536	117 711	127 556	128 038	139 745	141 643	148 080	151 606	149 177	156 165
Selje	2 500	2 632	4 916	5 315	5 289	5 173	5 046	5 027	6 817	5 473	5 814
Eid	148 320	164 594	167 885	179 256	179 582	186 583	183 036	174 856	173 787	169 483	175 249
Gloppen	98 859	96 223	102 954	114 302	114 179	139 206	126 056	110 903	114 804	127 716	128 458
Stryn	156 841	159 553	188 412	191 114	183 708	187 159	194 796	209 396	239 419	238 665	239 764
Øvrige	13 932	15 094	16 246	21 966	21 881	16 574	38 102	40 288	16 760	12 942	10 506
Fylket	1 733 902	1 802 979	1 898 743	2 039 814	2 053 132	2 135 207	2 140 969	2 150 893	2 212 836	2 266 973	2 336 458

Tabell 5-10. Prosentvis årlig endring i omsetning av utvalgsvarer i årene 2004-2014. Kun de kommunene det er tilgjengelig data for er vist i tabellen. Øvrige kommuner er Gulen, Solund, Hyllestad og Hornindal, Gaular og Balestrand. Disse kommunene har ikke omsetning for utvalgsvarer hvert år. .

Kommune	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014
Flora	2 %	1 %	7 %	0 %	-1 %	-3 %	-3 %	3 %	3 %	3 %
Høyanger	7 %	13 %	10 %	11 %	2 %	-13 %	-3 %	10 %	9 %	-4 %
Vik	-1 %	7 %	1 %	-33 %	-7 %	-12 %	33 %	5 %	-8 %	8 %
Leikanger	12 %	-34 %			6 %	0 %	2 %	11 %	-4 %	-14 %
Sogndal	3 %	4 %	4 %	7 %	6 %	5 %	4 %	5 %	8 %	5 %
Aurland	11 %	8 %	5 %	2 %	3 %				15 %	2 %
Lærdal	4 %	11 %	0 %	-7 %	-3 %	-1 %	-3 %	-2 %	-11 %	-2 %
Årdal	5 %	1 %	5 %	5 %	-8 %	6 %	1 %	-7 %	-6 %	8 %
Luster	6 %	-2 %	8 %	-20 %	3 %	6 %	7 %	4 %	32 %	4 %
Askvoll	-2 %	-4 %	-3 %	1 %	3 %	2 %	-8 %	12 %	4 %	5 %
Fjaler	8 %	12 %	-30 %	-14 %	4 %	4 %	-3 %	-5 %	56 %	-29 %
Jølster	-9 %	-4 %	22 %	-16 %	-5 %	13 %	1 %	37 %	-2 %	4 %
Førde	7 %	6 %	12 %	1 %	5 %	0 %	0 %	-1 %	1 %	4 %
Naustdal	-12 %	-21 %	6 %	2 %	52 %	-16 %	-52 %	-28 %	31 %	94 %
Bremanger	5 %	0 %	2 %	3 %	-2 %	-7 %	-5 %			
Vågsøy	-4 %	2 %	8 %	0 %	9 %	1 %	5 %	2 %	-2 %	5 %
Selje	5 %	87 %	8 %	0 %	-2 %	-2 %	0 %	36 %	-20 %	6 %
Eid	11 %	2 %	7 %	0 %	4 %	-2 %	-4 %	-1 %	-2 %	3 %
Gloppen	-3 %	7 %	11 %	0 %	22 %	-9 %	-12 %	4 %	11 %	1 %
Stryn	2 %	18 %	1 %	-4 %	2 %	4 %	7 %	14 %	0 %	0 %
Øvrige	8 %	8 %	35 %	0 %	-24 %	130 %	6 %	-58 %	-23 %	-19 %
Fylket	4 %	5 %	7 %	1 %	4 %	0 %	0 %	3 %	2 %	3 %



Figur 5-7. Samlet omsetningsøkning for utvalgsvarer i perioden 2004-2014. Øvrige kommuner er Gulen, Solund, Hyllestad og Hornindal, Gaular og Balestrand. Samlet vekst for Sogn og Fjordane fylke er 35 %.

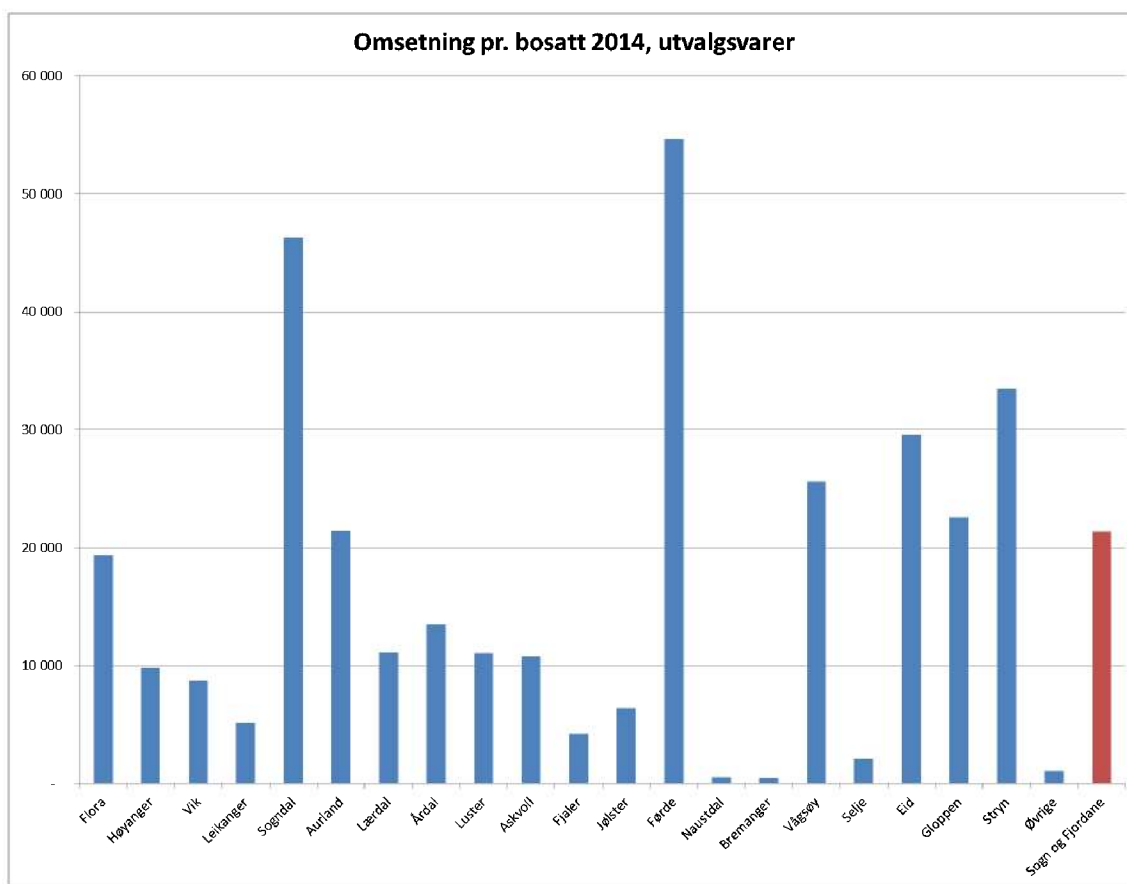


Figur 5-8. Gjennomsnittlig årlig omsetningsvekst for utvalgsvarer 2004-2014. Øvrige kommuner er Gulen, Solund, Hyllestad og Hornindal, Gaular og Balestrand. Gjennomsnittlig årlig vekst for fylket sett under ett ligger på 3,1 %.



Tabell 5-11. Omsetning av utvalgsvarer pr bosatt i den enkelte kommune i Sogn og Fjordane, 2014. Snittet for fylket ligger på 21400, noe under landsgjennomsnittet på 26 300.

Kommune	Bosatt	Omsetning pr bosatt
Flora	11 888	19 346
Høyanger	4 124	9 808
Vik	2 671	8 732
Leikanger	2 300	5 144
Sogndal	7 754	46 300
Aurland	1 720	21 410
Lærdal	2 175	11 088
Årdal	5 463	13 490
Luster	5 119	11 023
Askvoll	2 980	10 822
Fjaler	2 856	4 193
Jølster	3 080	6 381
Førde	12 768	54 625
Naustdal	2 787	555
Bremanger	3 963	492
Vågsøy	6 102	25 592
Selje	2 776	2 095
Eid	5 928	29 563
Gloppen	5 687	22 588
Stryn	7 158	33 496
Øvrige	9 993	1 051
Sogn og Fjordane	109 292	21 378



Figur 5-9. Omsetning av utvalgsvarer pr. bosatt i den enkelte kommune i Sogn og Fjordane, 2014. Snittet for fylket ligger på 21 400, noe under landsgjennomsnittet på 26 300.

### 5.1.5 Handel med plasskrevende varer

For handel med plasskrevende varer er det sett på omsetning for henholdsvis møbler, elektro/hvitevarer, fargevarer og motorutstyr, og hagesenter og byggvarer, se kapittel 3.3 for nærmere spesifisering.

#### Møbler, hvitevarer, fargevarer, mfl.

For denne varegruppen er det kun tilgjengelig omsetningsstatistikk for kommunene Flora, Vik, Sogndal, Askvoll, Førde, Vågsøy, Eid, Gloppen og Stryn. I 2014 var det også salg av møbler, hvitevarer mfl. i Gulen, Solund, Høyanger, Leikanger, Lærdal, Årdal, Luster, Fjaler, Gaular og Bremanger. Disse ti kommunene er gruppert som «Øvrige» i kommende tabeller og figurer.

Førde har den høyeste omsetningen av møbler, hvitevarer, fargevarer og motorutstyr. Førde har nesten 50% av omsetningen i fylket og markerer seg også her som et handelssentrum. Omsetningen per bosatt i 2014 viser at den i Førde er opp mot dobbelt så stor som for Sogndal. Sogndal er kommunen med nest mest omsetning per innbygger. Omsetning av møbler, hvitevarer, fargevarer og motorutstyr pr bosatt for Sogn og Fjordane fylke sett under ett ligger på kr. 5 300, noe som er betydelig under landsgjennomsnittet på 9 300. Dette kan blant annet skyldes at deler av handelstilbudet i denne varegruppen krever et relativt stort

kundegrunnlag, og som er større enn det er grunnlag for i Sogn og Fjordane. Se Tabell 5-12, Tabell 5-14 og Figur 5-12.

Vik har den største omsetningsøkningen for møbler og hvitevarer i perioden 2004-2014. Veksten var på 92%. Sogndal hadde en vekst på 72% og Askvoll 61%. Førde hadde mindre økning enn disse, og økningen var på 25%. Dette er likevel høyere enn befolkningsveksten på 13% i samme periode. Både Eid, Gloppen og Stryn hadde negativ utvikling i omsetningen i perioden. Sogn og Fjordane hadde en liten positiv vekst på litt under 9%, noe som er litt høyere enn befolkningsveksten i fylket (6%). Når det gjelder gjennomsnittlig årlig omsetningsendring så er Vik og Vågsøy høyest, med hhv. 9% og 8% vekst, mens snittet i fylket er på 1%. Se Tabell 5-13, Figur 5-10 og Figur 5-11.

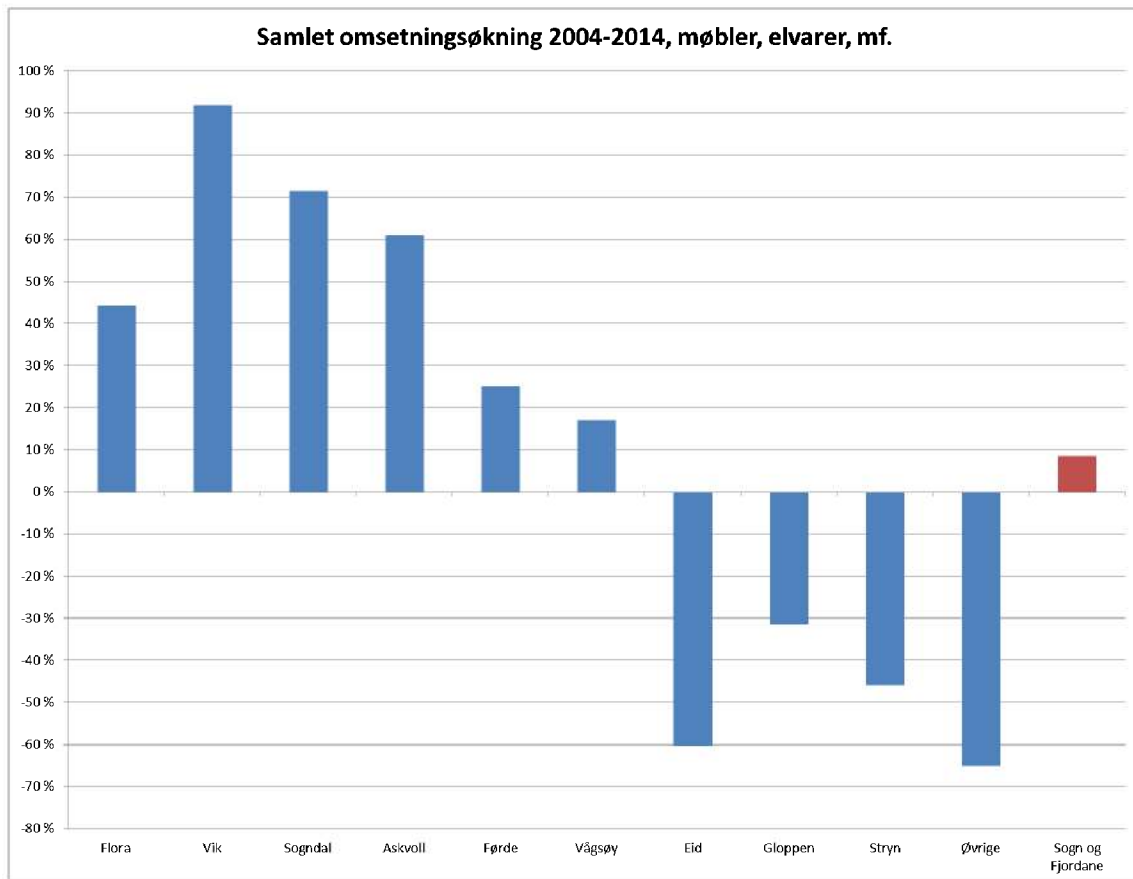
Tallene for omsetning varierer stort fra år til år, se eksempelvis Vågsøy som går fra en prosentvis økning på -1% i 2009/10 og +96% i 2010/11. Små endringer i handelstrukturen som nyetablering eller nedlegging av en bedrift kan gi store utslag.

Tabell 5-12. Omsetningsutvikling for handel med møbler, elektro/hvitevarer mf. for årene 2004-2014. Alle tall i 1000 NOK, og løpende priser. Kilde SSB, bearbeidet av Asplan Viak. Øvrige kommuner er Gulen, Solund, Høyanger, Leikanger, Lærdal, Årdal, Luster, Fjaler, Gaular og Bremanger. Det er varierende grad av omsetning i disse kommunene gjennom perioden.

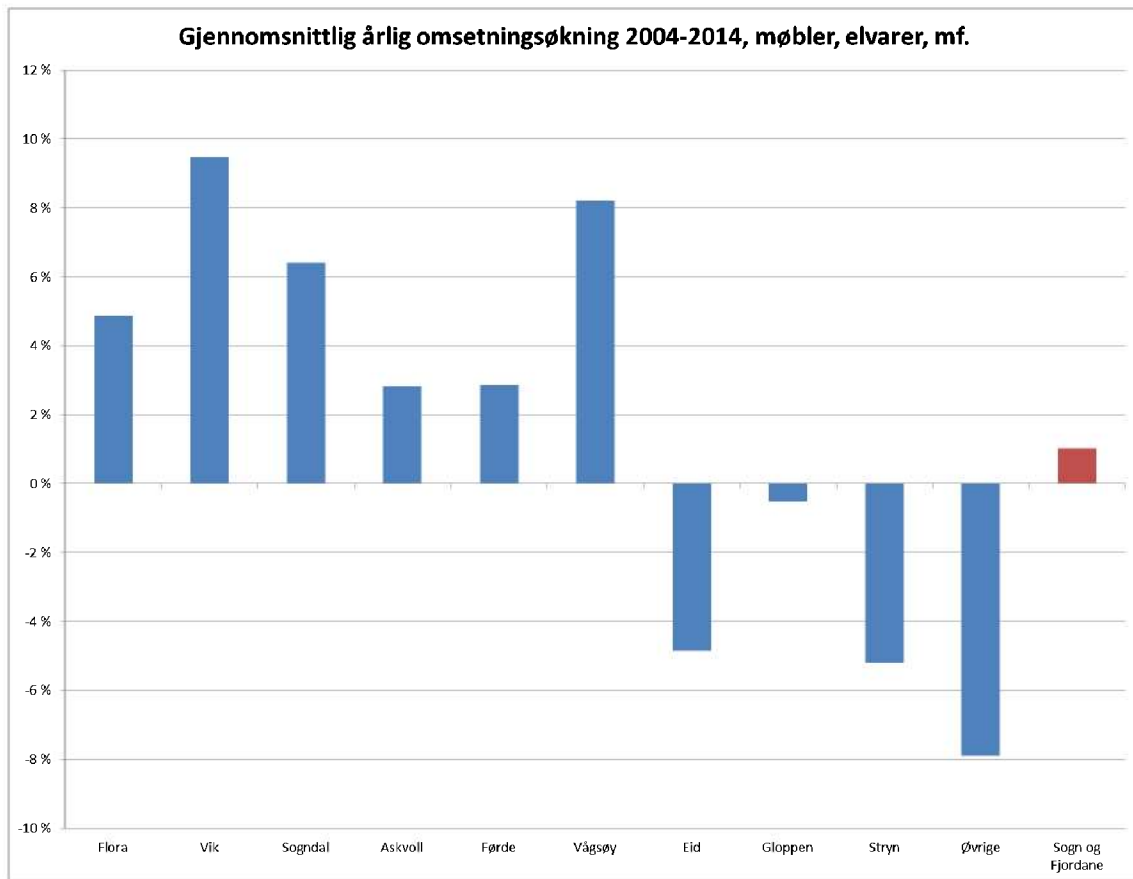
Kommune	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Flora	53 595	59 514	56 086	64 735	63 312	74 468	66 818	56 426	55 850	54 364	77 217
Vik	5 679	6 232	6 558	7 071	11 612	6 939	8 256	9 255	10 127	10 233	10 892
Sogndal	51 693	53 627	64 254	89 352	87 527	88 485	93 551	88 594	88 078	102 153	88 578
Askvoll	7 061	-	-	-	-	-	8 689	9 494	10 227	10 030	11 360
Førde	225 958	230 729	263 661	273 708	281 728	281 641	282 541	271 747	352 469	337 824	282 364
Vågsøy	34 742	28 071	28 925	31 780	38 115	19 165	19 017	37 307	57 186	54 158	40 600
Eid	32 442	52 759	50 799	45 534	45 061	36 506	33 600	21 703	12 826	9 887	12 887
Gloppen	20 890	36 043	34 643	24 401	20 144	18 317	12 916	12 788	13 248	15 399	14 315
Stryn	37 889	34 255	32 999	29 183	20 781	22 447	19 522	20 940	24 023	21 229	20 475
Øvrige	65 997	61 773	47 069	38 587	27 905	22 361	17 177	15 385	14 538	21 929	23 049
Sogn og Fjordane	535 946	563 003	584 994	604 351	596 185	570 329	562 087	543 639	638 572	637 207	581 735

Tabell 5-13. Prosentvis årlig endring for handel med møbler, elektro/hvitevarer mf. for årene 2004-2014. Øvrige kommuner er Gulen, Solund, Høyanger, Leikanger, Lærdal, Årdal, Luster, Fjaler, Gaular og Bremanger. Det er varierende grad av omsetning i disse kommunene gjennom perioden.

Kommune	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014
Flora	11 %	-6 %	15 %	-2 %	18 %	-10 %	-16 %	-1 %	-3 %	42 %
Vik	10 %	5 %	8 %	64 %	-40 %	19 %	12 %	9 %	1 %	6 %
Sogndal	4 %	20 %	39 %	-2 %	1 %	6 %	-5 %	-1 %	16 %	-13 %
Askvoll	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	9 %	8 %	-2 %	13 %
Førde	2 %	14 %	4 %	3 %	0 %	0 %	-4 %	30 %	-4 %	-16 %
Vågsøy	-19 %	3 %	10 %	20 %	-50 %	-1 %	96 %	53 %	-5 %	-25 %
Eid	63 %	-4 %	-10 %	-1 %	-19 %	-8 %	-35 %	-41 %	-23 %	30 %
Gloppen	73 %	-4 %	-30 %	-17 %	-9 %	-29 %	-1 %	4 %	16 %	-7 %
Stryn	-10 %	-4 %	-12 %	-29 %	8 %	-13 %	7 %	15 %	-12 %	-4 %
Øvrige	-6 %	-24 %	-18 %	-28 %	-20 %	-23 %	-10 %	-6 %	51 %	5 %
Sogn og Fjordane	5 %	4 %	3 %	-1 %	-4 %	-1 %	-3 %	17 %	0 %	-9 %



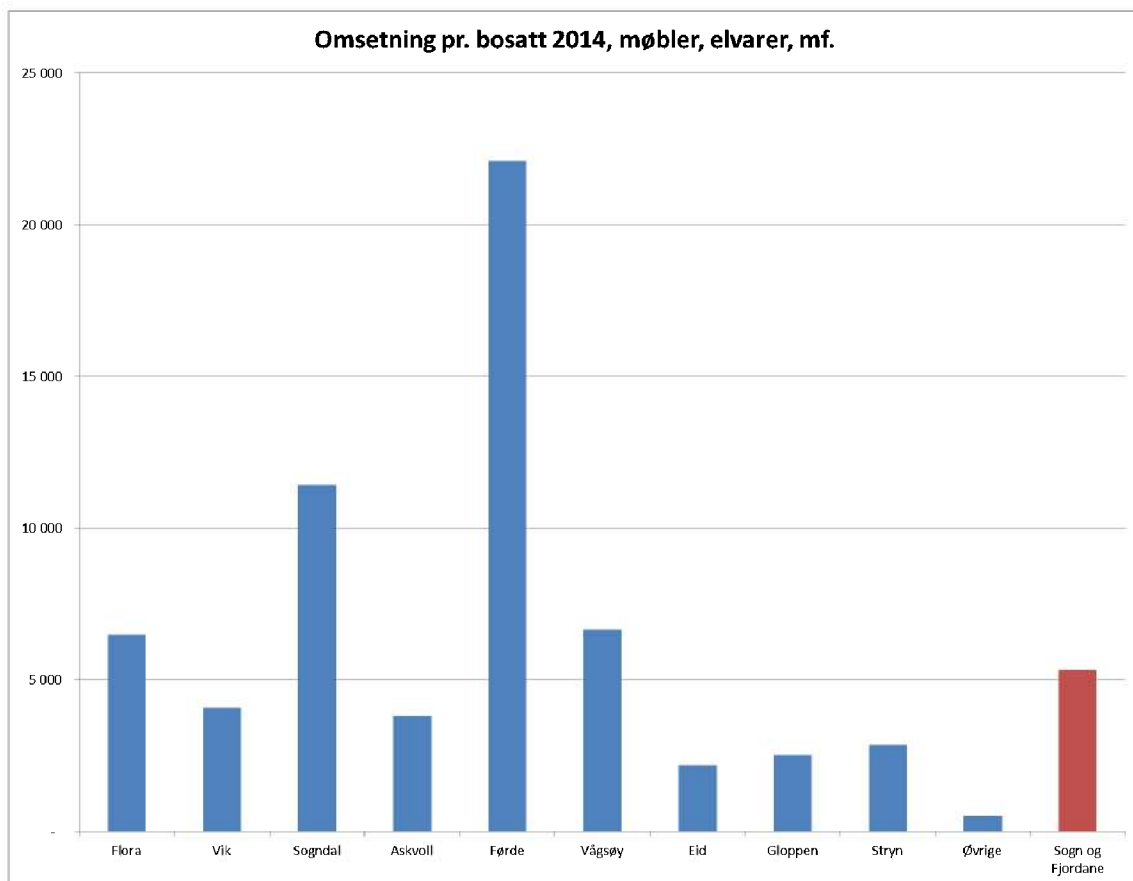
Figur 5-10. Samlet omsetningsøkning for salg av møbler m.m. i perioden 2004-2014. Øvrige kommuner er Gulen, Solund, Høyanger, Leikanger, Lærdal, Årdal, Luster, Fjaler, Gaular og Bremanger. Samlet vekst for Sogn og Fjordane fylke er på 9 %.



Figur 5-11. Gjennomsnittlig årlig omsetningsvekst for salg av møbler, elektro/hvitevarer mm i perioden 2004-2014. Øvrige kommuner er Gulen, Solund, Høyanger, Leikanger, Lærdal, Årdal, Luster, Fjaler, Gaular og Bremanger. Gjennomsnittlig årlig vekst for Sogn og Fjordane fylke under ett ligger på 1 %.

Tabell 5-14. Omsetning av møbler, elektro/hvitevarer mf. pr bosatt i den enkelte kommune i Sogn og Fjordane. Snittet for fylket ligger på 5 300, noe som er betydelig under landsgjennomsnittet på 9 300. Dette kan blant annet skyldes at deler av handelstilbudet i denne varegruppen krever et relativt stort kundegrunnlag, og som er større enn det er grunnlag for i Sogn og Fjordane.

Kommune	Bosatt	Omsetning pr bosatt
Flora	11 888	6 495
Vik	2 671	4 078
Sogndal	7 754	11 424
Askvoll	2 980	3 812
Førde	12 768	22 115
Vågsøy	6 102	6 654
Eid	5 928	2 174
Gloppen	5 687	2 517
Stryn	7 158	2 860
Øvrige	46 356	497
Sogn og Fjordane	109 292	5 323



Figur 5-12. Omsetning pr bosatt for møbler, elektro/hvitevarer, m.fl. 2014. Snittet for fylket ligger på 5 300, noe som er betydelig under landsgjennomsnittet på 9 300.

## Byggvarer og hagesenter

NACE-kodesystemet skiller ikke på blomsterbutikk og hagesenter/gartneriutsalg. Omsetningsstatistikk for byggvarer og hagesenter inneholder således også salg fra blomsterbutikker. Det er antatt at omsetningen i en gjennomsnittlig blomsterbutikk er vesentlig lavere enn på et hagesenter, slik at konsekvensen av denne feilen ikke så stor.

Hagesenter/gartneriutsalg og byggvarer er definert som plasskrevende handel ihht. Rikspolitisk bestemmelse for kjøpesenter, fastsatt med hjemmel i plan og bygningsloven.

I 2014 var det registrert omsetning i denne varegruppen for alle kommuner i fylket med unntak for Gulen og Hornindal. For en del av de andre kommunene i fylket mangler det omsetningstall for enkelte år i perioden 2004-2014, disse inngår i gruppen *øvrige* (Gulen og Hornindal inngår ikke i *øvrige*).

Førde har den høyeste omsetningen av byggevarer og hagesenter i årene 2004 til 2014 (med unntak av 2004 der «*øvrige*» hadde høyere omsetning), etterfulgt av «*øvrige* kommuner». Ser vi bort fra *øvrige* så har Førde mer enn fire ganger så høy omsetning som nummer to på lista, Gloppen. Eid, Stryn og Flora er eneste kommuner, i tillegg til Førde og Gloppen, med omsetning over 50 000 mill.kr i 2014. Se Tabell 5-15.

Eid har desidert høyest samlet omsetningsvekst med 389% i perioden 2004-2104. Førde hadde en vekst på 200% og Luster hadde 135%. Tallet for hele Sogn og Fjordane er 86% og 90% for *øvrige* kommuner. Se Figur 5-10.

Ser vi på gjennomsnittlig omsetningsvekst per år 2004-2014 så er det store årlige svingninger. Eid har hatt en årlig vekst på 27%, med 2006-2007 som toppår (178% vekst). Førde har også hatt en god vekst på 15%. De andre kommunene der det finnes omsetningstall har rundt 0-5% vekst, mens *øvrige* kommuner hadde 9%. Sogn og Fjordane hadde 6,8% vekst. Se Figur 5-13 og Figur 5-14.

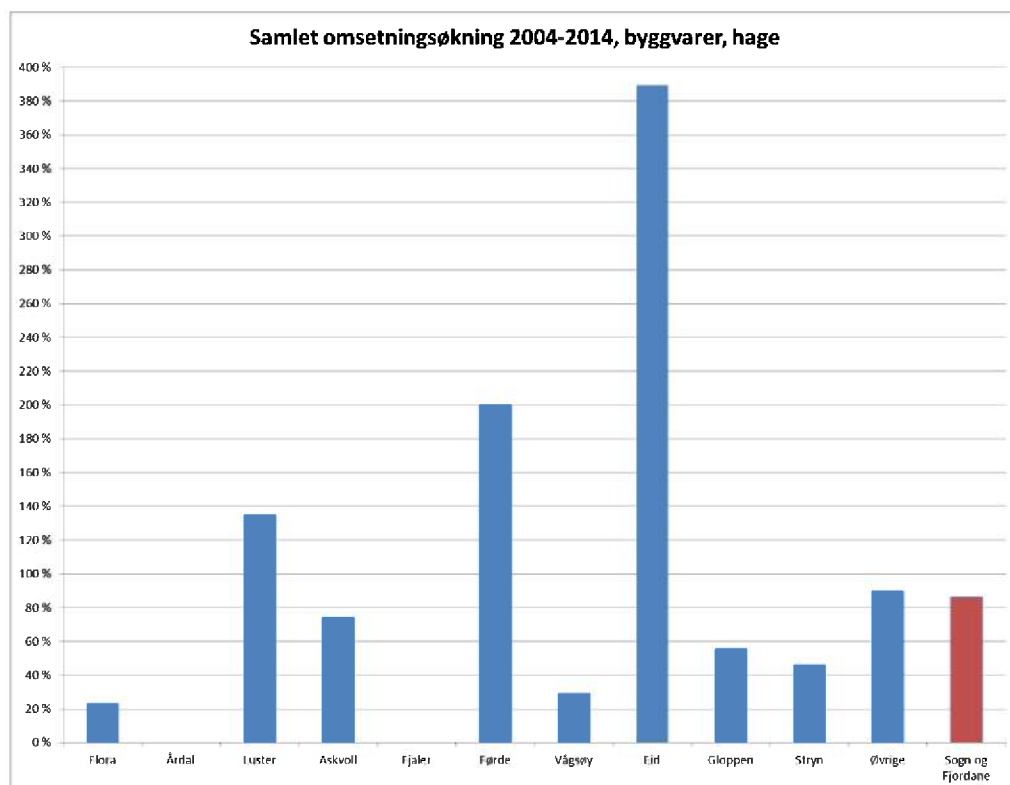
Omsetning innen *byggvarer og hagesenter* pr bosatt for Sogn og Fjordane under ett ligger på drøyt 7 177 kr., som er tilnærmet det sammen som landsgjennomsnittet. Men det er store variasjoner mellom kommunene. Førde ligger langt over, med 20 000 kr. per bosatt, mens kommuner som Flora og *øvrige* ligger under 5000 kr. Askvoll, Fjaler, Vågsøy og Eid ligger alle på 8000-9000 kr per bosatt, og altså noe over fylkesgjennomsnittet. Flora, Luster, Stryn og *øvrige* kommuner ligger litt under 7000 kr. per bosatt. For bosatte i de kommunene med lavest omsetning er det rimelig å anta at en relativt stor andel av innkjøpene for denne varegruppen må gjøres andre steder. Se Tabell 5-17 og Figur 5-15.

Tabell 5-15. Omsetningsutvikling for byggevarer og hagesenter i årene 2004-2014. Alle tall i 1000 NOK, og løpende priser. Kilde SSB, bearbejdet av Asplan Viak.

Kommune	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Flora	42 385	25 046	24 536	26 581	27 932	26 417	25 235	30 168	42 801	51 539	52 156
Årdal	47 101	53 463	56 459	69 240	76 383	66 793	68 485	69 776	-	-	-
Luster	13 589	13 033	14 473	16 734	24 127	25 689	26 046	23 458	-	26 275	31 904
Askvoll	15 352	16 155	16 355	16 367	18 449	20 754	20 104	21 461	22 426	23 400	26 732
Fjaler	-	-	-	-	-	-	22 303	23 475	20 440	19 507	24 307
Førde	85 074	78 976	94 175	145 501	166 919	255 414	203 649	209 499	155 605	167 673	255 473
Vågsøy	38 158	50 883	41 087	55 818	59 982	47 998	51 281	52 310	56 152	52 660	49 321
Eid	10 922	10 464	20 701	57 628	53 612	42 665	49 014	47 930	49 153	46 363	53 443
Gloppen	38 463	57 041	51 574	54 548	57 940	53 268	58 103	61 967	58 582	58 510	59 841
Stryn	34 253	37 213	39 869	39 853	46 707	45 564	45 456	47 492	50 408	45 458	50 088
Øvrige	95 541	105 368	104 976	115 807	105 058	108 595	101 979	112 115	212 494	167 327	181 162
Sogn og Fjordane	420 837	447 640	464 207	598 078	637 108	693 158	671 656	699 651	668 061	658 711	784 426

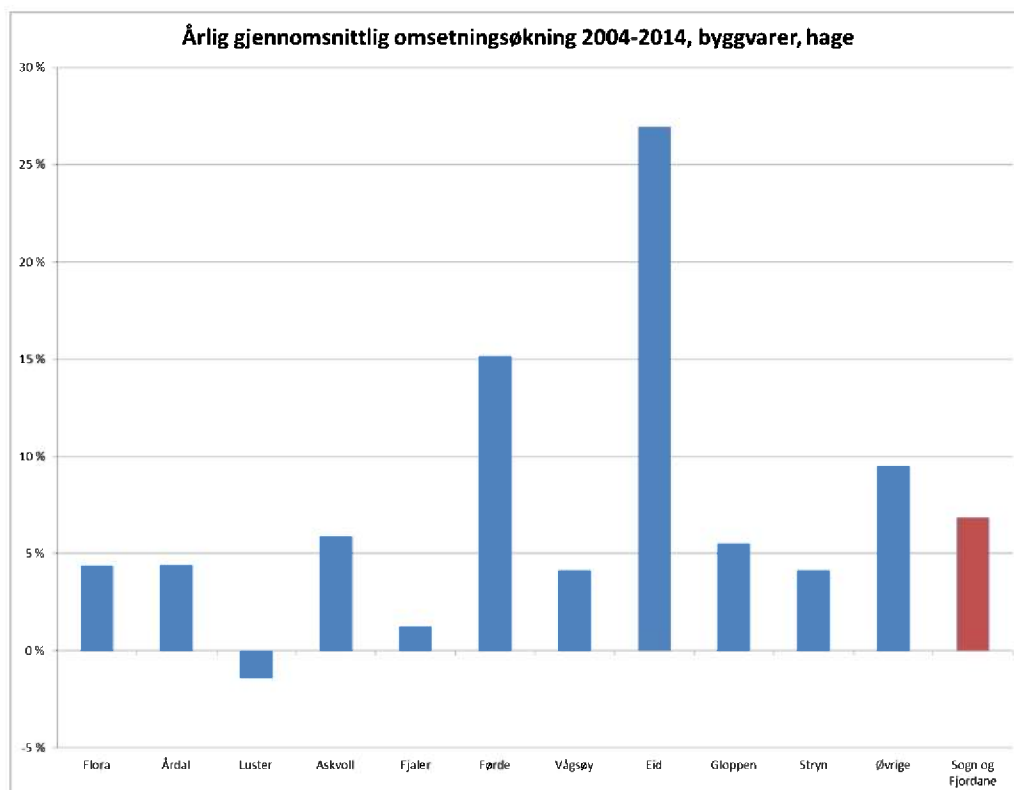
Tabell 5-16. Prosentvis årlig endring for byggevarer og hagesenter i årene 2004-2012. Kun de kommunene det er levert data for er vist i tabellen.

Kommune	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014
Flora	-41 %	-2 %	8 %	5 %	-5 %	-4 %	20 %	42 %	20 %	1 %
Årdal	14 %	6 %	23 %	10 %	-13 %	3 %	2 %	0 %	0 %	0 %
Luster	-4 %	11 %	16 %	44 %	6 %	1 %	-10 %	-100 %	0 %	21 %
Askvoll	5 %	1 %	0 %	13 %	12 %	-3 %	7 %	4 %	4 %	14 %
Fjaler	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	5 %	-13 %	-5 %	25 %
Førde	-7 %	19 %	55 %	15 %	53 %	-20 %	3 %	-26 %	8 %	52 %
Vågsøy	33 %	-19 %	36 %	7 %	-20 %	7 %	2 %	7 %	-6 %	-6 %
Eid	-4 %	98 %	178 %	-7 %	-20 %	15 %	-2 %	3 %	-6 %	15 %
Gloppen	48 %	-10 %	6 %	6 %	-8 %	9 %	7 %	-5 %	0 %	2 %
Stryn	9 %	7 %	0 %	17 %	-2 %	0 %	4 %	6 %	-10 %	10 %
Øvrige	10 %	0 %	10 %	-9 %	3 %	-6 %	10 %	90 %	-21 %	8 %
Sogn og Fjordane	6 %	4 %	29 %	7 %	9 %	-3 %	4 %	-5 %	-1 %	19 %





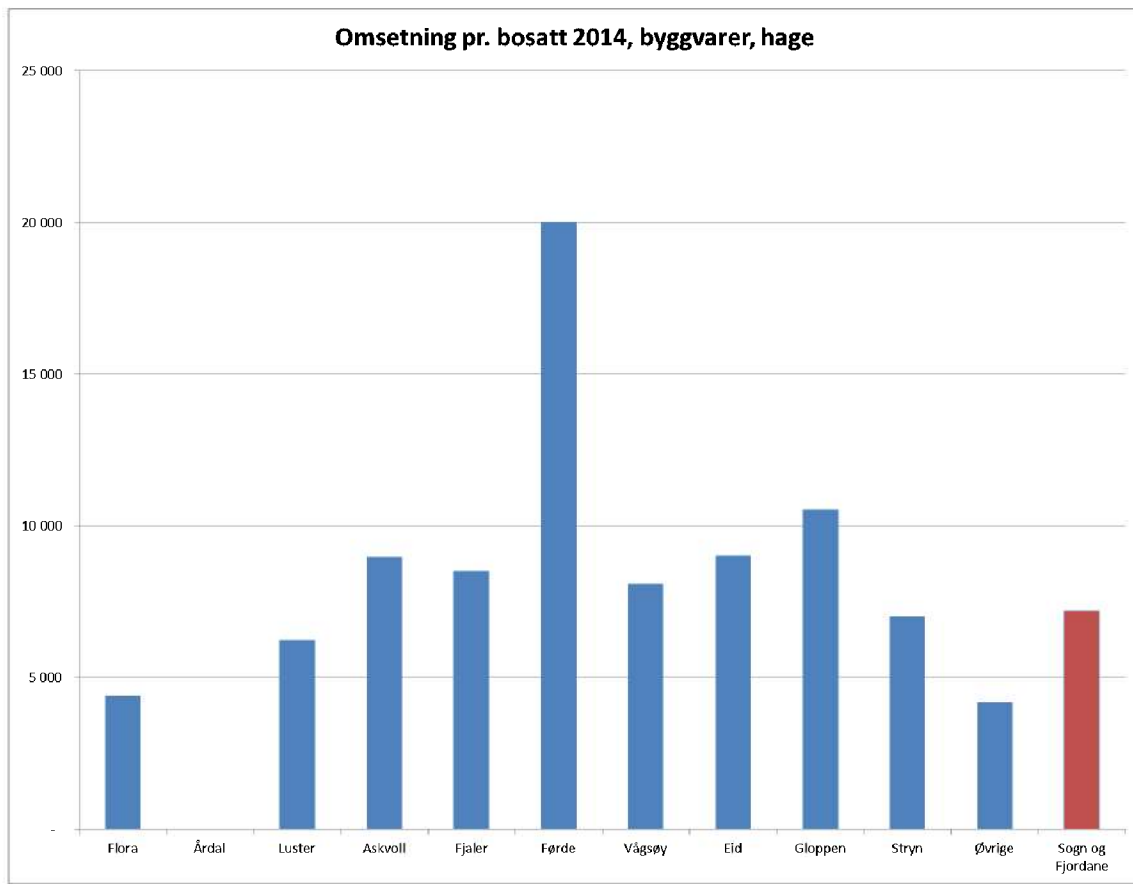
Figur 5-13. Samlet omsetningsøkning for byggevarer og hagesenter i perioden 2004-2014. Kun de kommunene det er levert data for er vist i tabellen. Samlet vekst for Sogn og Fjordane fylke ligger på 86 %.



Figur 5-14. Gjennomsnittlig årlig omsetningsvekst for byggevarer og hagesenter i perioden 2004-2012. Kun de kommunene det er levert data for er vist i tabellen. Gjennomsnittlig årlig vekst for Sogn og Fjordane fylke sett under ett ligger på 6,8 %.

Tabell 5-17. Omsetning av byggevarer og hagesenter pr. bosatt i den enkelte kommune i Sogn og Fjordane. Snittet for fylket ligger 7 200, det samme som landsgjennomsnittet.

Kommune	Bosatt	Omsetning pr bosatt
Flora	11 888	4 387
Årdal	5 463	-
Luster	5 119	6 232
Askvoll	2 980	8 970
Fjaler	2 856	8 511
Førde	12 768	20 009
Vågsøy	6 102	8 083
Eid	5 928	9 015
Gloppen	5 687	10 522
Stryn	7 158	6 997
Øvrige	43 343	4 180
Sogn og Fjordane	109 292	7 177



Figur 5-15. Omsetning pr bosatt for byggevarer og hagesenter, 2015. Snittet for fylket ligger 7 200, det samme som landsgjennomsnittet.

## 5.2 Sysselsetting i varehandelen

I Sogn og Fjordane er det registrert nesten 5500 sysselsatte i handelsnæringen, noe som utgjør omtrent 10% av alle sysselsatte i fylket. I hele Norge er andelen sysselsatte i samme næring på 12%.

Førde er kommunen som har klart flest sysselsatte i varehandel med over 1200 personer. Dette er mer enn dobbelt så mange som det vi finner i de andre største handelssentrene som Flora, Sogndal og Stryn. Andelsmessig ligger også Førde på topp med 13,4% sysselsatte i handelsnæringen. Både Sogndal, Jølster, Vågsøy og Gloppen har en andel på over 12%.

Av kommunene med lav andel sysselsatte i varehandelen finner vi for det meste små kommuner og kommuner i randsonen av de største handelssentrene. Leikanger har f.eks en andel på 3,5% og Gulen har 4,9%.

Tabell 5-18: Sysselsatte i varehandel og alle næringer totalt, kommunevis. 2014-tall. Kilde: SSB.

Kommune	Sysselsatte varehandel	Sysselsatte alle næringer	Andel i varehandel (%)
Flora	569	6001	9,5
Gulen	65	1317	4,9
Solund	26	379	6,9
Hyllestad	36	762	4,7
Høyanger	116	1695	6,8
Vik	85	1259	6,8
Balestrand	35	571	6,1
Leikanger	59	1664	3,5
Sogndal	560	4555	12,3
Aurland	69	892	7,7
Lærdal	74	1082	6,8
Årdal	180	2615	6,9
Luster	188	2066	9,1
Askvoll	116	1060	10,9
Fjaler	111	1260	8,8
Gaular	80	1009	7,9
Jølster	129	1009	12,8
Førde	1263	9436	13,4
Naustdal	54	659	8,2
Bremanger	95	1604	5,9
Vågsøy	359	2973	12,1
Selje	67	1193	5,6
Eid	303	2874	10,5
Hornindal	30	399	7,5
Gloppen	358	2833	12,6
Stryn	431	3838	11,2
Sogn og Fjordane	5458	55005	9,9

### 5.3 Dekningsgrader

Basert på omsetningsstatistikk fra 2014 er det beregnet gjennomsnittlig forbruk pr person for utvalgte varegrupper for hhv. Norge og Sogn og Fjordane fylke, se Tabell 5-19.

Tabell 5-19. Forbruk pr person for ulike varegrupper i 2014, basert på omsetning for hhv. Norge og Sogn og Fjordane fylke (alle verdier i NOK)

Varegruppe	Forbruk pr person - Norge	Forbruk pr person – Sogn og Fjordane
Detaljvarehandel	75 697	70 798
Dagligvarer	32 951	36 920
Utvalgsvarer	26 300	21 378
Møbler og hv	9 329	5 323
Bygg./Hages.	7 118	7 177

Forbrukstallene for Sogn og Fjordane ligger en del lavere enn landsgjennomsnittet for detaljvarehandel sett under ett. Det er omsetningen innenfor utvalgsvarer og møbler og hvitevarer som trekker ned. For dagligvarer er om setningen en del høyere enn landsgjennomsnittet og for byggevarer og hagesenter er det omtrent likt som i landet.

Forbrukstallene for Norge i Tabell 5-19 er benyttet til beregning av dekningsgrad i de enkelte kommunene (Figur 5-17 - Figur 5-21) og for regionene (Figur 5-22 - Figur 5-26, kap. 5.3.1)

Sogn og Fjordane ligger lavere enn landsgjennomsnittet, både når det gjelder dekningsgrad i hele fylket (94%, se Figur 5-20) og forbruk per person (Tabell 5-19), og dette kan skyldes handelslekkasje til nabofylkene. Trolig er det mye lekkasjen sørover til Bergen (spesielt Åsane) særlig for kommunene i sør, som Gulen og Høyanger. I nord er ikke dekningsgraden like lav, men innenfor møbler og hvitevarer har f.eks. Stryn, Eid og Vågsøy lave dekningsgrader. Det er grunn til å tro at mange her reiser til Sunnmøre, spesielt Ålesund for å handle denne type varer.

Sogndal, Aurland, Førde, Vågsøy, Eid og Stryn er kommunene som har en dekningsgrad på over 100% for detaljvarer (Tabell 5-20). Førde og Sogndal er eneste kommuner med dekningsgrader over 100% i alle varegrupper. Ser en på de største varegruppene, dagligvarer og utvalgsvarer, så er Sogndal, Førde, Eid og Stryn eneste kommuner med over 100% dekningsgrad på disse. De fleste andre kommunene har ikke tilstrekkelig antall storvarebutikker (3 eller flere butikker i hver varegruppe) til at det finnes data i de to storvaregruppen (møbel/hvitevarer og bygg/hage).

Sogndal er altså et tydelig handelssenter i Sogn og Førde er det samme i Sunnfjord. I Nordfjord har Stryn den sterkeste posisjonen, men Eid, Vågsøy og Gloppen har også bra dekningsgrad på de fleste varegruppene. I HAFS er det ingen tydelige handelssenter innad i regionen.

Innad i Sogn ser vi at nabokommunene til Sogndal ligger godt under 100% dekningsgrad for utvalgsvarer og for detaljvarer totalt sett og det betyr at det er en handelslekkasje. For

kommunene i indre sogn og sør for Sognefjorden går lekkasjen trolig både til Sogndal, til Bergen og noe til Førde. Kommunene på nordsiden av fjorden, Leikanger, Balestrand, Høyanger og Luster lekker trolig samme vegar, men i større grad til Førde.

I Sunnfjord har nabokommunene til Førde svært lave dekningsgrader bortsett fra på dagligvarer. Dette gjelder også Flora. Lekkasjen er stor til Førde, men noe lekkasje er det trolig også til Bergen, Sogndal og til en viss grad Sunnmøre. Lekkasjen er størst i kommunene som ligger nærmest Førde, spesielt i Naustdal.

For hver av HAFS-kommunene er det så lite tilbud innenfor utvalgsvare og storvarer at det er svært lite datagrunnlag som kan vurderes i disse varegruppene. For detaljvarer totalt sett er det en stor underdekning (andre varer enn dagligvarer), men likevel mindre lekkasje enn for kommunene nærmest Førde. HAFS har ingen tydelig handelssenter og lekkasjen går trolig først og fremst til Førde og Bergen.

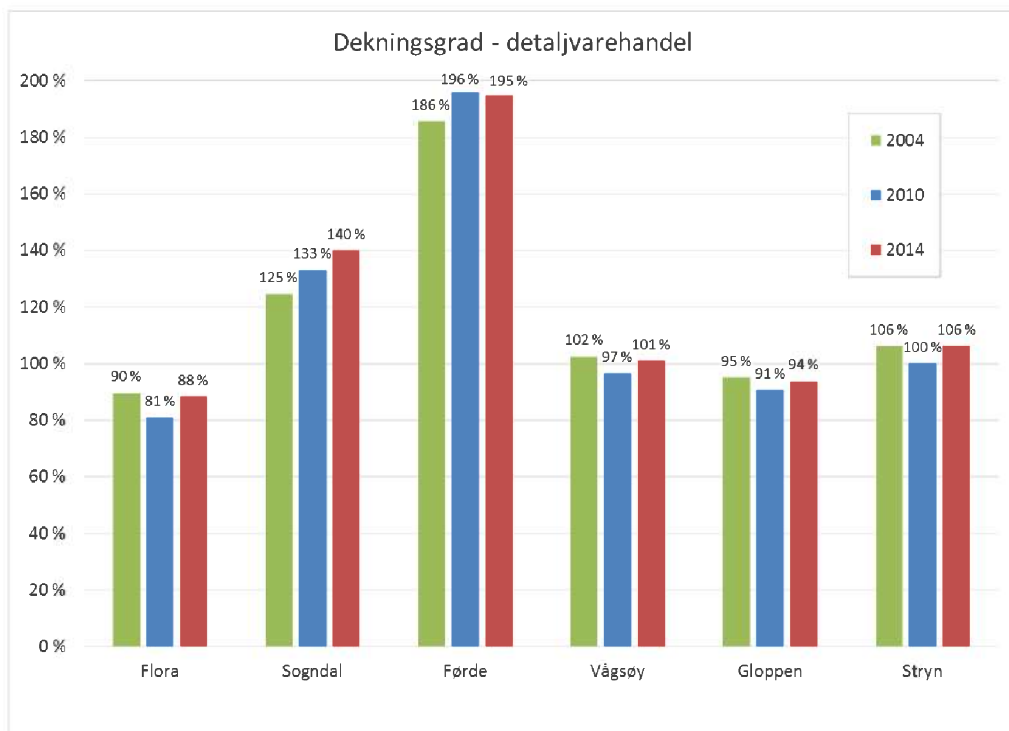
I Nordfjord har Eid og Stryn høgest dekningsgrad for detaljvarer. De har også positiv dekningsgrad i alle varegrupper bortsett fra møbel og hvitevarer der dekningsgraden er lav. Vågsøy og Gloppen har også dekningsgrad rundt 100% eller litt over i alle varegrupper bortsett fra møbel og hvitevarer. Disse fire kommunene har altså relativt liten lekkasje bortsett fra møbler og hvitevarer der lekkasjen trolig er til Sunnmøre/ Ålesund, og kanskje noe til Førde og Bergen. Vågsøy har lavest underdekning på møbler og hvitevarer med 71% dekningsgrad. Dette kan delvis skyldes større fysisk avstand til konkurrerende handelssenter enn for Eid, Stryn og Gloppen.

De tre øvrige kommunene i Nordfjord; Selje, Hornindal og Bremanger har stort sett stor underdekning i alle varegrupper bortsett fra dagligvarer. Lekkasjen går nok både til nabokommunene, Sunnmøre og delvis Førde og Bergen.

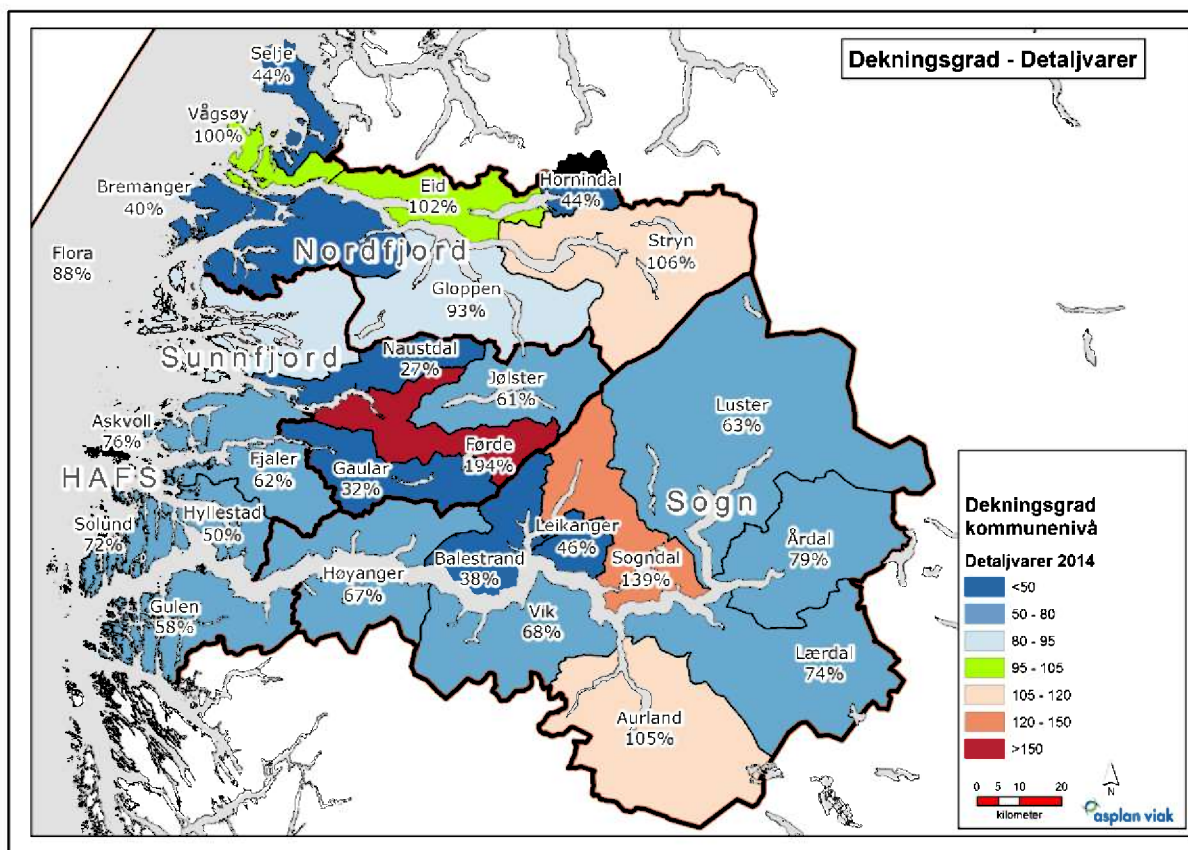
Utvikling i dekningsgrad for kommunene med høyest dekningsgrad er vist i Figur 5-16. Vi ser at dekningsgraden har vært relativt stabil, men der Sogndal har vokst klart mest.

Tabell 5-20. Dekningsgrad for de enkelte kommunene i Sogn og Fjordane, forbrukstall for landet for 2014.

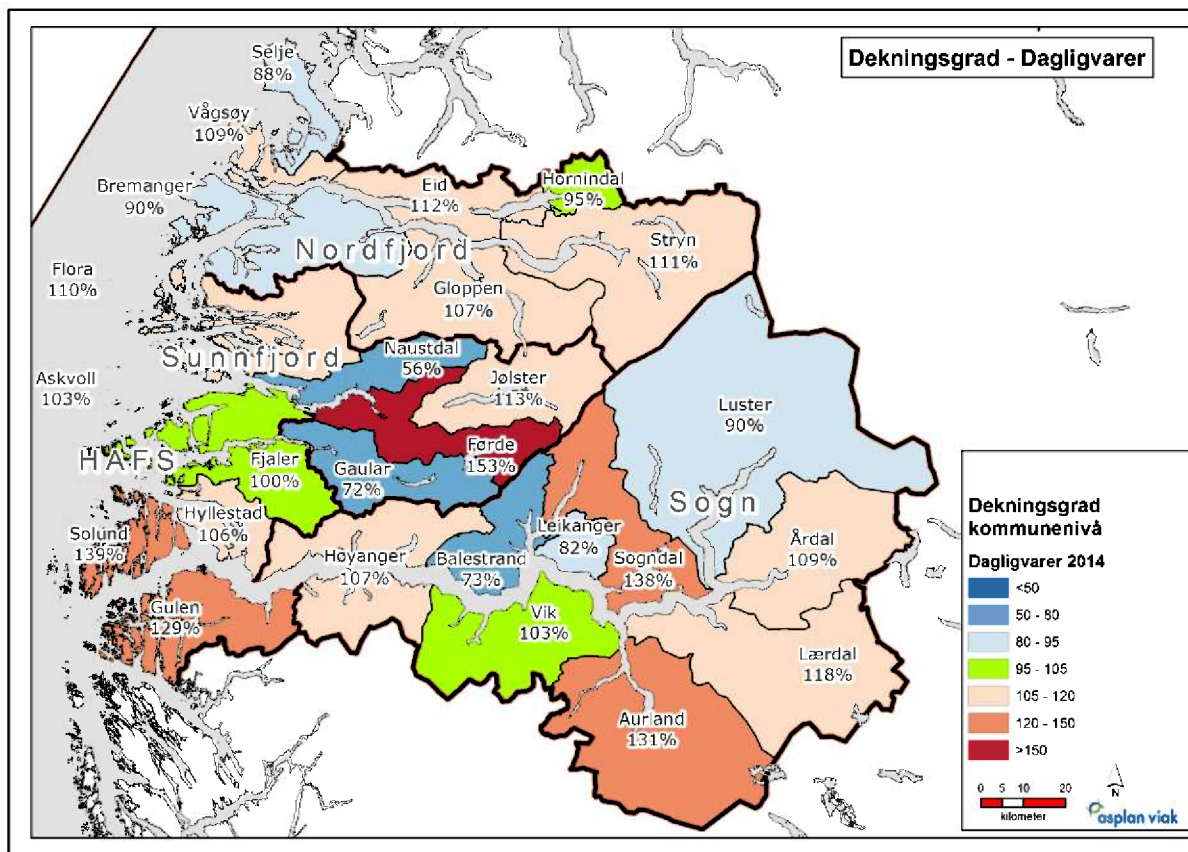
Kommune	Befolkning	Detaljvarer	Dagligvarer	Utvalgsvarer	Møbel/Hvitevarer	Bygg/hage
Flora	11 888	88 %	111 %	74 %	70 %	62 %
Gulen	2 321	58 %	129 %	mangler data	mangler data	0 %
Solund	814	73 %	139 %	mangler data	mangler data	mangler data
Hyllestad	1 383	50 %	107 %	mangler data	0 %	mangler data
Høyanger	4 124	67 %	108 %	37 %	mangler data	mangler data
Vik	2 671	69 %	103 %	33 %	44 %	71 %
Balestrand	1 303	39 %	74 %	0 %	0 %	mangler data
Leikanger	2 300	47 %	82 %	20 %	mangler data	mangler data
Sogndal	7 754	140 %	139 %	176 %	122 %	mangler data
Aurland	1 720	105 %	132 %	81 %	mangler data	mangler data
Lærdal	2 175	75 %	119 %	42 %	0 %	mangler data
Årdal	5 463	80 %	109 %	51 %	mangler data	mangler data
Luster	5 119	63 %	90 %	42 %	mangler data	88 %
Askvoll	2 980	76 %	103 %	41 %	41 %	126 %
Fjaler	2 856	63 %	101 %	16 %	mangler data	120 %
Gaular	2 951	32 %	73 %	0 %	mangler data	mangler data
Jølster	3 080	61 %	114 %	24 %	0 %	mangler data
Førde	12 768	195 %	153 %	208 %	237 %	281 %
Naustdal	2 787	27 %	57 %	2 %	0 %	mangler data
Bremanger	3 963	41 %	91 %	2 %	mangler data	mangler data
Vågsøy	6 102	101 %	109 %	97 %	71 %	114 %
Selje	2 776	45 %	88 %	8 %	0 %	mangler data
Eid	5 928	103 %	113 %	112 %	23 %	127 %
Hornindal	1 221	44 %	95 %	mangler data	0 %	0 %
Gloppen	5 687	94 %	107 %	86 %	27 %	148 %
Stryn	7 158	106 %	112 %	127 %	31 %	98 %
Sogn og Fjordane	109 292	94 %	112 %	81 %	57 %	101 %



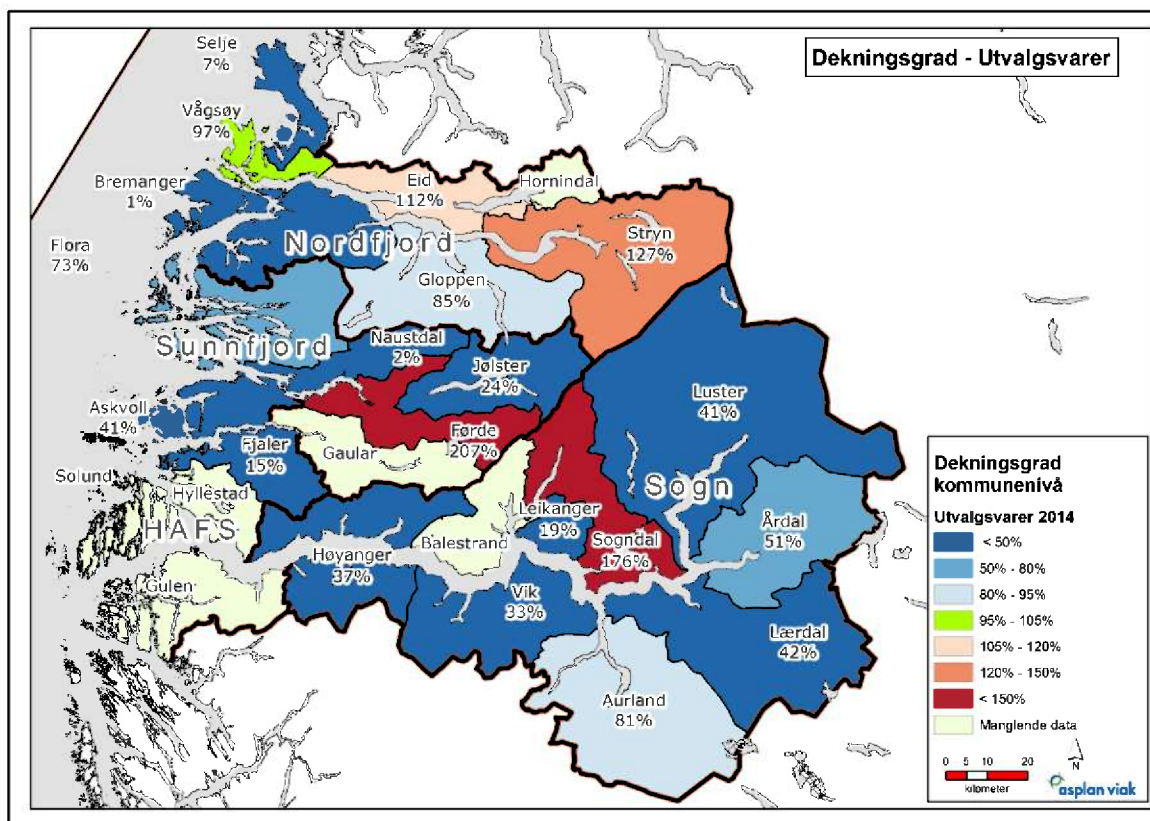
Figur 5-16. Utvikling i dekningsgrad for utvalgte kommuner i fylket.



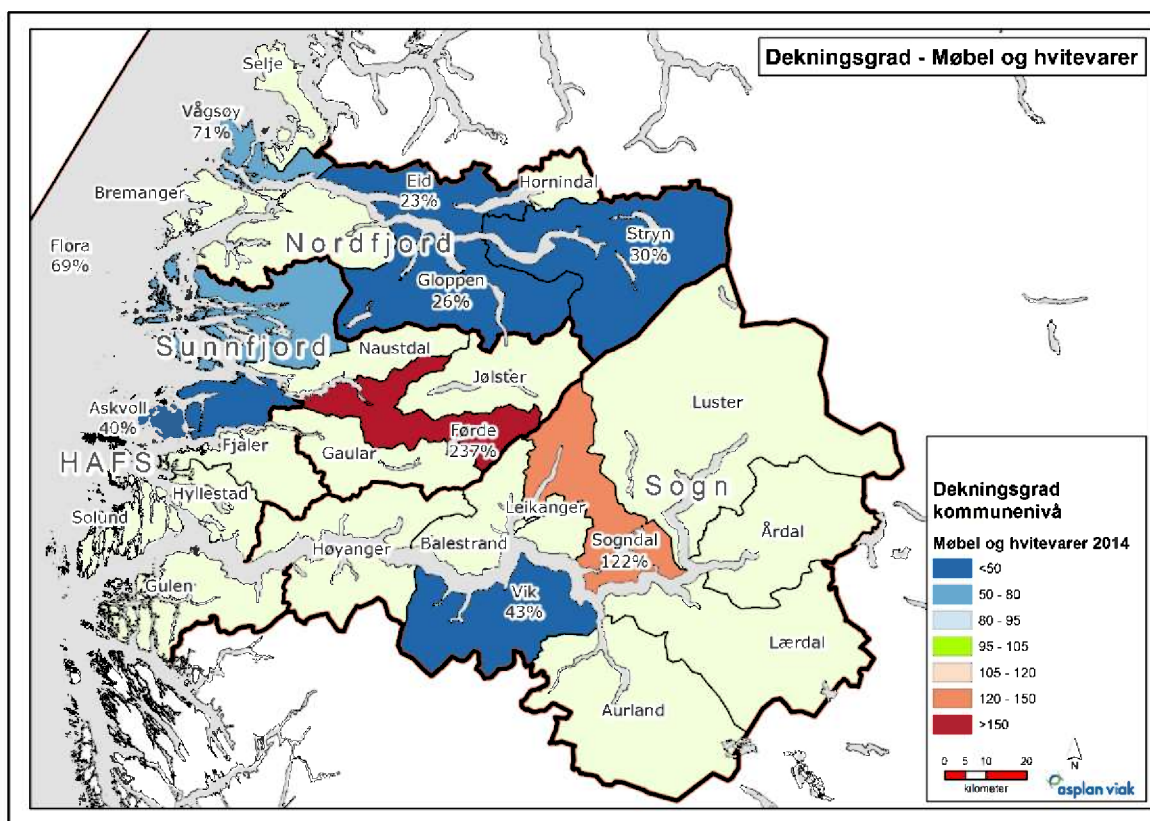
Figur 5-17. Dekningsgrad på kommunenivå for detaljvarehandel



Figur 5-18. Dekningsgrad på kommunenivå for dagligvarer

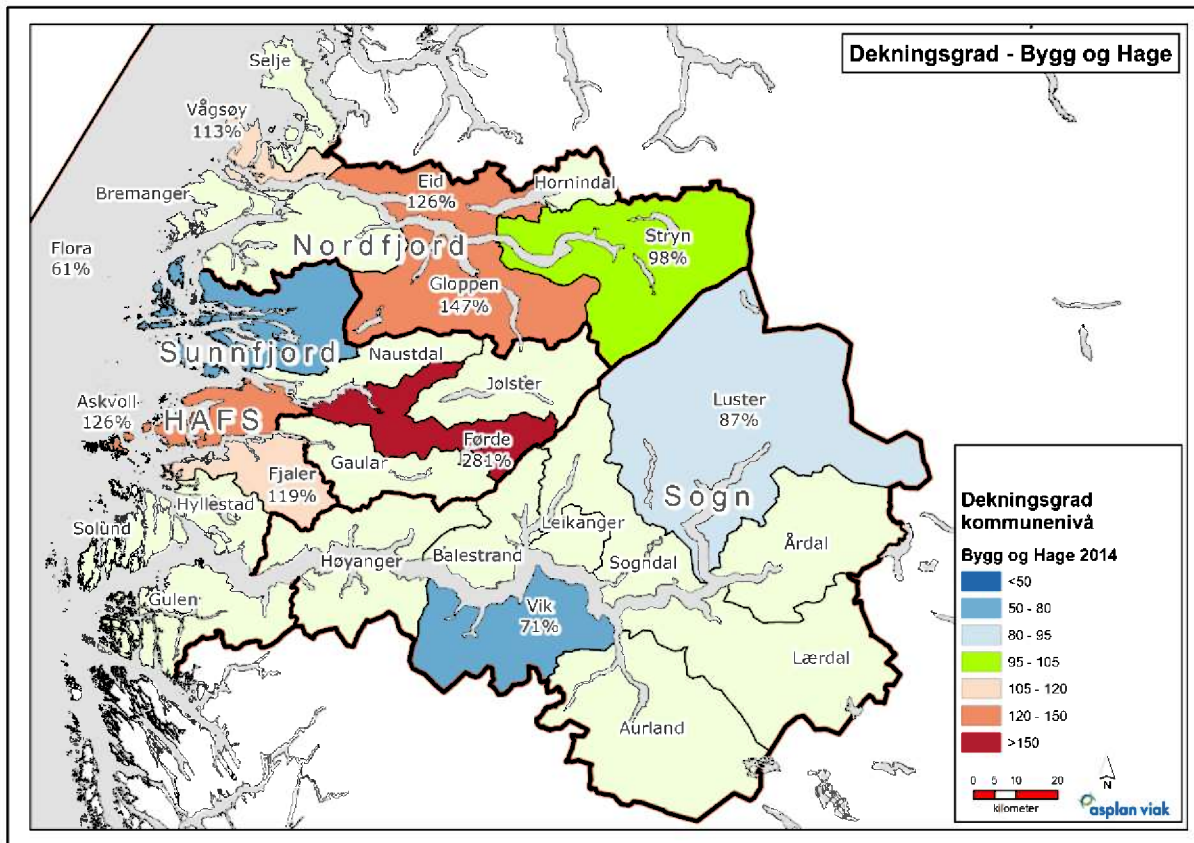


Figur 5-19. Dekningsgrad på kommunenivå for utvalgsvarer



Figur 5-20. Dekningsgrad på kommunenivå for møbler, hvitevarer, fargevarer og bildeler





Figur 5-21. Dekningsgrad på kommunenivå for byggvarer og hagesenter.

### 5.3.1 Dekningsgrader, regionvis

Dekningsgrader for de ulike varegruppene er også analysert regionvis siden handelen i liten grad følger kommunegrenser. For alle detaljvarer sett under ett er det bare Sunnfjord som har dekningsgrad over 100% og som vi har sett tidligere så er det først og fremst Førde som bidrar til dette.

I Sunnfjord er dekningsgraden på 116% for detaljvarer og det er bygg/hagevarer (134%) og dagligvarer (119%) som trekker mest opp. Utvalgsvarer, de varene som en ofte finner på kjøpesenter (klær, sko etc), har en dekningsgrad på «bare» 108%, noe som kan tyde på at eventuelle handelslekkasjer fra de andre regionene i Sogn og Fjordane går mer mot nabofylkene heller enn mot Sunnfjord. For møbel og hvitevarer er dekningsgraden 115% så også her er det overdekning, men ikke ekstremt mye.

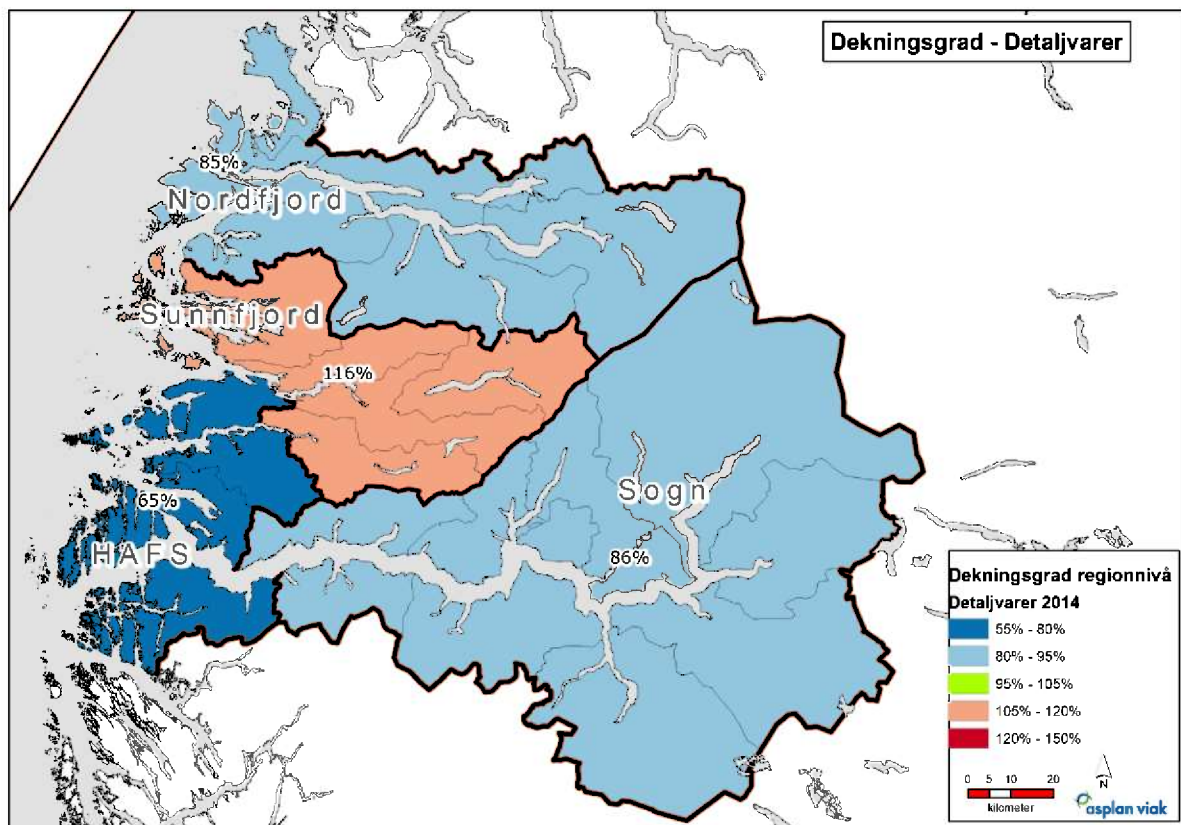
Hele Nordfjord har en dekningsgrad på 85% på detaljvarer, 78% på utvalgsvarer og bare 29% på møbler og hvitevarer. Lekkasjen går trolig mest til Sunnmøre/Ålesund, men også til Førde og Bergen. Dagligvarer og bygg/hagevarer ligger på rundt 100%

Sogn har omtrent samme dekningsgrad på detaljvarer som Nordfjord (86%). For utvalgsvarer er dekningsgraden på 73% og møbel og hvitevarer bare 38%. Lekkasjen går trolig både til Førde og til Bergen.

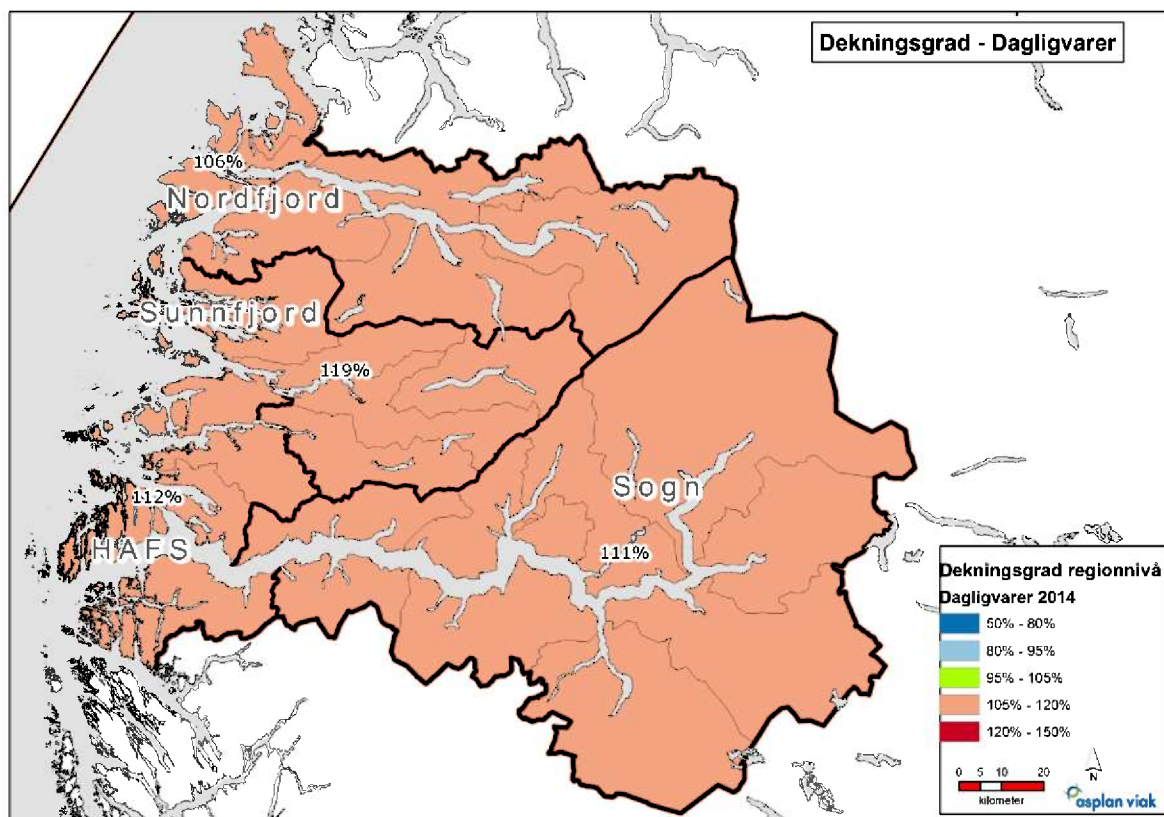
HAFS har en lav dekningsgrad på 65%, og lekkasjen her går trolig også både til Færde og til Bergen. Bortsett fra dagligvarer (112%) har HAFS stor handelslekkasje i alle varegrupper. Dekningsgraden spenner fra 17% på møbler og hvitevarer, 19% på utvalgsvarer til 77% på bygg/hagevarer.

Tabell 5-21. Dekningsgrad på regionnivå for 2014, basert på nasjonale forbrukstall

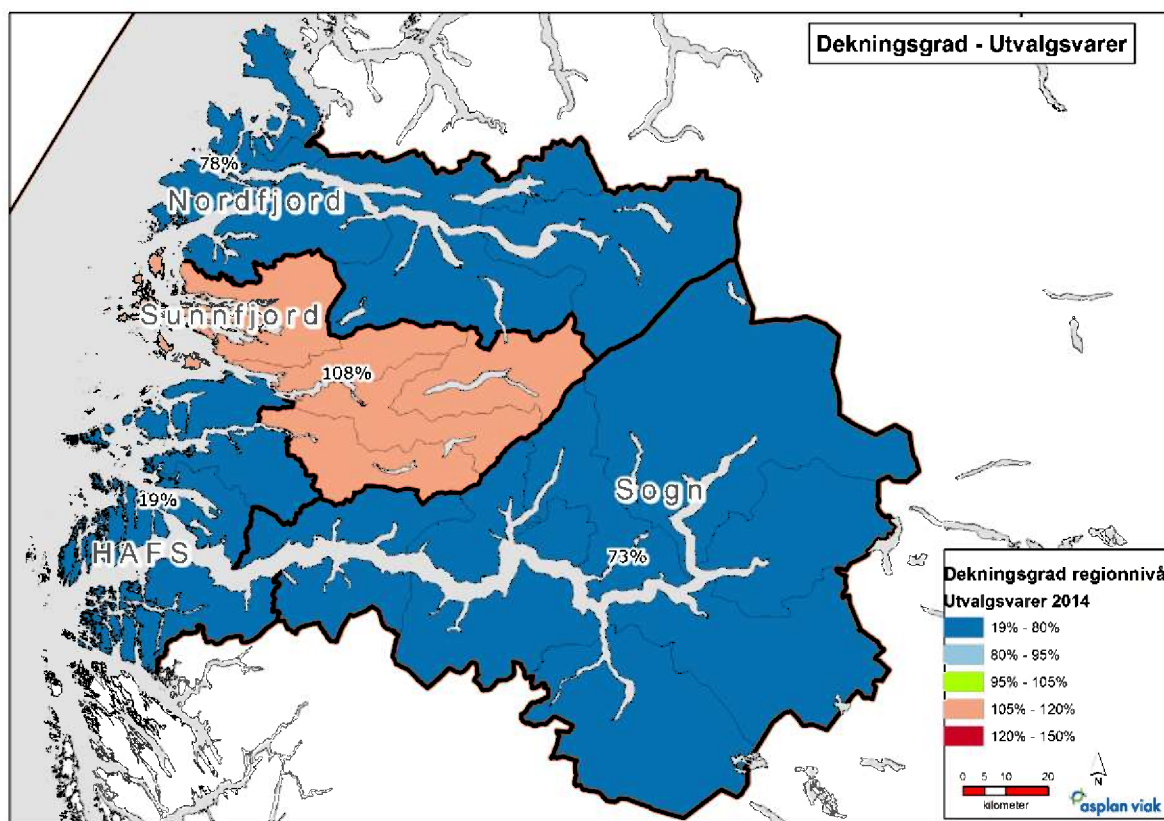
Regioner	Befolkning	Detaljvarer	Dagligvarer	Utvalgsvarer	Møbel/Hvitevarer	Bygg/hage
HAFS	10 354	65 %	112 %	19 %	17 %	77 %
Sogn	32 629	86 %	111 %	73 %	38 %	81 %
Sunnfjord	33 474	116 %	119 %	108 %	115 %	134 %
Nordfjord	32 835	85 %	106 %	78 %	29 %	94 %
Sogn og Fjordane	109 292	94 %	112 %	81 %	57 %	101 %



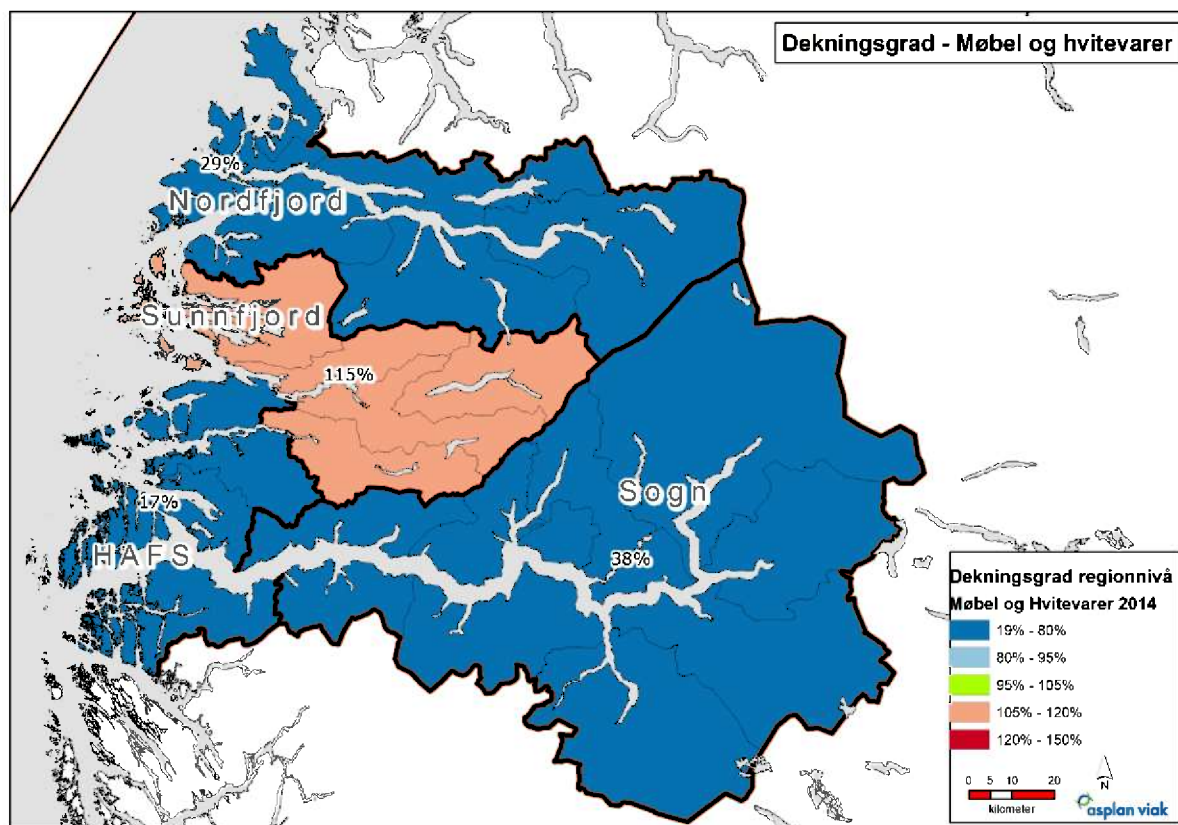
Figur 5-22: Dekningsgrad på regionnivå for detaljvarer



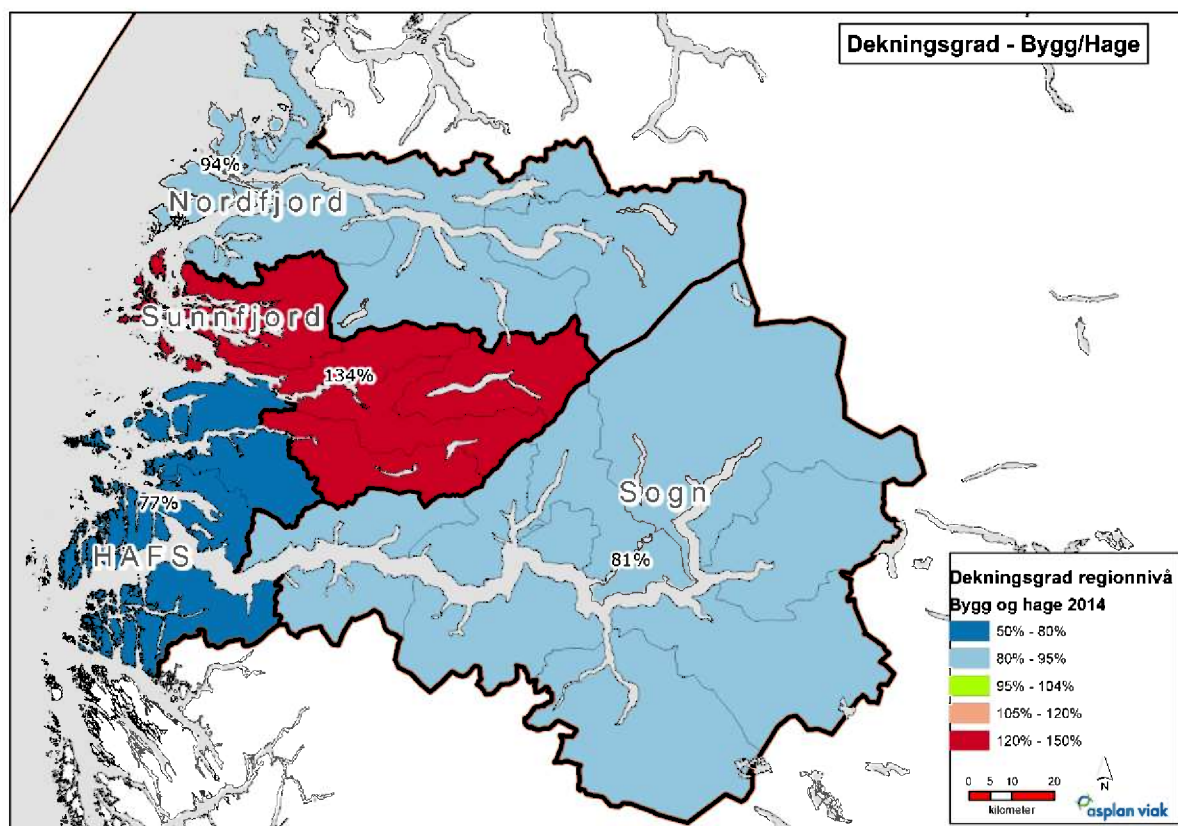
Figur 5-23: Dekningsgrad på regionnivå for dagligvarer.



Figur 5-24: Dekningsgrad på regionnivå for utvalgsvarer



Figur 5-25: Dekningsgrad på regionnivå for møbler, hvitevarer, fargevarer og bildeler



Figur 5-26: Dekningsgrad på regionnivå for byggvarer og hagesenter

## 6 2030-SITUASJON

### 6.1 Beregnet potensial for nytt handelsareal i den enkelte kommune

Potensialet for nytt handelsareal<sup>18</sup> frem mot 2030 er beregnet for den enkelte kommune. Arealpotensialet er beregnet for hhv. detaljvarer samlet, dagligvarer og «andre varer» (utvalgsvarer og plasskrevende 1 og 2 samlet, jf. kapittel 3.3). Grunnet manglende datagrunnlag har ikke vært mulig å beregne utbyggingspotensial for hhv. *utvalgsvarer, møbel, hvitevarer mf.* samt *plasskrevende varer* på kommunenivå, så dette er bare beregnet på regionnivå. Det er også gjort en egen beregning for Førde.

Vekstpotensialet er basert på forventet befolkningsvekst (kilde SSB/Statistikkbanken) og generell kjøpekraftsutvikling (antatt 2,0 % pr år). Utbyggingsarealet er basert på en omsetning på 30 000 kr pr m<sup>2</sup> salgsareal (2014-situasjon) for alle varegrupper<sup>19</sup>. Frem mot 2030 er det regnet med en arealeffektiviseringsgevinst på 0,5 % pr år, som følge av økt omsetning pr. forretningsareal.

Tabell 6-1, Figur 6-1, Figur 6-2, Figur 6-3 viser beregnet utbyggingspotensial i hver kommune. Tabellen og figurene gjenspeiler dagens tilbud og konkurranseforhold. Dette innebærer at det ikke er forutsatt en omfordeling av handelen, slik at eksisterende virksomheter utkonkurreres.

Vi ser at det er kommunene Sogndal, Førde og Flora som er beregnet å ha et estimert arealbehov på over 10 000 m<sup>2</sup> detaljvarehandel frem mot 2030. Luster, Gloppen, Vågsøy, Eid og Stryn har et behov for mellom 3000- 10 000 m<sup>2</sup>. Øvrige kommuner har et arealbehov under 3000 m<sup>2</sup>.

Tabell 6-2 viser beregnet utbyggingspotensial i hver region. Det er Sunnfjord som har det største behovet for detaljvarer 43 000 m<sup>2</sup>. Sogn og Nordfjord har omtrent samme behov, hhv. 28 000 m<sup>2</sup> og 26 000 m<sup>2</sup>.

---

<sup>18</sup> Her er det snakk om m<sup>2</sup> salgsareal, ikke tomteareal.

<sup>19</sup> Basert på tall for ARApplan 2011, Aktørportal for norsk forbrukerrettet varehandel (Andhøy AS)

Tabell 6-1: Beregnet utbyggingspotensial for nytt handelsareal (salgsareal) i 2030 for kommune i Sogn og Fjordane fylke. Bare kommuner der det er beregnet arealbehov over 1 000 m<sup>2</sup> er vist.

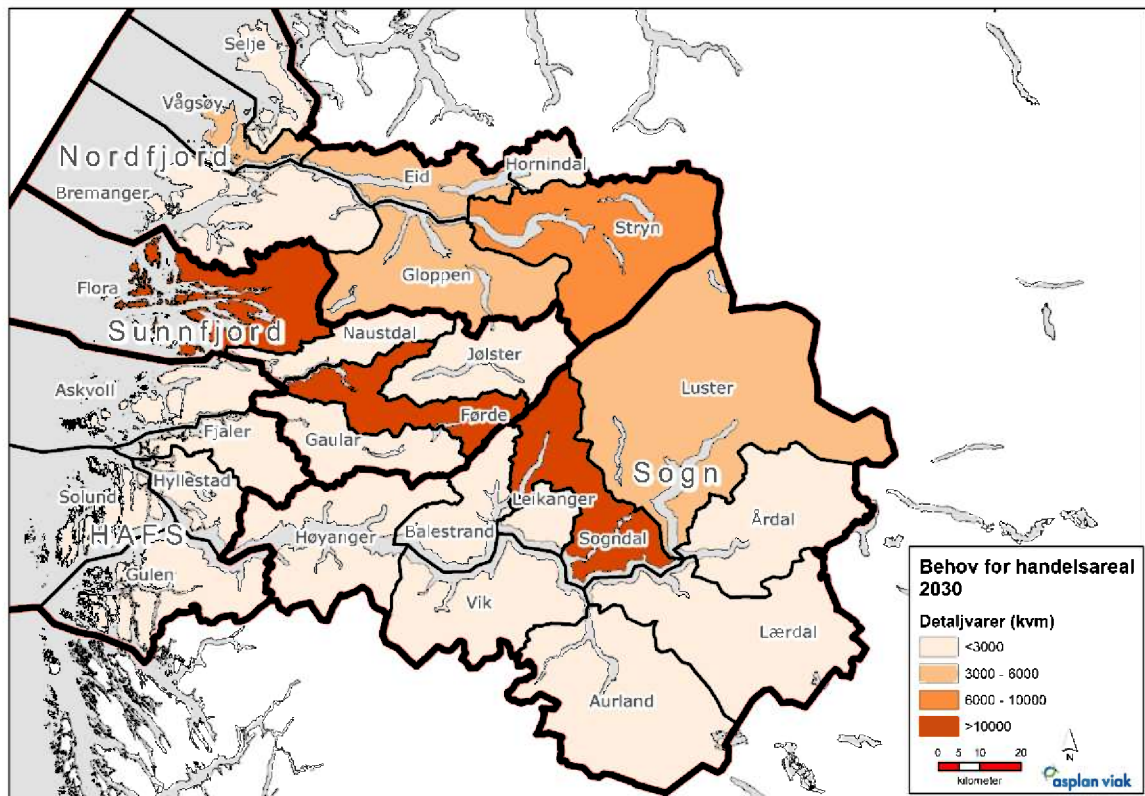
Kommune	Detaljvarer	Dagligvarer	Andre varer
Flora	11 000	6 000	5 000
Gulen	2 000	1 000	1 000
Solund	-	-	-
Hyllestad	-	-	-
Høyanger	2 000	1 000	1 000
Vik	1 000	1 000	-
Balestrand	-	-	-
Leikanger	1 000	1 000	-
Sogndal	18 000	8 000	10 000
Aurland	2 000	1 000	1 000
Lærdal	1 000	1 000	-
Årdal	3 000	2 000	1 000
Luster	4 000	2 000	2 000
Askvoll	2 000	1 000	1 000
Fjaler	2 000	1 000	1 000
Gaular	1 000	1 000	-
Jølster	2 000	1 000	1 000
Førde	30 000	10 000	20 000
Naustdal	1 000	1 000	-
Bremanger	1 000	1 000	-
Vågsøy	6 000	3 000	3 000
Selje	1 000	1 000	-
Eid	5 000	2 000	3 000
Hornindal	-	-	-
Gloppen	5 000	2 000	3 000
Stryn	8 000	4 000	4 000
Sum	109 000	52 000	57 000

Tabell 6-2: Beregnet utbyggingspotensial for nytt handelsareal (salgsareal) i 2030 på regionnivå. Bare regioner der det er beregnet arealbehov over 1 000 m<sup>2</sup> er vist.

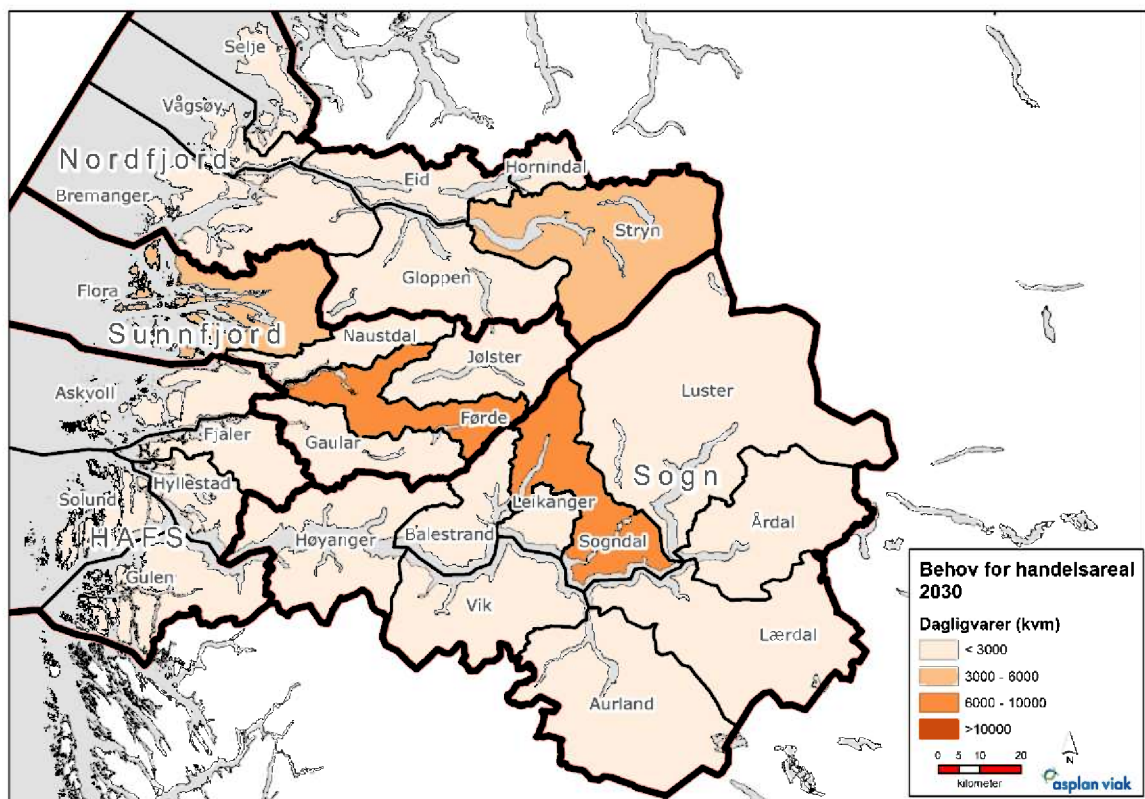
Region	Detaljvarer	Dagligvarer	Utvalgsvare	Møbel, hv. mf.	Plasskrevende
HAFS	6 000	4 000	1 000	-	1 000
Sogn	28 000	16 000	8 000	2 000	2 000
Sunnfjord	43 000	19 000	14 000	5 000	5 000
Nordfjord	26 000	14 000	8 000	1 000	3 000
Sogn og Fjordane	102 000	53 000	31 000	8 000	10 000

Tabell 6-3: Beregnet utbyggingspotensial for nytt handelsareal (salgsareal) i 2030 for Førde.

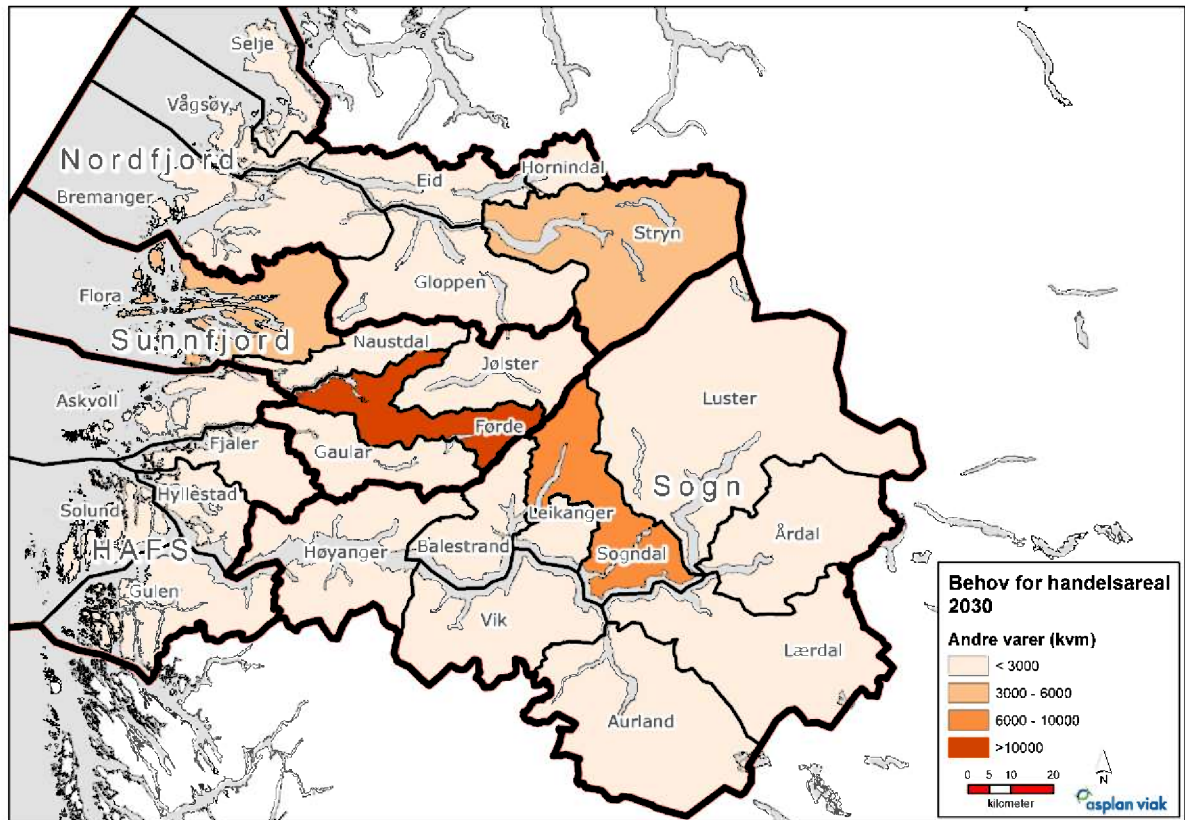
Område	Detaljvarer	Dagligvarer	Utvalgsvare	Møbel, hv. mf.	Plasskrevende
Førde	30 000	10 000	11 000	5 000	4 000



Figur 6-1: Beregnet utbyggingspotensial for nytt handelsareal-detaljvarer i 2030 for kommune i Sogn og Fjordane.



Figur 6-2: Beregnet utbyggingspotensial for nytt handelsareal-dagligvarer i 2030 for kommune i Sogn og Fjordane



Figur 6-3: Beregnet utbyggingspotensial for nytt handelsareal- utvalgsvarer + møbler og hvitevarer + bygg og hagevarer i 2030 for kommune i Sogn og Fjordane fylke.

## 6.2 Kommentar til handelsanalyse for Førde

Fra 2014 foreligger det en handelsanalyse for Førde, utarbeidet av Vista Analyse<sup>20</sup>. Rapporten er utarbeidet på oppdrag for Citus AS, som grunnlag for planforslag om å etablere 68 000 m<sup>2</sup> «storhandel» på Brulandsvellene. Brulandsvellene ligger drøyt 2 km utenfor Førde sentrum. Funn og anbefalinger i denne rapporten avviker på flere punkt i forhold til hva vi finner i vår analyse.

### Begrebsbruk

For oss fremstår det som noe uklart hvilken type handel det søkes etablert på Brulandsvellene. I Vista Analyse sin rapport benyttes både begrepene «avlastingssenter for plasskrevende virksomhet», «storhandelspark», «big-box-strukturer» med flere. Plasskrevende handel er entydig definert i plan og bygningsloven, se kapittel 4.3. Øvrige konsepter er ulike begrep handelsbransjen benytter, men som ikke er entydig definert med hensyn til varetypesammensetning, og sålede bare er varianter av detaljvarehandel. Rapporten viser blant annet et bilde fra en «Storhandelspark» i Moss, med hhv. en Expert-butikk, en Ica-butikk og et apotek. Ingen av disse selger «plasskrevende varer», og er alle butikker som med fordel kan ligge i et sentrum. Vista Analyse definerer videre

<sup>20</sup> Førde som regionalt knutepunkt – handelens plass i byutvikling. Vista Analyse. Rapport 2014/27.



dagligvarehandel til å være bilbasert, og dermed godt egnet til «Storhandelspark». Etter vår forståelse er det snarere slik at dagligvarehandel bør ligge nær der hvor folk bor for å redusere bilbruken, og med en størrelse tilpasset et lokalt kundegrunnlag. Brulandsvellingene har ingen boligbebyggelse i nærheten og er således lite egnet for dagligvarehandel.

### Dekningsgrader

Vi finner ikke den underdekningen for ulike varegrupper som Vista Analyse finner i sine tall. Rapporten inneholder ikke en entydig definisjon på hvordan de har beregnet dette, ei heller hvordan de kommer frem til påstanden om at Førde har tapt markedsandeler over tid. Siden rapporten heller ikke viser hva som er omsetning per person på landsbasis for de enkelte varegrupper og år, er det ikke mulig å etterprøve påstanden om omsetningen i Førde gradvis har gått nedover sammenlignet med landet for øvrig. Vi finner derimot en meget høy overdekning i Førde for alle varegrupper vi har undersøkt, og at dekningsgraden har økt fra 2004 til 2014. Økningen ligger på 60 % for detaljvarer sett under ett, og varierer fra 25 % for møbler, hvitevarer mf. til 200 % for byggvarer. Befolkningsveksten var i samme periode på 15 %. Vi finner også en solid overdekning for Sunnfjord region, hvor Førde er det største handelstilbudet, etterfulgt av Flora. Flora har nesten like mange innbyggere som Førde, men et vesentlig lavere handelstilbud. Mens Førde har økt sin dekningsgrad fra 2004 til 2014 har Flora hatt en svak nedgang.

### Utbyggingspotensial

Vista Analyse har beregnet fremtidig utbyggingspotensial for handel i Førde basert på forutsetninger om befolkningsvekst og økt kjøpekraft i befolkningen, men får et vesentlig høyere potensial enn oss. Dette skyldes at Vista Analyse i sine beregninger legger til grunn all vekst innenfor 1,5 time kjøretur fra Førde, mens vi har basert våre beregninger på den enkelte kommunes forventede vekst. Følgene av Vista Analyse sine forutsetninger er at alle nye innbyggere innenfor 1,5 times kjøretur må foreta all sin handel i Førde. Det tas dermed ikke hensyn til utbyggingspotensialet i andre kommuner og tettsteder i fylket, som vi mener må trekkes fra. Selv om det er mål om at Førde skal være det viktigste handelssenteret i Sogn og Fjordane, bør det også være en målsetning å opprettholde og eventuelt forsterke andre handelssentre i fylket. Vista Analyse har etter vår oppfatning brukt svært lave omsetningstall pr m<sup>2</sup> handelsareal i sine beregninger. Det bør kunne forventes en viss arealeffektivitet av utbygger, selv om Brulandsvellingene ikke ligger i et pressområde. Vi mener således at Vista Analyse overestimerer utbyggingspotensialet i Førde.

En siste kommentar går på handel som «rekreasjon», og som ofte gjøres i kombinasjon med andre opplevelser. Dette gjør seg utslag i at mange bosatte i Sogn og Fjordane og ellers på Vestlandet reiser til Bergen ikke bare for å handle, men for også oppleve og bruke byen. Bergen kan tilby et mangfold av handel, servering, kultur mm. og har et kundegrunnlag langt utover det en kan få til i for eksempel Førde. En ren økning i handelsomfanget i Førde vil ventelig ikke kunne veie opp for dette. Det er mer sannsynlig at foreslått utbygging på Brulandsvellingene heller vil konkurrere ut eksisterende handel i Førde sentrum fremfor å redusere omfanget av handelsreiser ut av fylket, blant annet som følge av en svært høy overdekning på handel i Førde allerede i dag.

Samtidig er det en mulighet til å styrke Førde sentrum med handel, servering og andre tilbud, og således øke potensialet for at folk i Sogn og Fjordane reiser på «rekreasjonshandel» til

Førde. Etter vår oppfatning bør dette være en bedre strategi enn å satse på big-box-konsepter som neppe vil bidra til å øke Førde sentrums attraktivitet.

### 6.3 Andre betraktninger

Lokalisering av handel påvirker handlemønster, byutvikling og reisevaner.

Attraktive og robuste by- og tettstedssentrum kjennetegnes blant annet av et mangfoldig utvalg av handel/butikker, service og andre private og offentlige tjenestetilbud. Sentrum er gjerne navet i byens/regionens kollektivtilbud, og har således generelt god tilgjengelighet for alle trafikantgrupper. I sentrumsgatene er det mulighet for opphold også utenom butikkens åpningstider. Kjøpesentre er hovedsakelig avlåst og ikke tilgjengelig utenom åpningstid. Mange kjøpesentre utenom bysentra har heller ikke samme kollektivbetjening som sentrum, og er således mindre tilgjengelig for dem som ikke disponer bil.

Robuste sentrumsområder er samtidig avhengig av en høy befolknings- og arbeidsplass tetthet, for å sikre et allsidig kundegrunnlag for ulike tilbud. Samtidig ønsker næringslivet forutsigbarhet for å investere i og utvikle arealer. Dette krever langsiktige og forutsigbare arealplaner, med aktiv satsning på sentrum skal en lykkes med å utvikle attraktive og robuste byer og tettsteder.

Tabell 6-4. Nødvendig kundegrunnlag for forretningsetablering innen ulike bransjer(2000). Kilde: Kunnskapsgrunnlag Regional plan for handel og service Akershus (2013)

	Kundegrunnlag
Kiosk/tobakk	1000
Fysioterapeut	1250
*Dagligvarehandel	2000
Klær	2000
Sportsutstyr	2500
Tannlege	2500
Bank	3000
Radio/TV	3000
Jernvarer	4000
Sko	5000
Apotek	5000
Blomsterhandel	5000
Bank	5000
Rørlegger	5000
Briller, kontaktlinser	7500
Foto	7500
Parfymeri	8000
Glass, gaveartikler	10000
Bilutleie	10000
Bokhandel	10000
Møbler	12000
Treningscenter	15000
Renser/vaskeri	15000
*Vinmonopol	17500
Urmaker	20000
Reisebyrå	20000
Forsikring (liv/skade)	20000

\*: faktisk kundegrunnlag i Akershus