

# HANDELSANALYSE

Målselv kommune 2019

## SAMMENDRAG

Totalt sett er det god balanse mellom handel og forbruk i Målselv kommune. Kommunen tiltrekker til seg handlende fra andre kommuner i varesegmentene dagligvarer og plasskrevende varer. Kommunen har handelslekkasje i varesegmentene utvalgsvarer som er typiske varer som i økende grad handles på nett.

Anneli Anfeltmo

## Innhold

1 Bakgrunn og hensikt .....	2
1.1 Innledning.....	2
1.2 Rammer og metode.....	2
1.3 Begreper .....	2
1.4 Metode .....	3
2 Spørreundersøkelse.....	4
2.1 Innledning.....	4
2.2 Kundeundersøkelse .....	4
2.2.1 om undersøkelsen og respondenter .....	4
2.2.2 Handlevaner lokalt .....	5
2.2.3 Handlevaner regionalt.....	7
2.2.4 Forventninger og tilfredshet .....	9
2.2.5 Bardufoss sentrum (Andselv) .....	10
2.2.6 Andslimoen.....	11
2.2.7 Oppsummering.....	12
2.3 Bedriftsundersøkelse.....	14
2.3.1 Om undersøkelsen.....	14
2.3.2 Dagens handelssituasjon .....	15
2.3.3 Kundegrupper.....	17
2.3.4 Framtidig samarbeid.....	17
2.3.5 Øvrig kommentar .....	21
3 Handel og omsetning.....	22
3.1 Innledning.....	22
3.2 Handelssituasjon .....	22
3.2.1 Dekningsgrad i Målselv kommune .....	22
3.2.1 Endringer siden sist handelsanalyse.....	25
3.3 Forventet dekningsgrad .....	26
3.3.1 Vurdering av forutsetninger .....	26
3.3.2 Referansetall - sammenligning med andre kommuner.....	28
3.3.3 Senterstrukturen i Målselv kommune.....	29
3.3.4 Handel og verdiskapning .....	29
4 Oppsummering.....	31
5 Sammenligning 2013 og 2019 .....	<b>Feil! Bokmerke er ikke definert.</b>

# 1 Bakgrunn og hensikt

## 1.1 Innledning

Denne rapporten er utarbeidet etter bestilling fra Plan- og næringsutvalget (PNU) i Målselv kommune 04. juni 2019. Rapporten er basert på handelsanalysen som ble gjort i Målselv i 2013. Rapporten inneholder kartlegging og analyse av handelssituasjonen i Målselv kommune i 2019.

Hensikt med den nye handelsanalysen er at den skal etablere et kunnskapsgrunnlag for videreutvikling av kommunen.

I forbindelse med områderegulering av reguleringsplan Andslimoen nord og sør ble det vedtatt av PNU å gjennomføre en ny handelsanalyse for Målselv kommune før områdereguleringsplanen legges ut på 2. gang høring.

Vedtaket i PNU av 04. juni 2019:

1. Det gjennomføres en handelsanalyse for Målselv kommune før områdereguleringsplanen legges ut på 2. gangs høring.
2. På bakgrunn av denne analysen sammenfattet med innspillene i 1. gangs høring, og vedtak gjort i sak 23/2013 «Forprosjekt stedsutvikling Bardufoss», legges saken ut på 2. gangs høring. Rådmannen tar innspillene fra diskusjonen i saken med seg inn i behandlingen av saken før den sluttbehandles i PNU.

## 1.2 Rammer og metode

Som grunnlag for arbeidet er det gjennomført spørreundersøkelse rettet mot kunder og bedrifter. Spørreundersøkelsene er utført etter samme metode som handelsanalysen for Målselv 2013. Videre er det hentet inn omsetningstall fra Statistisk Sentralbyrå (SSB). Svarene er bearbeidet og analysert.

## 1.3 Begreper

**Dekningsgrad:** Dekningsgrad er forholdet mellom faktisk detaljhandelsomsetning per innbygger i kommunen og omsetningspotensialet.

(Omsetning i kommunen/gj.snitt forbruk pr person x antall bosatte i kommunen) x 100

Dekningsgrad rundt 100%: God balanse mellom handel og forbruk

Dekningsgrad over 100%: Tiltrekning av handlende fra andre kommuner

**Handelslekkasje:** Benyttes normalt som en betegnelse på dekningsgrad under 100 %.

## 1.4 Metode

Plan- og næringsutvalget bestilte 04.06.19 ny handelsanalyse for Målselv kommune. Bakgrunnen for en ny analyse er områdereguleringen av Andslimoen. Handelsanalysen for Målselv kommune er en analyse som representerer handelen i hele kommunen. Årsaken til bestillingen av analysen er ikke vektlagt, da dette kan påvirke representasjonen i kommunesentrene og hvordan respondentene svarer.

Den kvantitative kunde- og bedriftsundersøkelsen er basert på spørreskjemaet fra handelsanalysen som ble gjennomført i 2013. Det er gjort noen endringer i spørsmålene i kundeundersøkelsen, da handelsanalysen 2013 hadde et større fokus på Bardufoss sentrum enn øvrige deler av kommunen. Handelsanalysen 2019 er gjennomført med begrenset ressurser. Derfor ble det valgt å gjennomføre elektronisk kartlegging via databasen EasyQuest. Dette ble promotert på kommunens hjemmeside, Facebook og reportasje i Nye-Troms. Senere ble det mottatt klage på vår avgjørelse med å forholde oss til elektronisk kartlegging. I august ble det lagt ut papirutgaver i butikker, med mulighet til å levere besvarelsen hos offentlige bygninger i kommunen. Det ble i første omgang trykt opp 300 eksemplarer. Det var i alt 27 som svarte i papirform. Totalt var det 681 respondenter.

I alt er det 77 bedrifter som er tilsendt spørreskjemaet. Gjennom befaring, bedriftsdatabasen og Brønnøysundregisteret ble relevante bedrifter kartlagt.

Undersøkelsen illustrerer respondentenes objektive svar, det er ikke gjennomført analyser som sier noe om besvarelsenes representasjon av befolkningen.

For å kunne si noe om handel og omsetning i Målselv er det bestilt analyse av SSB om dekningsgraden i Målselv. Varegruppene er basert på varegruppene som Norconsult brukte i 2013. Tallene SSB benytter i analysen er bedriftens innrapporterte opplysninger, hvor eventuelle feilkilder kan forekomme ved feilrapportering. Det kan også oppstå feil ved flerbedriftsforetak som bygger på fordelingsnøkler. Det kan også oppstå bearbeidingsfeil. SSB har rutiner og systemer for å avdekke mulige feil.

# 2 Spørreundersøkelse

## 2.1 Innledning

For å få bedre innsikt i handelssituasjonen i Målselv kommune er det som nevnt gjennomført to undersøkelser. Den ene er rettet mot bedrifter i kommunene, den andre er rettet mot kunder.

Undersøkelsen ble gjennomført i tidsrommet fra midten av juli til slutten av august 2019. Det var 681 respondenter på kundeundersøkelsen og 42 respondenter på bedriftsundersøkelsen.

Spørreundersøkelsene 2019 er basert på spørreundersøkelsene fra handelsanalysen 2013. Målselv kommune har stått for utforming og markedsføring av spørreundersøkelsen. Kundeundersøkelsen har vært en åpen undersøkelse og er blitt markedsført på Facebook, kommunes hjemmeside, Nye Troms og Folkebladet. Bedriftsundersøkelsen er sendt ut direkte til de aktuelle respondentene via e-post og post.

## 2.2 Kundeundersøkelse

### 2.2.1 Om undersøkelsen og respondenter

Spørreundersøkelsen var designet til å være digital, hvor den ble delt på kommunens hjemmeside og Facebook. På bakgrunn av tilbakemeldinger ble det lagt ut spørreundersøkelser i papirform på butikkene Prix Øverbygd, Joker Rundhaug, Prix Olsborg, Kiwi Andslimoen, X-tra Bardufoss samt kommunens biblioteker og Frivilligsentralen. Respondentene kunne selv velge hvilke spørsmål de ville svare på etter relevans.

Av de som har svart på undersøkelsen er 2 % under 18 år, 11 % mellom 18-30 år, 60 % mellom 30-60 år og 27 % over 60 år. 91 % av de som har svart er fastboende i Målselv kommune.

Hovedvekten av respondentene har Olsborg eller Bardufoss sentrum som sitt nærmeste lokalsentrum.

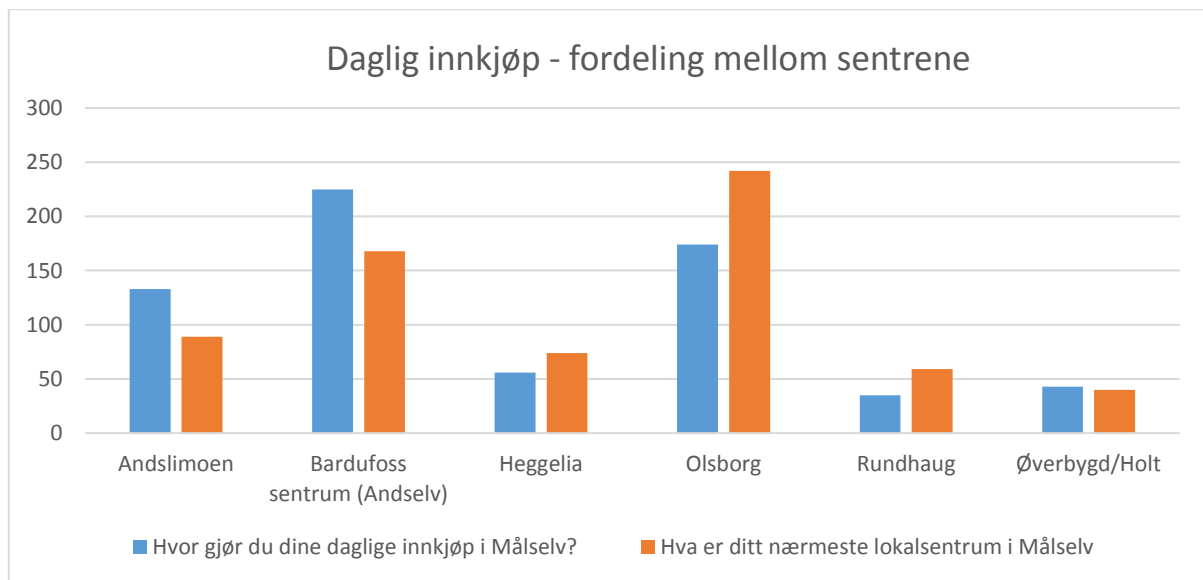
<b>Hva er ditt nærmeste lokalsentrum i Målselv</b>	
Andslimoen	13,22 %
Bardufoss sentrum (Andselv)	24,67 %
Heggelia	10,87 %
Olsborg	35,98 %
Rundhaug	8,96 %
Øverbygd/Holt	6,02 %

Tabell X: Hva er ditt nærmeste lokalsentrum

### 2.2.2 Handelevaner lokalt

De fleste i Målselv handler oftest mat lokalt. 91 % svarer at de handler lokalt der de bor eller ved arbeidsplassen, mens 9 % oppgir at de reiser oftest for å finne det beste tilbudet, fremfor å handle lokalt.

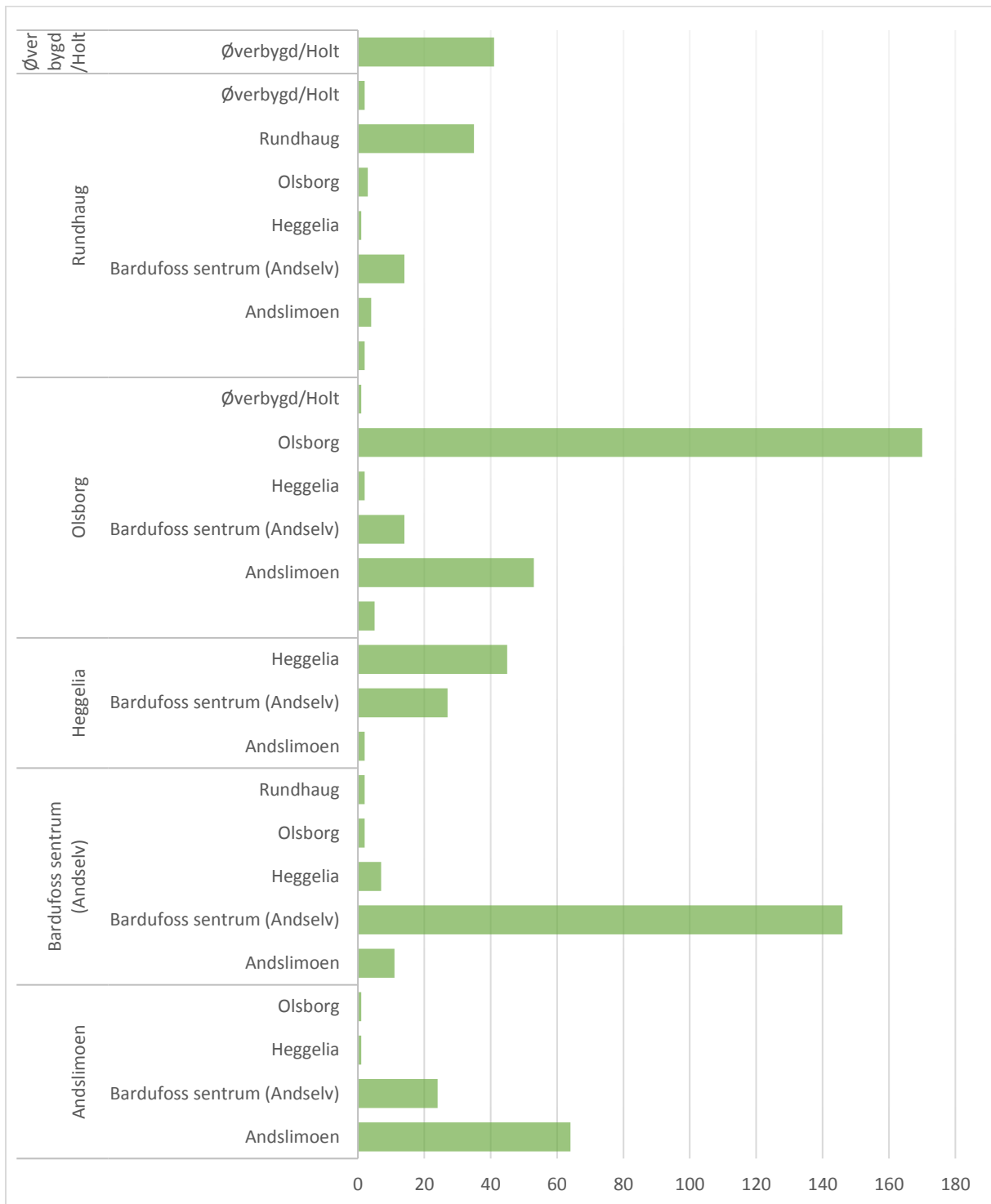
Når vi ser på hvordan de daglige innkjøpene blir gjennomført og sammenligner med respondentenes lokalsentrum, får vi et inntrykk av hvordan dynamikken av handelen er i Målselv.



Figur X: Daglig innkjøp og fordeling mellom sentrene

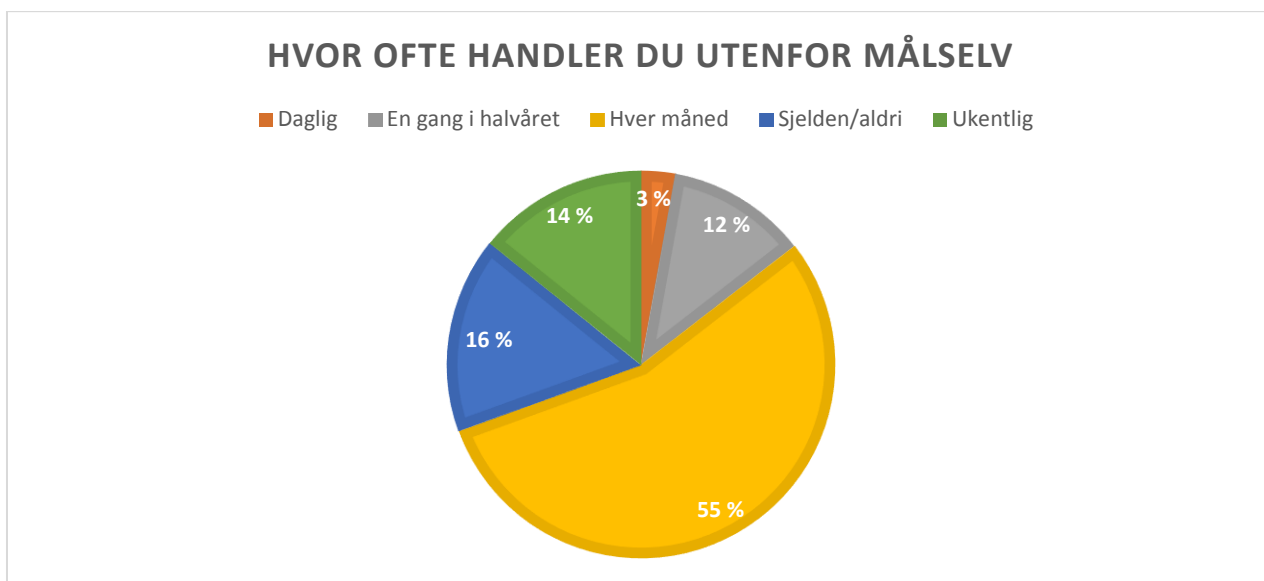
Flest respondenter oppgir at de gjør sine daglige innkjøp i Bardufoss sentrum. Bardufoss sentrum og Andslimoen har begge høyere andel av respondenter som oppgir at de gjør sine daglige innkjøp, enn respondenter med lokal tilhørighet til lokalsentrum. Olsborg har høy svarprosent på 'daglig innkjøp i Målselv', men har også høyest svarprosent på 'nærmeste lokalsentrum'. Den høye andelen besvarelsen fra lokalsentrum Olsborg har betydning for svarprosentene for de 'daglige innkjøpene'.

Figuren illustrer hvor 'folk' har sitt lokalsentrum, og hvilke handelssted i kommunen de oppgir å gjøre daglig handel.



Figuren X: Figuren illustrer respondentenes nærmeste oppgitte lokalsentrum, hvor søylene illustrerer hvor respondentene gjør sin daglige handel.

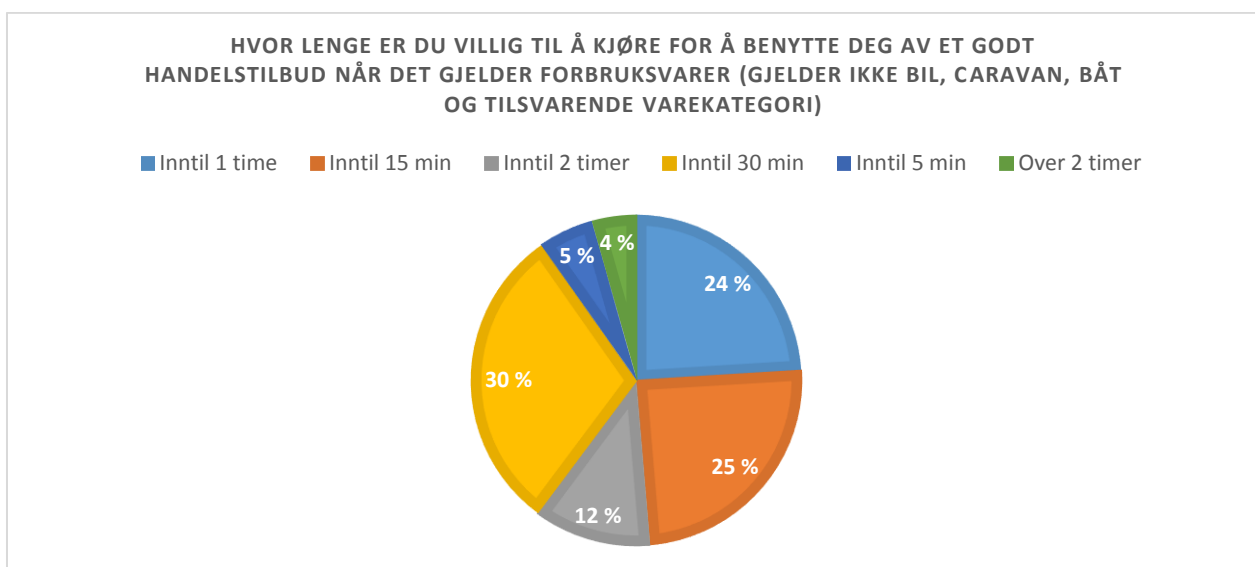
### 2.2.3 Handlevaner regionalt



Figur x: Figuren gir en oversikt over hvor ofte respondentene oppgir at de handler utenfor Målselv.

72 % av respondentene svarer at handler utenfor Målselv en gang i måneden eller oftere, hvor av 17 % som handler utenfor kommunen en gang i uka eller oftere.

59 % av respondentene oppgir at det er handel som er grunn til å gjennomføre reisen, når de handler utenfor Målselv.



Figur X: Figuren gir en oversikt over hvor langt respondentene er villig til å reise for å finne det beste tilbudet

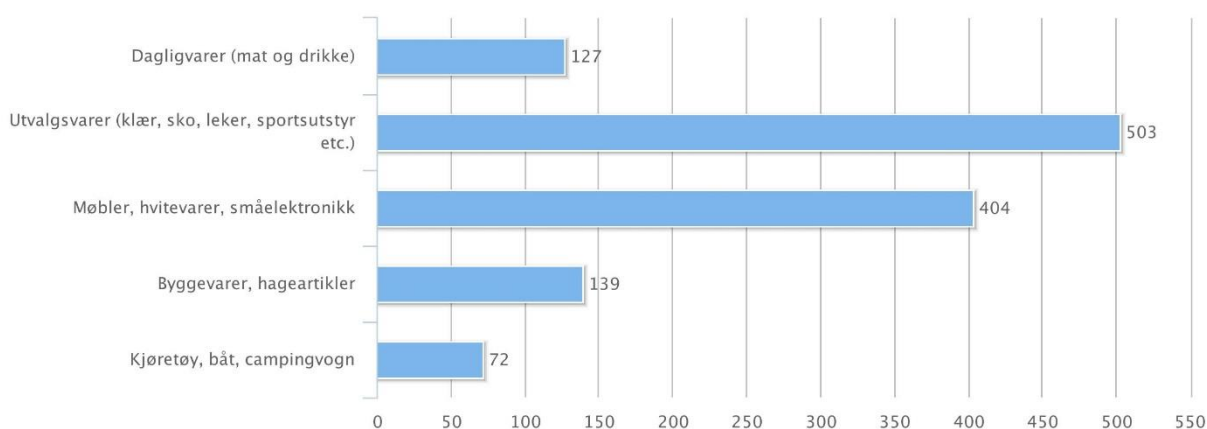


40 % av respondentene oppgir at de er villig til å kjøre inntil 1 time eller mer for å benytte seg av et godt handelstilbud. 30 % er villig til å kjøre inntil 15 minutter eller mindre, mens 30 % er villig til å kjøre inntil 30 min for tilsvarende. De under 60 år oppgir at de oftest er villig til å kjøre inntil 2 timer for godt handelstilbud.

Finnsnes og Setermoen er for de fleste av innbyggerne i Målselv i en kjøreavstand på ca 30 – 60 minutter. Til Narvik og Tromsø er kjøretiden mellom 1 til 2 timer.

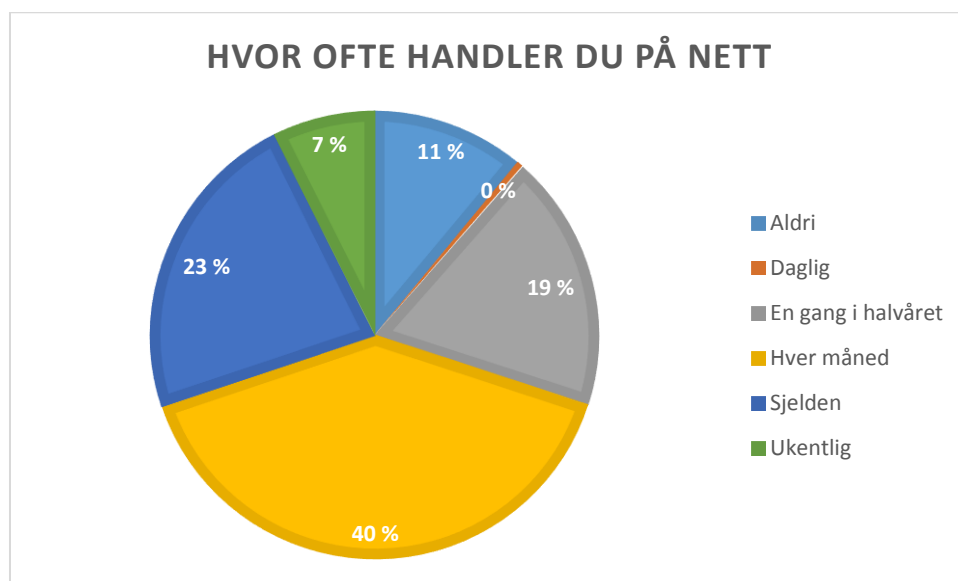
61 % av respondentene oppgir at de handler oftest på Finnsnes dersom de ikke handler i Målselv. 25 % oppgir Tromsø, 4 % oppgir Setermoen, 2 % oppgir Oslo, 1 % oppgir Narvik 7 % oppgir annet sted.

Respondentene ble bedt om å oppgi hvilke varer de handler andre steder enn på Bardufoss. Det var mulighet for å gi flere svar:



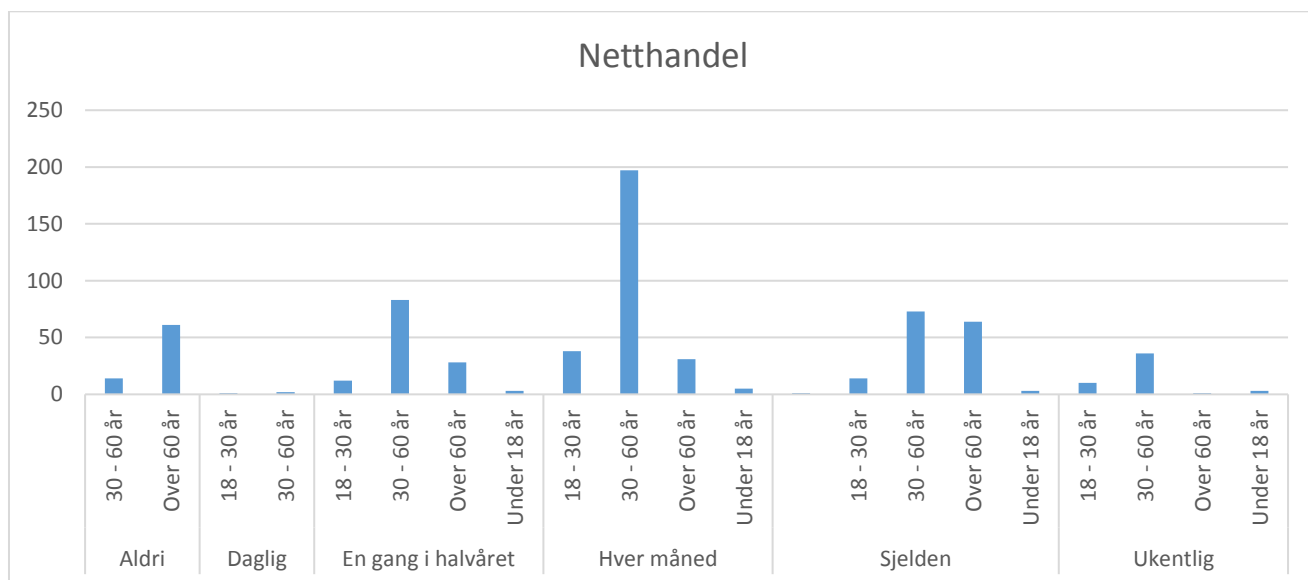
Tabell X: Hvilke type varer handler du oftest andre steder enn på Bardufoss?

Finnsnes og Tromsø er viktige handelssteder for regionen.



Figur X: Figuren illustrerer hvor ofte det handles på nett

8, 73 % som oppgir at de aldri handler på nett er de over 60 år. Ingen under 30 år oppgir at de aldri handler på nett. De mellom 30-60 år er det som handler oftest på nett, men er også den gruppen som har høyst respondenter i undersøkelsen med nesten 60 %.



Figuren X: Viser hvilken aldersgruppe som handler oftest på nett.

#### Hvilke varer handler du i så fall på nett?

Byggevarer, hageartikler	0,15 %
Dagligvarer (mat og drikke)	1,07 %
Handler ikke på nett	12,40 %
Kjøretøy, båt, campingvogn	1,99 %
Møbler, hvitevarer, småelektronikk	18,84 %
Utvalgsvarer (klær, sko, leker, sportsutstyr etc.)	65,54 %
<b>Totalsum</b>	<b>100,00 %</b>

Tabell X: Illustrerer hvilke varer som blir handlet på nett

65 % av respondentene oppgir at de kjøper utvalgsvarer, og 18,84 svarer møbler, hvitevarer og småelektronikk på nettet. Til sammenligning er det de samme varegruppene som blir oppgitt som den viktigste grunne til å handle utenfor Målselv som på nett.

#### 2.2.4 Forventninger og tilfredshet

Forutsetningen for å videreutvikle et godt handelstilbud, er å ha en forutsetning for hva som er mulig å få til gitt det lokale kundegrunnlaget. 87 % av respondentene oppgir at de er trofast mot deres lokale marked. I spørsmålet om man finner det man trenger av alminnelige vareutvalg og tjenester i Målselv svarer 17 % ja, 73 % stort sett og 10 % i liten grad.



*'At butikker legger ned (tomme butikklokaler)'*

*'Stenger tidlig'*

*'Stort sett leiligheter og lite næringsliv'*

*'Ikke under samme tak'*

*'Manglende kafe med hovedbutikk (COOP)'*

**I spørsmålet om hva respondentene synes var mest positivt med Bardufoss sentrum var de mest hyppige kommentarene:**

*'Flere butikker på et sted (vinmonopol, skobutikk, Husfliden, Sigrun sy og strikk, farvehandel, jakt, pynt og Cubus)'*

*'parkeringsplass'*

*'Kaffemøya'*

*'Intimt med muligheter for å skapet et lite nært sentrum for de som bor på Andselv'*

*'Lekeplass i nærheten'*

*'Godt utvalg dagligvarer'*

*'Nært. God service. Finner det meste'*

*'Matvarekonkurranse'*

*'Forretningene ligger ganske konsentrert, ok regulert trafikkbilde'*

Lite potensielt areal for utvikling, parkering, tomme lokaler og lite utvalg er det negative med Bardufoss sentrum. På den positive siden er flere butikker på et sted, parkeringsplasser, lekeklassen og muligheten for et nærsentrum det mest kommenterte fra respondentene.

## 2.2.6 Andslimoen

I handelsanalysen ble respondentene bedt om å kommentere det mest positive og mest negative med Andslimoen.

**I spørsmålet om hva respondentene synes var mest negativt med Andslimoen var de mest hyppige kommentarene:**

*'parkering og generell trafikkløsning'*

*'tilrettelegging til myke trafikkanter'*

*'at polet ikke er der'*

*'kunne vært flere butikker med mer utvalg (vanskelig å få bygd ut)'*

*'Trange butikker når du har barn i barnevogn eller handlevogn. Nille spesielt'*

*'Vanskelig tilgjengelig uten bil. Store avstander internt i området'*

*'kommunen åpner ikke for detaljhandel (ingen videreutvikling)'*

*'Stygt industriområde'*

*'Lite trivelig sentrum – uteareal'*

*'mangler sko og spesialforretninger'*

**I spørsmålet om hva respondentene synes var mest positivt med Andslimoen var de mest hyppige kommentarene:**

*'Handel under ett tak (butikkene samlet på et sted)'*

*'Lett adkomst og relativt stort utvalg'*

*'Et flott senter for unge, gamle og handicap. Lettvint for rullestol. Alt på et sted. Det er bra at vi har et så flott Målselvsenter i kommunen'.*

*'Tilbud og utvalg på enkelte butikker'*

*'Flott byggvareforretning, og gode bilforretninger'*

*'God parkeringsplass'*

*'På Andslimoen finner man alt. Der er helsetilbudene man trenger. Der er butikker før det man har behov for (varierte butikker)'*

*'Coop obs bygg, Målselvsenteret'*

*'Stort utviklingspotensial, med fornuftig disponering blir det et konsentrert sentrum'*

Det mest negative omtalen for Andslimoen er at det ikke er åpnet for detaljregulering, trafikkbilde hvorav parkering og tilrettelegging for myke trafikkanter (vanskelig tilgjengelig uten bil), det er et industriområde og mangler en del forretninger. Det positive er man kan handle under ett tak, man har bilforretninger, god parkeringsplass, stort utviklingspotensialet.

## 2.2.7 Oppsummering

### Daglig handlevaner lokalt

Øverbygd handler lokalt. Rundhaug handler mest lokalt, men har handelslekkasje til Bardufoss sentrum. På Olsborg handler flest lokalt, men har handelslekkasje mest til Andslimoen og litt til Bardufoss sentrum. Bardufoss sentrum handler mest på Bardufoss sentrum, har en svak handelslekkasje til Heggelia og Andslimoen. Andslimoen handler mest lokalt, men har lekkasje til Bardufoss sentrum. Heggelia handler lokalt eller på Bardufoss sentrum.

### **Handlevaner utenfor kommunegrensen**

28 % oppgir at de handler utenfor kommune en gang i halvåret eller sjeldnere. 72 % handler en gang i måneden eller oftere. Utvalgsvarer og møbler, hvitevarer og småelektronikk er den vanligste varekategorien å handle utenfor kommunegrensen. Finnsnes er handelsstedet som er hyppigst besøkt etterfulgt av Tromsø.

Netthandel oppgis å være vanlig. Det er de mellom 30-60 handler oftest. Det er utvalgsvarer og møbler, hvitevarer og småelektronikk.

Utvalgsvarer og møbler, hvitevarer og småelektronikk er begge oppgitt til å være det som hyppigst blir handler utenfor kommunegrensen.

## 2.3 Bedriftsundersøkelse

### 2.3.1 Om undersøkelsen

Målet med bedriftsundersøkelsen er å få bedre oversikt over bedriftenes egne vurderinger av dagens situasjon; økonomi og markedssegment. Spørreundersøkelsen ble sendt direkte til bedriftene i kommunen. Deltakelsen og besvarelsen av alle spørsmålene var frivillig.

Undersøkelsen hadde totalt 42 respondenter fordelt på følgende bransjer:

<b>Svar</b>	
Ukjent	1
Annet	5
Byggevarer, hageartikler, jernvarer	1
Dagligvare (mat og drikke)	4
Drivstoff og gass	1
Kjøretøy, båt, caravan	9
Matsservering, overnatting	8
Møbler, hvitevarer, brunevarer	2
Rørlegger, elektro, maling, bygg, anlegg	6
Tjenester (fotograf, helse, optiker, frisør)	4
Utvalgsvarer (klær, sko, leker, sportsutstyr)	1
<b>Totalsum</b>	<b>42</b>

Tabell X: Fordeling av respondenter på bransjen

Bedriftsundersøkelsen har omfavnet flere bransjer. Svarene på spørreundersøkelsen bør derfor se på som et samlet svar fra bedriftene. Bedriftene som har svart er i hovedvekt lokalisert på Andslimoen og Andselv.

<b>Svar</b>	
Ukjent	1
Andslimoen	15
Annet?	3
Bardufoss sentrum (Andselv)	18
Heggelia	1
Olsborg	2
Øverbygd/Holt	2
Rundhaug	0
<b>Totalsum</b>	<b>42</b>

Tabellen X: Fordeling av respondenter på lokalisering

### 2.3.2 Dagens handelssituasjon

Tilbakemelding fra undersøkelsen viser at de fleste av bedriftene i Målselv er 'godt fornøyd' eller 'tilstrekkelig fornøyd'. Bedriftene i Målselv viser at en stor andel (som har besvart undersøkelsen) har økt omsetningen de siste fem årene. De fleste bedriftene ser god framtidsutsikt, men likevel oppgir 30 % av bedriftene at de er usikker.

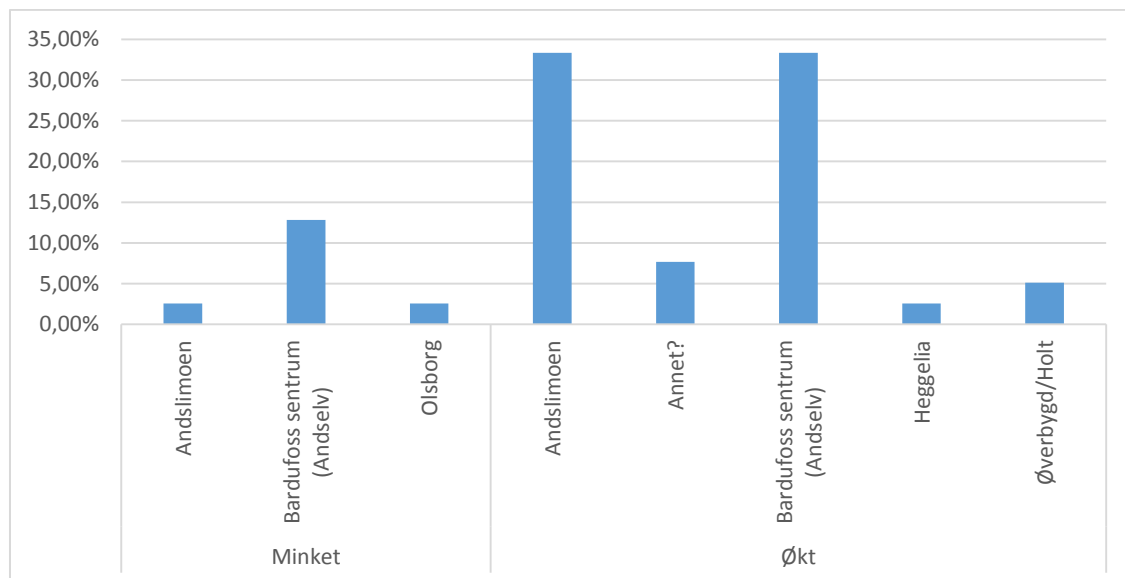
Svar	
Godt fornøyd	21,95 %
Lite fornøyd	7,32 %
Tilstrekkelig fornøyd	68,29 %
Vet ikke	2,44 %
<b>Totalsum</b>	<b>100,00 %</b>

Tabellen X: vurdering av egen økonomisk situasjon

I vurdering av egen økonomiske situasjon besvarer 68,3 % tilstrekkelig fornøyd. Ingen har svart at de er svært misfornøyd.

Svar	
Minket	17,95 %
Økt	82,05 %
<b>Totalsum</b>	<b>100,00 %</b>

Tabell X: Omsetningsutvikling de siste 5 årene



Tabell X: Omsetningsutvikling på ulike tilholdssted

I Bardufoss sentrum ser vi tendenser til at enkelte bedrifter har økt omsetning, mens andre har minket. Tilsvarende ser vi på Andslimoen, men med færre bedrifter som oppgir å ha minkende omsetningstall enn Bardufoss sentrum.

82 % av bedriftene svarer at omsetningen har økt. Bedrifter i Bardufoss sentrum og på Andslimoen er de som svarer at de har mest økt omsetning. Bedrifter etablert i Bardufoss sentrum er også de som

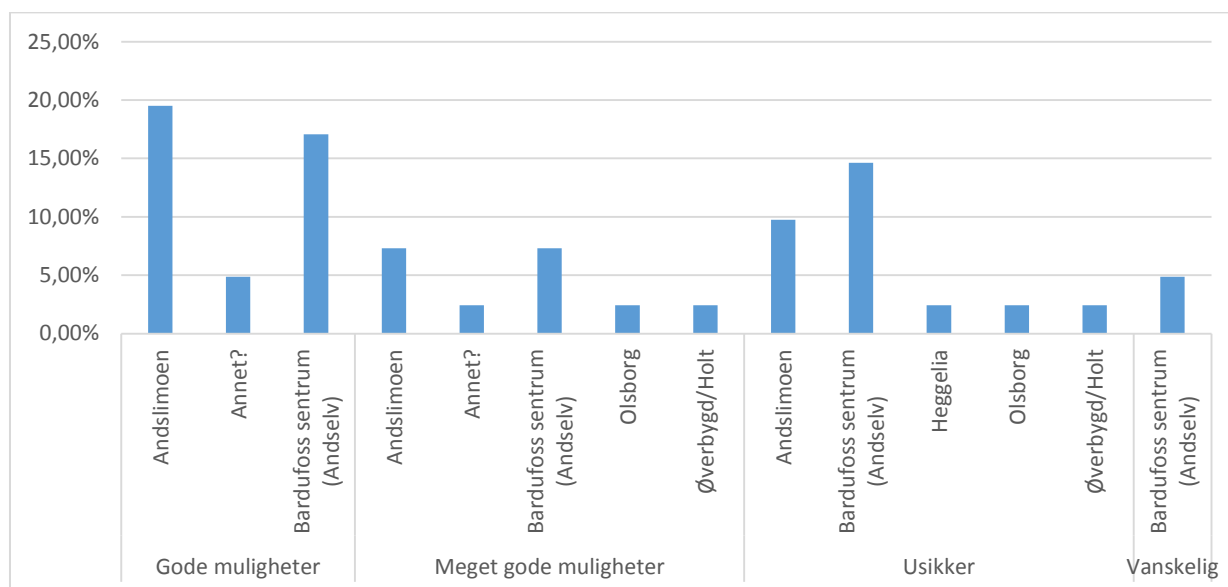


oppgir å oppleve minkende inntekter. 12, 8 % av de som opplever minkende inntekter holder til i Bardufoss sentrum.

Bedriftene ble bedt om å vurdere vekst innenfor eget markedssegment. Godt over halvparten vurderer eget markedssegment til å være god eller meget god.

<b>Svar</b>	
Gode muligheter	41,46 %
Meget gode muligheter	21,95 %
Usikker	31,71 %
Vanskelig	4,88 %
<b>Totalsum</b>	<b>100,00 %</b>

Tabell X: Vurdering av muligheter for videre vekst innenfor eget markedssegment



Tabell X: Hvor holder man til og hvordan vurdere man markedssegmentet

I vurderingen av eget markedssegment svarer bedrifter på Andslimoen og Bardufoss sentrum at det er gode muligheter. Bedrifter som oppgir usikkerhet i vurderingen av eget markedssegment er det 14,6 % usikkerhet på Bardufoss sentrum og 9,7 % usikkerhet på Andslimoen.

Bedriftene fikk mulighet til å legge igjen kommentarer:

Vi har et veldig stort potensiale her på Olsborg. Venter på reguleringsplan for Olsborg.. Vi er for lenge siden vokst ut av lokalene/nedslitt
Er veldig usikker på veksten, da ingen tørr å etablere seg.
Avhenger av hvilken aktivitet forsvaret har
Den pågående diskusjonen om hvor Bardufoss sentrum skal ligge i framtiden, skaper usikkerhet i markedet for utleie-eiendommer.
Grunnet økt netthandel vil mange butikker over hele landet legge ned. Det vil derfor være til beste for alle at det kun er ett sentrum, ikke to med flere tomme lokaler.
Uklarhet rundt arealplanen, skaper usikkerhet. Arealplanen som nå ligger til grunn må videreføres.

Bardufoss Sentrum er sentrum, og ikke rot med diskusjon om Andslimoen og Bardufoss Sentrum. Andslimoen er et industriområde, og må være det.

Målselv kommune må holde fast med at Bardufoss sentrum, er Bardufoss sentrum. Ellers blir alt galt for Målselv Kommune. Dette er jo viktig når halvparten av folket i Bardufoss bor på sørsiden av Rustahøgda.

Turismen skal blomstre også her i Målselv!

Tabell X: Eventuelle kommentarer

### 2.3.3 Kundegrupper

Tilbakemeldinger fra bedriftene gir en forståelse av at Målselv har et godt kundegrunnlag i de som ikke bor i Målselv. Hvorfor disse kundene handler i Målselv sier ikke undersøkelsen noe om.

Svar	Prosent
Ukjent	2,38 %
Innslag av besøkende	21,43 %
Jevnt fordelt mellom lokale og besøkende	50,00 %
Overvekt besøkende	16,67 %
Utelukkende lokale	4,76 %
Vet ikke	4,76 %
<b>Totalsum</b>	<b>100,00 %</b>

Tabell X: Er dine kunder oftest lokale eller besøkende som kommer fra andre steder enn Målselv?

### 2.3.4 Framtidig samarbeid

En del av handelsanalysen er å undersøke næringsaktørenes holdning til samarbeid.

Svar	Antall
Ukjent	1
Ja	34
Nei	7
<b>Totaltsum</b>	<b>42</b>

Tabell X: Synes du det ville være positivt med bedre samarbeid mellom næringsdrivende og kommunen?

Svar	Prosent
Ukjent	7,14 %
Kan ikke tenke meg å bidra	2,38 %
Tidsmessig (foreningsarbeid)	19,05 %
Vet ikke	42,86 %
Økonomisk (årsavgift, markedsføring)	28,57 %
<b>Totalsum</b>	<b>100,00 %</b>

Tabell X: Kunne du tenkt deg å bidra- og i så fall hvordan?

Svar	Prosent
Ukjent	7,14 %
Interessesamarbeid- jobbe for felles mål	59,52 %
Markedsføring	14,29 %
Samarbeid om arrangementer	14,29 %
Samordning av åpningstider og tilbud	4,76 %
<b>Totalsum</b>	<b>100,00 %</b>

Tabell X: Hva mener du det er viktigst å samarbeide om?

I bedriftsundersøkelsen ble virksomhetene invitert til å kommentere samarbeid med kommunen, andre bedrifter, tiltak og prioriteringer.

### Hvordan samarbeidet mellom næringsdrivende og kommunen bør være

Vet ikke hvordan det har fungert tidligere, og kan ikke si hvordan det bør bli..
Kommunen bør være mere hjelpelig for næringslivet med å legge til rette for god drift og muligheter for utvikling lokalt på alle områder.
Kommunen bør først og fremst ha kjennskap til hva som befinner seg av næringsvirksomhet i kommunen, og hva de ulike næringsdrivende har av varer og tjenester. Videre bør det være en kommunikasjon mellom disse slik at de næringsdrivende får en følelse av at kommunen vet at de eksisterer
Bedre tilrettelegging fra kommunen til ny etableringer
Ser ikke snurten til noen fra kommunen, synes nå iallfall at næringssjefen bør vise seg. Burde vært bedre info til de næringsdrivende om b.l.a når amerikanere, engelskmenn og nederlenderne kommer å beleirer hele området. vi redder mye av vår omsetning på dem, men vet aldri når de kommer, eller drar.
Profesjonelt, der kommunen leier inn andre i saker den ikke har kompetanse på. Unngå politisk hindringer, slik at bedriftene kan utvikle seg og nye kan bli etablert.
Å kunne samle alt innen ett kontaktpunkt, ikke flere kommunale og private foreninger som virker ikke å samarbeide
Kommunen tar jevnlig kontakt (halvårlig) i forhold til om det er noe de kan bidra med, samt et eget kontaktpunkt
Det trengs en klar politikk fra Målselv kommune utformet i samarbeid med det eksisterende næringslivet. Den strategi og taktikk som tas fram må være konkurransekraftig i forhold til den voksende internetthandelen. Målselvs innbyggere skal foretrekke å handle lokalt framfor via nett. Lokalt og nærprodusert har mange fordeler som må framgå av en slik politikk/strategi inkl klimafordeler.
At kommunen lytter til de næringsdrivende
Kommunen må være tilrettelegger og døråpner. Motsatt av det som oppleves for Andslimoen i dag
Kommunen må ut og møte de enkelte aktørene.
Jevnlige møter likt frokostmøtet som ble gjennomført før sommeren.
God dialog mellom partene. Kommunen må legge til rette for at bedrifter som ønsker vekst får anledning til dette.
Tror kommunen burde ta seg på besøk til de forskjellige som driver, og ta en prat for å få innspill, og for å kunne fortelle hva kommunen kan bidra med. Viktig med kontakt. Har drevet forretning på Andslimoen siden 1993, og hadde kommunepolitikere på bedriftsbesøk en gang, det var i 1999/2000

Først må dere definere på hvilket nivå samarbeidet, skal gå på. Hvilket team stiller fra kommunen? Rådmann/Ordfører/Nærings-sjef/Gruppeleder///? Så må hele næringslivet engasjeres
Kommunen må først definere hva de kan gjøre, og vil gjøre for næringslivet. Slik at det er klart for næringslivet, hvilke muligheter som er mulig å gjennomføre, innenfor de økonomiske rammer som er tilstede.
Det bør ihvertfall være av en slik karakter at begge parter føler at man jobber mot et felles mål. Vekst og utvikling ut fra alle de gode forutsetningene vi har. Polarisering er ødeleggende, enten det er mellom kommune og næringsliv, eller mellom aktører som har sin egen agenda for det være seg næring eller politikk. Hovedsaken må være, hva gagnar Målselvsamfunnet? Tidligere tiders vedtak om plassering av handel bør ses på som "retningslinjer" og ikke rigide regler.

Tabell X: Hvordan bør samarbeidet mellom næringsdrivende og kommunen være?

### Hvis annet, hva ville det eventuelt være?

Markedsføring, fremsnakking
I grunnen må hele næringslivet stå samlet, samarbeid om alt på pkt 15 (red. <i>hva mener du det er viktigste å samarbeide om?</i> ). Det er bare da kommunen får en god og sunn vekst.
Det er jo i dag en Næringsforening i Målselv som skal være knutepunktet mellom næringslivet og kommunen. Vet ikke kommunen dette med tanke på spørsmål nr 14 ( <i>Dersom det ble innledet et samarbeid mellom de næringsdrivende, kunne du da tenke deg å bidra- og i så fall hvordan?</i> ) og 15 ( <i>Hvis de næringsdrivende skulle samarbeide, hva mener du det er viktigst å samarbeide om?</i> ) i denne undersøkelsen?
Fremsnakking av lokale bedrifter, betydningen av å handle lokalt.
Bardufoss må få BY-Status. I dag er det de store kjedene, som har omsetningen, og de etablere seg ikke på et sted hvor alle krangler om sentrum. De skal til en by har sentrum er klart definert. Der har Finnsnes gjort det rette når de fikk BY-status i 2002. #xOD; Nå er mange kjeder flytte dit, og det er grunnen til at Finnsnes har hatt god utvikling, og de har selvfølgelig et klart definert sentrum. Nå må vi få inn de kjedene som ikke er på Finnsnes, til å etablere seg hos oss.
Samarbeide om utvikling av et sterkt sentrum i bygda, HELE Bardufoss. Å se "hele de 7 km" som en enhet med forskjellige kvaliteter på "sin" plass. Samarbeide om markedsføring av Bardufoss slik at vi beholder kjøpekraft lokalt og unngår handelslekkasje til andre tettsteder og byer.

Tabell X: Hvis annet, hva ville det eventuelt være?

### Hva slags tiltak og innsats mener du er viktigst å prioritere dersom dagens handelssituasjon skal forbedres?

Krav fra kommunen til gårdeiere, bedriftseiere. Alle som driver med næring i kommunen skal ha et ekstra ansvar for å skape økt samarbeid/utvikling.
Forbedringer vil kun skje hvis alle forretninger er samlet på ett sted!
Styrke fellesskap og markedsføring gjennom Arena Bardufoss.
Tillate utbygging av eksisterende bygg slik som Målselvsenteret og nybygg Lians osv

kraftsamle på Andslimoen
Andslimoen: Åpne for alle typer handelsbedrifter, få et variert tilbud. Dette vil styrke eksisterende bedrifter samt gjøre kommunen mer attraktiv for nye etableringer
Husleie er alt for høy. ingen som har råd eller tørr starte noe nytt. økonomisk bistand fra kommunen. enighet om hvor det skal satses. andselv eller andslimoen....
Måselv kommune har ikke noe etablert handelssted. Andselv sentrum fremstår som fraflyttet med mange tomme forretningslokaler, og Andslimoen ligner mest på et industriområde. Hadde man klart å konsentrere flest mulig av butikkene på et sted ville det vært positivt for handelsbedriftene. Vi ønsker primært at det satses på Andselv.
Åpne for detalj handel i Andslimoen.
Legge tilrette for at Andslimoen kan få utvikle seg i tråd med næringslivet og kunders ønsker
Fremsnakking av handle lokalt, samkjøres
Tilrettelegging
Lokalisering, utvalg og bedre veier
det burde absolutt åpnes for mere detalj handel i Bardufoss. og den bør være der bedrifter ønsker å etablere seg. ikke der politikerne ønsker at bedriftene skal komme. Eksempel: en bedriftseier ønsker å etablere detaljhandel på Bardufoss/ Andslimoen. politikerne sier Nei, det er kun på Andselv sentrum det er mulig. Det som skjer da er jo at det ikke blir noen etablering i Bardufoss. Og det er kjempesynd , fordi Bardufoss har ett kjempestort potensiale til å bli ett handels lokomotiv i Midt Troms. men da må det nok en endring i politisk vilje...
Legge til rette for nye etableringer
Bedre profilering mot hovedveg
God dialog med eiendomsseiere som feks Jan Johnsen og Knut/Kristian Wilhelmsen. De må forstå viktigheten av at tomme lokaler skaper flere tomme lokaler. Skal vi beholde to "handelsentrum" må begge bli attraktive innenfor sine områder. Noe av det viktigste er parkeringsmuligheter, og handel under samme tak for detaljhandelen.
Vi trenger ikke gå rundt grøten, kommunen må åpne for detaljhandel på Andslimoen. Kommunen må legge til rette for vekst i dette område. Dette kommer jo kommunen til gode. Ikke begrens mulighetene.
Må her svare for Andslimoen. Vi trenger komplett varetilbud på området, det må legges opp til "grønne" områder. (bilfrie -lekepark - etc) Burde også være buss stasjon/stopp inne på området (tog i neste omgang!) Skal biltrafikken ned, bør vi tenke på kollektiv adkomst. Vi ligger ved E-6, og har mulighet for å få mange besøkende. Da er det viktig at det ikke bare er forretninger, men også et sted der det er fint å ta en pause fra veien.
Nok en gang få bystatus.
En felles innsats for å fremsnakke alt det gode vi gjør i vår kommune. Vi må slutte å se ned på "konkurrenter".
Forsåvidt nevnt i pkt 13, men kan gjentas til det kjedsommelige. Tiden er inne for å stoppe polariseringa i bygda og spesielt Andselv versus Andslimoen. At Bardufoss UTAD kan framstå som ETT tettsted med mange handlemuligheter. At vi i media kan fortelle om vekst og utvikling istedet for den evige "kranglinga". At vi utad kan framstå som et trivelig sted å komme til, vi trenger ro og forutsigbarhet. Det skaper både bolyst og investeringslyst.

Tabell X: Hva slags tiltak og innsats mener du er viktigst å prioritere dersom dagens handelssituasjon skal forbedres?

### 2.3.5 Øvrig kommentar

#### Er det noe vi har glemt å spørre om som du mener er viktig å formidle til kommunen mht handelssituasjonen og din bedrift?

Det er en svært uheldig drakamp mellom spesielt Andselv og Andslimoen, og tidvis også andre småsentrums i kommunen, og dette gjør at kommunen taper i konkurranse med andre kommuner. Om man ikke får slutt på denne kampen, så vil kommunen fortsette å tape i handels konkurransen og i tjenester i forhold til andre kommuner.
Alle kommuner som er vellykket har en fast arealplan som de følger. I Målselv Kommune er det totalt kaos, hvor arealplanen og sentrums debatten er oppe en gang i året. det er derfor at ingen utenfra vil satse på Bardufoss.
Kommunen tenker for smalt i sitt næringsarbeid når de er mest opptatt av felles åpningstider og hva som skjer på Andselv Torg. Bedriftene er opptatt av vekst og utvikling i alle sektorer, som igjen skaper aktivitet i alle typer handelsvirksomhet.
Tenke nytt
Kommunen må være flinkere til å tildele jobber til flere bedrifter i kommunen. Opplevelsen vår er at kommunen benytter seg av tjenester av et par "faste" bedrifter. Dette er uheldig!
Det er mange ting som er viktig, som vi føler kommunen ikke har forståelse for. Bardufoss er det største senteret i Nord-Norge innfor en normal dagskjøring. Og vi gjør ingen ting med det. Nå har vi latt Lenvik tatt alt fra oss, fordi de har et klart definerte sentrum, og tok ut bystatus.
Er Målselv Kommune troverdig i forhold til en næringsdrivende. Det må holdes fast på at Bardufoss sentrum er handels-sentrum, og at Andslimoen er industriområdet med biler, campingvogner, båter, skutere, landbruksmaskiner, byggevare og rørlegger. Alt det andre hører til i Bardufoss Sentrum.
Det måtte i så fall være at kommunen i større grad bruker lokale aktører når det er mulig og ikke "går over bekken etter vann". Satse på trivsel og estetikk, alle synes det er trivelig å komme til et sted som man ser blir tatt vare på. Det er et undervurdert og tilsidesatt område.

Tabell X: Er det noe vi har glemt å spørre om som du mener er viktig å formidle til kommunen mht handelssituasjonen og din bedrift?

### 2.3.6 Oppsummering

Det er bare en respondent som har besvart i kategorien utvalgsvare. Til sammenligning har kjøretøy, båt og caravan flest besvarelser. Det blir oppgitt av de fleste bedriftene de siste fem årene har en økt omsetning, og flere svarer at de ser lyst på fremtiden i eget markedssegment.

Det er en tendens til at bedriftene fremsnakker eget område. Dette innebærer sprikende interesser og sprikende meninger. Næringsdrivende savner en beslutning om hvordan senterstrukturen i kommunen skal være.

# 3 Handel og omsetning

## 3.1 Innledning

For å kunne si noe om dagens handelssituasjon har SSB utarbeidet analyse av utvalgte varegrupper i Målselv.

## 3.2 Handelssituasjon

Avsnittet beskriver dagens handelssituasjon i Målselv kommune med utgangspunkt i omsetningstall. SSB har, på bestilling, utarbeidet analyse for å kunne vurdere dekningsgraden innen varehandel i kommunen, og synliggjøre eventuelle handelslekkasjer og dennes karakter. Dette vil kunne si noe om den enkelte varegrupper i Målselv har en høyere eller lavere omsetning enn lands- og fylkesgjennomsnittet, samt at man får en bedre forståelse av konkurransesituasjonen lokalt. Analysen fra Målselv vil også bli sett på i sammenheng med referansekommuner med lignende størrelse og lokalisering.

Der det er naturlig refereres det til kundeundersøkelsen og bedriftsundersøkelsen.

### 3.2.1 Dekningsgrad i Målselv kommune

For å vurdere dekningsgraden i Målselv er varegruppene som ble benyttet i handelsanalysen 2013. Følgende varegrupper benyttet<sup>2</sup>:

#### Dagligvarer

- 47.11 Butikkhandel med bredt vareutvalg med hovedvekt på nærings- og nytelsesmidler
- 47.2 Butikkhandel med nærings- og nytelsesmidler i spesialforretninger

*Eksklusiv følgende kategorier:*  
47.25 Butikkhandel med drikkevarer

#### Utvalgsvarer

- 47.19 Butikkhandel med bredt vareutvalg ellers
- 47.25 Butikkhandel med drikkevarer
- 47.4 Butikkhandel med IKT-utstyr i spesialforretninger
- 47.5 Butikkhandel med andre husholdningsvarer i spesialforretninger
- 47.6 Butikkhandel med bøker, musikkartikler
- 47.7 Annen butikkhandel i spesialforretninger

*Eksklusiv følgende kategorier:*

- 47.521 Butikker med bredt utvalg av jernvarer, fargevarer og andre byggevarer
- 47.524 Butikker med trelast
- 47.529 Byggevarer ikke nevnt annet sted
- 47.54 Butikkhandel med elektriske husholdningsapparater

---

<sup>2</sup> Basert på NACE 2007

- 47.523 Butikkhandel med fargevarer
- 47.531 Butikkhandel med tapeter gulvbelegg
- 47.532 Butikkhandel med tepper
- 47.591 Butikkhandel med møbler
- 47.599 Innredningsartikler ikke nevnt annet sted
- 47.761 Butikkhandel med blomster og planter
- 47.642 fritidsbåter/utstyr

### **Møbler, hvitevarer, fargevarer**

- 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

### **Handel med motorvogner, fritidsbåter**

- 45 Motorvogner
- 47.642 fritidsbåter/utstyr

*Eksklusiv følgende kategorier:*

- 45.111 Agentur/engros biler
- 45.191 Agentur/engros motorvogner
- 45.31 Agent./engros. motorv./-deler
- 45.401 Agentur-/engros. motorsykler

### **Byggevarer og hagesenter**

- 47.521 Butikker med bredt utvalg av jernvarer, fargevarer og andre byggevarer
- 47.524 Butikker med trelast
- 47.529 Byggevarer ikke nevnt annet sted
- 47.761 Butikkhandel med blomster og planter

### **Totalsum detaljhand ekskl. motorvogn**

- 47 Detaljhandel

*Eksklusiv følgende kategorier:*

- 47.3 drivstoff
- 47.8 Torghandel
- 47.9 Detaljhandel utenom utsalgssted

- 47.642 fritidsbåter/utstyr

### **Totalsum detaljhand inkl. motorvogn**

- 45 Motorvogner
- 47 Detaljhandel

*Eksklusiv følgende kategorier:*

- 45.111 Agentur/engros biler
- 45.191 Agentur/engros motorvogner
- 45.31 Agentur-/engros. motorv./-deler
- 45.401 Agentur-/engros. motorsykler
- 47.3 drivstoff
- 47.8 Torghandel
- 47.9 Detaljhandel utenom utsalgssted



Tabellen viser dekningsgraden for Målselv i 2018. Her er omsetnings per innbygger i Målselv kommune sammenstilt med tilsvarende tall for land og fylke. Prosenttallene beskriver hvor høy omsetningen er per innbygger i kommunen sammenliknet med gjennomsnittet i Norge og i Troms. Er tallet over 100 % tilsies det at kommunen har et høyere omsetningstall enn fylkes- og landsgjennomsnittet. Er tallet mindre enn 100 % er omsetningen lavere enn fylkes- og landsgjennomsnittet og betegnes ofte som handelslekkasje.

Bransjen bil, båt og caravan (motorvogner) har en særstilling i Målselv. Derfor er det valgt å illustrere dekningsgraden både med og uten kategorien motorvogner.

Dekningsgrad Målselv kommune	Norge	Troms
Dagligvarer	124,5	109,6
Utvalgsvarer	74,5	73,6
Møbler, hvitevarer, fargevarer	52,4	57,8
Handel med motorvogner	208,3	216
Byggevarer/Hagesenter	125,2	115,4
<b>Totalsum detaljhandel ekskl. motorvogn</b>	<b>99,6</b>	<b>93,6</b>
<b>Totalsum detaljhandel inkl. motorvogn</b>	<b>133,4</b>	<b>129,2</b>

Tabell X: Dekningsgraden i Målselv kommune 2018 sammenliknet med fylkes- og landsgjennomsnittet.

For å få et godt sammenlikningsgrunnlag har SSB utarbeidet tilsvarende analyse fra 2013

Dekningsgrad Målselv kommune	Norge	Troms
Dagligvarer	117,5	106,8
Utvalgsvarer	86,6	88,2
Møbler, hvitevarer, fargevarer	60	69
Handel med motorvogner	190	189,3
Byggevarer/Hagesenter	68,5	66,9
<b>Totalsum detaljhandel ekskl. motorvogn</b>	<b>96</b>	<b>93,5</b>
<b>Totalsum detaljhandel inkl. motorvogn</b>	<b>122,6</b>	<b>120,2</b>

Tabell X: Dekningsgraden i Målselv kommune 2013 sammenliknet med fylkes- og landsgjennomsnittet.

Målselv kommune har en dekningsgrad for detaljhandel på 99,6 prosent sammenliknet med landsbasis. Totalt sett vil det si at det innad kommunen omsettes nært opp til landsgjennomsnittet per innbygger. Inkluderer man motorvogn har Målselv dekningsgrad godt over landsgjennomsnittet med 133,4 %. Målselv har en høy dekningsgrad innen kategorien motorvogner.

**Dagligvarer:** Omsetning innenfor kategorien dagligvarer ligger Målselv 24,5 % over landsgjennomsnittet og 9,6 % over fylkesgjennomsnittet. At tallene er høyere i Målselv enn i Troms kan forklares ved at mange arbeidspendlere fra nabokommuner, høyt antall vernepliktige og en høyere andel hytter enn ellers i fylket.

Kundeundersøkelsen viser at innbyggerne i Målselv handler lokalet, og at bedrifter oppgir å ha en del kunder som ikke er fra kommunen.

**Utvalgsvarer:** Dekningsgraden på utvalgsvarer er sammenlignet med landsgjennomsnittet 74,5 % og fylkesgjennomsnitt på 73,6 %. I innbyggerundersøkelsen ser vi at over 50 % av respondentene at de er villig til å kjøre over 30 min for et godt tilbud. I tillegg ser vi en trend hvor netthandel hvor 47 % av respondentene besvarer at de handler på nett en gang i mnd (eller oftere).

Man ser også at dekningsgraden for utvalgsvarer har gått ned med over 10 % siden 2013.

**Møbler, hvitevarer og fargevarer:** Dekningsgraden, sammenlignet med landsbasis, er 52,4 %. I likhet med er dette godt under gjennomsnittet, og den med laves dekningsgrad i Målselv. Handelslekkasje er stor på dette området. Trenden viser også at dekningsgraden har siden sist handelsanalyse sunket.

**Motorvogn:** Dekningsgrad på motorvogn er dobbelt i både fylkes- og landsgjennomsnittet. Målselv er i en særegen innenfor denne kategorien. Omsetningstallene viser at Målselv og Andslimoen har en sterk regional posisjon innenfor varegruppen.

**Byggevarer/Hagesenter:** Dekningsgraden er over lands- og fylkesgjennomsnittet. Dekningsgraden har siden sist analyse nesten doblet seg. I 2018 ble *coop obs bygg* åpnet på Andslimoen, som kan være en medvirkende faktor for økende dekningsgrad.

Omsetning i varegruppen 'Motorvogn' bidrar til at den totale dekningsgraden i Målselv kommer høyt ut. Trekker man fra 'Motorvogn' har likevel Målselv kommune nesten 100 % dekningsgrad i kommunen. Dekningsgraden har, sammenliknet med handelsanalysen fra 2013 økt med noen prosent. Man ser også trender ved at dekningsgrader i utvalgsvarer og møbler, hvitevarer og fargevarer har minket, mens varegruppen for byggevarer/Hagesenter nesten har doblet seg.

### 3.2.1 Endringer siden sist handelsanalyse

I 1997 var dekningsgraden i Målselv 102 %. I handelsanalysen fra 2013 var dekningsgraden, sammenliknet med landsgjennomsnittet, 95,8 %. Dekningsgraden var i 2018 økt til 99,6 %. Basert på tallene fra sist handelsanalyse ser vi en svak stigning i dekningsgrad.

Dekningsgrad for 'Utvalgsvarer' har sunket fra 85,1 % til 74,5 %. 'Møbler, hvitevarer og fargevarer' har sunket fra 70,4 % til 52,4 %, som er den største nedgangen i varegruppene. Den største endringen er dekningsgraden for 'Byggevarer/Hagesenter' har en markant økning fra 68,7 % til 125,2 %. Økningen i denne varegruppen bidrar til å øke den generelle dekningsgraden i Målselv.

De som handler utenfor Målselv ukentlig har økning fra 10 % til 14 %. Samtidig har de som handler månedlig utenfor Målselv sunket fra 63 % til 55 %.

Hvor langt respondentene er villig til å kjøre for å benytte seg av et godt handelstilbud har litt variasjoner, bortsett fra at de som er villig til å kjøre 1 time har økt fra 17 % til 24 % har de fleste små variasjoner fra sist handelsanalyse.

Det er enda Finnsnes og Tromsø som er de dominerende handelssteder som respondentene oppgir de foretrekker, dersom de skal handle utenfor Målselv. 61 % foretrekker Finnsnes, som er en økning fra 52,5 % siden sist handelsanalyse, og Tromsø med 25 % som er nedgang fra 35,4 %.

Det er enda respondentene i kategorien 30-60 år som handler på nett. Totalt for alle aldersgruppene er det 7 % som handler på nettet ukentlig og 40 % som handler på nettet månedlig. Det er utvalgsvarer som blir oppgitt som vanligste varekategori for handel på nett.

Basert på regional handelsanalyse for Troms fylke 2014 er det i første rekke Målselv, Bardu og i noen grad Sørreisa som har Målselv som et regionalt handelssenter. Det er viktig å bemerke seg at handel av varegruppen motorvogn ikke har vært en del av regional handelsanalyse for Troms.

Basert på utvekslingstrekket i 2014, med befolkningsvekst og økt kjøpekraft, tilsa at det vil være et potensial for utvidelse av datidens handelsareal i Målselv/Bardufoss med drøyt 30 %.

### 3.3 Forventet dekningsgrad

De fleste kommunene i Norge vil oppleve handelslekkasje. Ulike handelsgrupper krever ulikt kundegrunnlag. Kommuner av en viss størrelse eller sentrale lokaliseringer i regionen har betydning for etableringer av større handelsgrupper. Derfor er det viktig å ta med slike betraktninger i vurderingen av dekningsgrad. Større arbeidsplasser eller hyttefelt kan være utslagsgivende i analyse av dekningsgrad.

#### 3.3.1 Vurdering av forutsetninger

Det er fire grunnleggende faktorer som er brukt i vurderingen av forutsetninger for handelsvirksomhet.

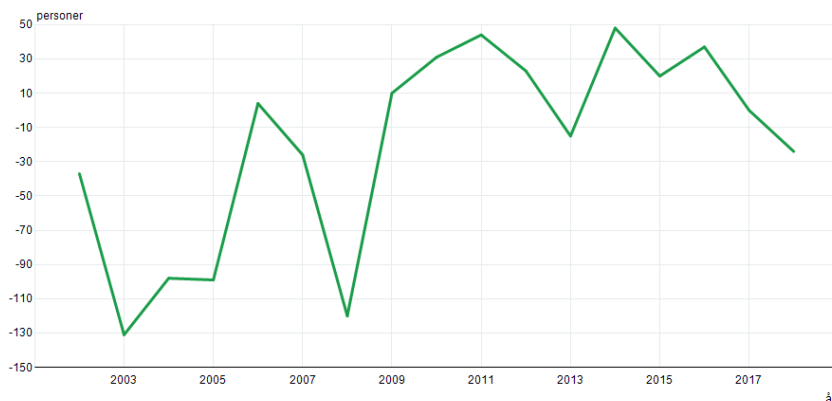
- Befolkningsutvikling
- Regionalt handelsomland
- Besøkende
- Globale trender

#### Befolkningsutvikling

Målselv kommune har rundt 6650 innbyggere i 2019. Kommunen preges av et spredt bosetningsmønster med flere mindre lokale sentrum. Basert på forventet utvikling, utarbeidet av SSB, skal Målselv i 2030 ha 7123 innbyggere. Målselv er en preget av å være en Forsvarskommune, og blir påvirket av endringer innad i Forsvaret.

Grafen under er hentet fra SSB og viser befolkningsutviklingen i perioden 2002 – 2018:

09588: Flytting, etter år. Målselv, Nettoinnflytting.



Kilde: Statistisk sentralbyrå

I regional handelsanalyse for Troms fra 2014 er handelsomlandene definert: Bardufoss handelsomland inngår kommunene Målselv, Bardu, Salangen, Gratangen og Sørreisa. I tillegg til de som bor og/eller jobber i Målselv er det hovedsakelig bosatte i Bardu som handler i Målselv/Bardufoss. Bosatte i Sørreisa handler i mindre grad i Målselv, men Sørreisa ligger nært handelsområdet Finnsnes.

Andelen eldre i befolkningen øker. Nasjonale undersøkelser viser at de eldre ikke har samme behov for å handle som den yngre delen av befolkningen.

Nasjonale undersøkelser viser også at miljøbevisstheten i befolkningen øker. Dette fører med seg økning i brukthandel og at klær og andre bruksgjenstander brukes lenger før det skiftes ut.

### Regionalt handelsomland

Lenvik/Finnsnes hadde den høyeste dekningsgraden i Troms i 2014. Det ble i 2014 forventet at befolkningsvekst og økt kjøpekraft ville gi mulighet for utvidelse av handelsareal i Lenvik/Finnsnes. Basert på kundeundersøkelsen i Målselv er det Finnsnes som er det hyppigste besøkte handelsstedet for respondentene i Målselv, dersom de ikke handler lokalt. Etter Finnsnes kommer Tromsø som det mest besøkte oppgitt av respondentene.

### Besøkende

Basert på bedriftsundersøkelsen opplever 50% av bedriftene at det er jevn fordeling av besøkende og lokalbefolkningen som handler i de respektive forretningene. Hyttefelt i Målselv fjellandsby, Dividalen, Rostadalen og området Takvatn generer økt handel av dagligvarer. I tillegg vil bygging av hytter bidra til økt handel av byggevarer.

Utleie av Airbnb vil også kunne gi økt handel av dagligvarer.

Turisme er et satsningsområde for kommunen. Målselv har turistattraksjoner med blant annet hundeslede og nordlysturisme. Turister kommer enten individuelt eller kjøper ferdige opplevelsespakker av arrangører. Jevnt tilsig av turisme kan forventes. Kjøp av lokal overnatting og mat vil kunne skape ringvirkninger som økt sysselsetting og økt omsetning av dagligvarer.

Nærhet til E6 kan ha betydning for antall besøkende. Likevel konkluderte handelsanalysen fra 2013 at trafikken langs E6 besto i stor grad av lokal trafikk, og at betydningen av nærhet til E6 ikke var relativt stort.

Forsvarets tilstedeværelse har betydning for handel i Målselv. Forsvarsansatte med pendlerstatus og vernepliktige vil sannsynlig legge igjen penger i dagligvarer samt andre næringslivsgrupper som uteliv, kulturliv og turisme. Det er trolig at denne gruppen ikke legger igjen større summer i utvalgsvarer, møbler og hvitevarer.

Større byggeprosjekt i regi av Forsvaret er også en faktor som kan gi økt omsetning for bedrifter i Målselv.

### Globale trender

Den norske kronekursen er i 2019 på sitt svakeste på 30 år. Internasjonale trender som handelskrig, Brexit og klimaendringer påvirker norsk kronekurs. Med svak krone blir det dyrere for

handelsnæringen å importere varer, mens svak krone er bra for eksportnæringen og turismen. Høy konkurranse blant kjedene, økende internetthandel og svak krone påvirker lønnsomheten negativt.

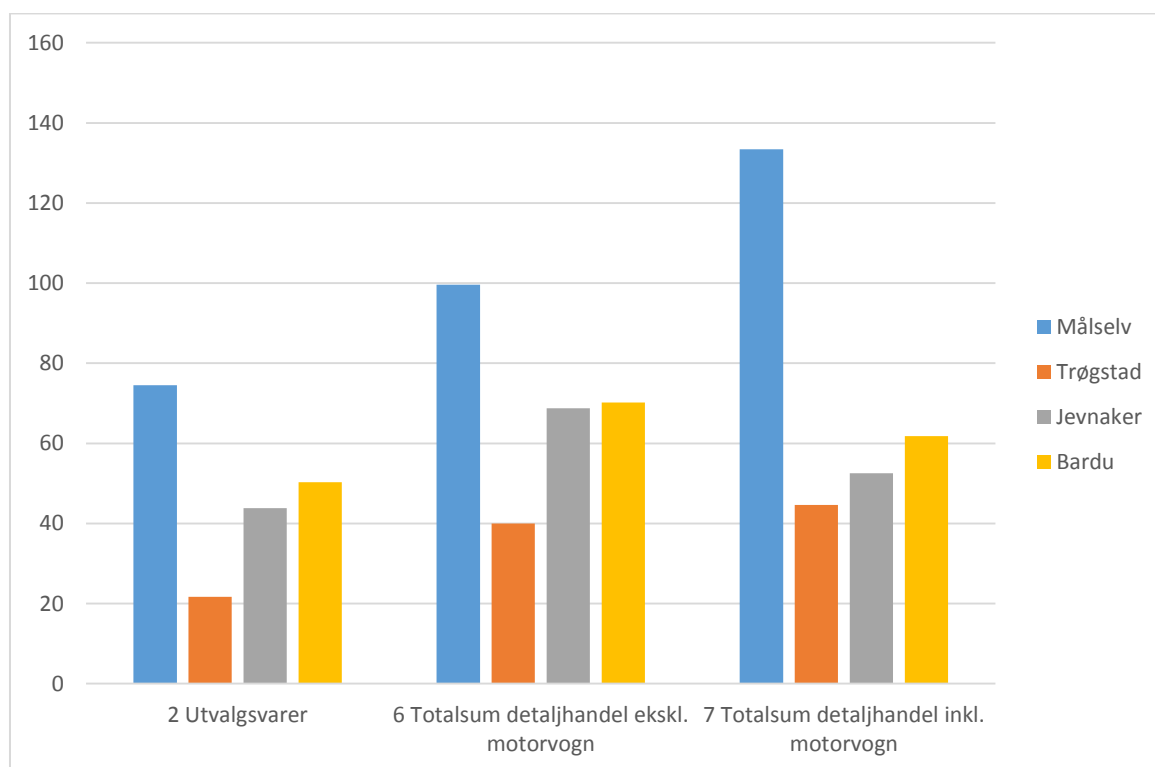
### Oppsummering

Det er flest innbyggere som handler i Målselv kommune. Finnsnes er det regionale handelssenteret som blir oppgitt til å være det mest besøkte utover kommunen. I bedriftsundersøkelsen blir det oppgitt at det er flere besøkte som handler i Målselv, en andel av disse er turister.

Målselv kommune har en dekningsgrad (utenom motorvogner) på 99,6 % som ligger tett oppunder 100 %.

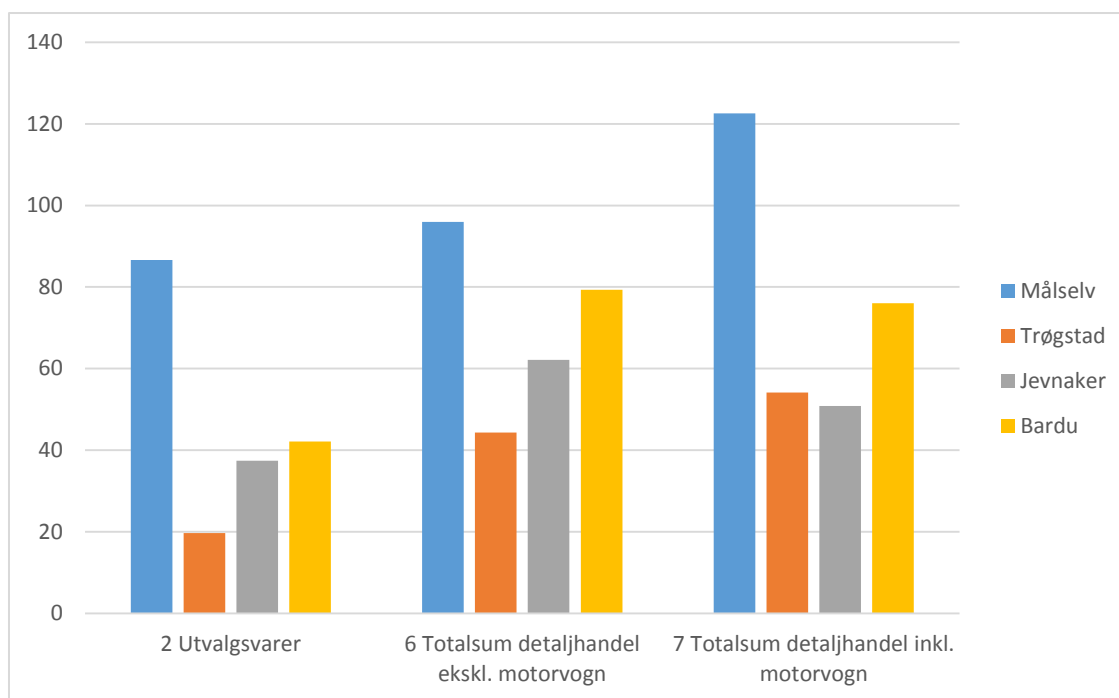
#### 3.3.2 Referansetall - sammenligning med andre kommuner

For å sette dekningsgraden i Målselv i perspektiv, er det hentet inn tall fra referansekommuner. Kommunene er de samme referansekommunene fra handelsanalysen 2013. Referansekommuner basert på regional beliggenhet og størrelse- Jevnaker og Trøgstad som inngår i en liknende regional sentrumsstruktur og med tilnærmet lik innbyggertall som Målselv. Bardu er tatt med som referansekommune.



Figur X: Dekningsgrad i Målselv kommune 2018 sammenliknet med referansekommuner

Sammenliknet med referansekommunene har Målselv kommune en relativt sett høy dekningsgrad.



Figur X: Dekningsgrad i Målselv kommune 2013 sammenliknet med referansekommuner

Målselv er den eneste kommunen som har opplevd nedgang i dekningsgrad av utvalgsvarer. I det totale bilde har dekningsgraden i Målselv og Jevnaker gått opp, mens Bardu og Trøgstad har nedgang i dekningsgraden.

### 3.3.3 Senterstrukturen i Målselv kommune

Etter stedsutviklingsprosjektet og handelsanalysen i Målselv 2013 er det gjort noen tiltak for å styrke Bardufoss sentrum som sentrum i Målselv. Et av de viktige tiltakene er elveparken (lekepark). Basert på kundeundersøkelsen har Bardufoss sentrum størst besøk fra beboere i andre deler av Målselv. Det er per 2019 ledige lokaler for næring på Bardufoss sentrum.

Andslimoen er nest mest besøkte handelssted fra beboere i andre deler av Målselv. Det er respondenter med lokalsenteret på Olsborg som besøker Andslimoen mest. Andslimoen er et handelssentrum som tiltrekker seg regionale kjøpere da det er etablert flere store aktører innen varegruppen 'motorvogn'.

### 3.3.4 Handel og verdiskapning

Forutsetning for vekst i handel er kjøpekraft og vekst i kundegrnlaget. Målselv har en høy dekningsgrad sammenlignet med referansekommunene. Muligheten for videre utvikling innen handel er knyttet til økt kjøpekraft, økt bosetning, økt turisme og økt næringsvirksomhet.

Befolkningstallet i kommunen har i 2019 hatt en negativ rate. Totalt har dekningsgraden i Målselv økt siden 2013. Varegruppen 'Byggevarer/Hagesenter' har doblet seg, mens andre varegrupper som 'Utvalgsvarer' har minsket. En fortsatt økende handel på nett og handelslekkasjer til regionsentre har betydning for omsetningen lokalet. Basert på trendene vi ser i dag, vil det være utfordrende nok å beholde dekningsgraden som er, ikke ha som hovedutfordring å øke dekningsgraden.

### 3.3.5 Oppsummering

Man ser en nedgang i dekningsgrad i kategoriene for *utvalgsvarer* og *møbler, hvitevarer, fargevarer*. Det er vekst i dekningsgrad for *dagligvarer, motorvogner* og *byggevarer/hagesenter*. Den totale dekningsgraden i Målselv har økt siden 2013.

Befolkningsutvikling, regionalt handelsomland, besøkende og globale trender er påvirker lokalt handlemønster.

Andslimoen er et regionalt handelssentrum for *motorvogner* og potensielt for *byggevarer*.

Bardufoss sentrum er et lokalt handelssentrum.

# 4 Oppsummering

Dagligvarer handles i kommunen. Befolkningen handler dagligvarer i sitt lokale handelssted, noe som er i tråd med tendensen man så i handelsanalysen fra 2013.

Utvalgsvarer, møbler, hvitevarer og småelektronikk er varegruppene befolkningen oppgir å handle utenfor kommunegrensen og på nettet. Dekningsgraden for utvalgsvarer, møbler, hvitevarer og småelektronikk har gått ned siden 2013. Målselv har sammenlignet med landsnittet en dekningsgrad på dagligvarer på hele 124,5 %. Motorvogn har økende dekningsgrad sammen med Byggevarer/Hagesenter.

Ca halvparten av respondentene handler på nett en gang i måneden eller oftere. Dette samsvarer med nasjonal statistikk over netthandel.

Finnsnes er handelssentrumet respondentene reiser oftest til dersom de skal handle utenfor kommunen.

Respondentene som har svar på bedriftsundersøkelsen har flest besvarte fra kategorien 'kjøretøy, båt, carava' og 'matsservering, overnatting'. Det er bare en respondent i kategorien 'utvalgsvarer'. Næringslivet trenger forutsigbarhet i sentrumsstrukturen i Målselv, for å tørre å satse/videreutvikling.

Andslimoen er et regionalt handelssentrum for *motorvogner* og potensielt for *byggevarer*.

Bardufoss sentrum er et kommunalt handelssentrum.

Forutsetning for økt handelsareal er økt kjøpekraft, økt turisme, bosetning og næring.