



Troms fylkeskommune

## Regional handelsanalyse for Troms

Utgave: 3

Dato: 2014-06-05

---

**DOKUMENTINFORMASJON**

---

Oppdragsgiver: Troms fylkeskommune  
Rapporttittel: Regional handelsanalyse for Troms  
Utgave/dato: 3 / 2014-06-05  
-  
Lagringsnavn: handelsanalyse\_troms\_rapport  
Oppdrag: 534351 – Regional handelsanalyse for Troms  
Oppdragsbeskrivelse: Handelsanalyse  
Oppdragsleder: Øyvind Dalen  
Fag: Analyse og utredning  
Tema: Samordnet areal og transportplanlegging  
Leveranse: Analyse

Skrevet av: Øyvind Dalen og Faste Lynum  
Kvalitetskontroll: Faste Lynum og Øyvind Dalen

Asplan Viak AS [www.asplanviak.no](http://www.asplanviak.no)

---

## FORORD

Asplan Viak har vært engasjert av Troms fylkeskommune for å utarbeide en regional handelsanalyse for fylket. Handelsanalysen skal danne grunnlag for revisjon av gjeldende fylkesdelplan for kjøpesenter i Troms.

Anne Øvrejorde Rødven har vært Troms fylkeskommunes kontaktperson for oppdraget.

Øyvind Dalen har vært oppdragsleder for Asplan Viak. Faste Lynum og Kristen Fjeldstad har også deltatt i arbeidet.

Rapporten er revidert på bakgrunn av tilbakemeldingen fra Troms fylkeskommune

Oslo, 05.06.2014

Øyvind Dalen

Oppdragsleder

## INNHALDSFORTEGNELSE

1	Sammendrag.....	4
2	Handel og senterstruktur i Troms .....	6
3	Nærmere om handelsanalyser .....	9
3.1	Dekningsgrad og gjennomsnittlig forbruk.....	9
3.2	Markedsområde .....	9
3.3	Varegrupper .....	10
3.4	Beregningsgrunnlag – dekningsgrader .....	11
3.5	Bransjestyring og bransjeglidning.....	13
4	Status og utviklingstrekk.....	14
4.1	Omsetning på kommunenivå.....	14
4.2	Bydelsnivå.....	37
4.3	Sysselsetting i varehandelen.....	43
4.4	Dekningsgrader .....	44
4.5	Handelslekkasje .....	53
5	Modellberegninger.....	54
5.1	ATP-handelsmodell som analyseverktøy.....	54
5.2	Beregningsgrunnlag og sentrale forutsetninger .....	55
5.3	Beregningsresultater .....	57
6	Nærmere om handelsregionene i Troms .....	59
6.1	Tromsø med handelsomland.....	60
6.2	Harstad med handelsomland.....	63
6.3	Finnsnes med handelsomland.....	65
6.4	Setermoen med handelsomland.....	67
6.5	Bardufoss med handelsomland .....	69
6.6	Sjøvegan med handelsomland .....	71
6.7	Storslett med handelsomland .....	73
6.8	Skjervøy .....	75
6.9	Beregnet potensial for nytt handelsareal i den enkelte kommune.....	76
6.10	Handel på tvers av fylkesgrensen.....	77
7	Utviklingsscenarier for handel i Tromsø og Harstad .....	78
7.1	Tromsø.....	78
7.2	Harstad .....	80
8	Oppsummering.....	82
	Vedlegg: Beskrivelse av ATP-handelsmodellen .....	85

## 1 SAMMENDRAG

Det er utarbeidet en handelsanalyse som grunnlag for revisjon av plan for handel og senterstruktur i Troms. Handelsanalysen svarer på en del sentrale problemstillinger reist i planprogrammet for revisjonsarbeidet.

Handelsanalysen er basert på omsetningsstatistikk for utvalgte varegrupper levert av SSB, samt modellsimuleringer med ATP-handel.

Detaljvarer er i denne analysen definert som all handel til privatpersoner, med unntak for drivstoff, bil, MC og båt. Innenfor denne definisjonen er det videre sett på handel med henholdsvis dagligvarer, utvalgsvare (klær, sko, sportsutstyr, mm), møbler, hvitevarer med mer (plasskrevende handel), samt byggvarer og hagesenter (plasskrevende handel iht plan og bygningsloven).

Tromsø har den største handelsomsetningen for *detaljvarer* i fylket, etterfulgt av Harstad og Lenvik. Omsetningen i Tromsø utgjør drøyt 50 % av samlet omsetning i fylket, mens befolkningsmengden til sammenlikning kun utgjør 43 %. Selv om det er variasjoner underveis har alle kommunene i fylket hatt en samlet omsetningsvekst for perioden 2004-2012 sett under ett (basert på løpende priser).

Det er salg av *dagligvarer* i alle kommunene i fylket, og det er registrert en samlet omsetningsvekst for alle kommunene hvor det foreligger omsetningsstatistikk. Med unntak av Gratangen og Lavangen er det salg av *utvalgsvare* i alle kommunene i Troms. Bardu har hatt den største omsetningsveksten i denne varegruppen, etterfulgt av Nordreisa, Tromsø, Målselv og Lenvik. For de resterende kommunene har det vært enten nullvekst eller nedgang. For *møbler, hvitevarer, fargevarer og motorutstyr* er det registrert omsetning i 14 av fylkets kommuner. Med unntak for Nordreisa har det vært en samlet omsetningsvekst i alle disse kommunene. For *byggvarer og hagesenter* er det registrert omsetning i 17 av fylkets kommuner. Det har vært en samlet omsetningsvekst i alle disse kommunene.

Det er vist en tiltagende nedgang i markedsandel for sentrum i både Tromsø og Harstad, spesielt for utvalgsvare som er typisk sentrums- og kjøpesentervare (klær, sko, m.m.). Det er også vist at dagligvarer utgjør en relativt liten andel av sentrumshandelen, med en markedsandel på 15 % i Tromsø sentrum og 9 % i Harstad sentrum.

Tromsø, Harstad, Lenvik (Finnsnes) og Nordreisa (Storslett) har alle en dekningsgrad på godt over 100 % for detaljvarer, dagligvarer og utvalgsvare. Målselv (Bardufoss) og Salangen (Sjøvegan) har en dekningsgrad på drøyt 100 % for detaljvarehandel og rundt 120 % for dagligvarer. Bardu (Setermoen) og Skjervøy har begge en dekningsgrad på rundt 80 % for detaljvarer og over 100 % for dagligvarer. I tillegg til de åtte regionsentrene har også Skånland, Balsfjord og Kvænen en dekningsgrad på rundt 120 % for dagligvarehandel, noe som indikerer relativt stor tilstrømming av handlende fra andre kommuner. Målselv, Salangen, Bardu og Skjervøy har muligens noe lav dekningsgrad for utvalgsvare til å være konkurransedyktige regionsenter.

Dekningsgrad i størrelsesorden 100 % for Troms som helhet indikerer at det i liten grad er handelslekkasje ut av fylket. Forbruk pr person samsvarer i stor grad med landsgjennomsnittet, noe som underbygger dette.

Det er beregnet potensial for utbyggingsareal for handel i den enkelte kommune, basert på befolkningsframskrivninger (MMMM-prognose fra SSB) samt generell vekst i kjøpekraft i befolkningen. Utbyggingspotensialet er størst i Tromsø, Harstad, Lenvik og Målselv. For disse kommunene vil det være utbyggingspotensial for alle varegrupper. Det vil også være et visst potensial i Nordreisa og Balsfjord, fortrinnsvis for dagligvarer.

Modellberegninger viser at minst 25 % av potensielt utbyggingsareal for handel i Tromsø må lokaliseres til sentrum dersom sentrum skal kunne opprettholde dagens markeds- og besøksandel. Tilsvarende må minst 30 % av potensielt utbyggingsareal for handel i Harstad lokaliseres til sentrum dersom sentrum skal kunne opprettholde dagens markeds- og besøksandel.

Rapporten er strukturert på følgende vis:

Kapittel 2 gir en kort presentasjon av gjeldende planer og føringer for handel og senterstruktur i Troms.

Kapittel 3 beskriver definisjoner, beregninger, forutsetninger og lignende lagt til grunn i analysearbeidet.

Kapittel 4 omhandler først omsetningsutviklingen på kommune- og regionnivå for de enkelte varegrupper fra 2004 til 2012, deretter en gjennomgang av utvikling i markedsandel for sentrum og eksterne kjøpesentre i Tromsø og Harstad, etterfulgt av en analyse av dekningsgrad på kommunenivå for de samme varegruppene.

Kapittel 5 starter med en beskrivelse av modellverktøyet ATP-handel, som er benyttet til å analysere hvordan handelsreisemønsteret i fylket er i forhold til dagens regionstruktur, eventuelle endringer som følge av større planlagte infrastrukturiltak, samt en vurdering av konsekvenser av ulike fordelingsstrategier av potensielt utbyggingsareal for handel i Tromsø og Harstad frem mot 2030. Deretter presenteres modellresultatene for hhv dagens og fremtidig handelsreisemønster (2030-situasjon).

Kapittel 6 er en diskusjon av foreliggende handelsregioner i fylket, sett i lys av modellberegninger av handelsreisemønster, vekstpotensial, med mer.

Kapittel 7 diskuterer resultatet av modellsimuleringer for ulike lokaliseringsstrategier for potensielt utbyggingsareal for handel i henholdsvis Tromsø og Harstad.

Kapittel 8 er en oppsummering med diskusjon av de viktigste funnene i analysen, samt hvordan disse svarer på problemstillingene gitt av planprogrammet.

## 2 HANDEL OG SENTERSTRUKTUR I TROMS

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 bransjegliding 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.

### Gjeldende fylkesdelplan for kjøpesentre i Troms

Gjeldende fylkesdelplan for kjøpesentre i Troms ble vedtatt i 2003. Hensikten med planen er å gi retningslinjer for lokalisering og etablering av nye kjøpesentre, og utvidelse av eksisterende sentre.

---

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

Planen tar utgangspunkt i de fem regionene og åtte regionsentra definert i fylkesplan for Troms:

Tabell 2-1: De fem regionene i Troms fylke, definert i gjeldende fylkesdelplan for kjøpesenter

Region	Kommuner
Harstad-regionen	Harstad, Kvæfjord, Skånland, Ibestad (Bjarkøy inngår i Harstad fra 2013)
Tromsø-regionen	Tromsø, Balsfjord, Karlsøy, Lyngen, Storfjord
Finnsnes-regionen	Sørreisa, Dyrøy, Tranøy, Torsken, Berg, Lenvik
Bardufoss-regionen	Gratangen, Lavangen, Salangen, Målselv
Nord-Troms-regionen	Kåfjord, Skjervøy, Nordreisa, Kvænangen

Tabell 2-2: Nivåer i senterstrukturen, definert i fylkesplan for Troms (2010-2013)

Nivå 1	Tromsø	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fylkessenter</li> <li>Landsdelssenter</li> <li>Regionsenter</li> <li>Kommunesenter</li> </ul>
Nivå 2	Harstad Finnsnes	<ul style="list-style-type: none"> <li>Regionsenter</li> <li>Kommunesenter</li> </ul>
Nivå 3	Bardufoss Setermoen Sjøvegan Storslett Skjervøy	<ul style="list-style-type: none"> <li>Regionsenter</li> <li>Kommunesenter</li> <li>Nærsenter</li> </ul>

Tabell 2-3 viser hvilket handelsomland en i henhold til fylkesdelplan for kjøpesenter skal legge til grunn ved beregning av kundegrnlag ved etablering av nye handelstilbud. I hvert av de åtte regionsentrene er det definert en sentrumssone, der det kan etableres nye kjøpesentre og eksisterende sentre kan utvides. I tillegg er det utpekt to avlastningssentra, Langnes og Tromsdalen i Tromsø.

Tabell 2-3: Regionsentra og handelsomland

Senter	Handelsomland
Tromsø	Troms, Karlsøy, Lyngen, Storfjord, Balsfjord og Kåfjord
Harstad	Harstad, Kvæfjord, Skånland, Bjarkøy, Ibestad og Gratangen
Finnsnes	Lenvik, Berg, Torsken, Tranøy, Dyrøy og Sørreisa
Setermoen	Bardu, Målselv, Salangen, Gratangen og Lavangen
Bardufoss	Målselv, Bardu, Sørreisa, Gratangen og Salangen
Sjøvegan	Salangen og Lavangen
Storslett	Nordreisa, Kåfjord, Kvænangen og Skjervøy
Skjervøy	Skjervøy





Figur 2-1: Regioner i gjeldende regional plan for kjøpesenter (kart fra planprogram for regional plan for handel og service i Troms 2014-2024)

## Revisjon av plan for handel- og senterstruktur i Troms – planprogram

Hovedhensikten med den forestående revisjonen av planen er å vurdere justeringer av sentrumsområdene definert i foregående plan, samt vurdere ev. nye sentrumsområder og avlastningssentre.

Som grunnlag for vurderingene skal det gjennomføres en regional handelsanalyse. Handelsanalysen skal i henhold til planprogrammet besvare følgende spørsmål:

- Hvilke naturlige handelsregioner og handelsomland har Troms?
- Hvordan er dagens situasjon når det gjelder handelstilbud, etterspørsel og dekningsgrad for handel i fylket og hvordan vil dette utvikle seg?
- Hvordan er dagens situasjon når det gjelder detaljhandelens dekningsgrad i kommunene og handelsregionene i fylket og hvordan vil denne utvikle seg?
- Hvilken betydning vil befolkningsutviklingen og befolkningsstrukturen i fylket få for fremtidig kjøpekraftsutvikling, handlemønstre og handelslekkasjer i fylket?
- Hvilke endringer kan en se i detaljhandelsomsetningen i fylket siden forrige plan ble vedtatt, og hvilke endringer kan en forvente fremover?

### 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 i mellom. 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 og plasskrevende varer. Dagligvarer er i hovedsak matvarer og andre husholdningsvarer. Utvalgsvarer omfatter mange ulike varer, blant annet klær, sko, husholdningsapparater og sportsutstyr. Som plasskrevende varer regnes gjerne møbler, hvitevarer, byggevarer og varer fra hagesenter, se nærmere om definisjon av plasskrevende handel i kapittel 3.5.

Omsetning i varehandelen defineres med bakgrunn i bransjekoder basert på NACE-standarden, en internasjonal standard for registrering av private og offentlige virksomheter. Bruk av NACE-standarden gjør det mulig å skille på omsetning for ulike varegrupper.

I handelsanalysen for Troms fylke er følgende varegrupper benyttet<sup>3</sup>:

#### **Detaljvarehandel**

- Summen av 47 ekskl. 47.3 (drivstoff), 47.642 (fritidsbåter), 47.8 (torg), 47.9 (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
- 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

---

<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

**Plasskrevende 2: Byggvarer/Hagesenter**

- 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

**3.4 Beregningsgrunnlag – dekningsgrader**

Ved beregning av dekningsgrader det lagt til grunn omsetningsstatistikk<sup>4</sup> for henholdsvis detaljvarer, dagligvarer, utvalgsvarer og plasskrevende varer (1 og 2) på kommunenivå for regnskapsåret 2012, for de kommunene som har nok aktører til at det kan leveres omsetningsstatistikk.

For Tromsø og Harstad er det i tillegg innhentet omsetningsstatistikk for følgende handelssoner, basert på postsoner:

**Tromsø**

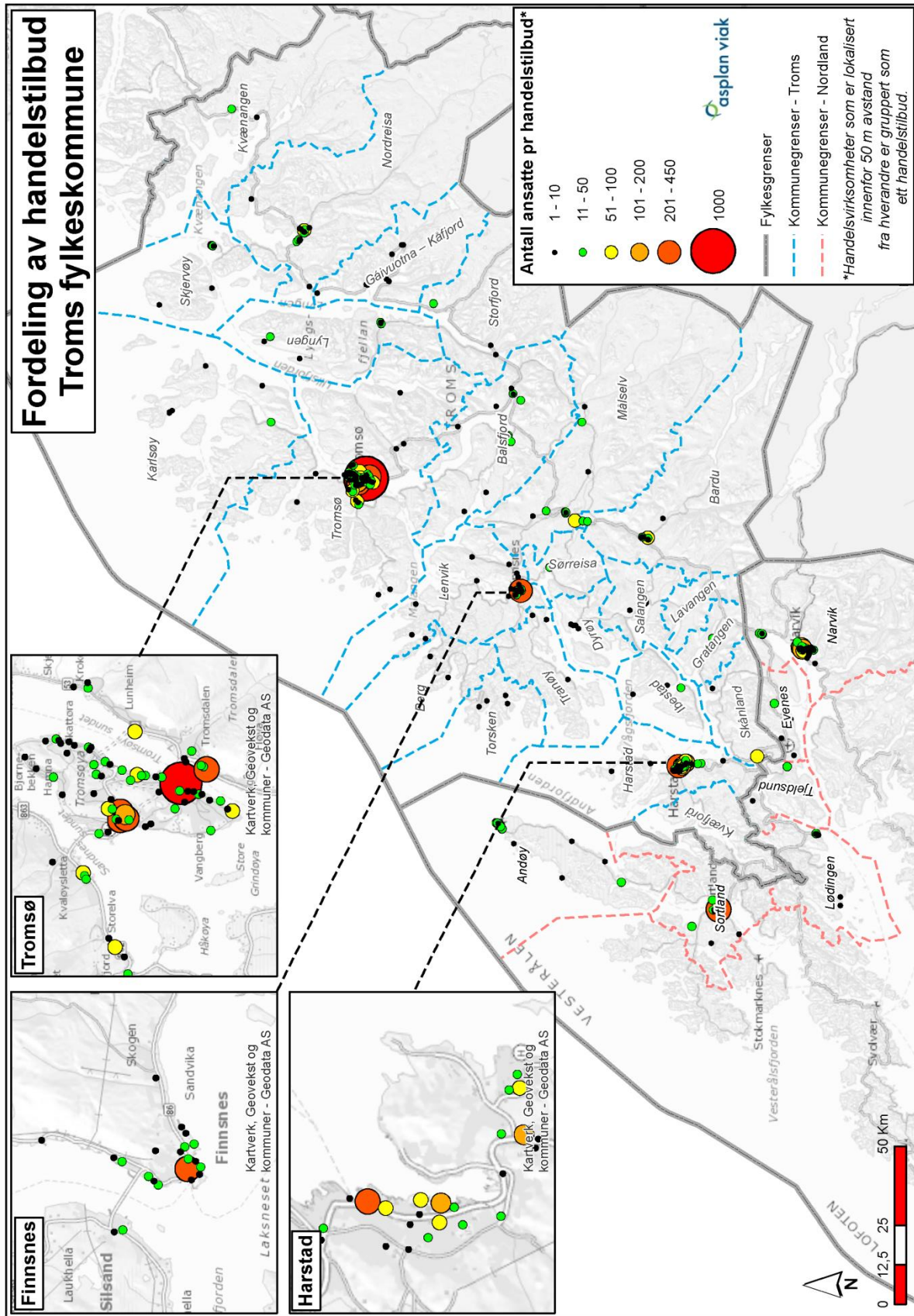
1. Sentrum: 9008
2. Langnes: 9015
3. Tromsdalen: 9020
4. Kvaløya: 9100, 9105

**Harstad**

1. Sentrum: 9405
2. Sjøkanten: 9406
3. Kanebogen: 9411

---

<sup>4</sup> Omsetningsstatistikken er levert av Statistisk Sentralbyrå, og er basert på regnskapstall innrapportert til Brønnøysund-registeret



Figur 3-1. Fordeling av detaljvarehandel i Troms fylke, samt Tromsø, Harstad og Finnsnes, basert på antall ansatte). Kilde Stedfestet bedriftsregister, SSB

### 3.5 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 både tilbyr 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 kjøpesenter i byen.



## 4 STATUS OG UTVIKLINGSTREKK

### 4.1 Omsetning på kommunenivå

#### 4.1.1 Befolkningsgrunnlag

Samlet sett vokste Troms fylke med drøyt 4 % i perioden 2004-2012<sup>5</sup>, noe som tilsvarer drøyt 6 000 personer, og en gjennomsnittlig vekst på omtrent 750 personer per år. Tromsø, Harstad, Bardu, Sørreisa, Lenvik og Nordreisa er de eneste kommunene som har hatt en reell befolkningsvekst i denne perioden, se Tabell 4-1.

Tromsø er den desidert største kommunen i Troms med 69 116 innbyggere. Tromsø vokste med 7 219 personer i perioden (12 %). Med 24 095 innbyggere er Harstad den nest største kommunen. Her vokste befolkningen med drøyt 400 personer (2 %). For mange av kommunene i fylket har det vært en befolkningsnedgang. Befolkningsnedgangen har vært størst i Ibestad, Torsken og Berg.

På regionnivå er det kun Tromsøregionen som har hatt befolkningsvekst av en viss størrelse i perioden 2004-2012. Harstadregionen er tilnærmet uforandret, mens befolkningmengden har gått noe ned både i Finnsnes, Bardufoss og Nord-Troms, se Figur 4-2.

Tabell 4-3 viser beregnet befolkningsvekst på kommunenivå basert på SSBs middelsprognose (MMMM). Prognosene viser at det er forventet vekst i 16 av de 25 kommunene i Troms.

Befolkningsvekst er en del av grunnlaget for beregning av omsetningsvekst innenfor detaljhandel.

---

<sup>5</sup> Det er sett på perioden 2004-2012, da dette samsvarer med omsetningsstatistikken

Tabell 4-1. Befolkningsutvikling i kommunene i Troms i perioden 2004-2012, kilde SSB/Statistikkbanken

Kommune	2004	2012	Endring 2004-2012	Prosentvis endring
Tromsø	61 897	69 116	7 219	12 %
Harstad	23 692	24 095	403	2 %
Kvæfjord	3 072	3 025	-47	-2 %
Skånland	3 005	2 972	-33	-1 %
Ibestad	1 696	1 410	-286	-17 %
Gratangen	1 282	1 136	-146	-11 %
Lavangen	1 063	1 016	-47	-4 %
Bardu	3 855	3 875	20	1 %
Salangen	2 265	2 214	-51	-2 %
Målselv	6 739	6 599	-140	-2 %
Sørreisa	3 326	3 381	55	2 %
Dyrøy	1 303	1 188	-115	-9 %
Tranøy	1 662	1 524	-138	-8 %
Torsken	1 087	892	-195	-18 %
Berg	1 043	887	-156	-15 %
Lenvik	11 107	11 345	238	2 %
Balsfjord	5 611	5 502	-109	-2 %
Karlsøy	2 406	2 355	-51	-2 %
Lyngen	3 167	3 028	-139	-4 %
Storfjord	1 912	1 909	-3	0 %
Kåfjord	2 332	2 210	-122	-5 %
Skjervøy	3 002	2 880	-122	-4 %
Nordreisa	4 710	4 807	97	2 %
Kvænangen	1 394	1 284	-110	-8 %
<i>Troms fylke</i>	<i>152 628</i>	<i>158 650</i>	<i>6 022</i>	<i>4 %</i>

Tabell 4-2. Befolkningsutvikling i regionene i Troms i perioden 2004-2012, kilde SSB/Statistikkbanken

Region	2004	2008	2012	Endring 2004-2012	Prosentvis endring
Harstad	31 465	31 026	31 502	37	0,1 %
Tromsø	74 993	78 320	81 910	6 917	9,2 %
Finnsnes	19 528	19 157	19 217	-311	-1,6 %
Bardufoss	15 204	14 944	14 840	-364	-2,4 %
Nord-Troms	11 438	11 195	11 181	-257	-2,2 %
Sum	152 628	154 642	158 650	6 022	3,9 %



Tabell 4-3. Befolkningsframskriving for kommunene i Troms (kilde SSB, MMMM-prognose 2013).

Kommune	2012	2030	Endring 2012-2030	Prosentvis endring
Tromsø	69 116	78 340	9 224	13 %
Harstad	24 095	26 700	2 605	11 %
Kvæfjord	3 025	3 296	271	9 %
Skånland	2 972	3 261	289	10 %
Ibestad	1 410	1 071	-339	-24 %
Gratangen	1 136	959	-177	-16 %
Lavangen	1 016	1 060	44	4 %
Bardu	3 875	4 019	144	4 %
Salangen	2 214	2 449	235	11 %
Målselv	6 599	7 404	805	12 %
Sørreisa	3 381	3 849	468	14 %
Dyrøy	1 188	984	-204	-17 %
Tranøy	1 524	1 423	-101	-7 %
Torsken	892	727	-165	-18 %
Berg	887	783	-104	-12 %
Lenvik	11 345	12 883	1 538	14 %
Balsfjord	5 502	5 807	305	6 %
Karlsøy	2 355	2 308	-47	-2 %
Lyngen	3 028	2 812	-216	-7 %
Storfjord	1 909	2 018	109	6 %
Kåfjord	2 210	2 307	97	4 %
Skjervøy	2 880	2 981	101	4 %
Nordreisa	4 807	5 441	634	13 %
Kvænangen	1 284	1 195	-89	-7 %
Troms fylke	158 650	174 077	15 427	10 %

### 4.1.2 Detaljvarer

Tromsø har den største handelsomsetningen i fylket, etterfulgt av Harstad og Lenvik. Tabell 4-4 viser at omsetningen i Tromsø utgjør drøyt 50 % av samlet omsetning i fylket.

Befolkningsmengden utgjør til sammenlikning 43 % av befolkningen i fylket.

Selv om det er variasjoner underveis i perioden har alle kommunene i fylket hatt en omsetningsvekst i perioden 2004-2012 sett under ett (basert på løpende priser), se Tabell 4-5 og Figur 4-1.

Figur 4-1 viser at Salangen, Tromsø og Lenvik har hatt den prosentvise største omsetningsveksten i perioden sett under ett. Samlet utgjør veksten i perioden 45-46 % i disse kommunene. Harstad ligger på 29 %. Ibestad, Gratangen, Dyrøy, Torsken, Storfjord og Kåfjord har hatt den laveste veksten. Ibestad, Gratangen, Dyrøy og Torsken er også de kommunene som har hatt den prosentvise største nedgangen i folketall i samme tidsrom (se Tabell 4-1). Omsetningen for detaljvarer i Troms fylke sett under ett økte med 38 % i perioden 2004-2012.

Gjennomsnittlig årlig omsetningsvekst varierer fra 0,6 % for Dyrøy til 5 % for Lenvik. Tromsø ligger på 4,8 % og Harstad på 3,3 %. For Troms fylke sett under ett ligger gjennomsnittlig årlig vekst på 4,1 %, se Tabell 4-6 og Figur 4-2.

Mange norske bykommuner har hatt en reell nedgang i omsetning i årene 2008-2009 som følge av den internasjonale finanskrisen i denne perioden. Det er ikke registrert tilsvarende nedgang i de største handelskommunene (Tromsø, Harstad og Lenvik) i Troms i disse årene, selv om den omsetningsveksten er noe lavere enn årene før og etter, se Tabell 4-5.

Samlet reallønnsvekst for perioden ligger på 20 - 30 %, avhengig av bransje<sup>6</sup>, mens konsumprisindeksen ligger på drøyt 15 %. 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. I perioden 2004-2012 har kommunene Ibestad, Gratangen, Dyrøy, Torsken, Storfjord og Kåfjord alle hatt en samlet vekst på mindre enn 15 %, noe som kan indikere en reell nedgang i omsetning.

På regionnivå har det vært størst omsetningsøkning i Tromsøregionen og Finnsnesregionen. I Tromsøregionen har det vært en relativt stabil økning fra år til år. I de andre regionene har omsetningsveksten vært størst i første del av perioden (til og med 2009).

Omsetning pr bosatt for Troms fylke ligger på kr 76 500, som er noe høyere enn landsgjennomsnittet på kr 73 600. Det er store variasjoner mellom kommunene, se Tabell 4-7 og Figur 4-3. Lenvik ligger høyest med drøyt kr 100 000, mens Gratangen og Tranøy ligger lavest med kr 16-18 000. Høy omsetning pr bosatt indikerer et handelsoverskudd og at kommunen tiltrekker seg handlende fra andre kommuner, mens lave verdier indikerer handelslekkasje ut av kommunen. Det vil også være variasjoner i forbruk avhengig av blant annet gjennomsnittlig lønnsinntekt i kommunen og det generelle handelstilbudet i regionen.

---

<sup>6</sup> Kilde Lønnsindeks, Statistikkbanken/SSB

Tabell 4-4. Omsetningsutvikling i detaljvarehandel for årene 2004-2012. Alle tall i 1000 NOK, og løpende priser.  
Kilde SSB, bearbejdet av Asplan Viak.

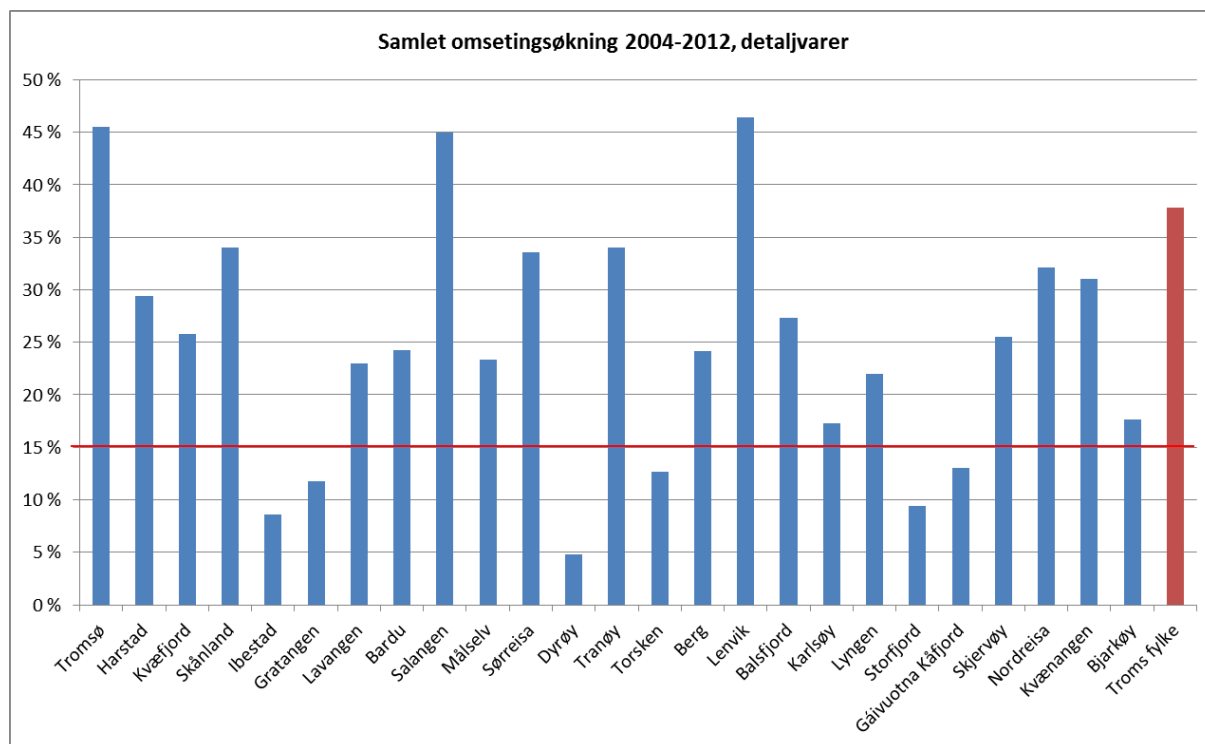
Kommune	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Tromsø	4 229 150	4 457 228	4 622 728	4 902 309	5 155 628	5 293 412	5 511 973	5 798 455	6 154 541
Harstad	1 695 464	1 744 483	1 808 551	1 865 601	1 941 475	2 024 499	2 101 450	2 154 588	2 194 490
Kvæfjord	58 776	57 715	54 876	57 900	58 325	62 073	60 273	59 198	73 958
Skånland	117 572	117 791	122 988	127 986	136 739	137 761	140 624	149 877	157 625
Ibestad	46 068	45 610	47 936	48 742	48 408	49 430	50 298	50 010	50 015
Gratangen	18 843	18 151	19 079	19 040	19 505	20 080	21 251	20 494	21 063
Lavangen	29 045	28 453	28 355	41 384	46 015	44 974	46 656	35 377	35 715
Bardu	194 527	199 283	218 341	222 568	234 280	240 709	231 271	260 839	241 787
Salangen	105 017	112 749	118 802	125 186	129 315	142 184	144 352	150 666	152 199
Målselv	382 123	380 417	412 364	445 884	446 474	438 170	461 575	462 026	471 492
Sørreisa	68 608	66 582	66 807	70 405	71 039	72 634	77 536	83 968	91 635
Dyrøy	28 539	28 362	28 309	29 313	29 824	30 409	30 659	29 743	29 896
Tranøy	18 530	18 175	18 058	18 766	20 175	23 047	23 284	23 284	24 839
Torsken	24 638	23 196	23 437	23 880	24 825	25 231	26 925	26 790	27 749
Berg	22 793	23 546	23 735	25 753	25 753	27 129	26 891	27 521	28 294
Lenvik	776 674	841 720	921 422	1 018 606	1 071 486	1 086 592	1 094 261	1 110 714	1 137 415
Balsfjord	247 541	242 113	257 787	274 127	299 019	308 497	328 320	315 285	315 119
Karlsøy	77 055	79 339	82 998	84 563	81 081	83 256	90 304	92 705	90 385
Lyngen	102 673	113 985	115 103	125 742	135 045	145 421	158 171	126 607	125 207
Storfjord	35 599	36 339	36 015	36 810	38 757	42 156	41 654	38 790	38 945
Kåfjord	65 351	63 639	60 552	63 869	70 759	77 733	71 471	70 135	73 875
Skjervøy	133 647	127 319	125 199	152 280	160 290	170 511	168 086	169 443	167 706
Nordreisa	296 593	318 831	324 311	344 504	358 614	375 161	381 490	388 205	391 802
Kvænangen	45 641	48 588	49 101	50 505	55 027	57 072	58 962	59 616	59 808
Bjarkøy	8 767	8 590	9 022	9 546	9 794	9 000	7 961	9 127	10 312
Troms fylke	8 829 236	9 202 518	9 596 189	10 185 269	10 667 652	10 987 141	11 355 698	11 713 463	12 165 872

Tabell 4-5. Prosentvis årlig endring på kommunenivå for omsetning av detaljvarer for årene 2004-2012.

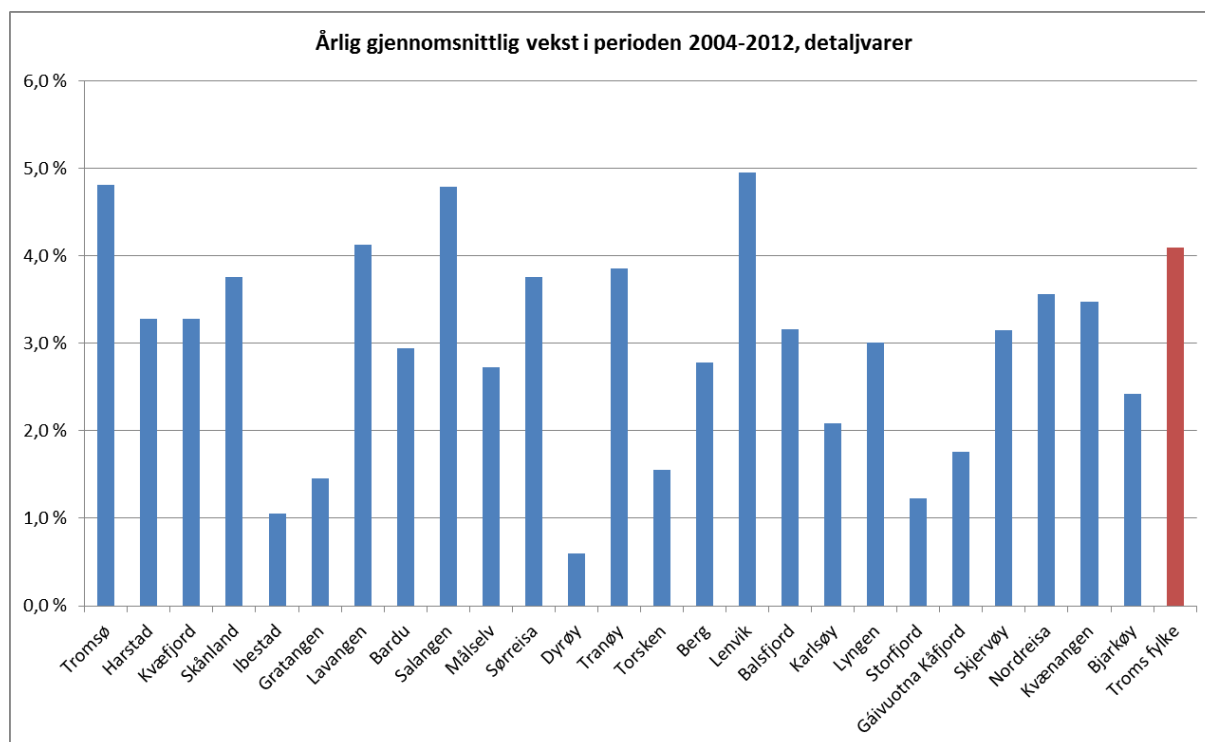
Kommune	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2004-2012	Gjennomsnitt
Tromsø	5%	4%	6%	5%	3%	4%	5%	6%	46%	4,8%
Harstad	3%	4%	3%	4%	4%	4%	3%	2%	29%	3,3%
Kvæfjord	-2%	-5%	6%	1%	6%	-3%	-2%	25%	26%	3,3%
Skånland	0%	4%	4%	7%	1%	2%	7%	5%	34%	3,8%
Ibestad	-1%	5%	2%	-1%	2%	2%	-1%	0%	9%	1,1%
Gratangen	-4%	5%	0%	2%	3%	6%	-4%	3%	12%	1,5%
Lavangen	-2%	0%	46%	11%	-2%	4%	-24%	1%	23%	4,1%
Bardu	2%	10%	2%	5%	3%	-4%	13%	-7%	24%	2,9%
Salangen	7%	5%	5%	3%	10%	2%	4%	1%	45%	4,8%
Målselv	0%	8%	8%	0%	-2%	5%	0%	2%	23%	2,7%
Sørreisa	-3%	0%	5%	1%	2%	7%	8%	9%	34%	3,8%
Dyrøy	-1%	0%	4%	2%	2%	1%	-3%	1%	5%	0,6%
Tranøy	-2%	-1%	4%	8%	14%	1%	0%	7%	34%	3,9%
Torsken	-6%	1%	2%	4%	2%	7%	-1%	4%	13%	1,6%
Berg	3%	1%	9%	0%	5%	-1%	2%	3%	24%	2,8%
Lenvik	8%	9%	11%	5%	1%	1%	2%	2%	46%	5,0%
Balsfjord	-2%	6%	6%	9%	3%	6%	-4%	0%	27%	3,2%
Karlsøy	3%	5%	2%	-4%	3%	8%	3%	-3%	17%	2,1%
Lyngen	11%	1%	9%	7%	8%	9%	-20%	-1%	22%	3,0%
Storfjord	2%	-1%	2%	5%	9%	-1%	-7%	0%	9%	1,2%
Gáivuotna Kåfjord	-3%	-5%	5%	11%	10%	-8%	-2%	5%	13%	1,8%
Skjervøy	-5%	-2%	22%	5%	6%	-1%	1%	-1%	25%	3,2%
Nordreisa	7%	2%	6%	4%	5%	2%	2%	1%	32%	3,6%
Kvænangen	6%	1%	3%	9%	4%	3%	1%	0%	31%	3,5%
Bjarkøy	-2%	5%	6%	3%	-8%	-12%	15%	13%	18%	2,4%
Troms fylke	4%	4%	6%	5%	3%	3%	3%	4%	38%	4,1%

Tabell 4-6. Prosentvis årlig endring på regionnivå for omsetning av detaljvarer for årene 2004-2012.

Region	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2004-2012	Gjennomsnitt
Harstad	2,5%	3,5%	3,2%	4,0%	4,0%	3,4%	2,6%	2,6%	29%	3,2%
Tromsø	5,1%	3,8%	6,0%	5,3%	2,9%	4,4%	3,9%	5,5%	43%	4,6%
Finnsnes	6,6%	8,0%	9,7%	4,8%	1,8%	1,1%	1,8%	2,9%	43%	4,6%
Bardufoss	1,3%	7,8%	7,2%	2,5%	1,2%	2,1%	2,7%	-0,8%	26%	3,0%
Nord-Troms	3,2%	0,1%	9,3%	5,5%	5,6%	-0,1%	1,1%	0,8%	28%	3,2%



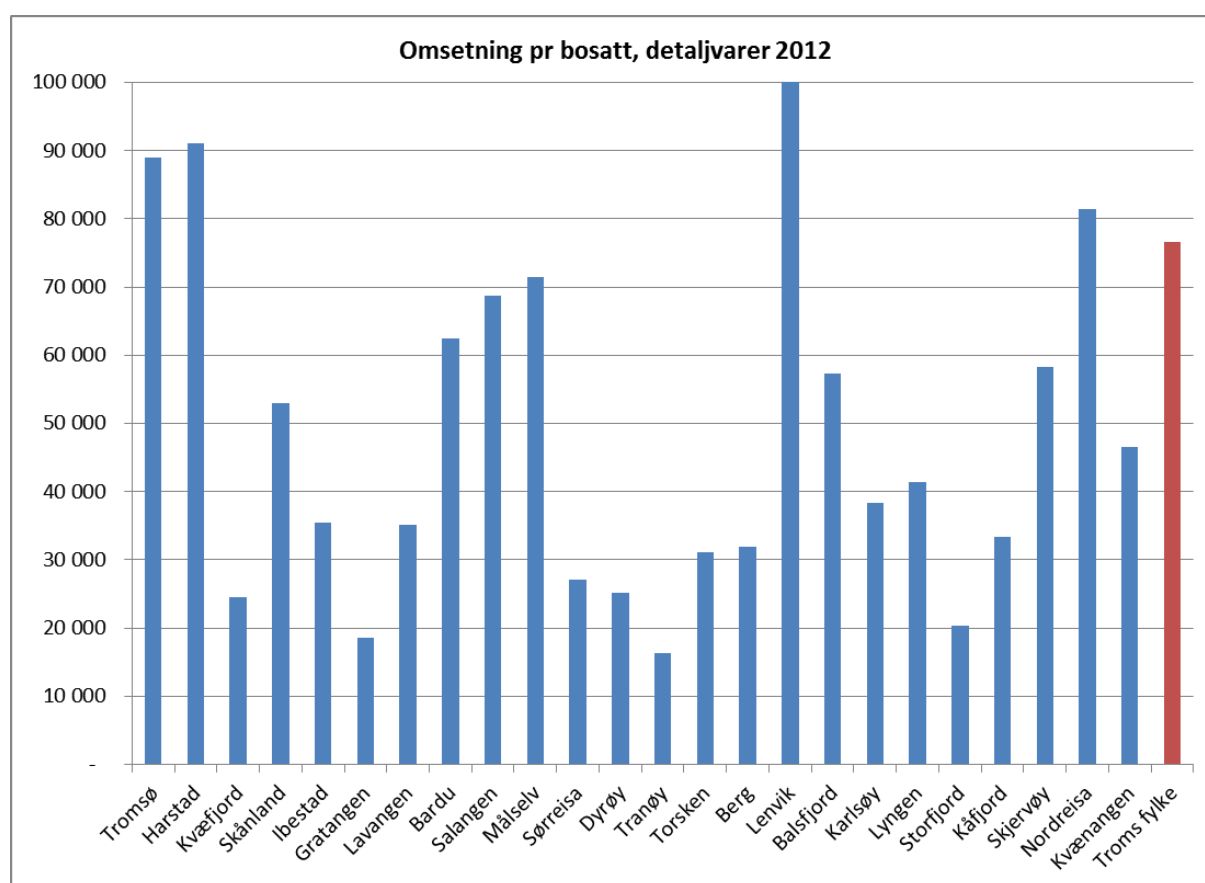
Figur 4-1. Samlet omsetningsøkning for detaljvarehandel i perioden 2004-2012. Konsumprisindeksen på 15 % er vist i rødt. Gjennomsnittet for Troms ligger på 38 %.



Figur 4-2. Gjennomsnittlig årlig omsetningsvekst for detaljvarehandel i perioden 2004-2012. Årlig gjennomsnittlig vekst for Troms sett under ett ligger på 4,1 %.

Tabell 4-7. Omsetning av detaljvarer pr bosatt i den enkelte kommune i Troms

Kommune	Bosatt 2012	Omsetning pr innbygger
Tromsø	69 116	89 047
Harstad	24 095	91 077
Kvæfjord	3 025	24 449
Skånland	2 972	53 037
Ibestad	1 410	35 472
Gratangen	1 136	18 541
Lavangen	1 016	35 153
Bardu	3 875	62 397
Salangen	2 214	68 744
Målselv	6 599	71 449
Sørreisa	3 381	27 103
Dyrøy	1 188	25 165
Tranøy	1 524	16 299
Torsken	892	31 109
Berg	887	31 899
Lenvik	11 345	100 257
Balsfjord	5 502	57 274
Karlsøy	2 355	38 380
Lyngen	3 028	41 350
Storfjord	1 909	20 401
Kåfjord	2 210	33 428
Skjervøy	2 880	58 231
Nordreisa	4 807	81 507
Kvænangen	1 284	46 579
Troms fylke	158 650	76 684



Figur 4-3. Omsetning pr bosatt for detaljvarer, 2012

### 4.1.3 Dagligvarer

Med en samlet vekst på 62 % har Lenvik hatt den største prosentvise omsetningsveksten for dagligvarer. Gjennomsnittet for fylket ligger på 29 %. I Tromsø har omsetningen av dagligvare vokst med 39 %, mens Harstad ligger på gjennomsnittet for fylket, se Tabell 4-8 og Tabell 4-9, samt Figur 4-4 og Figur 4-5.

Ibestad, Bardu, Torsken og Storfjord har hatt den laveste veksten.

Gratangen, Lavangen, Dyrøy, Tranøy og Bjarkøy har for få butikker til det kan fremstilles omsetningsdata fordelt på varegrupper (må være minst tre butikker i kommunen).

Gjennomsnittlig årlig vekst for Troms sett under ett ligger på 3 %. Lenvik har hatt den største årlige gjennomsnittlige veksten med 6,5 %. Hovedtyngden av veksten i Lenvik kom i årene 2004-2007. Etter 2009 har veksten vært relativt beskjeden.

Tromsø hadde en nedgang på 2 % fra 2005-2006, men har ellers hatt en stabil vekst på 4-6 % per år. Harstad hadde en nedgang fra 2005-2006 på 7 %. Fra 2008 har den årlige omsetningsveksten gradvis gått nedover, fra 8 % ned mot 2-3 %.

På regionnivå er det Finnsnes som har hatt den største samlede veksten med 46 %, etterfulgt av Tromsø med 38 %, se Tabell 4-10. For Finnsnes er det store årlige variasjoner, fra nesten 20 % økning fra 2006 til 2007 til en nedgang på 1,7 % fra 2010 til 2011. Både Harstad, Tromsø og Nord-Troms hadde en nedgang fra 2005 til 2006. Med unntak av 2005-2006 har Troms hatt den mest stabile veksten fra år til år.

Omsetningen av dagligvarer pr bosatt er jevnere fordelt enn for detaljvarehandel, med noen få unntak: Dyrøy, Kåfjord og Storfjord, se Tabell 4-11 og Figur 4-6.

Tabell 4-8. Omsetningsutvikling for dagligvarehandel for årene 2004-2012. Alle tall i 1000 NOK, og løpende priser. Kilde SSB, bearbeiding Asplan Viak. Øvrige kommuner er summen av kommuner med manglende data.

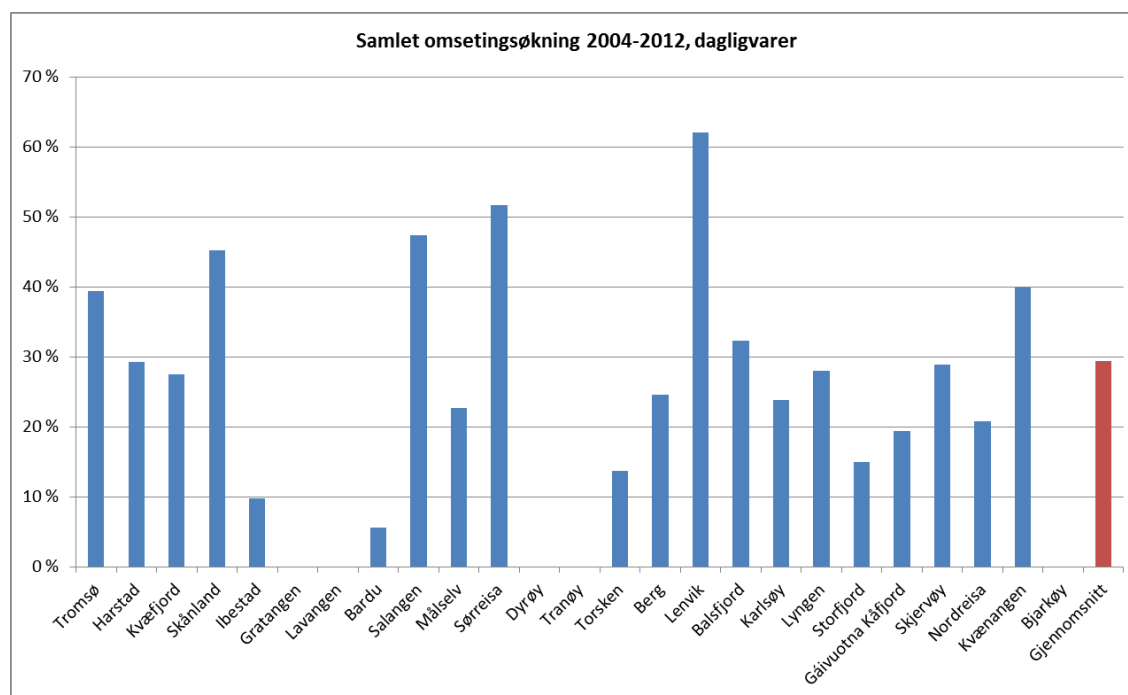
Kommune	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Tromsø	1 822 514	1 941 739	1 893 260	1 998 200	2 116 212	2 207 431	2 291 256	2 432 054	2 540 114
Harstad	631 127	665 575	620 658	649 855	690 522	745 844	767 028	799 022	815 472
Kvæfjord	55 671	54 278	52 050	54 073	54 393	57 598	55 239	53 455	71 003
Skånland	78 060	77 170	78 310	83 196	93 291	98 056	100 944	109 614	113 380
Ibestad	34 107	33 510	33 612	33 872	34 223	35 195	36 227	37 118	37 422
Gratangen	18 843	18 151	19 079	Mangler data	Mangler data	Mangler data	Mangler data	Mangler data	Mangler data
Lavangen	17 333	17 923	18 672	Mangler data	Mangler data	Mangler data	Mangler data	Mangler data	Mangler data
Bardu	135 448	140 835	146 053	153 516	145 787	152 271	150 372	148 153	142 960
Salangen	57 570	57 482	60 573	62 398	72 502	80 215	82 455	84 877	84 840
Målselv	199 364	196 658	202 620	214 379	220 360	222 072	239 218	239 058	244 561
Sørreisa	56 749	56 883	58 206	60 770	63 508	65 334	71 326	77 502	86 092
Dyrøy	23 644	23 665	23 827	24 125	Mangler data	26 127	25 972	25 541	24 951
Tranøy	18 381	17 934	17 857	18 710	20 175	23 047	23 284	Mangler data	Mangler data
Torsken	23 962	23 066	22 859	23 302	24 255	24 673	26 403	26 278	27 236
Berg	22 681	23 505	23 735	25 720	25 651	27 099	26 839	27 497	28 270
Lenvik	276 168	276 149	302 516	385 081	407 228	431 189	438 354	444 665	447 747
Balsfjord	163 192	169 204	175 013	181 757	196 731	212 343	214 880	217 712	215 991
Karlsøy	60 302	59 113	60 522	61 088	60 867	63 586	67 744	73 765	74 687
Lyngen	75 818	81 539	82 696	86 436	93 454	98 606	98 506	94 405	97 031
Storfjord	33 662	34 008	33 840	35 884	37 480	40 261	40 289	38 373	38 681
Gáivuotna Kåfjord	52 540	54 593	54 717	55 469	59 534	63 191	58 693	59 747	62 744
Skjervøy	75 981	79 316	76 906	82 638	87 548	94 560	92 351	96 724	97 973
Nordreisa	143 491	143 077	142 526	146 673	153 797	160 834	165 102	169 095	173 255
Kvænangen	34 009	36 503	36 160	37 261	39 834	44 068	46 431	45 946	47 581
Bjarkøy	8 767	8 908	9 344	9 546	9 794	9 000	7 961	9 127	10 312
Øvrige kommuner	-	-	-	36 488	64 797	40 473	42 088	65 924	66 034
Troms fylke	4 119 390	4 290 784	4 245 611	4 520 437	4 771 943	5 023 073	5 168 962	5 375 652	5 548 337

Tabell 4-9. Prosentvis årlig endring for omsetning av dagligvarer for årene 2004-2012.

Kommune	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2004-2012	Gjennomsnitt
Tromsø	7%	-2%	6%	6%	4%	4%	6%	4%	39%	4,3%
Harstad	5%	-7%	5%	6%	8%	3%	4%	2%	29%	3,3%
Kvæfjord	-3%	-4%	4%	1%	6%	-4%	-3%	33%	28%	3,7%
Skånland	-1%	1%	6%	12%	5%	3%	9%	3%	45%	4,8%
Ibestad	-2%	0%	1%	1%	3%	3%	2%	1%	10%	1,2%
Gratangen	-4%	5%	Mangler data	Mangler data	Mangler data	Mangler data	Mangler data	Mangler data	Mangler data	Mangler data
Lavangen	3%	4%	Mangler data	Mangler data	Mangler data	Mangler data	Mangler data	Mangler data	Mangler data	Mangler data
Bardu	4%	4%	5%	-5%	4%	-1%	-1%	-4%	6%	0,7%
Salangen	0%	5%	3%	16%	11%	3%	3%	0%	47%	5,1%
Målselv	-1%	3%	6%	3%	1%	8%	0%	2%	23%	2,6%
Sørreisa	0%	2%	4%	5%	3%	9%	9%	11%	52%	5,4%
Dyrøy	0%	1%	1%	Mangler data	Mangler data	-1%	-2%	-2%	Mangler data	Mangler data
Tranøy	-2%	0%	5%	8%	14%	1%	Mangler data	Mangler data	Mangler data	Mangler data
Torsken	-4%	-1%	2%	4%	2%	7%	0%	4%	14%	1,7%
Berg	4%	1%	8%	0%	6%	-1%	2%	3%	25%	2,8%
Lenvik	0%	10%	27%	6%	6%	2%	1%	1%	62%	6,5%
Balsfjord	4%	3%	4%	8%	8%	1%	1%	-1%	32%	3,6%
Karlsøy	-2%	2%	1%	0%	4%	7%	9%	1%	24%	2,8%
Lyngen	8%	1%	5%	8%	6%	0%	-4%	3%	28%	3,2%
Storfjord	1%	0%	6%	4%	7%	0%	-5%	1%	15%	1,8%
Gáivuotna Kåfjord	4%	0%	1%	7%	6%	-7%	2%	5%	19%	2,3%
Skjervøy	4%	-3%	7%	6%	8%	-2%	5%	1%	29%	3,3%
Nordreisa	0%	0%	3%	5%	5%	3%	2%	2%	21%	2,4%
Kvænangen	7%	-1%	3%	7%	11%	5%	-1%	4%	40%	4,4%
Bjarkøy	2%	5%	2%	3%	-8%	-12%	15%	13%	18%	2,4%
Troms fylke	4%	-1%	6%	6%	5%	3%	4%	3%	35%	3,8%

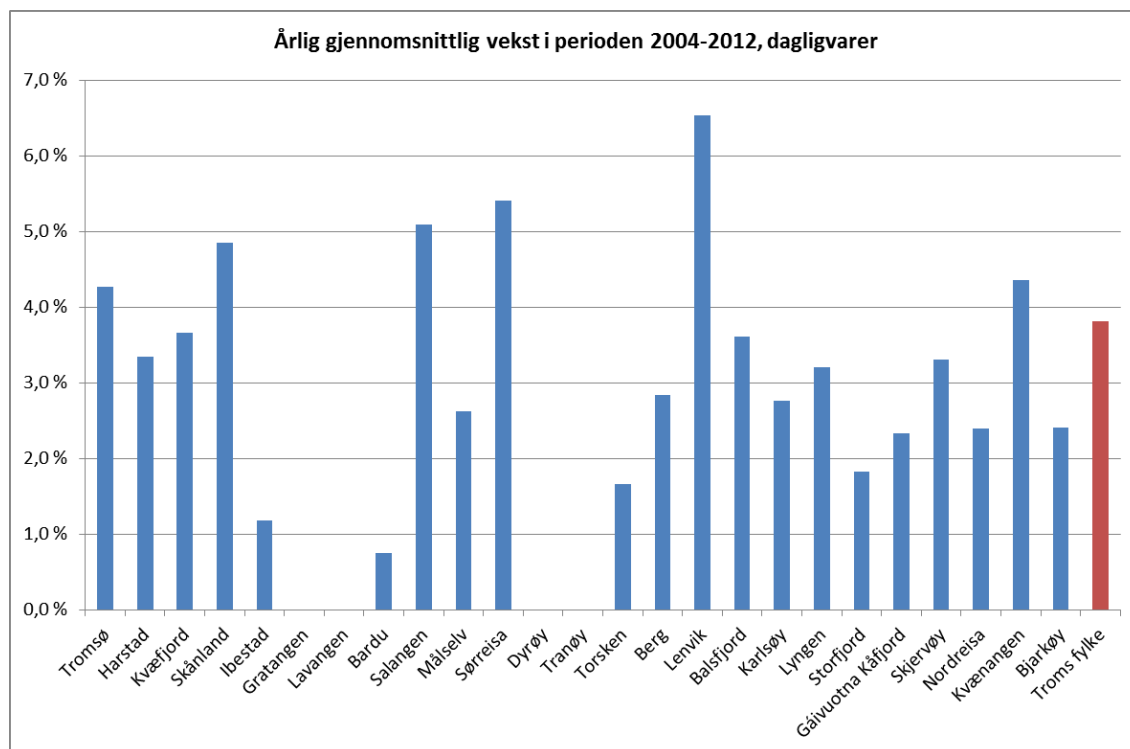
Tabell 4-10. Prosentvis årlig endring på regionnivå for omsetning av dagligvarer for årene 2004-2012.

Region	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2004-2012	Gjennomsnitt
Harstad	2,8%	-5,5%	5,9%	6,2%	7,2%	2,3%	4,2%	3,9%	30%	3,4%
Tromsø	6,0%	-1,8%	5,3%	6,0%	4,7%	3,4%	5,3%	3,9%	38%	4,1%
Finnsnes	-0,1%	6,6%	19,8%	0,6%	10,5%	2,5%	-1,7%	2,1%	46%	5,0%
Bardufoss	0,6%	3,7%	-3,7%	1,9%	3,6%	3,8%	0,0%	0,1%	10%	1,3%
Nord-Troms	2,4%	-1,0%	3,8%	5,8%	6,4%	0,0%	2,5%	2,7%	25%	2,8%



Figur 4-4. Samlet omsetningsøkning for dagligvarehandel i perioden 2004-2012. Gratangen, Lavangen, Dyrøy, Tranøy og Bjarkøy har for få butikker til det kan presenteres omsetningsdata fordelt på varegrupper (må være minst tre butikker i kommunen). Gjennomsnittet for Troms ligger på 29 %.

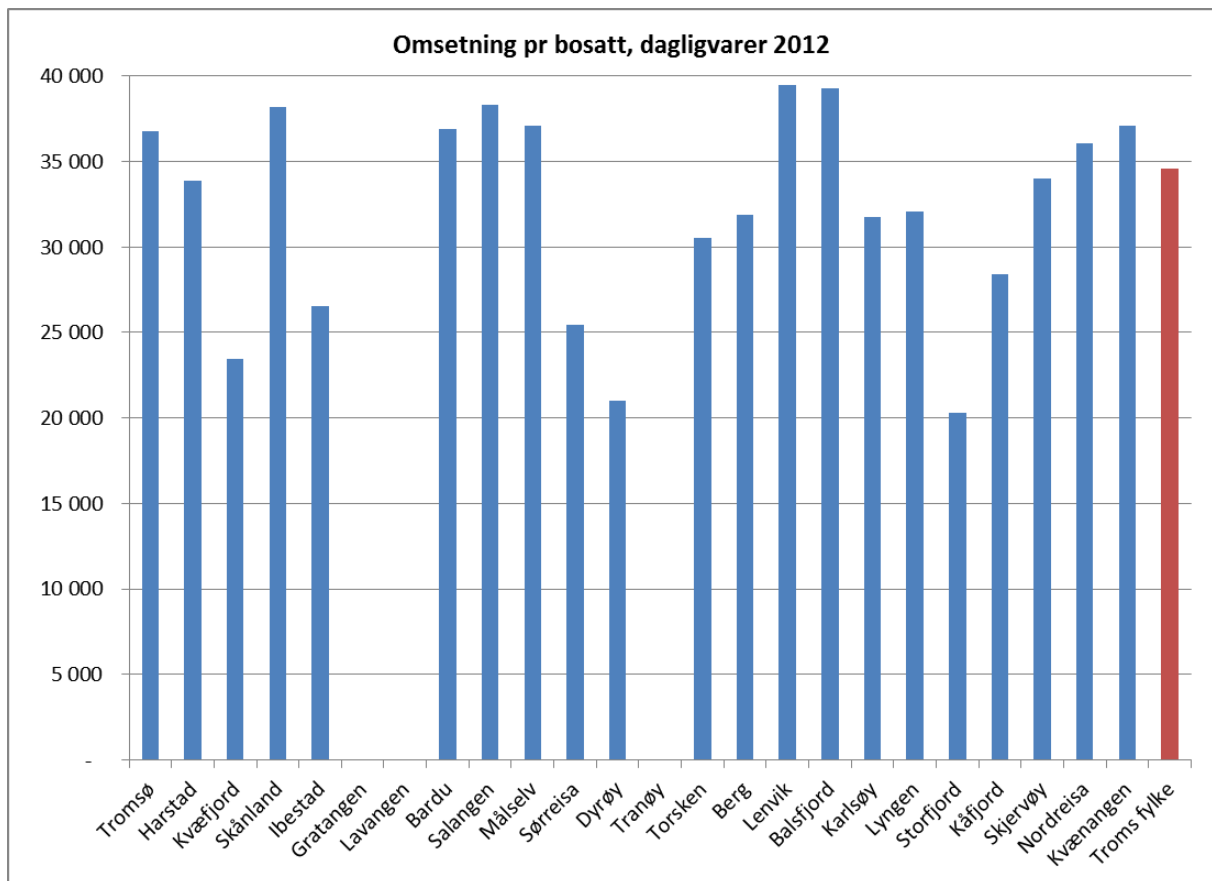




Figur 4-5. Gjennomsnittlig årlig omsetningsvekst for dagligvarehandel i perioden 2004-2012. Gjennomsnitt for fylket som helhet ligger på 3,8 % gjennomsnittlig årlig vekst. Gratangen, Lavangen, Dyrøy, Tranøy og Bjarkøy har få butikker til det kan presenteres omsetningsdata fordelt på varegrupper (må være minst tre butikker i kommunen)

Tabell 4-11. Omsetning dagligvarer pr bosatt i den enkelte kommune i Troms

Kommune	Bosatt 2012	Omsetning pr innbygger
Tromsø	69 116	36 751
Harstad	24 095	33 844
Kvæfjord	3 025	23 472
Skånland	2 972	38 149
Ibestad	1 410	26 540
Gratangen	1 136	-
Lavangen	1 016	-
Bardu	3 875	36 893
Salangen	2 214	38 320
Målselv	6 599	37 060
Sørreisa	3 381	25 463
Dyrøy	1 188	21 003
Tranøy	1 524	-
Torsken	892	30 534
Berg	887	31 871
Lenvik	11 345	39 466
Balsfjord	5 502	39 257
Karlsøy	2 355	31 714
Lyngen	3 028	32 045
Storfjord	1 909	20 262
Kåfjord	2 210	28 391
Skjervøy	2 880	34 018
Nordreisa	4 807	36 042
Kvænangen	1 284	37 057
Troms fylke	158 650	34 569



Figur 4-6. Omsetning pr bosatt for dagligvarer, 2012

#### 4.1.4 Utvalgsvarer

Med unntak av Gratangen og Lavangen er det salg av utvalgsvarer i alle kommunene i Troms. Kommunene Kvæfjord, Ibestad, Dyrøy, Tranøy, Torsken, Berg, Karlsøy, Storfjord, Kåfjord og Kvæningen har for få butikker til at SSB kan levere omsetningsstatistikk («Øvrige kommuner» i tabellene).

Med en samlet vekst på hhv. 61 og 65 % er det Sørreisa og Bardu som har hatt den største prosentvise omsetningsveksten for utvalgsvarer. Gjennomsnittet for fylket ligger på 29 %. I Tromsø har omsetningen av utvalgsvarer vokst med 36 %, i Harstad med 17 %, se Tabell 4-12 og Tabell 4-13, samt Figur 4-7 og Figur 4-8.

Sørreisa og Lyngen har hatt en nedgang i omsetningen av utvalgsvarer på hhv. 41 og 46 %.

For «Øvrige kommuner» har det vært tilnærmet kontinuerlig nedgang.

Gjennomsnittlig årlig vekst for Troms fylke sett under ett ligger på 3 %. Bardu har hatt den største årlige gjennomsnittlige veksten med 10 %. Hovedtyngden av veksten i Bardu kom i årene 2006-2008. Deretter har veksten vært på fylkesgjennomsnittet, men med en liten nedgang fra 2011 til 2012.

Tromsø hadde en nedgang på 1 % fra 2007 til 2008 og kun 1 % vekst fra 2010 til 2011, men har ellers hatt en stabil årlig vekst på 5-7 %. Årlig gjennomsnittlig vekst for Tromsø i perioden 2004-2012 lå på 4 %. Harstad hadde en nedgang på 13 % fra 2007 til 2008. Fra 2008 har den årlige omsetningsveksten vært på drøyt 3 %. Årlig gjennomsnittlig vekst for Harstad for perioden 2004-2012 ligger på 2 %. Årlig gjennomsnittlig vekst for Lenvik for perioden 2004-2012 lå på 3 %, men omsetningen i kommunen har nesten ikke økt siden 2006. Den årlige utviklingen i Lenvik har vært på -1 til 1 % etter 2006.

På regionnivå er det Tromsø og Nord-Troms som har hatt den største samlede veksten med 35-36 %, etterfulgt av Bardufoss med 31 %, se Tabell 4-14. Etter 2008 er det kun i Tromsøregionen og Harstadregionen det har vært en årlig vekst av noen betydning. For de andre regionene har den årlige veksten enten vært negativ eller vært på drøyt 1 %. For Nord-Troms var det en betydelig årlig omsetningsvekst i perioden 2004-2008, deretter en gradvis nedgang i omsetningen.

Det er store variasjoner mellom kommunene målt i omsetning av utvalgsvarer pr bosatt, fra over 30 000 i Tromsø, Harstad og Lenvik, til under 10 000 i Skånland, Sørreisa, Balsfjord og Lyngen, se Tabell 4-15 og Figur 4-9.

Tabell 4-12. Omsetningsutvikling for utvalgsvarer i årene 2004-2012. Alle tall i 1000 NOK, og løpende priser. Kilde SSB, bearbejdet av Asplan Viak. Øvrige kommuner er Kvæfjord, lbestad, Dyrøy, Tranøy, Torsken, Berg, Karlsøy, Storfjord, Kåfjord og Kvænangen. Det er ikke handel med utvalgsvarer i Gratangen og Lavangen.

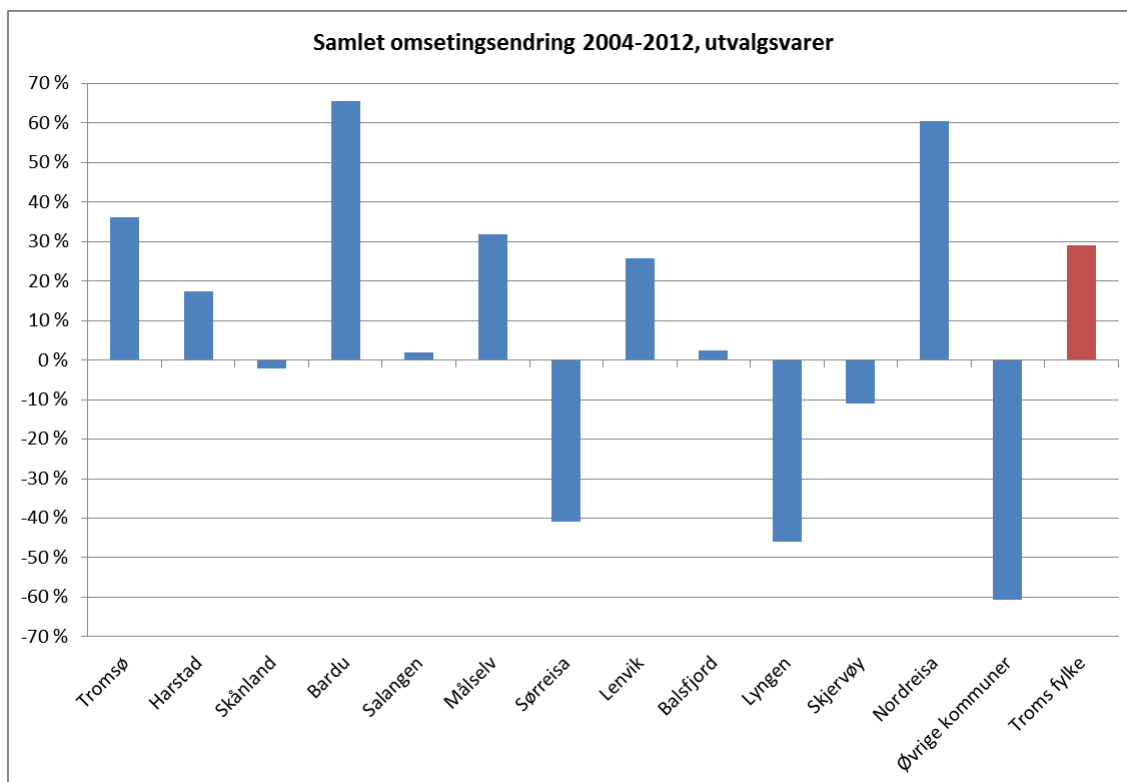
Kommune	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Tromsø	1 751 570	1 798 139	1 921 518	2 056 536	2 029 503	2 137 446	2 240 017	2 265 948	2 384 275
Harstad	645 031	652 955	744 171	761 886	659 168	691 399	712 920	734 051	756 575
Skånland	27 193	26 066	28 479	29 425	24 382	23 717	22 852	22 388	26 633
Bardu	26 244	19 291	19 821	22 088	40 824	41 650	42 888	44 017	43 420
Salangen	35 588	42 040	38 621	39 565	34 576	37 261	37 779	36 664	36 248
Målselv	112 612	114 811	131 226	142 013	154 140	148 567	144 233	144 367	148 390
Sørreisa	9 268	7 543	6 606	7 341	5 863	5 788	6 210	6 467	5 476
Lenvik	299 004	343 939	387 301	365 816	363 846	371 708	373 231	378 051	375 833
Balsfjord	36 553	32 428	34 364	35 718	45 018	43 197	33 690	38 272	37 482
Lyngen	13 319	12 058	10 534	5 815	5 638	5 511	5 442	6 181	7 215
Skjervøy	43 632	34 404	36 100	42 389	42 583	44 868	42 780	42 231	38 858
Nordreisa	83 161	100 842	113 298	119 146	132 278	132 417	132 545	134 105	133 546
Øvrige kommuner	19 857	15 905	11 809	12 140	10 131	8 695	9 274	9 461	7 825
Troms fylke	3 103 032	3 200 421	3 483 848	3 639 878	3 547 950	3 692 224	3 803 861	3 862 203	4 001 776

Tabell 4-13. Prosentvis årlig endring i omsetning av utvalgsvarer i årene 2004-2012. Øvrige kommuner er Kvæfjord, lbestad, Dyrøy, Tranøy, Torsken, Berg, Karlsøy, Storfjord, Kåfjord og Kvænangen.

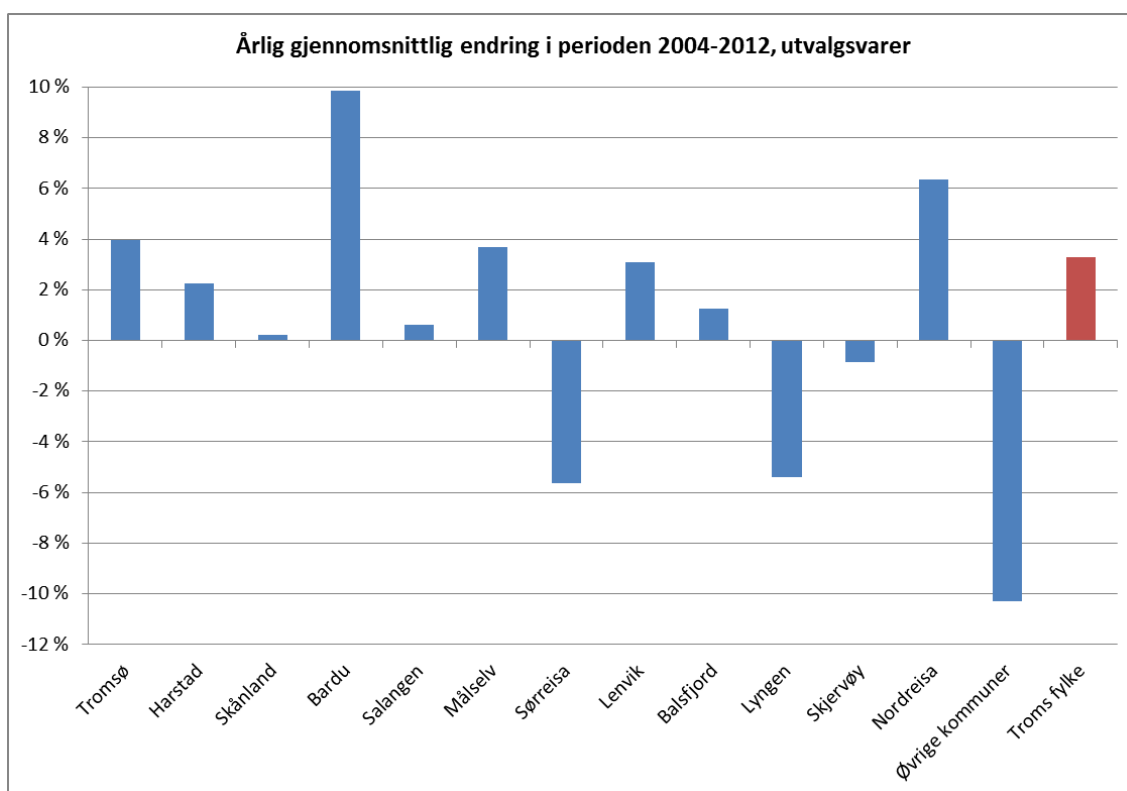
Kommune	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2004-2012	Gjennomsnitt
Tromsø	3 %	7 %	7 %	-1 %	5 %	5 %	1 %	5 %	36 %	4 %
Harstad	1 %	14 %	2 %	-13 %	5 %	3 %	3 %	3 %	17 %	2 %
Skånland	-4 %	9 %	3 %	-17 %	-3 %	-4 %	-2 %	19 %	-2 %	0 %
Bardu	-26 %	3 %	11 %	85 %	2 %	3 %	3 %	-1 %	65 %	10 %
Salangen	18 %	-8 %	2 %	-13 %	8 %	1 %	-3 %	-1 %	2 %	1 %
Målselv	2 %	14 %	8 %	9 %	-4 %	-3 %	0 %	3 %	32 %	4 %
Sørreisa	-19 %	-12 %	11 %	-20 %	-1 %	7 %	4 %	-15 %	-41 %	-6 %
Lenvik	15 %	13 %	-6 %	-1 %	2 %	0 %	1 %	-1 %	26 %	3 %
Balsfjord	-11 %	6 %	4 %	26 %	-4 %	-22 %	14 %	-2 %	3 %	1 %
Lyngen	-9 %	-13 %	-45 %	-3 %	-2 %	-1 %	14 %	17 %	-46 %	-5 %
Skjervøy	-21 %	5 %	17 %	0 %	5 %	-5 %	-1 %	-8 %	-11 %	-1 %
Nordreisa	21 %	12 %	5 %	11 %	0 %	0 %	1 %	0 %	61 %	6 %
Øvrige kommuner	-20 %	-26 %	3 %	-17 %	-14 %	7 %	2 %	-17 %	-61 %	-10 %
Troms fylke	3 %	9 %	4 %	-3 %	4 %	3 %	2 %	4 %	29 %	3 %

Tabell 4-14. Prosentvis årlig endring på regionnivå for omsetning av utvalgsvarer for årene 2004-2012.

Region	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2004-2012	Gjennomsnitt
Harstad	1,0 %	13,8 %	2,4 %	-13,6 %	4,6 %	2,9 %	2,8 %	3,5 %	17 %	2,2 %
Tromsø	2,3 %	6,7 %	6,7 %	-0,9 %	5,1 %	4,3 %	1,4 %	5,1 %	35 %	3,8 %
Finnsnes	14,0 %	12,1 %	-5,3 %	-0,9 %	2,1 %	0,5 %	1,3 %	-0,8 %	24 %	2,9 %
Bardufoss	1,0 %	7,7 %	7,4 %	12,7 %	-0,9 %	-1,1 %	0,1 %	1,3 %	31 %	3,5 %
Nord-Troms	6,7 %	10,5 %	8,1 %	8,2 %	1,4 %	-1,1 %	0,6 %	-2,2 %	36 %	4,0 %



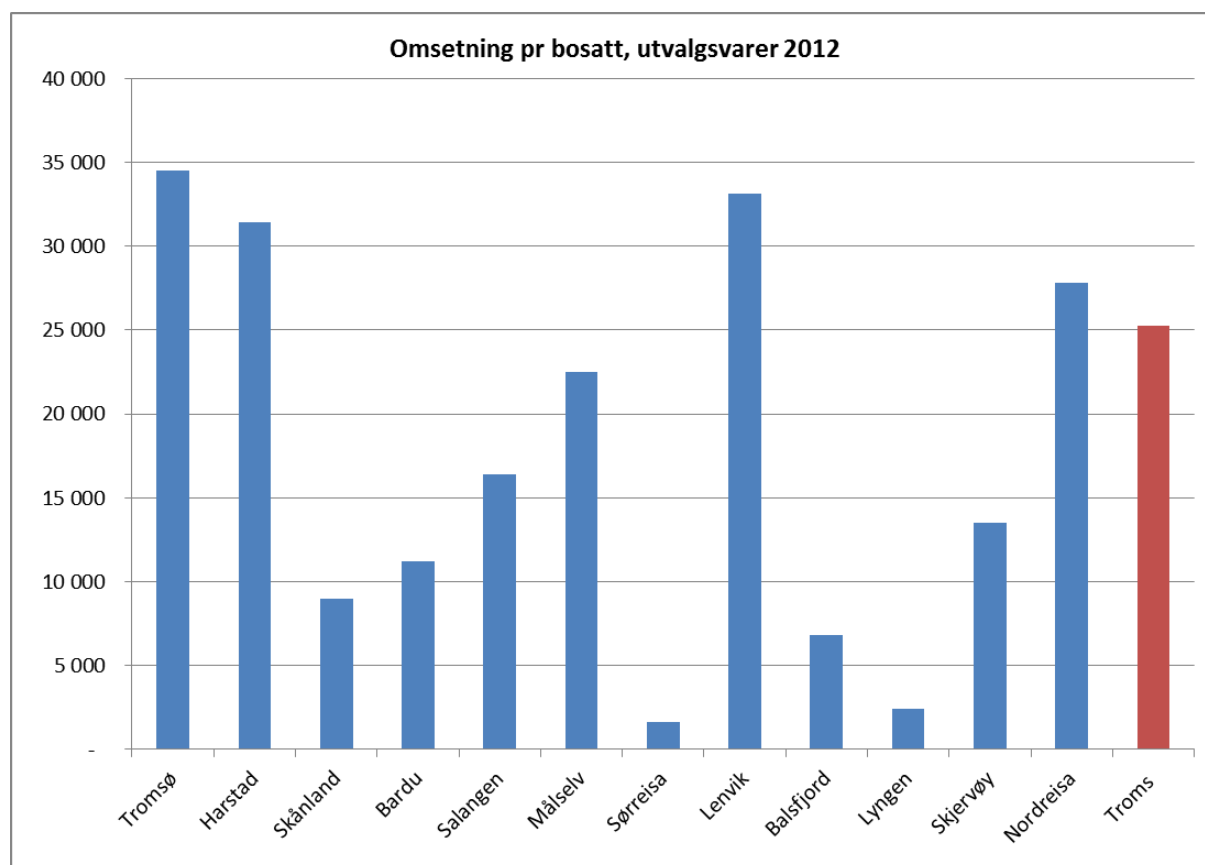
Figur 4-7. Samlet omsetningsøkning for utvalgsvarer i perioden 2004-2012. Øvrige kommuner er Kvæfjord, Ibestad, Dyrøy, Tranøy, Torsken, Berg, Karlsøy, Storfjord, Kåfjord og Kvænangen. Samlet vekst for Troms fylke ligger på 29 %.



Figur 4-8. Gjennomsnittlig årlig omsetningsvekst for utvalgsvarer i perioden 2004-2012. Øvrige kommuner er Kvæfjord, Ibestad, Dyrøy, Tranøy, Torsken, Berg, Karlsøy, Storfjord, Kåfjord og Kvænangen. Gjennomsnittlig årlig vekst for Troms fylke sett under ett ligger på 3,3 %.

Tabell 4-15. Omsetning av utvalgsvarer pr bosatt i den enkelte kommune i Troms. *Det mangler omsetningsdata for Kvæfjord, Ibestad, Dyrøy, Tranøy, Torsken, Berg, Karlsøy, Storfjord, Kåfjord og Kvænangen grunnet for få butikker i kommunen. Det er ikke handel med utvalgsvarer i Gratangen og Lavangen.*

Kommune	Bosatt 2012	Omsetning pr innbygger
Tromsø	69 116	34 497
Harstad	24 095	31 400
Skånland	2 972	8 961
Bardu	3 875	11 205
Salangen	2 214	16 372
Målselv	6 599	22 487
Sørreisa	3 381	1 620
Lenvik	11 345	33 128
Balsfjord	5 502	6 812
Lyngen	3 028	2 383
Skjervøy	2 880	13 492
Nordreisa	4 807	27 782
Troms	158 650	25 224



Figur 4-9. Omsetning pr bosatt for utvalgsvarer, 2012. *Det mangler omsetningsdata for Kvæfjord, Ibestad, Dyrøy, Tranøy, Torsken, Berg, Karlsøy, Storfjord, Kåfjord og Kvænangen grunnet for få butikker i kommunen. Det er ikke handel med utvalgsvarer i Gratangen og Lavangen.*

#### 4.1.5 Handel med plasskrevende varer

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

##### Møbler, hvitevarer, fargevarer, mm

For denne varegruppen er det kun tilgjengelig omsetningsstatistikk for kommunene Tromsø, Harstad, Bardu, Målselv, Lenvik og Nordreisa, samt for Troms fylke samlet. I tillegg til disse seks kommunene var det i 2012 salg av *møbler, hvitevarer, fargevarer og motorutstyr* i lbestad, Tranøy, Salangen, Lavangen, Skånland, Skjervøy, Torsken og Lyngen («Øvrige kommuner» i tabellene). Hovedresultatene er vist i Tabell 4-16 og Tabell 4-17, samt Figur 4-10 og Figur 4-11.

Det er store årlige variasjoner i omsetningen for denne varegruppen for alle kommunene i Troms. «Øvrige kommuner» har hatt den største samlede veksten for perioden sett under ett med til sammen 161 %. For enkeltkommuner har Bardu den største samlede veksten på til sammen 62 % i perioden 2006-2012 (ingen data for 2004 og 2005), etterfulgt av Tromsø, Harstad og Lenvik. Bardu har hatt to år med svært høy økning (120-130 %) og nedgang de andre, noe som gir en høy gjennomsnittlig årlig vekst. Dersom en ser bort fra Bardu er det Tromsø som har hatt den høyeste gjennomsnittlige veksten med 5 %. Nordreisa har hatt en samlet nedgang på 2 % for perioden 2004-2012 sett under ett. «Øvrige kommuner» har hatt en gjennomsnittlig årlig vekst på 18 %.

Gjennomsnittlig årlig vekst for Troms fylke sett under ett ligger på 5 %.

På regionnivå er det Bardufoss med 57 % som har hatt den største samlede veksten, etterfulgt av Tromsø og Harstad med hhv. 44 og 39 %, se Tabell 4-18. For Nord-Troms har det vært en samlet nedgang på 2 %. Det er store årlige variasjoner for alle regionene.

Det er store variasjoner mellom kommunene for omsetning av møbler, hvitevarer mm. pr bosatt, fra 12-15 000 kr per år i Tromsø, Lenvik og Harstad, til 6 000-8 000 kr per år i Bardu, Målselv og Nordreisa, se Tabell 4-19 og Figur 4-12.

Tabell 4-16. Omsetningsutvikling for handel med møbler, hvitevarer mm for årene 2004-2012. Alle tall i 1000 NOK, og løpende priser. Kilde SSB, bearbeidet av Asplan Viak. Øvrige kommuner er lbestad, Tranøy, Salangen, Lavangen, Skånland, Skjervøy, Torsken og Lyngen, samt Bardu i 2004 og 2005. For resterende kommuner i fylket er det ikke registret omsetning i denne varegruppen. I 2012 var omsetningen i «Øvrige kommuner» nesten like stor som i Lenvik.

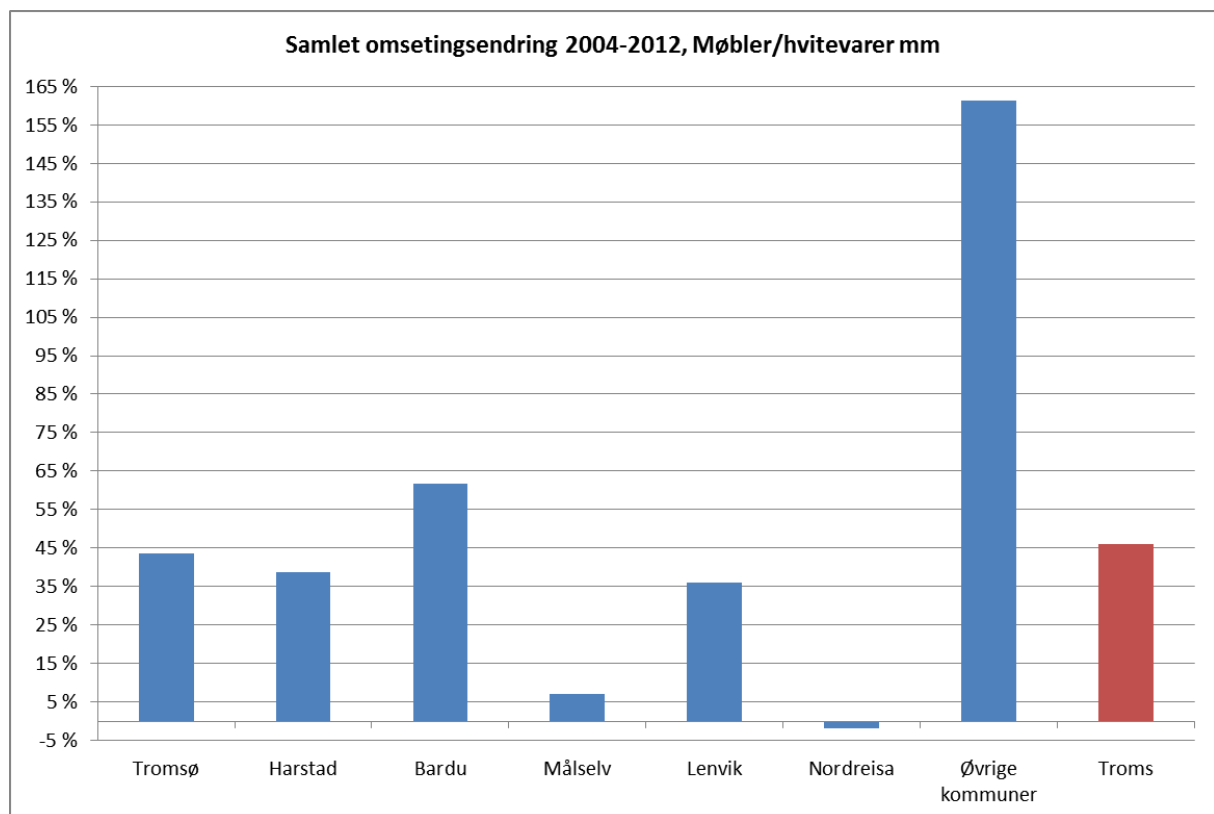
Kommune	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Tromsø	584 740	612 116	724 886	786 255	776 815	780 964	741 503	763 319	840 322
Harstad	264 565	276 615	295 185	322 029	330 604	317 060	355 563	365 359	367 054
Bardu	-	-	6 506	14 297	10 761	10 761	10 833	9 948	23 110
Målselv	46 570	44 509	50 591	59 030	51 259	42 719	40 074	49 396	49 870
Lenvik	113 056	119 800	126 017	147 583	150 784	159 754	153 082	156 485	153 713
Nordreisa	40 615	42 096	35 405	43 239	40 453	30 332	39 692	38 194	39 887
Øvrige kommuner	51 761	48 276	53 267	61 442	40 514	60 393	112 883	137 493	135 323
Troms fylke	1 101 307	1 143 412	1 291 857	1 433 875	1 401 190	1 401 983	1 453 630	1 520 194	1 609 279

Tabell 4-17. Prosentvis årlig endring for handel med møbler, hvitevarer mm for årene 2004-2012. Kun de kommunene det er levert data for er vist i tabellen. Øvrige kommuner er lbestad, Tranøy, Salangen, Lavangen, Skånland, Skjervøy, Torsken og Lyngen, samt Bardu i 2004 og 2005. For resterende kommuner i fylket er det ikke registret omsetning i denne varegruppen.

Kommune	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2004-2012	Gjennomsnitt
Tromsø	5 %	18 %	8 %	-1 %	1 %	-5 %	3 %	10 %	44 %	5 %
Harstad	5 %	7 %	9 %	3 %	-4 %	12 %	3 %	0 %	39 %	4 %
Bardu	-	-	120 %	-25 %	0 %	1 %	-8 %	132 %	62 %	20 %
Målselv	-4 %	14 %	17 %	-13 %	-17 %	-6 %	23 %	1 %	7 %	2 %
Lenvik	6 %	5 %	17 %	2 %	6 %	-4 %	2 %	-2 %	36 %	4 %
Nordreisa	4 %	-16 %	22 %	-6 %	-25 %	31 %	-4 %	4 %	-2 %	1 %
Øvrige kommuner	-7 %	10 %	15 %	-34 %	49 %	87 %	22 %	-2 %	161 %	18 %
Troms	4 %	13 %	11 %	-2 %	0 %	4 %	5 %	6 %	46 %	5 %

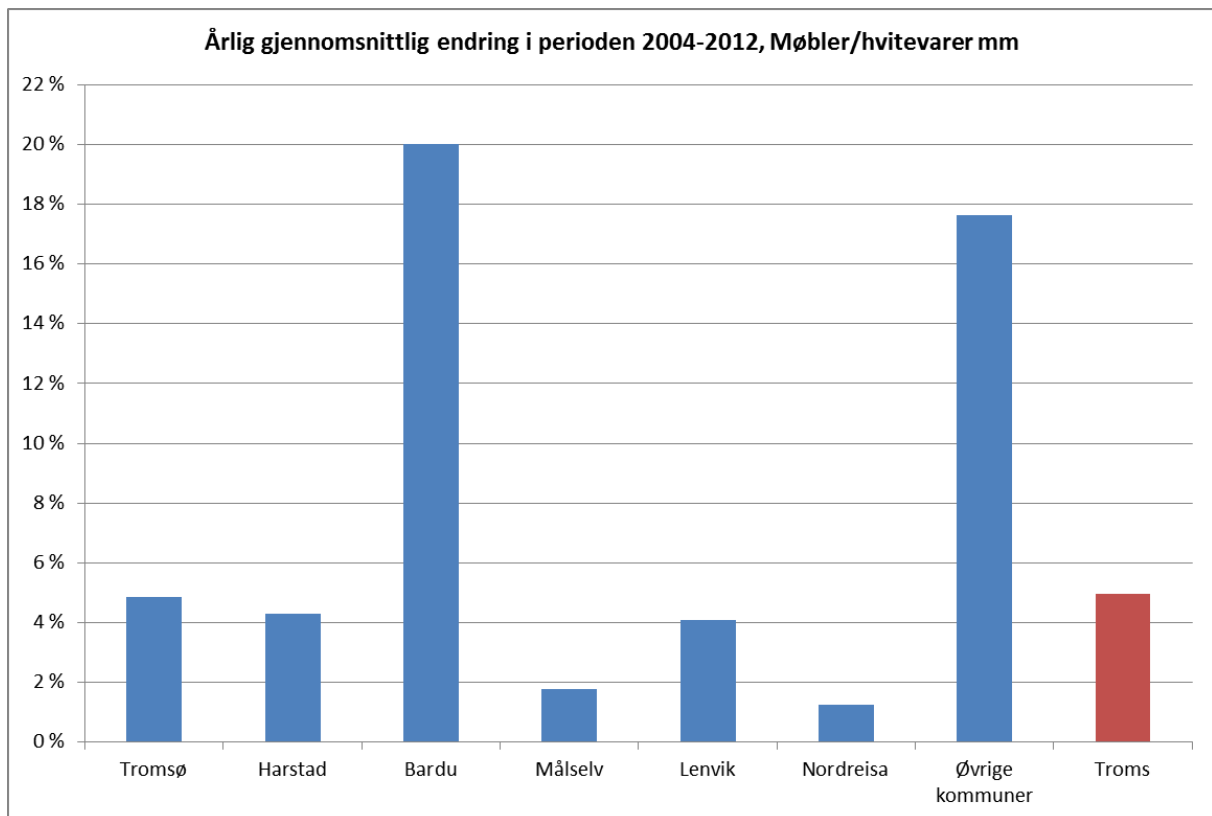
Tabell 4-18. Prosentvis årlig endring på regionnivå for omsetning av møbler, hvitevarer mm for årene 2004-2012.

Region	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2004-2012	Gjennomsnitt
Harstad	4,6 %	6,7 %	9,1 %	2,7 %	-4,1 %	12,1 %	2,8 %	0,5 %	39 %	4,3 %
Tromsø	4,7 %	18,4 %	8,5 %	-1,2 %	0,5 %	-5,1 %	2,9 %	10,1 %	44 %	4,9 %
Finnsnes	6,0 %	5,2 %	17,1 %	2,2 %	5,9 %	-4,2 %	2,2 %	-1,8 %	36 %	4,1 %
Bardufoss	-4,4 %	28,3 %	28,4 %	-15,4 %	-13,8 %	-4,8 %	16,6 %	23,0 %	57 %	7,2 %
Nord-Troms	3,6 %	-15,9 %	22,1 %	-6,4 %	-25,0 %	30,9 %	-3,8 %	4,4 %	-2 %	1,2 %



Figur 4-10. Samlet omsetningsøkning for omsetning av møbler, hvitevarer m.m. i perioden 2004-2012. Øvrige kommuner er lbestad, Tranøy, Salangen, Lavangen, Skånland, Skjervøy, Torsken og Lyngen, samt Bardu i 2004 og 2005. For resterende kommuner i fylket er det ikke registret omsetning i denne varegruppen. Samlet vekst for Troms ligger på 46 %. «Øvrige kommuner» har hatt den største samlede veksten for perioden sett under ett.

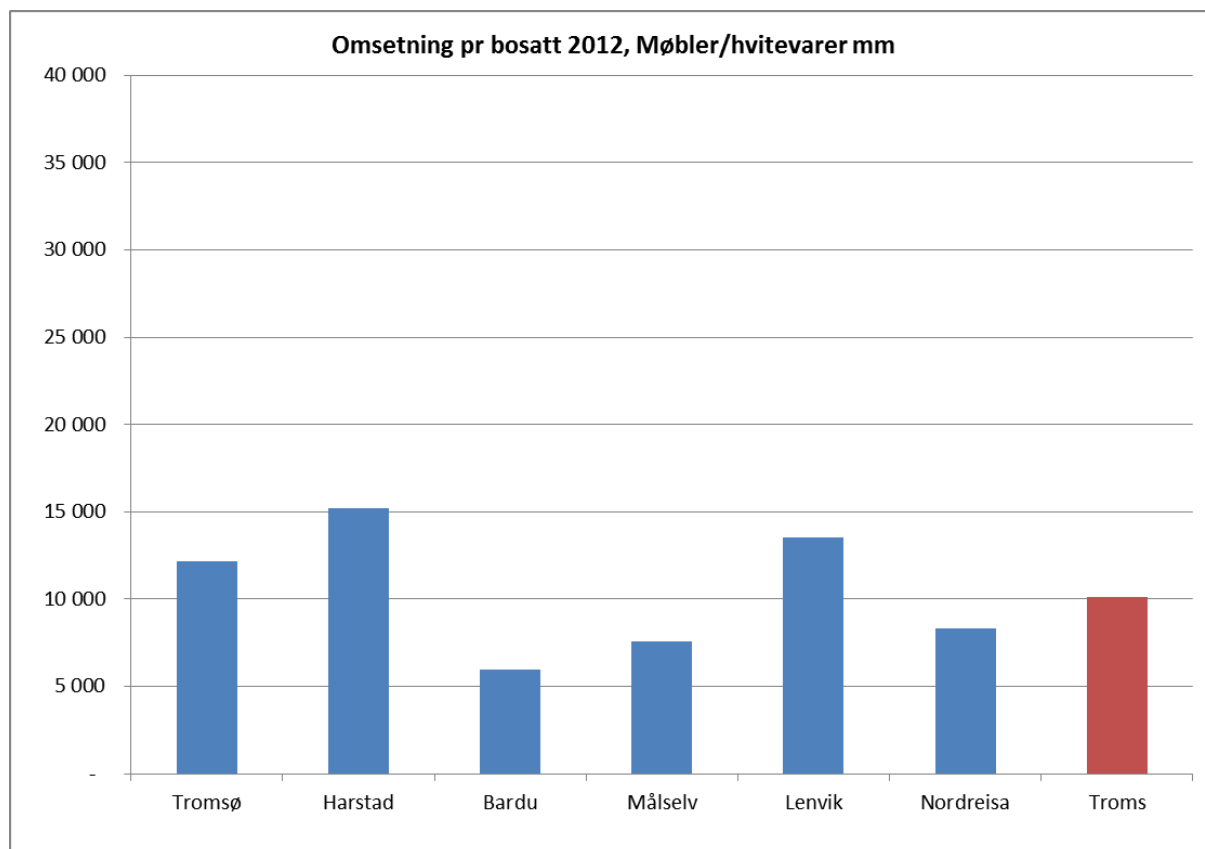




Figur 4-11. Gjennomsnittlig årlig omsetningsvekst for handel med møbler, hvitevarer mm i perioden 2004-2012. Gjennomsnittlig årlig vekst for Troms fylke sett under ett ligger på 3,3 %. Øvrige kommuner er Ibestad, Tranøy, Salangen, Lavangen, Skånland, Skjervøy, Torsken og Lyngen, samt Bardu i 2004 og 2005. For resterende kommuner i fylket er det ikke registret omsetning i denne varegruppen.

Tabell 4-19. Omsetning av møbler, hvitevarer mm pr bosatt i den enkelte kommune i Troms

Kommune	Bosatt 2012	Omsetning pr innbygger
Tromsø	69 116	12 158
Harstad	24 095	15 234
Bardu	3 875	5 964
Målselv	6 599	7 557
Lenvik	11 345	13 549
Nordreisa	4 807	8 298
Troms	158 650	10 144



Figur 4-12. Omsetning pr bosatt for møbler, hvitevarer, mm, 2012

### Byggevarer og hagesenter

For denne varegruppen er det kun tilgjengelig omsetningsstatistikk for kommunene Tromsø, Harstad, Bardu, Målselv, Lenvik og Nordreisa, Balsfjord og Lyngen, samt for Troms fylke samlet. I tillegg til disse åtte kommunene var det i 2012 salg av byggevarer og hagesenter i Ibestad, Salangen, Lavangen, Skånland, Skjervøy, Kvæfjord, Kåfjord, Kvæningen og Karlsøy («Øvrige kommuner» i tabellene). Hovedresultatene er vist i Tabell 4-20 og Tabell 4-21, samt Figur 4-13 og Figur 4-14.

Det er store årlige variasjoner i omsetningen for denne varegruppen for alle kommunene i Troms. «Øvrige kommuner» har hatt den største samlede veksten på til sammen 119 % for perioden 2004-2012. For enkeltkommuner har Tromsø hatt den største samlede veksten på 67 %, etterfulgt av Lenvik og Balsfjord på hhv. 40 og 41 %. Harstad har hatt den laveste samlede veksten på til sammen 7 %. Troms fylke har hatt en samlet vekst på 43 %.

Tromsø, Bardu og Balsfjord har alle hatt en årlig gjennomsnittlig vekst på 7 %, mens Harstad har hatt den laveste gjennomsnittlige veksten på 1 %. Gjennomsnittlig årlig vekst for Troms fylke sett under ett ligger på 5 %. «Øvrige kommuner» har økt med 33 %.

På regionnivå er det Tromsø med 63 % som har hatt den største samlede veksten, etterfulgt av Finnsnes på 41 %, se Tabell 4-22. Harstadregionen har med 7 % samlet vekst, den laveste veksten av de fem regionene i fylket. Det er store årlige variasjoner for alle regionene.

Det er store variasjoner mellom kommunene for omsetning pr bosatt innen byggevarer og hagesenter, fra 10-12 000 kr per år i Harstad, Bardu og Lenvik, til 3-4 000 kr per år i Tromsø og Målselv, Tabell 4-23 og Figur 4-15.

Tabell 4-20. Omsetningsutvikling for byggevarer og hagesenter i årene 2004-2012. Alle tall i 1000 NOK, og løpende priser. Kilde SSB, bearbejdet av Asplan Viak. Øvrige kommuner er lbestad, Salangen, Lavangen, Skånland, Skjervøy, Kvæfjord, Kåfjord, Kvænangen og Karlsøy. For resterende kommuner i fylket er det ikke registret omsetning i denne varegruppen.

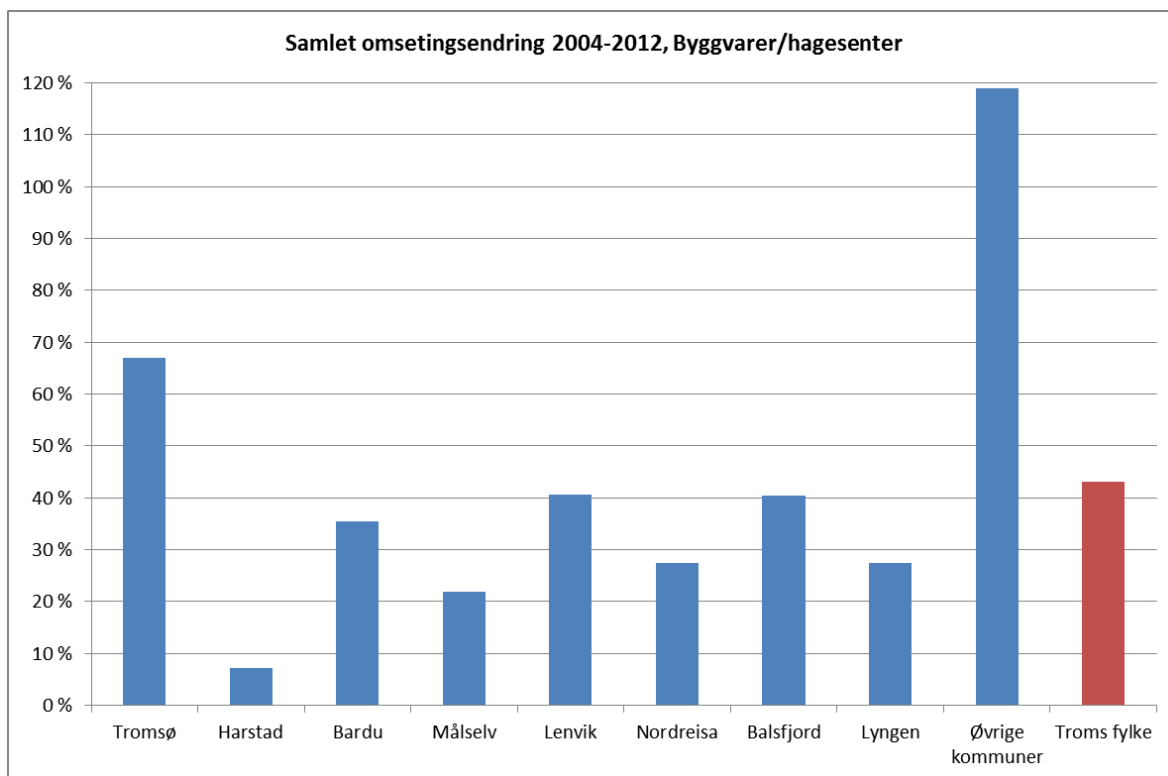
Kommune	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Tromsø	155 758	194 293	189 290	205 886	229 326	228 947	207 032	217 382	260 130
Harstad	237 382	245 211	268 886	269 617	257 709	274 725	231 689	256 141	254 461
Bardu	33 621	41 887	45 961	32 669	41 358	36 907	35 955	28 063	45 558
Målselv	23 588	24 462	29 742	31 932	31 441	29 254	27 455	28 727	28 730
Lenvik	95 499	108 669	111 885	136 445	140 658	140 658	130 612	126 192	134 285
Nordreisa	35 393	38 749	40 190	41 516	42 208	42 208	42 216	45 647	45 117
Balsfjord	36 586	34 234	41 499	48 365	47 954	53 007	48 623	72 952	51 368
Lyngen	6 886	11 135	9 293	12 959	12 245	12 245	15 885	17 968	14 179
Øvrige kommuner	78 891	83 528	92 832	127 792	143 672	51 908	189 778	162 340	172 653
Troms fylke	703 604	782 168	829 578	907 181	946 571	869 859	929 245	955 412	1 006 481

Tabell 4-21. Prosentvis årlig endring for byggevarer og hagesenter i årene 2004-2012. Øvrige kommuner er lbestad, Salangen, Lavangen, Skånland, Skjervøy, Kvæfjord, Kåfjord, Kvænangen og Karlsøy. For resterende kommuner i fylket er det ikke registret omsetning i denne varegruppen.

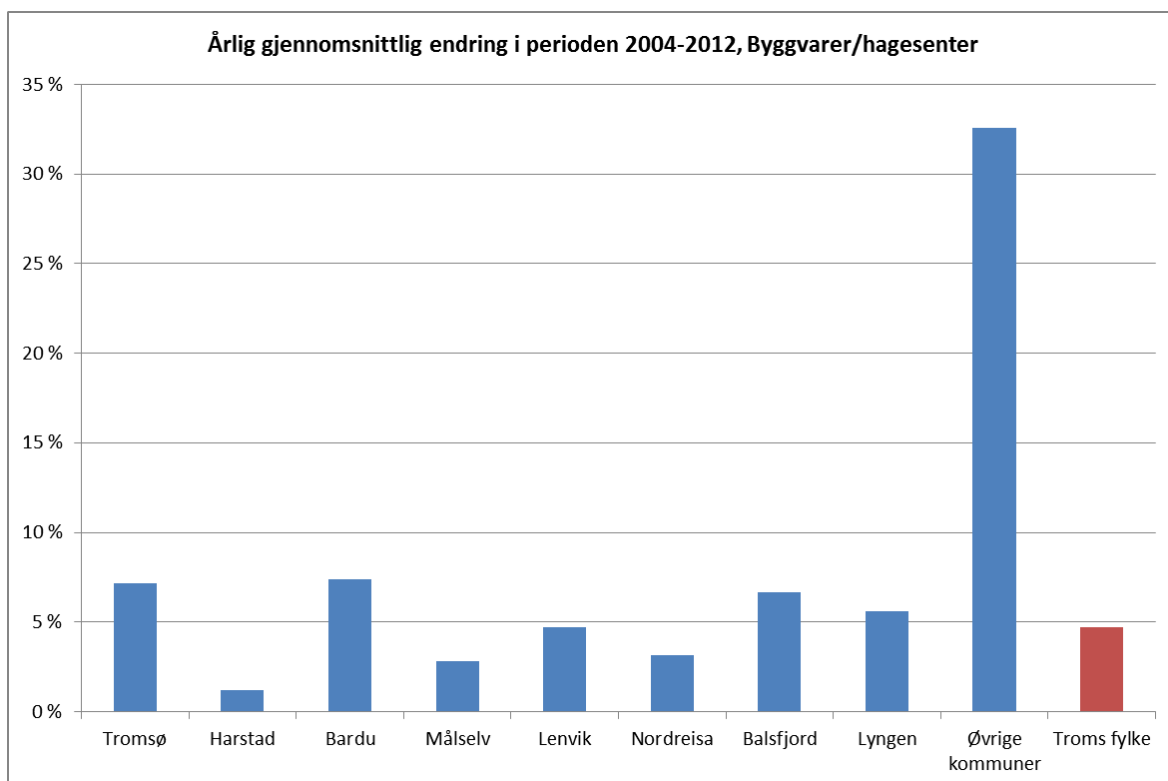
Kommune	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2004-2012	Gjennomsnitt
Tromsø	25 %	-3 %	9 %	11 %	0 %	-10 %	5 %	20 %	67 %	7 %
Harstad	3 %	10 %	0 %	-4 %	7 %	-16 %	11 %	-1 %	7 %	1 %
Bardu	25 %	10 %	-29 %	27 %	-11 %	-3 %	-22 %	62 %	36 %	7 %
Målselv	4 %	22 %	7 %	-2 %	-7 %	-6 %	5 %	0 %	22 %	3 %
Lenvik	14 %	3 %	22 %	3 %	0 %	-7 %	-3 %	6 %	41 %	5 %
Nordreisa	9 %	4 %	3 %	2 %	0 %	0 %	8 %	-1 %	27 %	3 %
Balsfjord	-6 %	21 %	17 %	-1 %	11 %	-8 %	50 %	-30 %	40 %	7 %
Lyngen	62 %	-17 %	39 %	-6 %	0 %	30 %	13 %	-21 %	27 %	6 %
Øvrige kommuner	6 %	11 %	38 %	12 %	-64 %	266 %	-14 %	6 %	119 %	33 %
Troms fylke	11 %	6 %	9 %	4 %	-8 %	7 %	3 %	5 %	43 %	5 %

Tabell 4-22. Prosentvis årlig endring på regionnivå for byggevarer og hagesenter for årene 2004-2012.

Region	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2004-2012	Gjennomsnitt
Harstad	3,3 %	9,7 %	0,3 %	-4,4 %	6,6 %	-15,7 %	10,6 %	-0,7 %	7 %	1,2 %
Tromsø	20,3 %	0,2 %	11,3 %	8,4 %	1,6 %	-7,7 %	13,5 %	5,6 %	63 %	6,7 %
Finnsnes	13,8 %	3,0 %	22,0 %	3,1 %	0,0 %	-7,1 %	-3,4 %	6,4 %	41 %	4,7 %
Bardufoss	16,0 %	14,1 %	-14,7 %	12,7 %	-9,1 %	-4,2 %	-10,4 %	30,8 %	30 %	4,4 %
Nord-Troms	9,5 %	3,7 %	3,3 %	1,7 %	0,0 %	0,0 %	8,1 %	-1,2 %	27 %	3,1 %



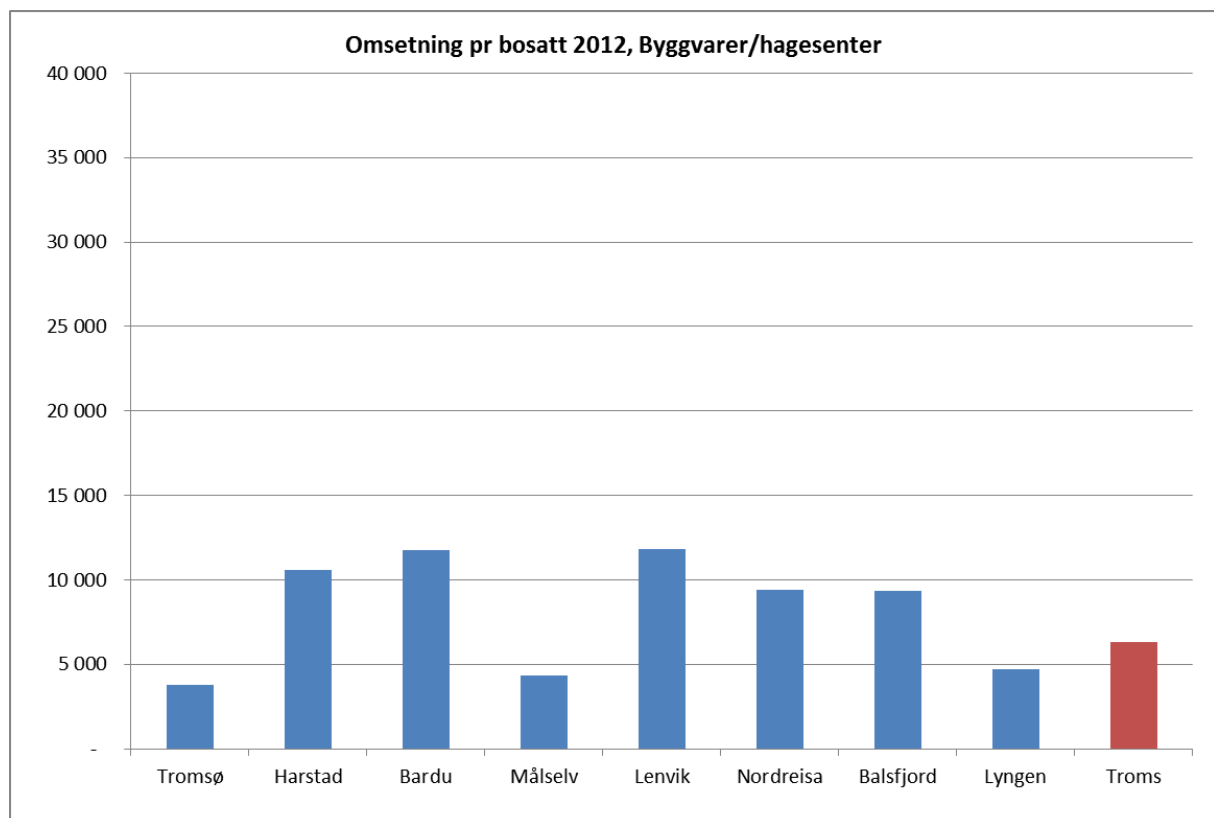
Figur 4-13. Samlet omsetningsøkning for byggevarer og hagesenter i perioden 2004-2012. Øvrige kommuner er Ibestad, Salangen, Lavangen, Skånland, Skjervøy, Kvæfjord, Kåfjord, Kvænangen og Karlsøy. For resterende kommuner i fylket er det ikke registret omsetning i denne varegruppen. Samlet vekst for Troms ligger på 43 %.



Figur 4-14. Gjennomsnittlig årlig omsetningsvekst for byggevarer og hagesenter i perioden 2004-2012. Gjennomsnittlig årlig vekst for Troms fylke sett under ett ligger på 4,7 %. Øvrige kommuner er Ibestad, Salangen, Lavangen, Skånland, Skjervøy, Kvæfjord, Kåfjord, Kvænangen og Karlsøy. For resterende kommuner i fylket er det ikke registret omsetning i denne varegruppen.

Tabell 4-23. Omsetning av byggevarer og hagesenter pr bosatt i den enkelte kommune i Troms

Kommune	Bosatt 2012	Omsetning pr innbygger
Tromsø	69 116	3 764
Harstad	24 095	10 561
Bardu	3 875	11 757
Målselv	6 599	4 354
Lenvik	11 345	11 836
Nordreisa	4 807	9 386
Balsfjord	5 502	9 336
Lyngen	3 028	4 683
Troms	158 650	6 344



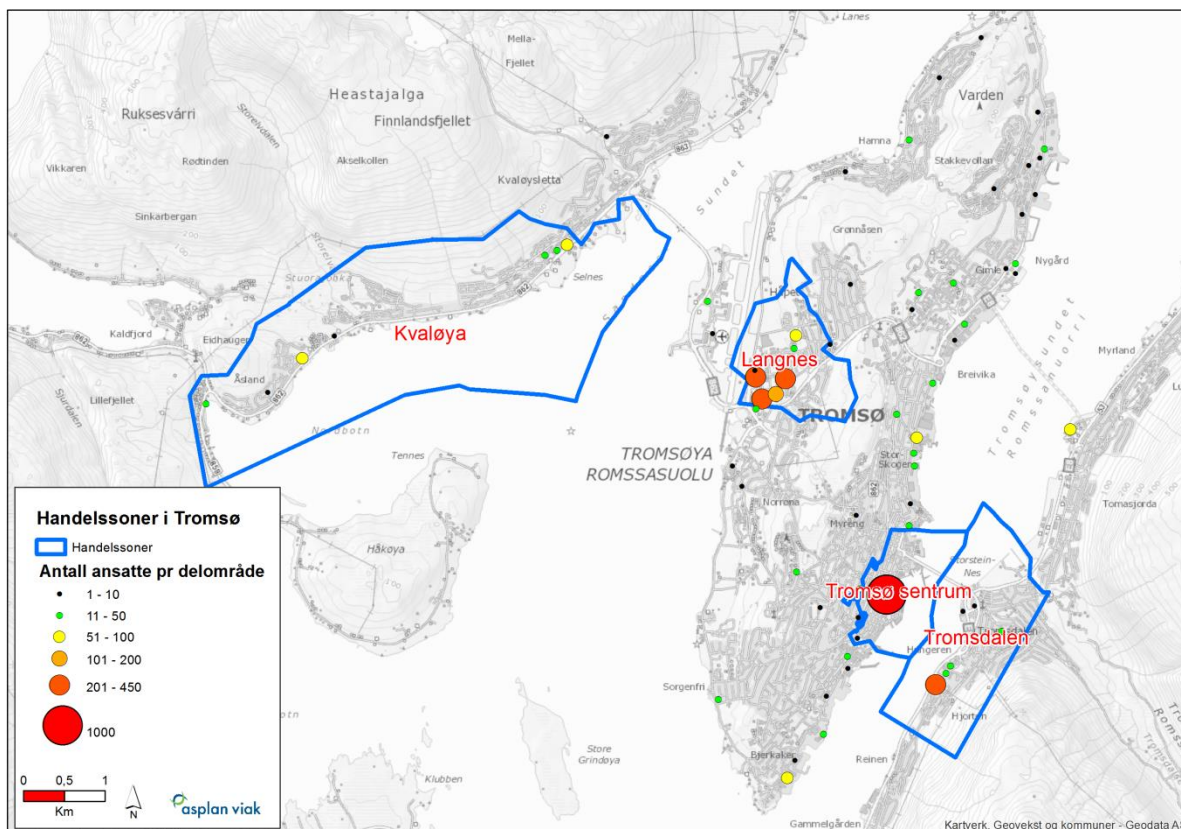
Figur 4-15. Omsetning pr bosatt for byggevarer og hagesenter, 2012

## 4.2 Bydelsnivå

For Tromsø og Harstad er det sett på hvordan omsetningen er fordelt på ulike senterområder innad i kommunen. Avgrensningen av de enkelte senterområdene er basert på postsoner.

### Tromsø

Tromsø kommune er delt inn i *Sentrum*, *Langnes*, *Tromsdalen* og *Kvaløya*, samt *øvrige områder* som utgjør den handelen/omsetningen som foregår i resten av kommunen, se Figur 4-16.



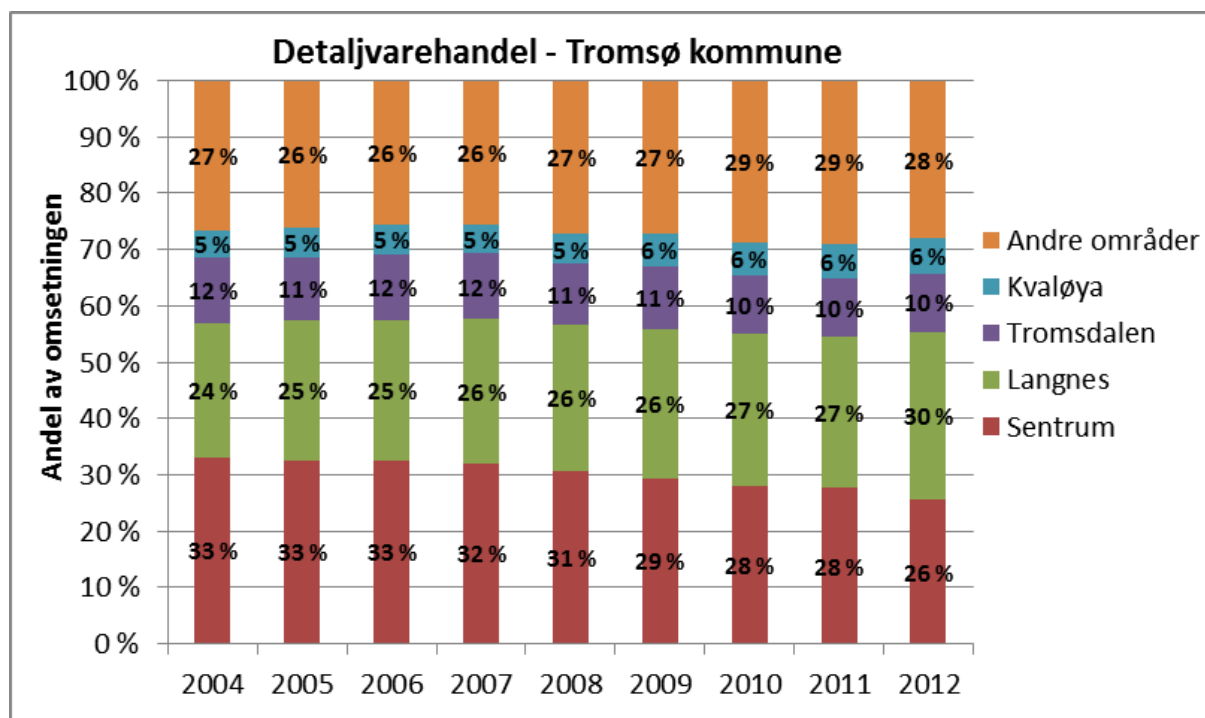
Figur 4-16. Avgrensning av fire handelsområder i Tromsø, basert på postsoner.

For detaljvarehandel samlet har det vært en gradvis nedgang for sentrum til fordel for Langnes i perioden 2004-2012. De øvrige handelsområders andel er omtrent uendret i perioden, se Figur 4-17.

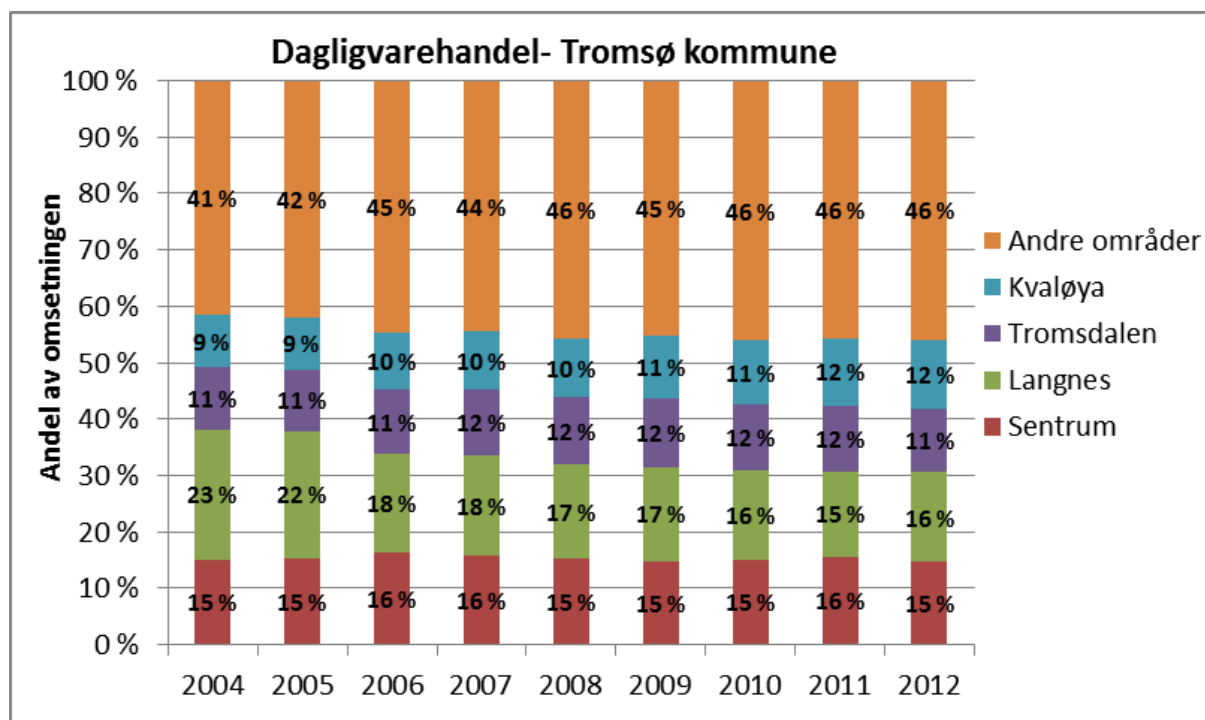
Når det gjelder dagligvarer utgjør sentrums andel av samlet omsetning i Tromsø kommune kun 15 %. Andelen har vært stabil i perioden. Langnes sin andel er gradvis redusert fra 23 til 16 %, mens markedsandelen til «andre områder» har økt fra 41 til 46 %. For Kvaløya har det også vært en økning i markedsandelen, fra 9 til 12 %, se Figur 4-18.

Det er i første rekke innenfor utvalgsvarer Tromsø sentrum har tapt markedsandeler. Fra 2004 til 2012 har sentrums markedsandel gradvis blitt redusert fra 58 til 46 %. Samtidig har markedsandelen til Langnes økt fra 19 til 33 %. For «andre områder» har det vært en reduksjon fra 12 til 8 %. For Kvaløya og Tromsdalen er det ingen større endringer.

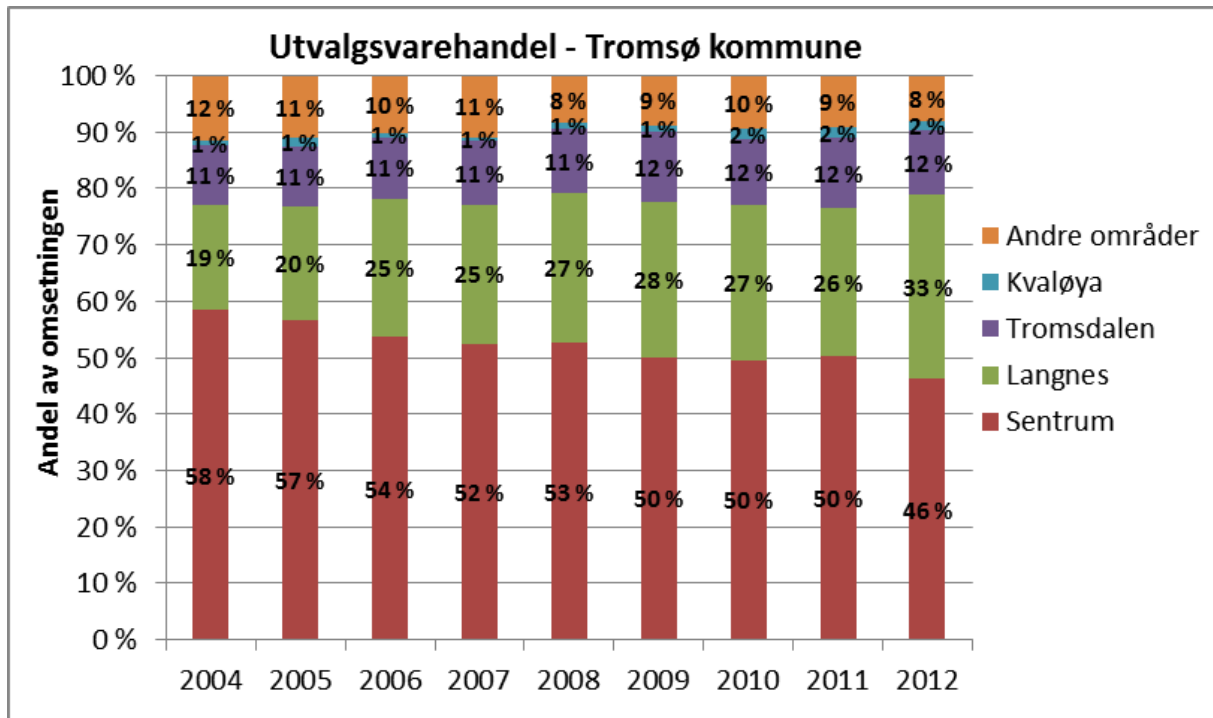
Gjennomgangen viser således en markant nedgang i sentrums markedsandel til fordel for Langnes. Nedgangen er størst for utvalgsvarer, som er den varegruppen som tradisjonelt sett kjennetegner sentrumshandel (omfatter blant annet klær og sko). Utviklingen samsvarer med trenden i de fleste norske byer av Tromsøs størrelse.



Figur 4-17. Delområdenes andel av samlet omsetning av detaljvarehandel i Tromsø.



Figur 4-18. Delområdenes andel av samlet omsetning av dagligvarehandel i Tromsø.

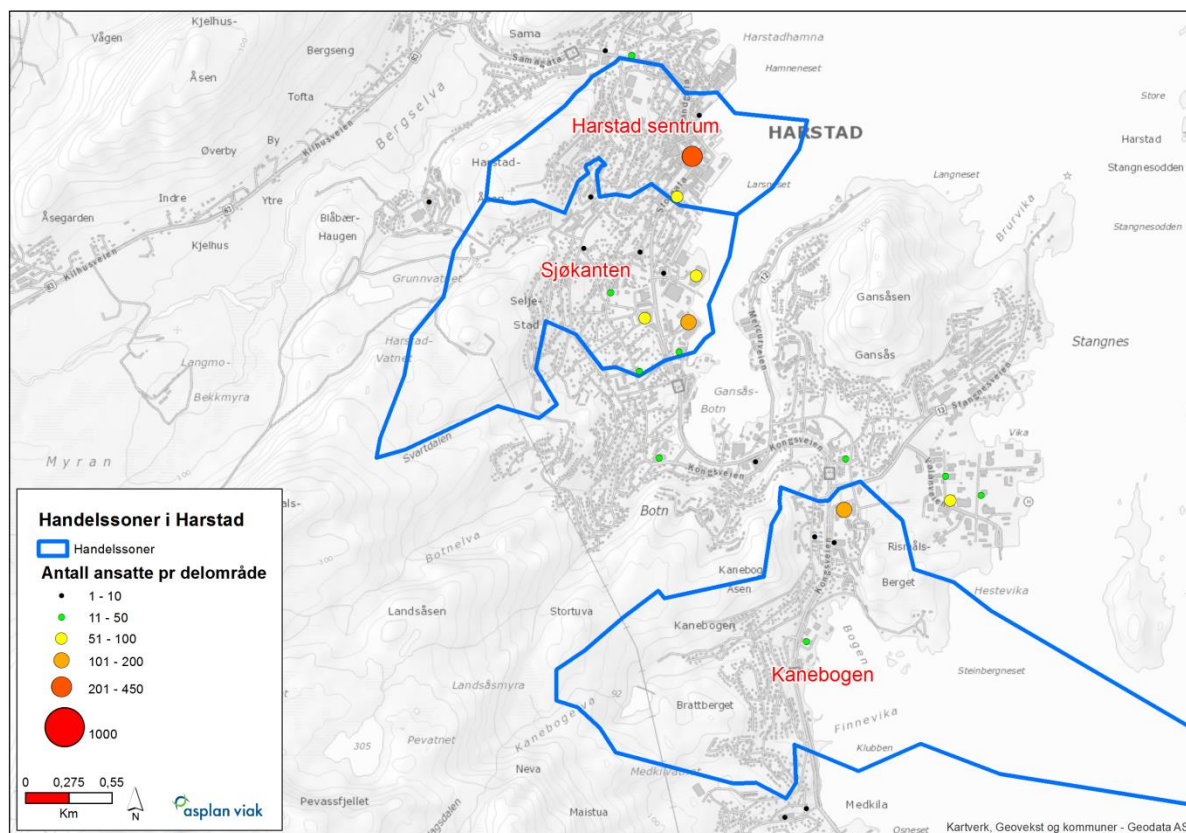


Figur 4-19. Delområdenes andel av samlet omsetning av utvalgsvarer i Tromsø.



## Harstad

Harstad kommune er delt inn i *Sentrum*, *Sjøkanten* og *Kanebogen*, samt *øvrige områder* som utgjør den handelen/omsetningen som foregår i resten av kommunen, se Figur 4-20.



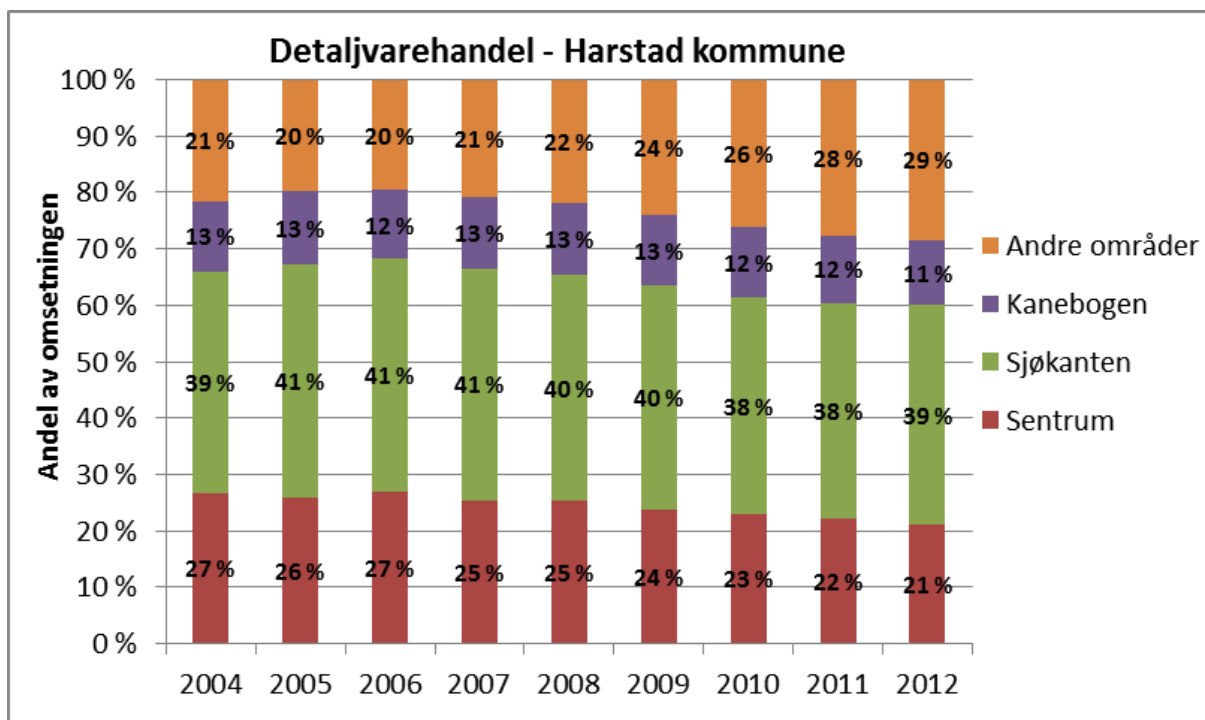
Figur 4-20. Avgrensning av tre handelsområder i Harstad, basert på postsoner.

For detaljvarehandel samlet har det vært en gradvis nedgang i markedsandel for Harstad sentrum i perioden 2004-2012. Det er i første rekke handel utenfor sentrum, Sjøkanten og Kanebogen som har økt sin markedsandel, se Figur 4-21.

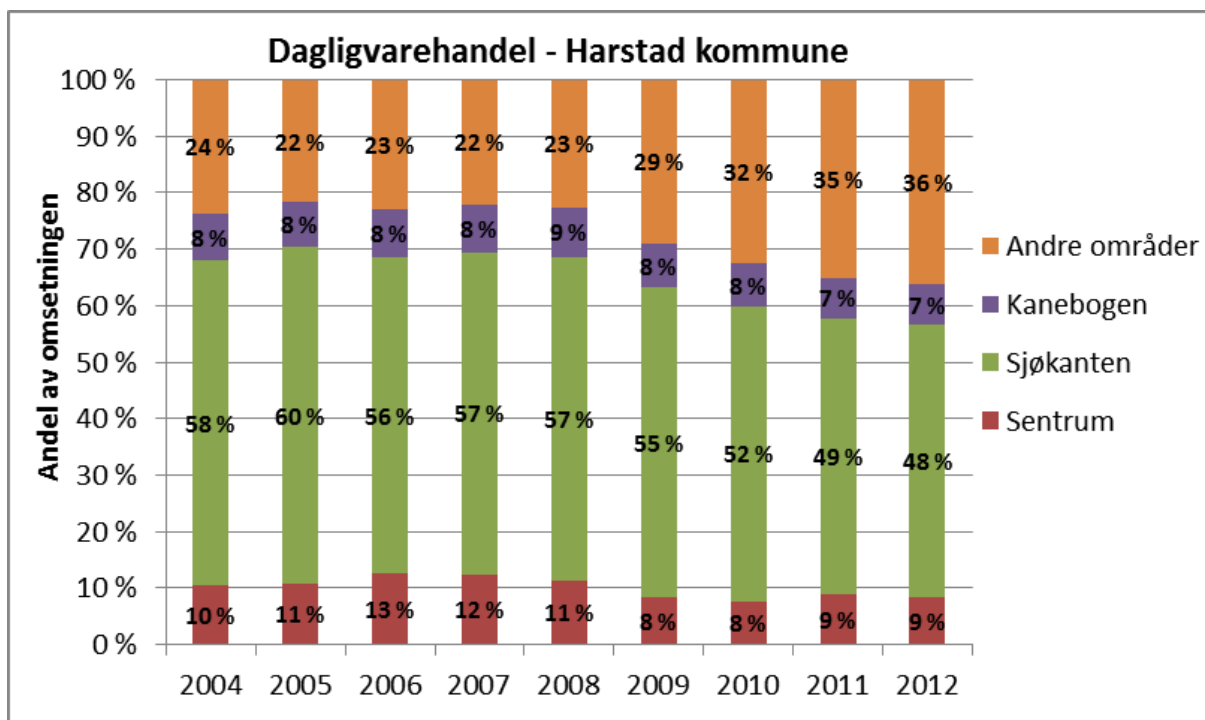
Når det gjelder dagligvarer utgjør sentrums andel av samlet omsetning i Harstad kommune kun 9 %. Andelen har variert fra 9 til 13 %, men har vært på 8-9 % etter 2008. Kanebogens andel har vært stabil på 7-8 %, mens Sjøkantens markedsandel gradvis har gått ned fra 58 til 48 %. For «andre områder» har markedsandelen økt fra 24 til 36 %, se Figur 4-22.

Det er i første rekke innenfor utvalgsvarer Harstad sentrum har tapt markedsandeler. Fra 2004 til 2012 har markedsandelen til sentrum blitt redusert fra 58 til 51 %, etter å ha vært på 60 % i 2008. Samtidig har markedsandelen til Sjøkanten økt fra 4 til 23 %. Det er særlig de to siste årene at sentrum har tapt markedsandeler til fordel for Sjøkanten. Kanebogen har vært relativt stabil på 23-25 %. Etter 2008 er markedsandelen til «andre områder» redusert fra 17 til 3 %.

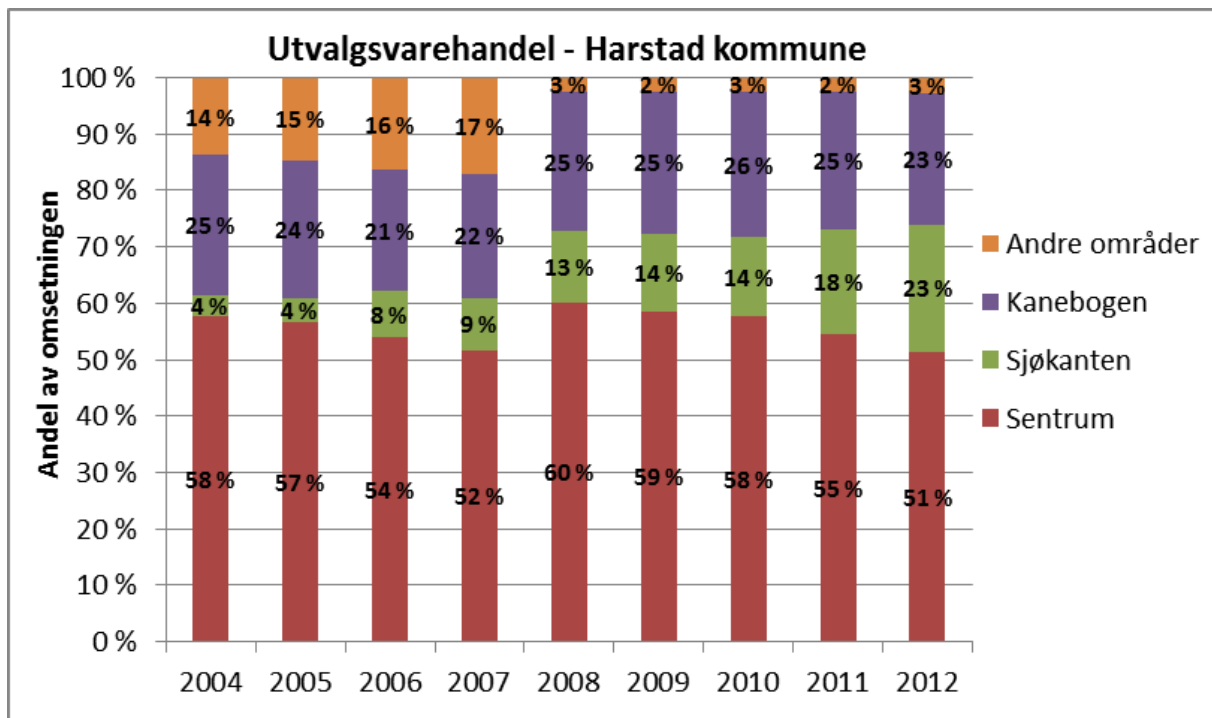
Gjennomgangen viser således en markant nedgang i sentrums markedsandel til fordel for Sjøkanten. Nedgangen er størst for utvalgsvarer, som er den varegruppen som tradisjonelt sett kjennetegner sentrumshandel (omfatter blant annet klær og sko). Utviklingen samsvarer med trenden i mange norske byer.



Figur 4-21. Delområdenes andel av samlet omsetning av detaljvarehandel i Harstad.



Figur 4-22. Delområdenes andel av samlet omsetning av dagligvarehandel i Harstad.



Figur 4-23. Delområdenes andel av samlet omsetning av utvalgsvarer i Harstad.

### 4.3 Sysselsetting i varehandelen

I 2012 var det drøyt 6 300 sysselsatte i varehandelen i Troms fylke (kilde SSB/stedfestet bedriftsregister<sup>7</sup>). Grunnet SSBs stedfestingsmetode kan det være lokaliseringfeil i datagrunnlaget som gir noe feil i antall sysselsatte i den enkelte kommune.

Med 3 400 stillinger har Tromsø over 50 % av sysselsettingen innen varehandelen i fylket. Deretter følger Harstad med drøyt 1 100 og Lenvik med ca. 540.

For varehandel i Troms fylke samlet er det 4 sysselsatte pr 100 bosatte. Tromsø, Harstad og Lenvik ligger over gjennomsnittet med 5 sysselsatte pr 100 bosatte, mens det i kommunene Kvæfjord, Lavangen, Sørreisa, Tranøy og Storfjord kun er 1 sysselsatt pr 100 bosatte.

Tabell 4-24. Antall sysselsatte pr varegruppe pr kommune i Troms fylke (kilde SSB/Stedfestet bedriftsregister).

Kommune	Dagligvarer	Utvalgsvarer	Møbler, hvitevarer	Bygg, hagesenter	Sum	Sysselsatte pr 100 bosatte
Tromsø	1239	1699	363	97	3398	5
Harstad	347	551	159	84	1141	5
Kvæfjord	28	2	0	0	30	1
Skånland	39	19	4	8	70	2
Ibestad	17	6	1	3	27	2
Gratangen	19	0	0	0	19	2
Lavangen	0	0	0	6	6	1
Bardu	59	31	10	12	112	3
Salangen	19	26	9	5	59	3
Målselv	95	91	37	9	232	4
Sørreisa	40	6	0	0	46	1
Dyrøy	14	0	2	2	18	2
Tranøy	12	1	0	0	13	1
Torsken	14	0	0	0	14	2
Berg	18	0	0	0	18	2
Lenvik	164	279	58	38	539	5
Balsfjord	62	27	1	9	99	2
Karlsøy	40	1	0	4	45	2
Lyngen	39	15	3	4	61	2
Storfjord	24	4	0	0	28	1
Kåfjord	43	3	0	0	46	2
Skjervøy	27	33	5	8	73	3
Nordreisa	72	84	15	16	187	4
Kvænangen	27	0	0	7	34	3
Sum	2458	2878	667	312	6315	4

<sup>7</sup> Bedriftsregisteret inneholder antall ansatte på 15 – 74 år som har utført arbeid av minst én times varighet i referanseuken i 3 kvartal 2012, eller som var midlertidig fraværende fra arbeidsplassen. Registeret skiller ikke på heltids- og deltidsansatte. Registreringer i 3. kvartal antas å gi det korrekte bildet av sysselsettingen, da dette er en periode uten sommervikarer og lignende midlertidige ansatte

## 4.4 Dekningsgrader

Basert på omsetningsstatistikk fra 2012 er det beregnet gjennomsnittlig forbruk pr person for utvalgte varegrupper for hhv. Norge og Troms, se Tabell 4-25. Verdiene for Troms ligger noe høyere over landsgjennomsnittet for detaljvarehandel sett under ett, samt for dagligvarer. For utvalgsvarer, møbler m.m., samt byggevarer/hagesenter ligger forbruket per bosatt omtrent på landsgjennomsnittet. Differansene er ikke større enn at beregningene kan baseres på nasjonale forbrukstall.

For å se på utviklingen over tid er det også beregnet dekningsgradsberegninger for 2004 og 2008. Også disse beregningene er basert på nasjonale forbrukstall, se Tabell 4-26.

Tabell 4-25. Forbruk pr person for ulike varegrupper i 2012, basert på omsetning for hhv. Norge og Troms (alle verdier i NOK)

Varegruppe	Forbruk pr person - Norge	Forbruk pr person - Troms
Detaljvarehandel	73 579	76 259
Dagligvarer	31 526	34 778
Utvalgsvarer	26 003	25 084
Møbler og hv	9 734	10 087
Bygg./Hages.	6 317	6 309

Tabell 4-26. Forbruk pr person for ulike varegrupper i hhv. 2004, 2008 og 2012, basert på omsetning for. Norge (alle verdier i NOK)

Varegruppe	2004	2008	2012
Detaljvarer	56 883	68 650	73 579
Dagligvarer	24 714	28 768	31 526
Utvalgsvarer	21 355	24 743	26 003
Møbel/hvitevarer	7 408	9 244	9 734
Bygg/hagesenter	4 757	5 895	6 317

## Kommunenivå

Kommunene Tromsø, Harstad, Lenvik (Finnsnes) og Nordreisa (Storslett) har alle en dekningsgrad på godt over 100 % for detaljvarer, dagligvarer og utvalgsvarer, se Tabell 4-27. Målselv (Bardufoss) og Salangen (Sjøvegan) har også en dekningsgrad på drøyt 100 % for detaljvarehandel og rundt 120 % for dagligvarer. Bardu (Setermoen) og Skjervøy har begge en dekningsgrad på rundt 80 % for detaljvarer og over 100 % for dagligvarer. For dagligvarehandel samsvarer dette godt med disse åtte kommunene/handelsstedenes rolle som regionsenter.

I tillegg til de åtte regionsentrene har også Skånland, Balsfjord og Kvænangen en dekningsgrad på rundt 120 % for dagligvarehandel, noe som indikerer relativt stor tilstrømming av handlende fra andre kommuner.

For utvalgsvarer er det kun fire av regionsentrene som har en dekningsgrad på mer enn 100 %, og det er ingen kommuner som ikke har et regionsenter med dekningsgrad på mer enn 100 %. Målselv, Salangen, Bardu og Skjervøy har muligens noe lav dekningsgrad for utvalgsvarer til å være et konkurransedyktig regionsenter.

For møbler og hvitevarer m.m. er det kun Tromsø, Harstad og Lenvik som har dekningsgrad over 100 %. For byggevarer og hagesenter har Harstad, Skånland, Lavangen, Bardu, Lenvik, Balsfjord, Skjervøy og Nordreisa alle en dekningsgrad godt over 100 %, mens Tromsø har en dekningsgrad på kun 70 %.

Dekningsgrad for de enkelte varegrupper er vist på kart i Figur 4-25-Figur 4-29

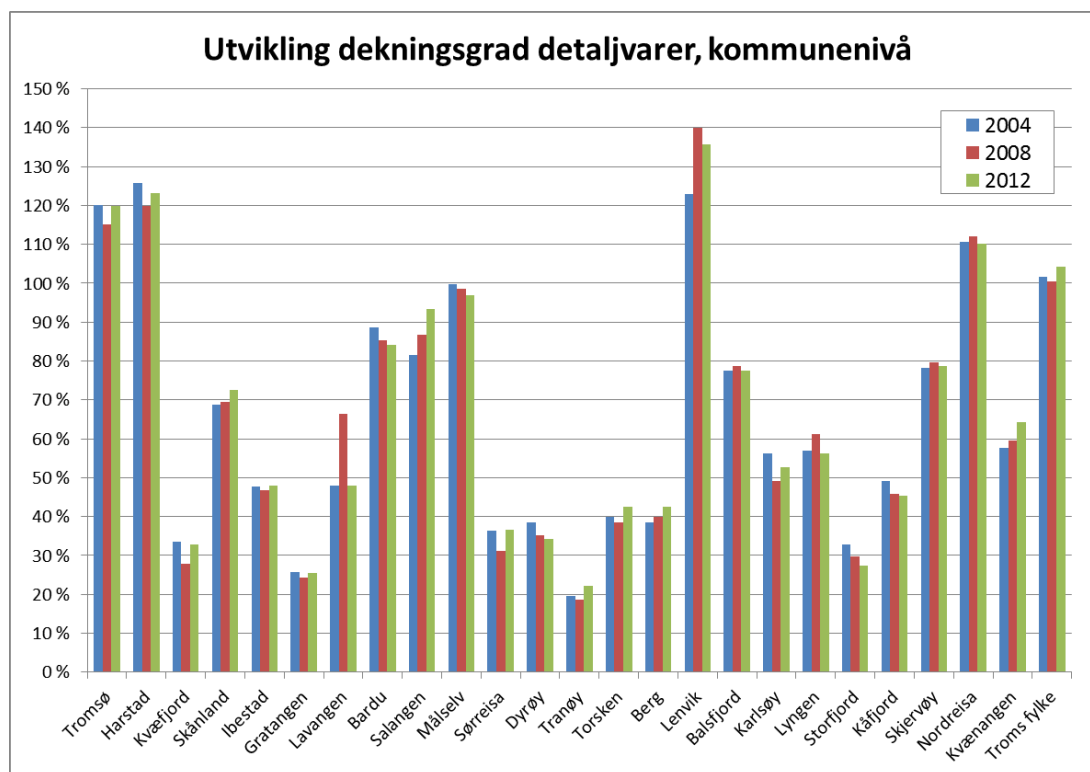
Tabell 4-27. Dekningsgrad for de enkelte kommunene i Troms, basert på nasjonale omsetningstall for 2012. Tall i grønt er basert estimerte omsetningstall.

Kommune	Befolkning	Detaljvarer	Dagligvarer	Utvalgsvarer	Møbel/hvitevarer	Bygg/hage
Tromsø	69 116	120 %	116 %	131 %	136 %	70 %
Harstad	24 095	123 %	107 %	120 %	155 %	168 %
Kvæfjord	3 025	33 %	74 %	4 %	Ingen omsetning	0 %
Skånland	2 972	72 %	122 %	35 %	34 %	138 %
Ibestad	1 410	48 %	84 %	23 %	18 %	108 %
Gratangen	1 136	25 %	59 %	Ingen omsetning	Ingen omsetning	Ingen omsetning
Lavangen	1 016	48 %	56 %	Ingen omsetning	90 %	139 %
Bardu	3 875	84 %	116 %	43 %	64 %	126 %
Salangen	2 214	93 %	121 %	63 %	101 %	115 %
Målselv	6 599	97 %	117 %	86 %	77 %	69 %
Sørreisa	3 381	37 %	80 %	6 %	0 %	Ingen omsetning
Dyrøy	1 188	34 %	67 %	Ingen omsetning	Ingen omsetning	0 %
Tranøy	1 524	22 %	57 %	4 %	0 %	Ingen omsetning
Torsken	892	43 %	98 %	0 %	0 %	Ingen omsetning
Berg	887	42 %	99 %	0 %	Ingen omsetning	Ingen omsetning
Lenvik	11 345	136 %	125 %	127 %	150 %	205 %
Balsfjord	5 502	77 %	124 %	26 %	12 %	158 %
Karlsøy	2 355	53 %	101 %	1 %	Ingen omsetning	0 %
Lyngen	3 028	56 %	102 %	9 %	0 %	49 %
Storfjord	1 909	27 %	64 %	0 %	Ingen omsetning	Ingen omsetning
Kåfjord	2 210	45 %	90 %	0 %	0 %	Ingen omsetning
Skjervøy	2 880	79 %	107 %	52 %	51 %	141 %
Nordreisa	4 807	110 %	114 %	106 %	80 %	155 %
Kvænangen	1 284	64 %	119 %	0 %	Ingen omsetning	0 %
Troms fylke	158 650	104 %	111 %	97 %	104 %	100 %

Sammenligning av dekningsgrad for detaljvarer for hhv. 2004, 2008 og 2012 viser at det generelt har vært relativt små endringer i dette tidsrommet, med noen få unntak. Salangen har økt fra 82 til 92 %, Lenvik har økt fra 123 til 136 %, og Kvænangen har økt fra 58 til 64 %. Samtidig har Bardu gått ned fra 89 til 84 %, Dyrøy fra 39 til 34 %, og Storfjord fra 33 til 27 %.

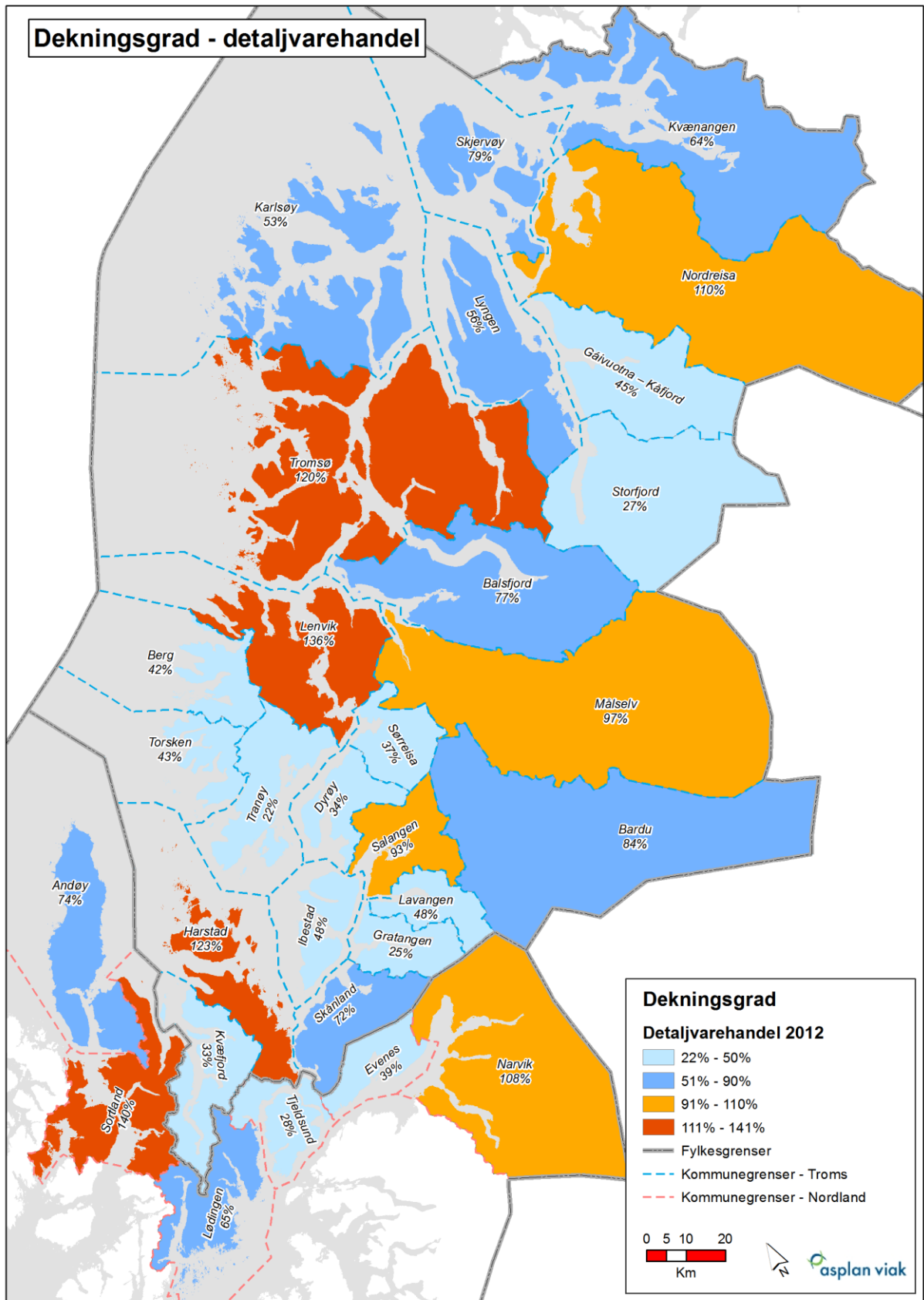
Tabell 4-28. Utvikling i dekningsgrad for detaljvarehandel sett under ett for den enkelte kommune i Troms

Kommune	2004	2008	2012
Tromsø	120 %	115 %	120 %
Harstad	126 %	120 %	123 %
Kvæfjord	34 %	28 %	33 %
Skånland	69 %	70 %	72 %
Ibestad	48 %	47 %	48 %
Gratangen	26 %	24 %	25 %
Lavangen	48 %	66 %	48 %
Bardu	89 %	85 %	84 %
Salangen	82 %	87 %	93 %
Målselv	100 %	98 %	97 %
Sørreisa	36 %	31 %	37 %
Dyrøy	39 %	35 %	34 %
Tranøy	20 %	19 %	22 %
Torsken	40 %	39 %	43 %
Berg	38 %	40 %	42 %
Lenvik	123 %	140 %	136 %
Balsfjord	78 %	79 %	77 %
Karlsøy	56 %	49 %	53 %
Lyngen	57 %	61 %	56 %
Storfjord	33 %	30 %	27 %
Kåfjord	49 %	46 %	45 %
Skjervøy	78 %	80 %	79 %
Nordreisa	111 %	112 %	110 %
Kvænangen	58 %	59 %	64 %
Troms fylke	102 %	100 %	104 %



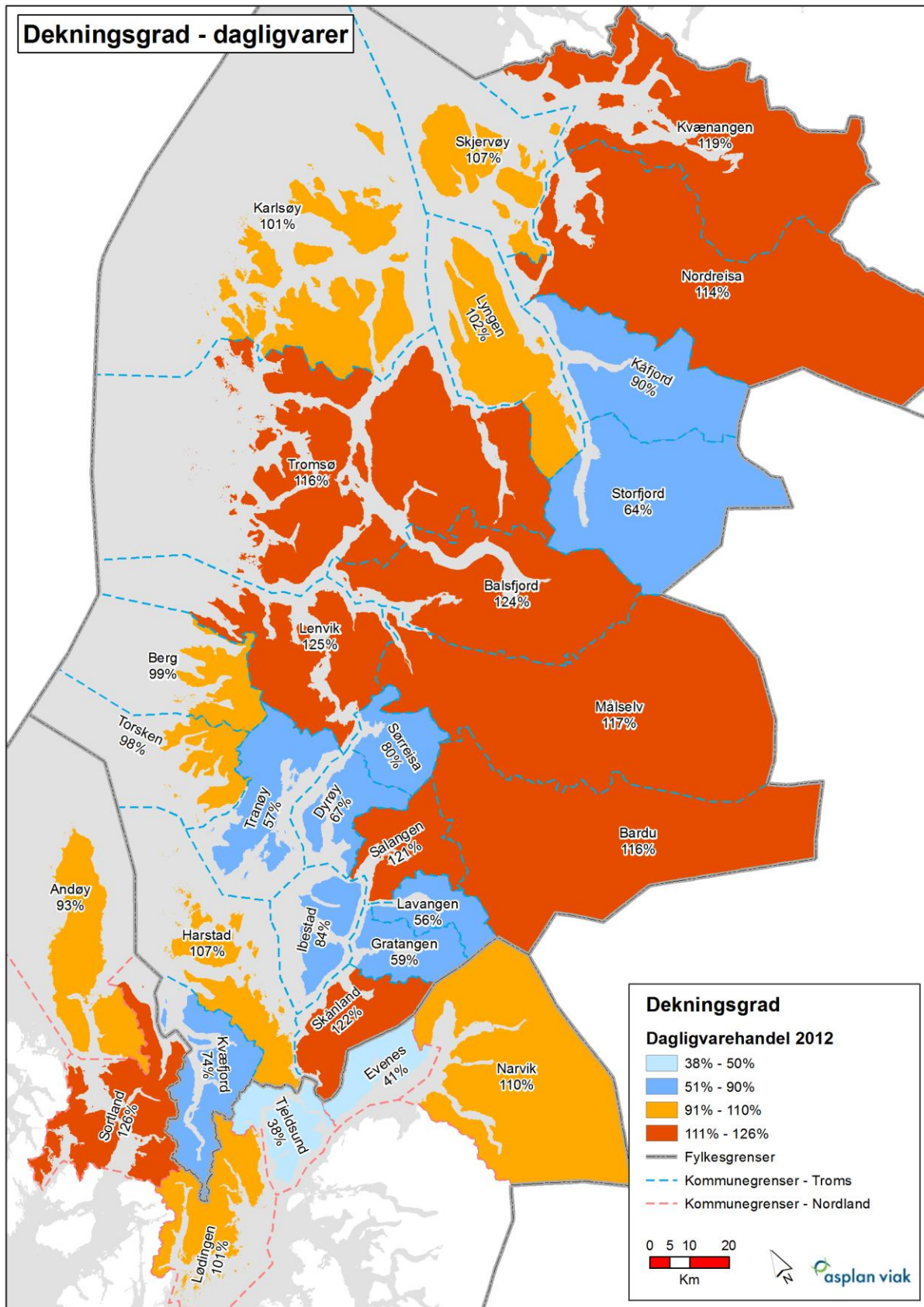
Figur 4-24. Utvikling i dekningsgrad for detaljvarehandel for den enkelte kommune i Troms.





Figur 4-25. Dekningsgrad på kommunenivå for detaljvarehandel

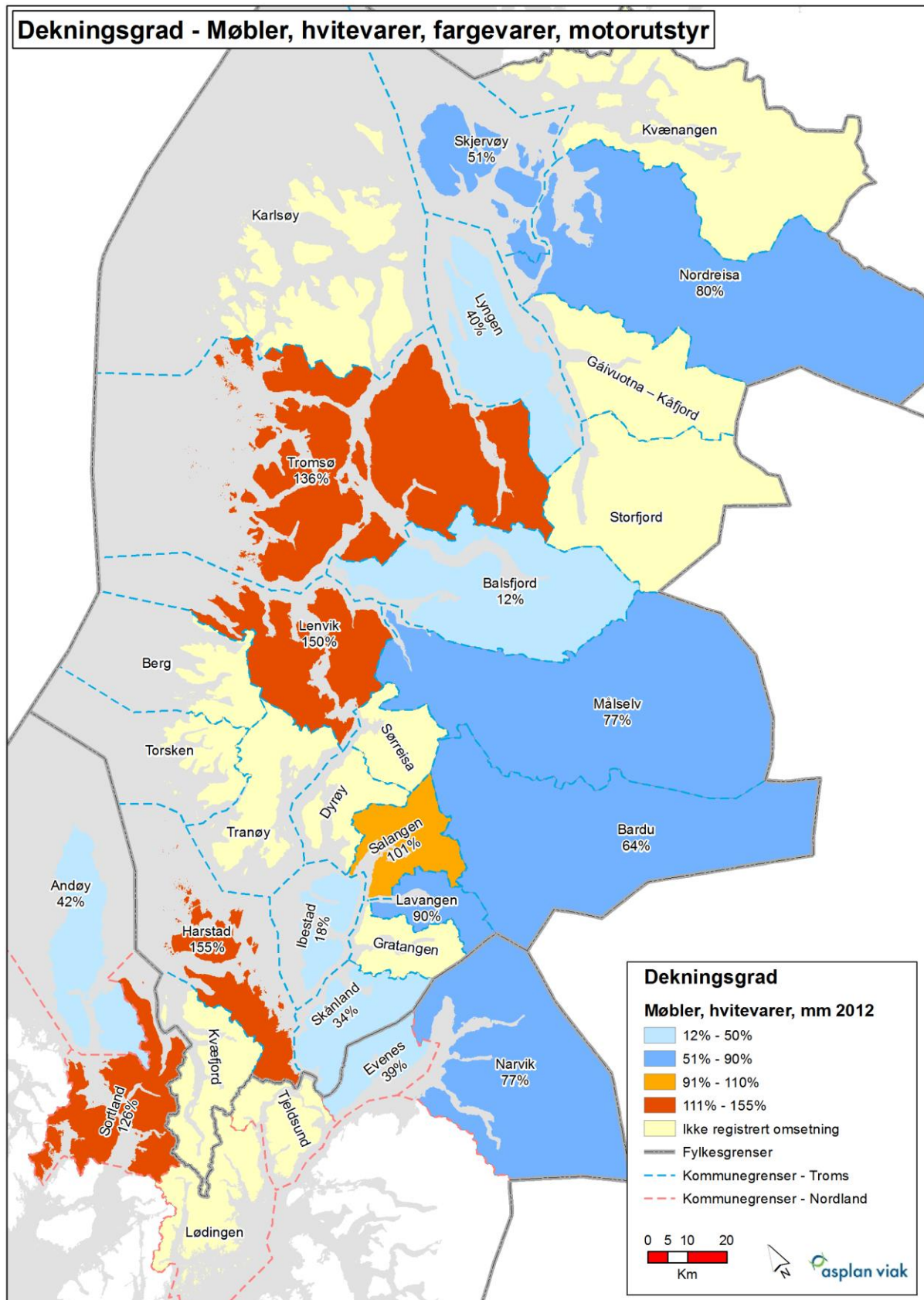




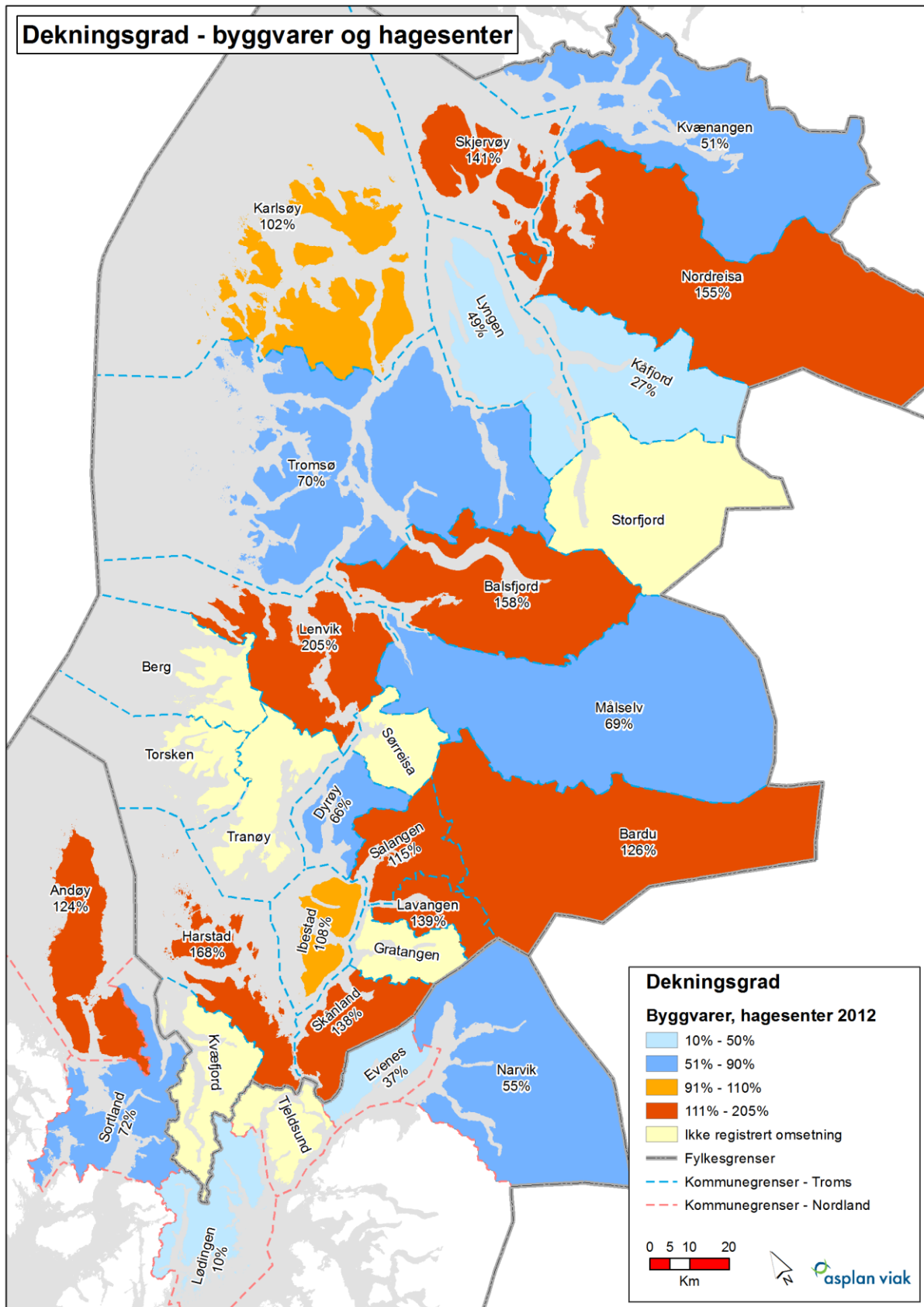
Figur 4-26. Dekningsgrad på kommunenivå for dagligvarer







Figur 4-28. Dekningsgrad på kommunenivå for møbler, hvitevarer, fargevarer og bildeler



Figur 4-29. Dekningsgrad på kommunenivå for byggevarer og hagesenter

## Regionnivå

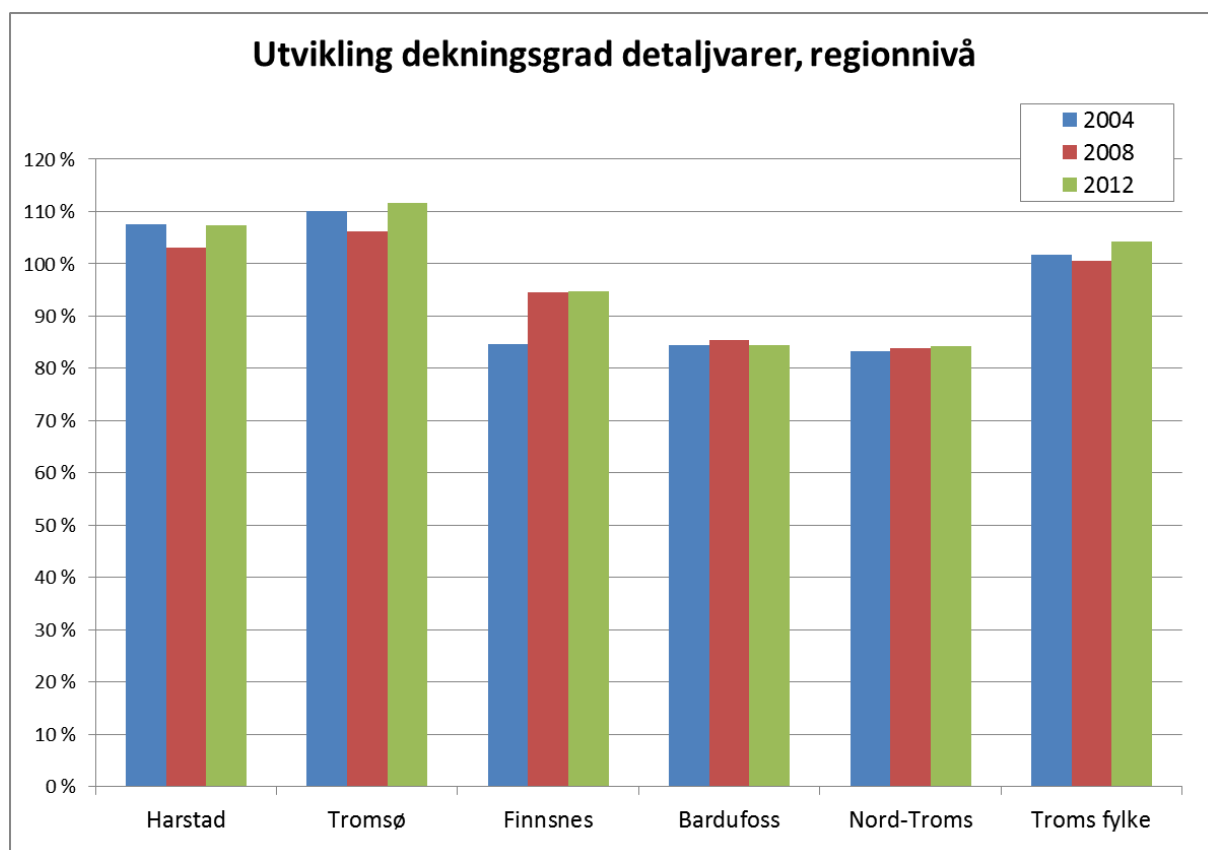
Det er også sett på dekningsgrad på regionnivå for de fem regionene i Troms, se Tabell 4-29. Gjennomgangen viser at det kun er Tromsøregionen og Harstadregionen som har en samlet dekningsgrad på over 100 % for detaljvarer. For dagligvarer har alle regionene dekningsgrad over 100 %, men for utvalgsvarer er det kun Tromsøregionen som har en dekningsgrad over 100 %. Bardufoss og Nord-Troms har lave dekningsgrader for alle varegrupper med unntak av dagligvarehandel.

Det er relativt liten endring i dekningsgrad på regionnivå i tidsrommet 2004-2012 med unntak av Finnsnesregionen som har hatt en økning fra 85 % til 95 %, se Figur 4-30.

Finnsnesregionen hadde samme prosentvise økning i omsetning som Tromsø- og Harstadregionen fra 2004 til 2012.

Tabell 4-29. Dekningsgrad på regionnivå, basert på nasjonale omsetningstall for 2012

Region	Befolkning	Detaljvarer	Dagligvarer	Utvalgsvarer	Møbel/hvitevarer	Bygg/hage
Harstad	31 502	107 %	105 %	96 %	120 %	128 %
Tromsø	81 910	112 %	115 %	114 %	105 %	63 %
Finnsnes	19 217	95 %	101 %	76 %	82 %	111 %
Bardufoss	14 840	84 %	101 %	59 %	51 %	79 %
Nord-Troms	11 181	84 %	108 %	59 %	37 %	64 %
Troms fylke	158 650	104 %	111 %	97 %	104 %	100 %



Figur 4-30. Utvikling i dekningsgrad på regionnivå for detaljvarehandel samlet

## 4.5 Handelslekkasje

Dekningsgrad i størrelsesorden 100 % for Troms som helhet indikerer at det i liten grad er handelslekkasje ut av fylket. Forbruk pr person samsvarer i stor grad med landsgjennomsnittet, noe som underbygger dette.

Eventuell handelslekkasje til Nordland er nærmere omtalt i kapittel 6.10.

## 5 MODELLBEREGNINGER

For å belyse hvordan handelen fordeles mellom kommunene er det etablert en handelsmodell, ATP-handel. ATP-handel er en modul i ATP-modellen<sup>8</sup>, etablert for å kunne analysere konkurranseflatene mellom ulike handelstilbud, f.eks. for å vise hvordan etablering av et nytt kjøpesenter påvirker eksisterende handel i regionen.

Handelsmodellen er etablert for et område som omfatter Troms fylke, samt de tilgrensende kommunene i Nordland; Andøy, Sortland, Lødingen, Tjeldsund, Evenes og Narvik.

Handelsmodellen er benyttet til å belyse hvilke naturlige handelsregioner en har i Troms, og hvordan forventet befolkningsvekst frem mot 2030 vil påvirke bildet.

Analysene er gjennomført med 2030 som tidsperspektiv.

### 5.1 ATP-handelsmodell som analyseverktøy

#### 5.1.1 Generelt om modellen

Handelsmodulen i ATP-modellen bygger på en gravitasjonstankegang, der reiseavstanden mellom handelstilbud og kunde og handelstilbudets omfang er bestemmende for hvor kundene handler. I modellen beregnes forutsetninger for varehandel som en funksjon av følgende tre forhold:

- Hvor kjøpekraften finnes (boliger og arbeidsplasser)
- Hvor handelstilbudet finnes (omsetning)
- Innkjøpsreisenes avstandsfølsomhet (målt i reiseavstand/reisetid)

Inngangsdata til modellen er basert på stedfestet informasjon om bosetting, handelsbedrifter og andre virksomheter (adressenivå, som aggregeres til grunnkrets nivå). Det etableres en avstandsmatrise basert på definerte handelssoner, med ett handelstyngdepunkt i hver sone. Dette tyngdepunktet er utgangspunktet for beregning av avstander i modellen (gjennomsnittlig avstand hjem–handelstilbud for bosatte i hver enkelt grunnkrets og arbeidsplass–handelstilbud for ansatte i hver grunnkrets). For hver grunnkrets beregnes en gjennomsnittlig reiseavstand til alle handelstilbud i analyseområdet. Handelstyngdepunktet i hver sone er valgt med basis i handelstilbudets fordeling. Noen kommuner er definert som én handelssone, andre er delt opp i flere handelssoner.

I modellen kan det beregnes hvordan et nytt handelstilbud vil kunne påvirke eksisterende handelskonsentrasjoner i analyseområdet. Modellen bygger på empiri om handlevaner for

---

<sup>8</sup> ATP-modellen er et GIS-basert analyse- og presentasjonsverktøy til bruk i samordnet areal- og transportplanlegging, utviklet av Asplan Viak. ATP-modellen er både en metode og et analyseverktøy, og er særlig egnet til å studere sammenhenger mellom arealbruk og transport, konsekvenser ved utvikling av nye transporttilbud eller endring av eksisterende. ATP-modellen er nå utvidet med en modul for handelsanalyser, som gjør det mulig å modellere fordeling av handel og innkjøpsturer i en region, samt eventuelle konsekvenser for konkurranseforhold, dekningsgrader, transportarbeid og tilhørende CO<sub>2</sub>-utslipp som følge av etablering av nye eller utvidelse av eksisterende handelstilbud.

ulike typer varer og på kunnskap om reisemotstand for innkjøpsreiser (som igjen gir en indikasjon på sannsynligheten for å reise til de ulike handelstilbudene i analyseområdet).

Med modellen kan en beregne eventuelle endringer i omsetning og markedsandel for de enkelte handelstilbudene i analyseområdet, som følge av etablering av et nytt tilbud (eventuelt utvidelse av eksisterende). Beregningene kan gjøres for ulike varegrupper. Modellen gir dermed et godt grunnlag for å analysere konkurranseforholdet mellom ulike områder. Modellen viser også hvordan en ny handelsetablering, eller en utvidelse av eksisterende, påvirker transportomfang, og påfølgende CO<sub>2</sub>-utslipp i regionen.

## 5.2 Beregningsgrunnlag og sentrale forutsetninger

- **Modellavgrensing:** Kommunene innenfor analyseområdet behandles som et «lukket område», hvor det antas at all handel som foregår i analyseområdet foretas av personer som enten bor eller jobber der. Dette innebærer at etablering av nye handelstilbud kun påvirker fordelingen av handel innenfor analyseområdet. Det vil blant annet si at total omsetning i analyseområdet ikke øker selv om det etableres et nytt tilbud (kjøpekraften i analyseområdet er konstant). Dette betyr at det er nødvendig å definere et analyseområde der det er rimelig å anta at hovedtyngden av handelen gjennomføres av personer som enten bor eller jobber innenfor området. Dette vil aldri kunne bli helt eksakt, men en vil fange opp hovedtyngden av omsetningen, og innkjøpene som foregår på «daglig» basis.
- **Soner:** I modellene er sonene på grunnkrets nivå i Troms og på kommunenivå i Nordland.
- **Varegrupper:** Tre grupper; *dagligvarer, utvalgsvarer og plasskrevende varer*, jf. nærmere definisjon i kapittel 3.3.
- **Turgenerering:** Generering av innkjøpsturer per person er basert på reisevanedata. Den nasjonale reisevaneundersøkelsen fra 2009/2010 viste at befolkningen i gjennomsnitt gjennomførte 3,3 handlereiser per person per dag (bosatte over 13 år, alle ukedager). Videre utgjør handle- og servicereiser 28 % av de daglige reisene, dvs. 0,92 reiser per dag (én reise tur-retur fra eget hjem til handelsvirksomhet regnes her som to reiser). I modellen er det regnet med at alle turer enten starter i bosted eller på arbeidssted. Med basis i RVU-data er følgende faktorer lagt til grunn for beregning av innkjøpsturer generert i den enkelte sone:
  - 0,84 innkjøpsturer per døgn per bosatt (generert med basis i bosted)
  - 0,34 innkjøpsturer per døgn per ansatt (generert med basis i arbeidssted)
- **Omsetning:** Omsetning i eksisterende handelsvirksomheter i 2011 er innhentet fra SSB, aggregert for hver varegruppe, jf. Kapittel 4.1. Omsetningen er deretter fordelt på soner med basis i antall sysselsatte i handelsvirksomheter i den enkelte sone (grunnkrets nivå i Troms og kommunenivå i Nordland). NACE-kodene i de tre varegruppene ble koblet til NACE-koder i bedriftsregisteret (arbeidstaker-/arbeidsgiverregisteret) for å få fordelt ansatte i varehandelen i hver sone på varegrupper.
- **Teoretisk utbyggingspotensial:** For nye handelstilbud eller utvidelse av eksisterende tilbud legges det inn et salgsareal, som legges til grunn for beregning av omsetning.



Beregnet utbyggingsareal er basert på en omsetning på 30 000 kr pr m<sup>2</sup> salgsareal (2012-situasjon) for alle varegrupper<sup>9</sup>.

- Befolkning: Antall bosatte per grunnkrets/kommune er hentet fra SSB (2012-data). Befolkningen er fremskrevet til 2030 basert på SSBs MMMM-prognose, jf. kapittel 4.1.1.
- Arbeidsplass: Antall arbeidsplasser på grunnkretsnivå er hentet fra stedfestet bedriftsregister (kilde SSB, 2012).
- Forbruksvekst: Det er regnet med at forbruk per person øker med 1,5 prosent per år.
- Arealeffektivitet: Det er regnet med at omsetningen per areal øker med 0,5 prosent per år.
- Avstandsmatrise: Avstand i reisetid mellom alle soner i analyseområdet er beregnet ved hjelp av ATP-modellen, basert på ELVEG-nettverket (database med alle kjørbare veger).
- Avstandsfølsomhet:  $\beta$ -verdiene i uttrykket for reisemotstand er basert på den nasjonale reisevaneundersøkelsen fra 2001. Avstandsfølsomheten er høyest for dagligvarer, litt lavere for utvalgsvarer, og enda lavere for plasskrevende varer. Det legges dermed til grunn at en er villig til å reise lengst for å handle plasskrevende varer, kortest for å handle dagligvarer. Følgende  $\beta$ -verdier er benyttet:
  - Dagligvarer  $\beta = 0,6$
  - Fagvarer  $\beta = 0,3$
  - Plasskrevende varer  $\beta = 0,15$

---

<sup>9</sup> Basert på tall for ARAPlan 2011, Aktørportal for norsk forbrukerrettet varehandel (Andhøy AS)

## 5.3 Beregningsresultater

### 5.3.1 Dagens situasjon

Resultatene fra modellberegningene er gruppert i henhold til dagens senterstruktur gitt av Fylkesdelplan for kjøpesenter i Troms. Modellresultatene og eventuelle konsekvenser for dagens senterstruktur er nærmere beskrevet i kapittel 6.

Modellberegningene for dagens situasjon er basert på dagens infrastruktur, dagens befolknings- og arbeidsplassstruktur og dagens omsetningstall.

Tabell 5-1. Modellresultater for dagens situasjon, gruppert i.h.t. dagens senterstruktur

Senter	Handelsomland, gjeldende plan for kjøpesenter i Troms	Modellberegnet generering (*) i handelsomlandet senter- fordeling på kommuner innkjøpsturene genereres i
Tromsø	Troms, Karlsøy, Lyngen, Storfjord, Balsfjord og Kåfjord	Tromsø (99 %), Karlsøy (1 %)
Harstad	Harstad, Kvæfjord, Skånland, Bjarkøy, Ibestad og Gratangen	Harstad (95 %), Kvæfjord (4 %), Skånland (1 %)
Finnsnes	Lenvik, Berg, Torsken, Tranøy, Dyrøy og Sørreisa	Lenvik (78 %), Tranøy (7 %), Sørreisa (6 %), Torsken (4 %), Berg (3 %), Målselv (2 %)
Setermoen	Bardu, Målselv, Salangen, Gratangen og Lavangen	Bardu (96 %), Gratangen (2 %), Lavangen (1 %), Salangen (1 %)
Bardufoss	Målselv, Bardu, Sørreisa, Gratangen og Salangen	Målselv (90 %), Bardu (7 %), Sørreisa (2 %), Balsfjord (1 %)
Sjøvegan	Salangen og Lavangen	Salangen (68 %), Lavangen (21 %), Dyrøy (5 %), Gratangen (4 %), Bardu (3 %), Ibestad (1 %)
Storslett	Nordreisa, Kåfjord, Kvæningen og Skjervøy	Nordreisa (89 %), Kåfjord (6 %), Kvæningen (5 %)
Skjervøy	Skjervøy	Skjervøy (98 %), Nordreisa (2 %)

### 5.3.2 Fremtidig situasjon

Modellberegningene er gruppert i henhold til dagens senterstruktur gitt av Fylkesdelplan for kjøpesenter i Troms. Modellresultatene og eventuelle konsekvenser for dagens senterstruktur er nærmere diskutert i kapittel 6.

I fremtidig situasjon er følgende infrastrukturtiltak lagt inn:

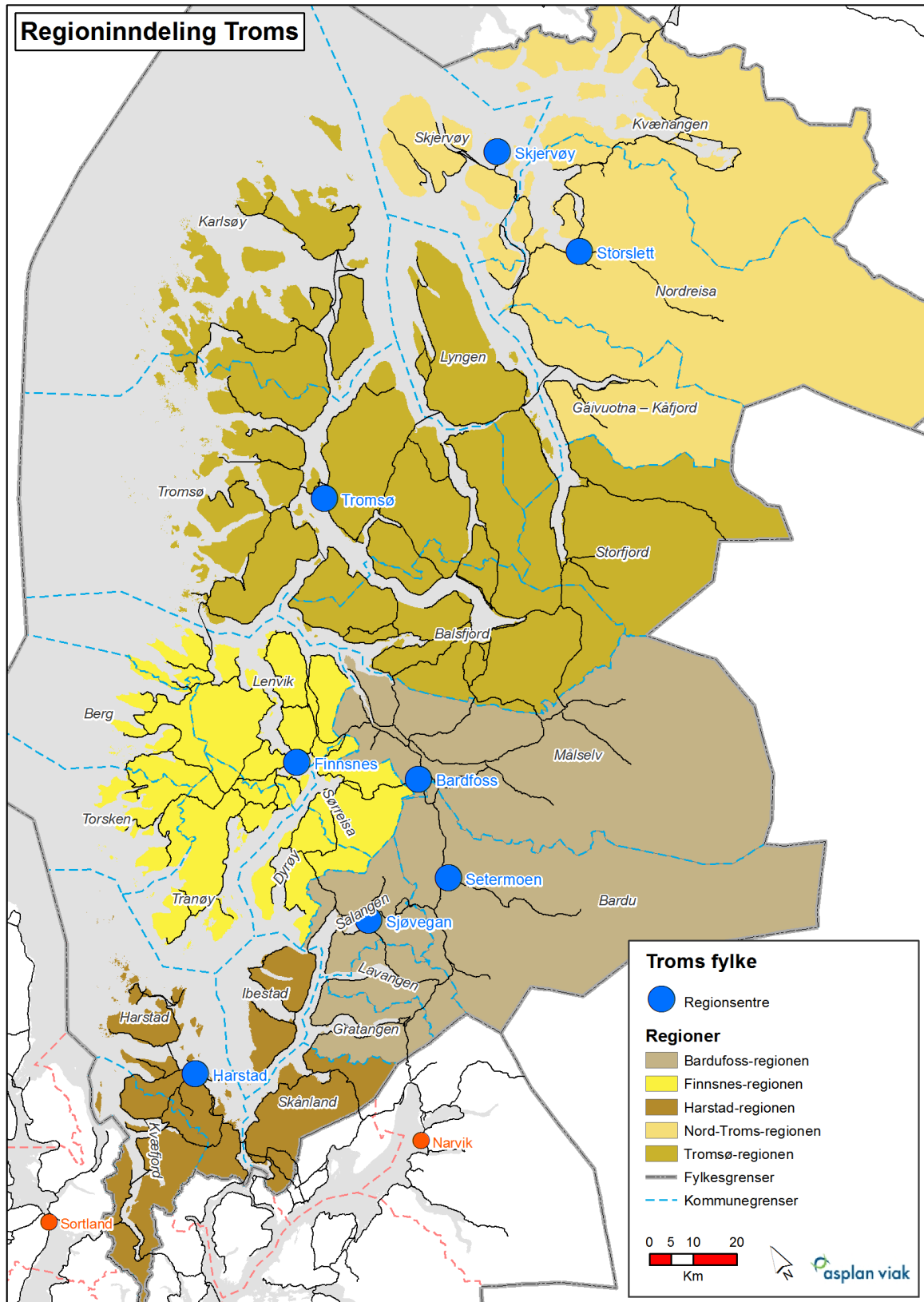
- Hålogalandsbrua (E6)
- Langsundforbindelsen (tunnel fra Ringvassøya til Reinøya)
- Bjarkøyforbindelsen (Kobler øyene Bjarkøy, Grytøy og Sandsøy)
- E6 Langslett-Sørkjosen (ny tunnel)

Beregningene er basert på estimert befolkning- og arbeidsplassstruktur og handelsomsetning i år 2030.

Tabell 5-2. Modellresultater for fremtidig situasjon, gruppert i.h.t. dagens senterstruktur

Senter	Handelsomland, gjeldende plan for kjøpesenter i Troms	Modellberegnet generering (*) – fordeling på kommuner
Tromsø	Troms, Karlsøy, Lyngen, Storfjord, Balsfjord og Kåfjord	Tromsø (99 %), Karlsøy (1 %) <i>Uendret</i>
Harstad	Harstad, Kvæfjord, Skånland, Bjarkøy, Ibestad og Gratangen	Harstad (95 %), Kvæfjord (4 %), Skånland (1 %) <i>Uendret</i>
Finnsnes	Lenvik, Berg, Torsken, Tranøy, Dyrøy og Sørreisa	Lenvik (80 %), Sørreisa (6 %), Tranøy (6 %), Torsken (3 %), Berg (2 %), Målselv (2 %) <i>Lenvik (+2 %), Tranøy (-1 %), Torsken (-1 %), Berg (-1 %)</i>
Setermoen	Bardu, Målselv, Salangen, Gratangen og Lavangen	Bardu (98 %), Lavangen (1 %), Salangen (1 %) <i>Bardu (+2 %), Gratangen (-2 %)</i>
Bardufoss	Målselv, Bardu, Sørreisa, Gratangen og Salangen	Målselv (90 %), Bardu (7 %), Sørreisa (2 %), Balsfjord (1 %) <i>Uendret</i>
Sjøvegan	Salangen og Lavangen	Salangen (72 %), Lavangen (20 %), Dyrøy (4 %), Bardu (3 %), Gratangen (1 %) <i>Salangen (+4 %), Lavangen (-1 %), Dyrøy (-1 %), Gratangen (-3 %), Ibestad (-1 %)</i>
Storslett	Nordreisa, Kåfjord, Kvænangen og Skjervøy	Nordreisa (88 %), Kåfjord (7 %), Kvænangen (5 %), <i>Nordreisa (-1 %), Kåfjord (+1 %)</i>
Skjervøy	Skjervøy	Skjervøy (99 %), Nordreisa (1 %) <i>Skjervøy (+1 %), Nordreisa (-1%)</i>

## 6 NÆRMERE OM HANDELSREGIONENE I TROMS



Figur 6-1. Regioninndeling og regionale sentre i Troms, iht. gjeldende Fylkesdelplan for kjøpesenter i Troms

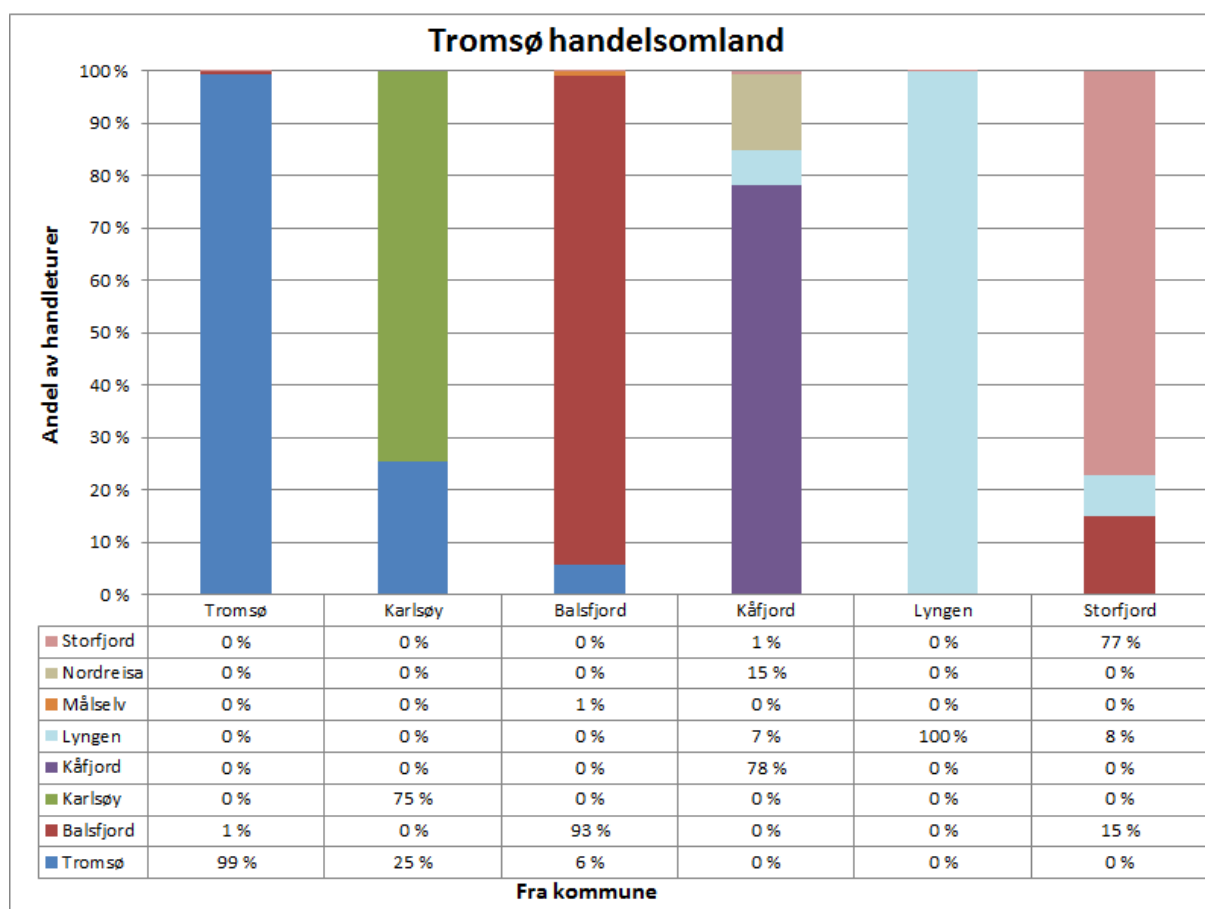
## 6.1 Tromsø med handelsomland

### Dagens situasjon

I foreliggende fylkesdelplan for kjøpesenter i Troms inngår kommunene Tromsø, Karlsøy, Lyngen, Storfjord, Balsfjord og Kåfjord i handelsområdet.

Tromsø kommune har i dag en dekningsgrad på 120 % samlet for all detaljhandel. Ser en på Tromsøregionen er dekningsgraden 112 %. Modellberegningene indikerer at omsetningen i Tromsø i all hovedsak er generert av de som enten bor eller jobber i Tromsø.

Figur 6-2 viser hvor innkjøpsturene som starter i den enkelte kommune går, i henhold til modellberegningene.

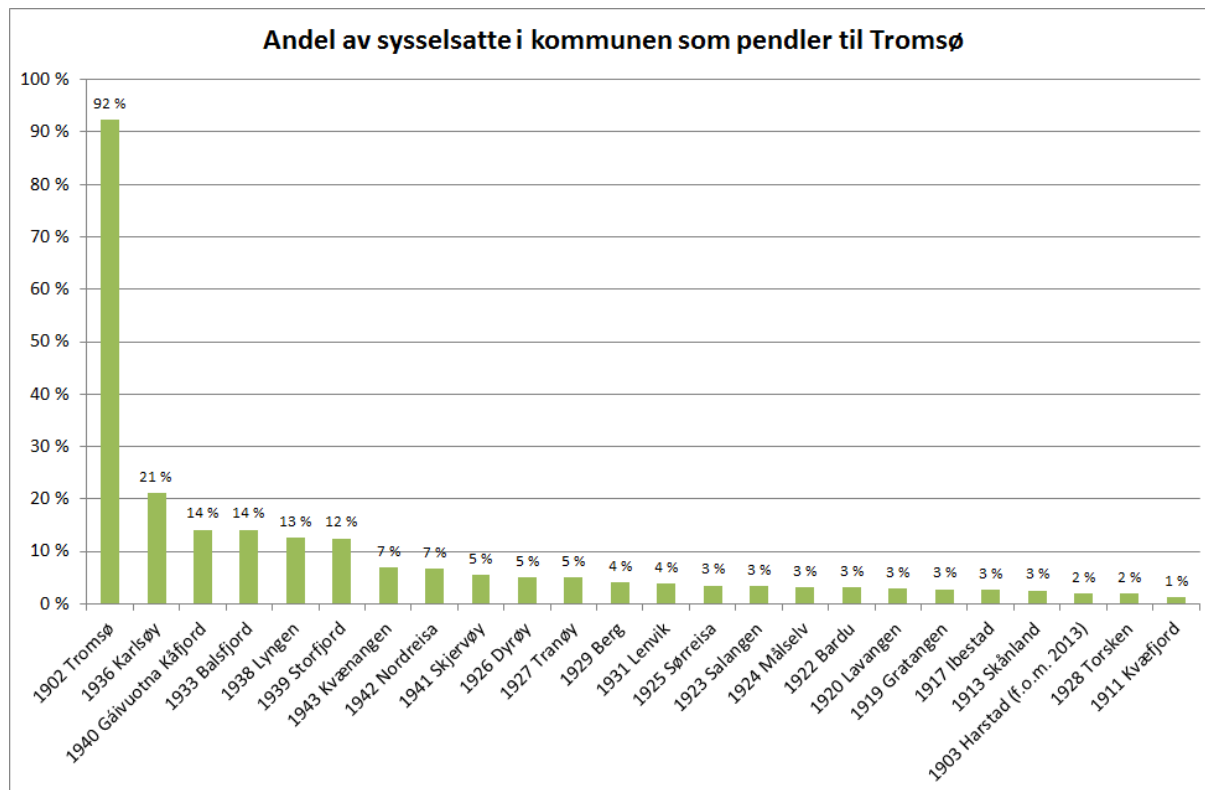


Figur 6-2. Hvor går handleturene som genereres i den enkelte kommune? – modellberegninger for Tromsø med handelsomland

Ut i fra modellberegningene er det kun bosatte i Karlsøy kommune som gjennomfører en betydelig andel, ca. 25 %, av sine innkjøp i Tromsø (i tillegg til de som er bosatt og/eller jobber i Tromsø).

Studenter inngår ikke i modellberegningene. Uten disse ville dekningsgraden for Tromsø vært noe lavere. En detaljert oversikt over antall studenter som ikke allerede er registrert som bosatte i Tromsø foreligger ikke. Det er flere usikkerhetsmomenter knyttet til studentenes bidrag til omsetningen, både fordi antallet ikke er kjent og fordi mange ikke bor der hele året.

Modellberegningene indikerer at bosatte i Lyngen, Storfjord, Balsfjord og Kåfjord i liten grad handler i Tromsø (hvis en ser bort fra de som jobber i Tromsø). Fra hver av disse kommunene er det i størrelsesorden 12-14 % av de sysselsatte som pendler til Tromsø, ca. 1 000 personer totalt. Figur 6-3 viser andelen av de sysselsatte i hver kommune som pendler til Tromsø.



Figur 6-3. Pendling til Tromsø, andel av sysselsatte pr kommune

Modellberegningene indikerer følgende:

- Bosatte i Kåfjord handler lokalt og på Storslett/Nordreisa, og i mindre grad i Tromsø (utover de 14 % som pendler fra Kåfjord til Tromsø)
- For bosatte i Balsfjord er Tromsø det viktigste alternativet, selv om hovedtyngden av handelen skjer lokalt. Balsfjord har en beregnet dekningsgrad på 77 %, men en betydelig overdekning for dagligvarer. Modellberegningene indikerer at overdekningen på dagligvarer skyldes at en del bosatte i Storfjord handler i Balsfjord. Storfjord har lav dekningsgrad for all handel, også dagligvarer.
- Bosatte i Storfjord handler lokalt og i Balsfjord, og i mindre grad i Tromsø (utover de 12 % som pendler fra Storfjord til Tromsø)
- Bosatte i Lyngen handler i all hovedsak lokalt

### Utviklingstrekk

Tromsø har tilnærmet samme dekningsgrad i 2012 som i 2004. I Storfjord og Kåfjord har dekningsgraden gått noe ned siden 2004. For de resterende kommunene har nivået vært relativt stabilt.

Sentrumshandelen i Tromsø har gått ned sammenlignet med eksterne kjøpesentre, spesielt Langnes. Dette gjelder i første rekke utvalgsvarer. Når dekningsgraden for hele kommunen er uendret betyr dette at Langnes hovedsakelig har vokst på bekostning av handelen i Tromsø sentrum.

Frem til 2030 forventes det en betydelig befolkningsvekst i Tromsø, opp 13 % (drøyt 9 000 personer). I Lyngen og Karlsøy forventes det noe nedgang, i de øvrige kommunene noe vekst.

Befolkningsvekst og økt kjøpekraft tilsier at det vil være et potensiale for utvidelse av dagens handelsareal i Tromsø kommune med i størrelsesorden 30-40 %.

For de resterende kommunene kan det tilsvarende være potensiale for utvidelse på 10-25 %, i første rekke på grunn av økt kjøpekraft.

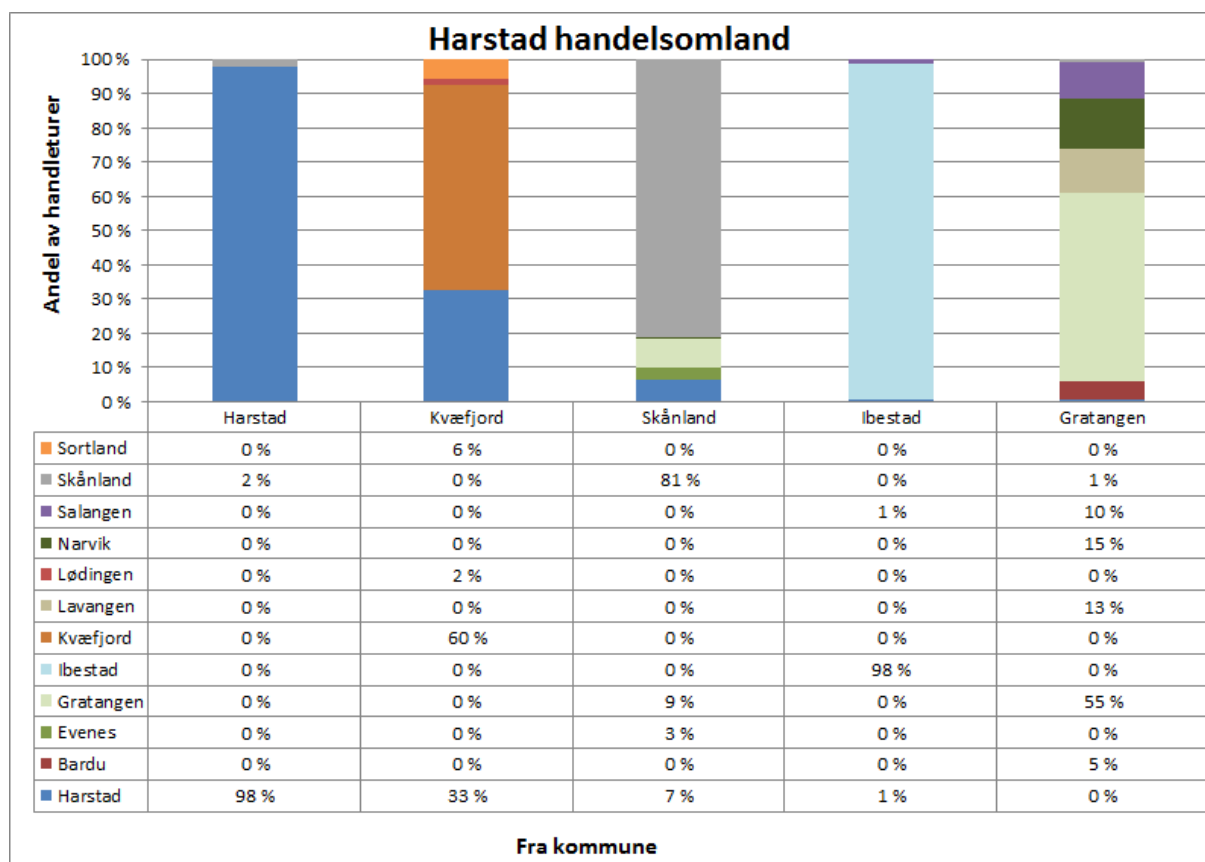
## 6.2 Harstad med handelsomland

### Dagens situasjon

I foreliggende fylkesdelplan for kjøpesenter i Troms inngår kommunene Harstad, Kvæfjord, Skånland, lbestad og Gratangen i handelsområdet.

Harstad kommune har i dag en dekningsgrad på 123 % samlet for all detaljhandel. Ser en på Harstadregionen er dekningsgraden 107 %. Modellberegningene indikerer at 95 % av omsetningen i Harstad er generert av de som enten bor eller jobber i kommunen.

Figur 6-4 viser hvor innkjøpsturene som starter i den enkelte kommune går, i henhold til modellberegningene.



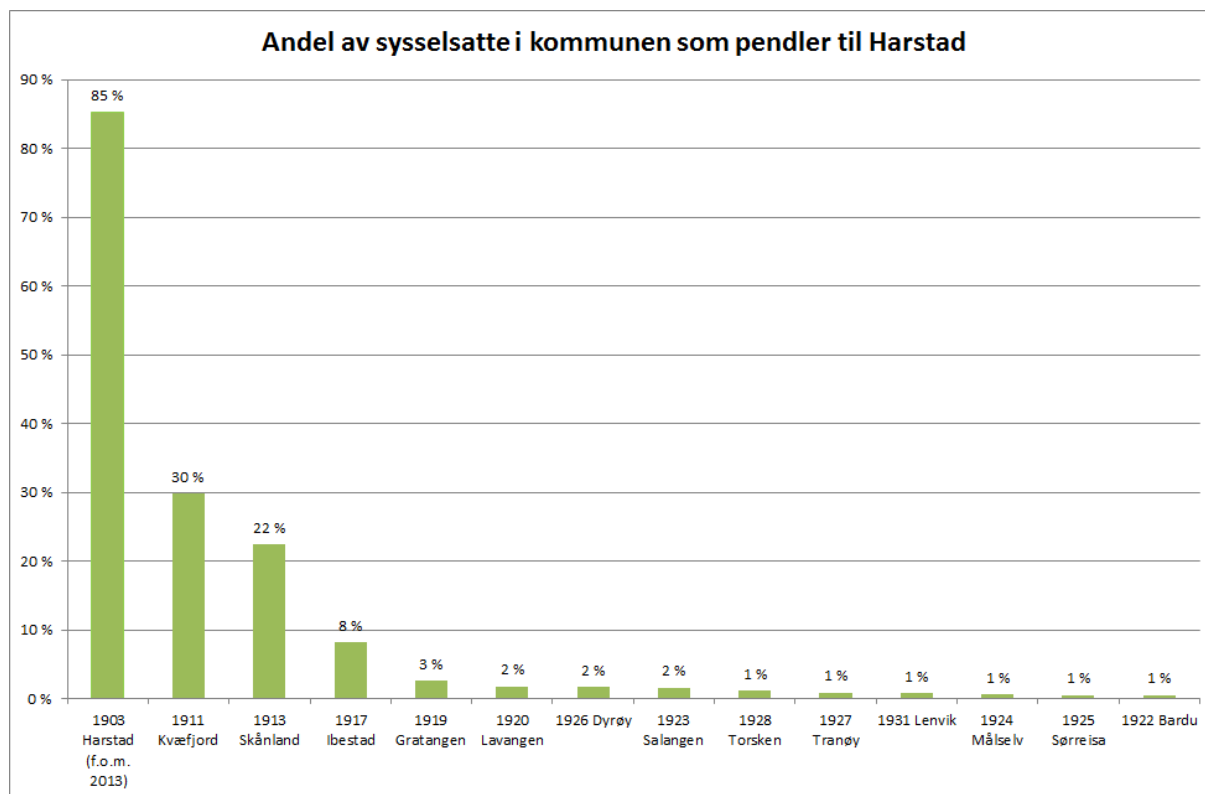
Figur 6-4. Hvor går handleturene som genereres i den enkelte kommune? – modellberegninger for Harstad med handelsomland

Ut i fra modellberegningene er det i første rekke bosatte i Kvæfjord kommune som gjennomfører en betydelig andel, ca. 30 %, av sine innkjøp i Harstad (i tillegg til de som er bosatt og/eller jobber i Harstad). Modellberegningene indikerer videre at 5-10 % av handleturene foretatt av bosatte i Skånland går til Harstad.

Modellberegningene indikerer at bosatte i lbestad og Gratangen i liten grad handler i Harstad (hvis en ser bort fra de som jobber i Harstad). Fra lbestad og Gratangen er det henholdsvis 8 og 3 % av de sysselsatte som pendler til Harstad, ca. 70 personer totalt. Figur 6-5 viser andelen av de sysselsatte i hver kommune som pendler til Harstad.



Modellberegningene indikerer at bosatte i lbestad fortrinnsvis handler lokalt og i liten grad i Harstad (utover de 8 % som pendler fra lbestad til Harstad), videre at bosatte i Gratangen handler lokalt og i Narvik, Lavangen, Salangen og Bardu.



Figur 6-5. Pendling til Harstad, andel av sysselsatte pr kommune

### Utviklingstrekk

Harstad har marginalt lavere dekningsgrad i 2012 enn i 2004. Dekningsgraden har også vært relativt stabil i de øvrige kommunene i handelsområdet.

Sentrumshandelen i Harstad har gått ned sammenlignet med resten av kommunen. Dette gjelder i første rekke utvalgsvarer. Omsetningen av utvalgsvarer har i første rekke økt på Sjøkanten.

Frem mot 2030 ventes det en betydelig befolkningsvekst i Harstad, opp mot 11 % (drøyt 2 600 personer), og omtrent samme relative økning i Kvæfjord og Skånland. Samtidig forventes det betydelig nedgang i lbestad og Gratangen (-24 og -16 %).

Befolkningsvekst og økt kjøpekraft tilsier at det vil være et potensiale for utvidelse av dagens handelsareal i Harstad kommune med i størrelsesorden 30-35 %. Potensialet vil være i samme størrelsesorden i Kvæfjord og Skånland.

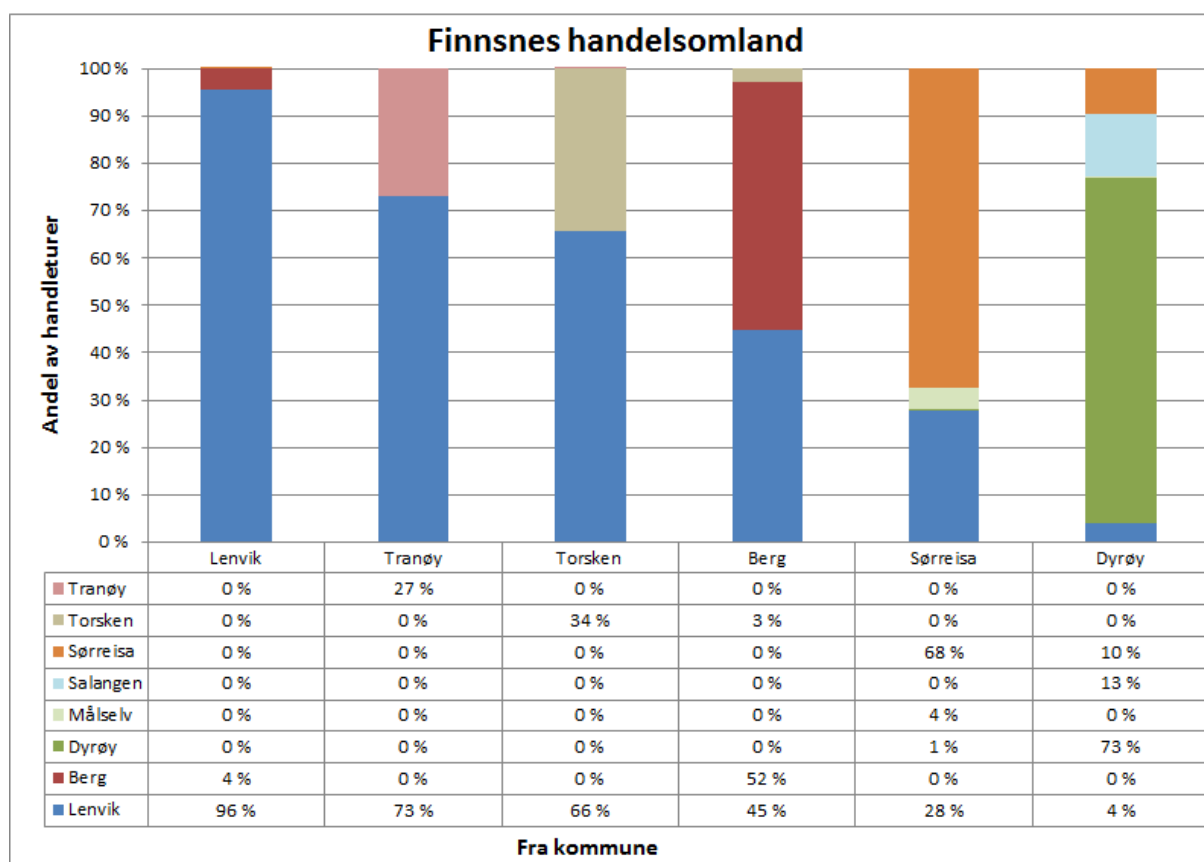
## 6.3 Finnsnes med handelsomland

### Dagens situasjon

I foreliggende fylkesdelplan for kjøpesenter i Troms inngår kommunene Lenvik, Berg, Torsken, Tranøy, Dyrøy og Sørreisa i handelsomlandet.

Lenvik kommune har i dag en dekningsgrad på 136 % samlet for all detaljhandel. Ser en på Finnsnesregionen er dekningsgraden 95 %. Modellberegningene indikerer at 75-80 % av omsetningen i Lenvik er generert av de som enten bor eller jobber i kommunen.

Figur 6-6 viser hvor innkjøpsturene som starter i den enkelte kommune går, i henhold til modellberegningene.

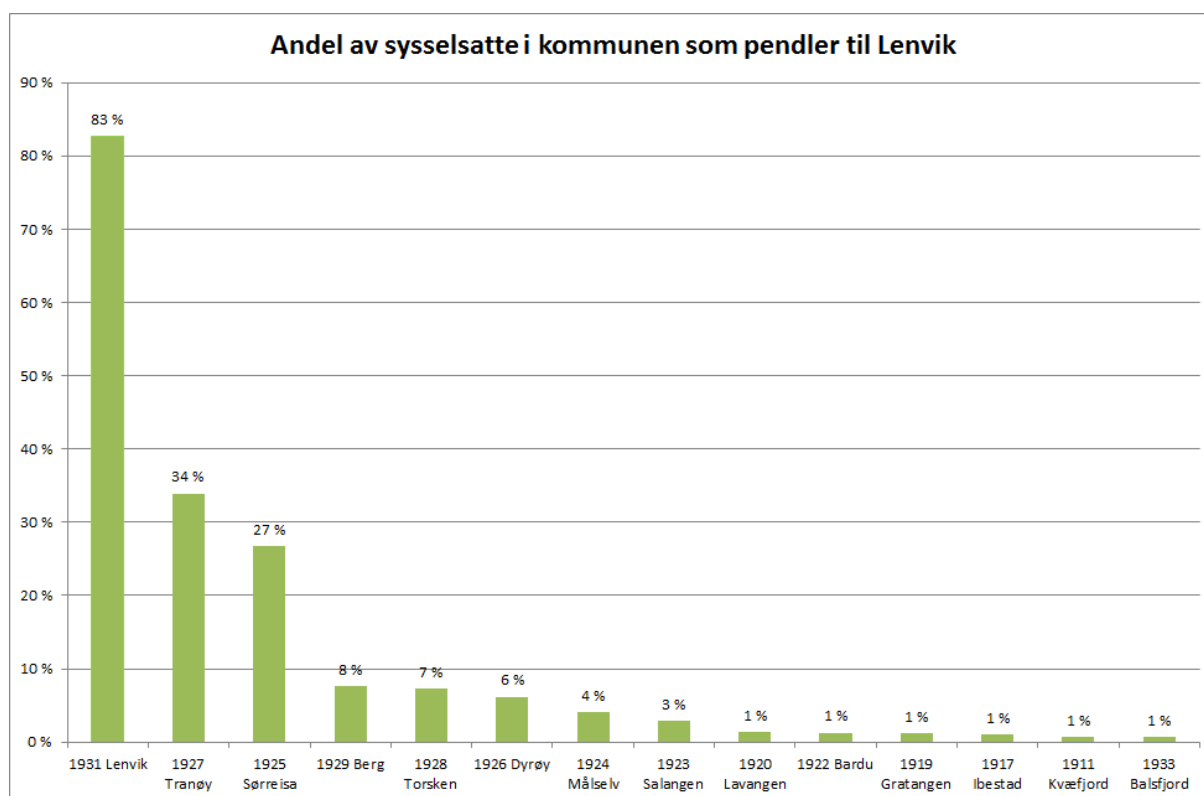


Figur 6-6. Hvor går handleturene som genereres i den enkelte kommune? – modellberegninger for Finnsnes med handelsomland

Ut i fra modellberegningene er Lenvik/Finnsnes det primære handelsstedet for innbyggerne i Tranøy, som i liten grad har et handelstilbud i egen kommune (dekningsgrad 22 %). Lenvik/Finnsnes er også det viktigste handelsstedet for bosatte i Torsken, og viktig for bosatte i Sørreisa og Berg. Alle disse kommunene har et relativt begrenset handelstilbud lokalt. (dekningsgrad 35-40 %). Bosatte i Dyrøy handler i stor grad lokalt, men også i Sørreisa og Salangen. Dyrøy har en relativt lav dekningsgrad, på 34 %.

Finnsnes/Lenvik er ut fra modellberegningene et regionalt handelssted for alle kommunene i dette området, men i vesentlig mindre grad for Dyrøy enn for de øvrige kommunene.

Figur 6-7 viser at andelen pendlere til Lenvik kommune er størst fra Tranøy og Sørreisa.



Figur 6-7. Pendling til Lenvik, andel av sysselsatte pr kommune

### Utviklingstrekk

I Lenvik/Finnsnes har dekningsgraden økt betydelig fra 2004 til 2012, og kommunen har den høyeste dekningsgraden i Troms.

Frem mot 2030 forventes det en betydelig befolkningsvekst i Lenvik, opp mot 14 % (drøyt 1 500 personer), og omtrent samme relative økning i Sørreisa. Samtidig forventes det betydelig nedgang i de øvrige kommunene (ned 7-18 %).

Befolkningsvekst og økt kjøpekraft tilsier at det vil være et potensiale for utvidelse av dagens handelsareal i Lenvik/Finnsnes med i størrelsesorden 30-35 %.

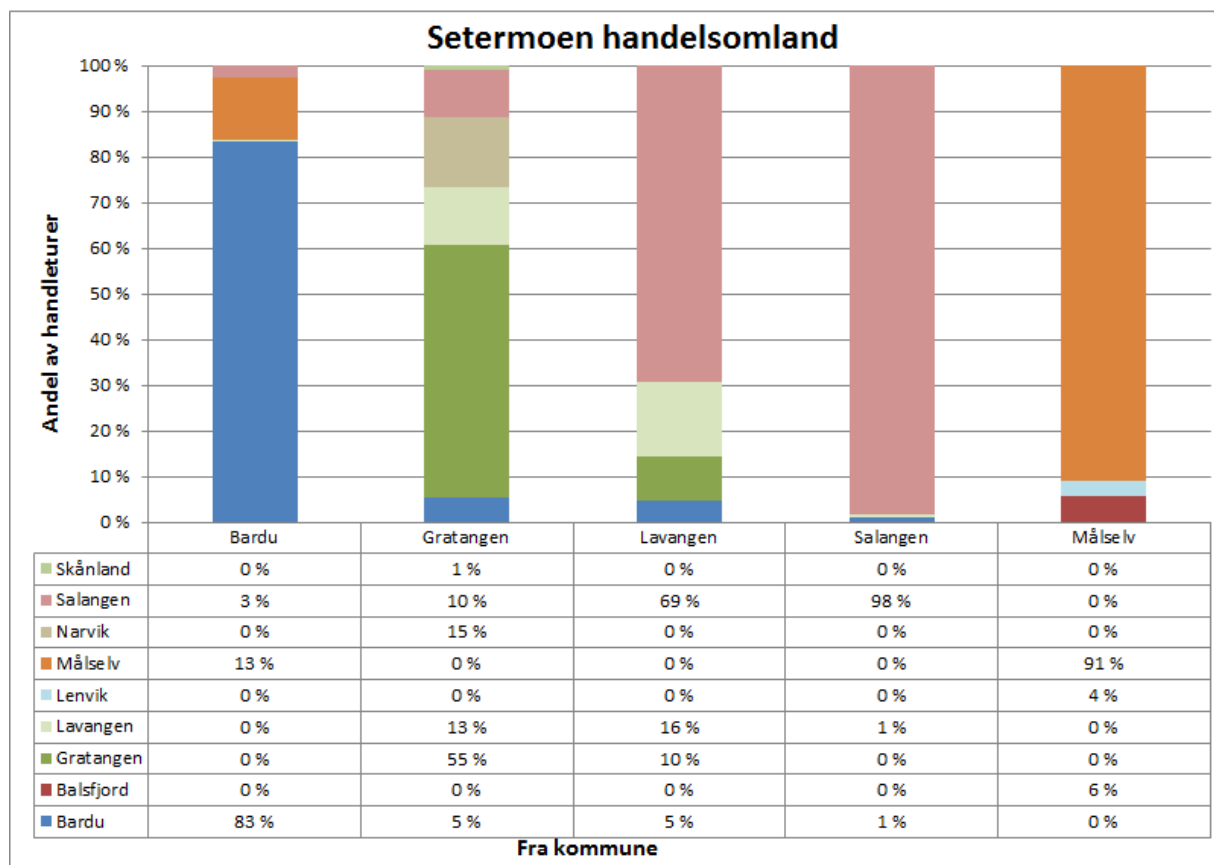
## 6.4 Setermoen med handelsomland

### Dagens situasjon

I foreliggende fylkesdelplan for kjøpesenter i Troms inngår kommunene Bardu, Målselv, Salangen, Gratangen og Lavangen i handelsområdet. Disse fem kommunene inngår i Bardufoss-regionen. Med unntak av Lavangen inngår alle kommunene i Setermoen med handelsomland også i Bardufoss med handelsomland. Setermoen ligger i Bardu kommune.

Bardu kommune har i dag en dekningsgrad på 84 % samlet for all detaljhandel. Bardufossregionen (Bardu, Målselv, Lavangen, Salangen og Gratangen) har også en dekningsgrad på 84 %.

Figur 6-8 viser hvor innkjøpsturene som starter i den enkelte kommune går, i henhold til modellberegningene.



Figur 6-8. Hvor går handleturene som genereres i den enkelte kommune? – modellberegninger for Setermoen med handelsomland

Modellberegningene indikerer at 95 % av omsetningen i Bardu er generert av de som enten bor eller jobber i kommunen. Bosatte i Bardu foretar i tillegg i ca. 15 % av sine innkjøp i Målselv.

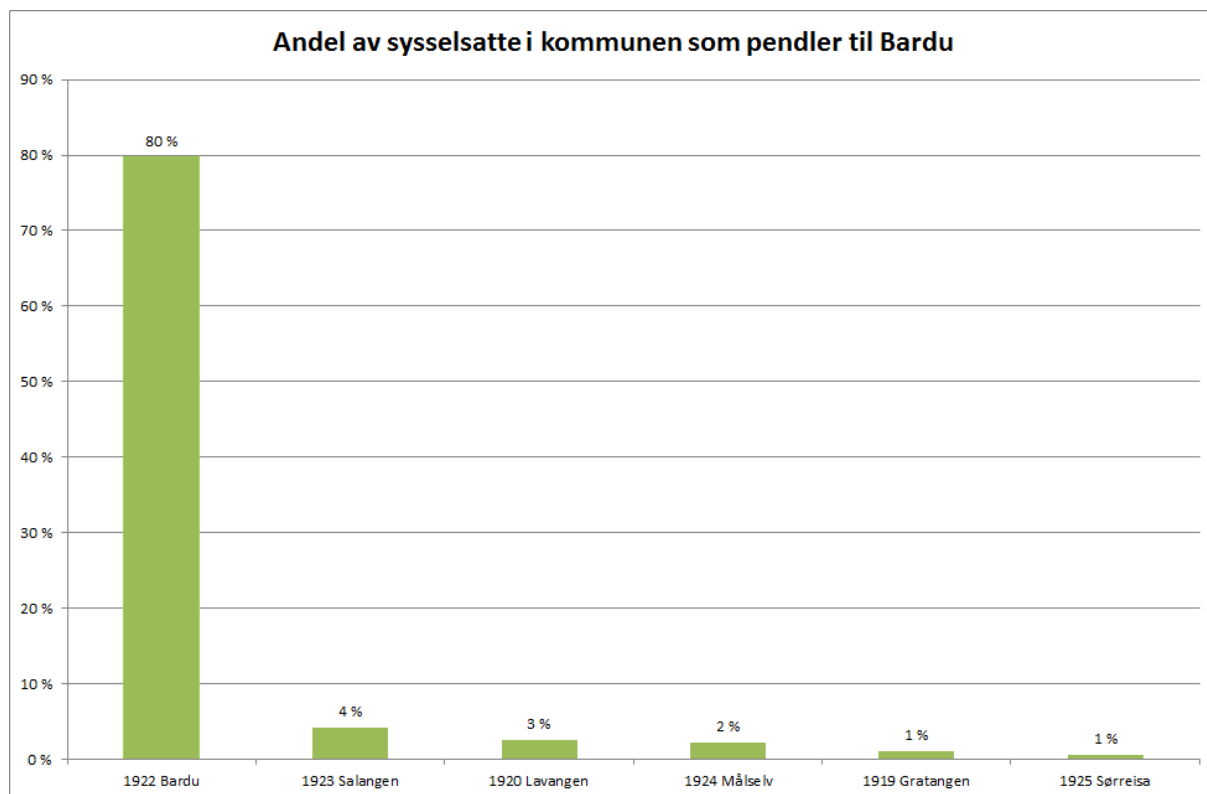
Modellen indikerer videre at bosatte i Målselv og Salangen hovedsakelig handler i egen kommune, samt noe i Bardu.

For bosatte i Gratangen utføres ca. 50 % av handelen i egen kommune. Øvrig handel er relativt jevnt fordelt på hhv. Lavangen, Salangen og Narvik.

Bosatte i Lavangen handler i først og fremst i Salangen, men også i Lavangen, Gratangen og Bardu.

Salangen og Målselv har nesten full egendekning for detaljvarehandel, med en dekningsgrad på hhv 93 og 97 %. Gratangen og Lavangen har lav dekningsgrad, hhv. 25 og 48 %.

Figur 6-9 viser at innpendlingen til Bardu fra nabokommunen er liten. Forsvarets leir på Setermoen vil imidlertid bidra til å bygge opp under Bardu/Setermoen som handelssenter.



Figur 6-9. Pendling til Bardu, andel av sysselsatte pr kommune

### Utviklingstrekk

Dekningsgraden for Salangen økte fra 82 til 93 % fra 2004 til 2012, noe som gir tilnærmet egendekning for kommunen. Dekningsgraden for Bardu gikk i samme periode ned fra 89 til 84 %. For de andre kommunene i regionen er det ingen større endringer i dekningsgrad.

Frem 2030 ventes det en befolkningsvekst i Salangen og Målselv på hhv. 11 og 12 %, som gir til sammen drøyt 1 000 nye bosatte. Samtidig forventes det nedgang på 16 % i Gratangen. For Bardu og Lavangen er det ventet en befolkningsvekst på ca. 4 %.

Befolkningsvekst og økt kjøpekraft tilsier at det vil være et potensiale for utvidelse av dagens handelsareal i Salangen og Målselv med drøyt 30 %, og drøyt 25 % i Bardu og Lavangen. For Bardu og Lavangen er potensialet i første rekke knyttet til økt kjøpekraft.

Ny Hålogalandsbru vil gi bedre tilgjengelighet mot Narvik. Modellberegningene indikerer at dette i første rekke vil påvirke andelen handleturer fra Gratangen til Narvik, som i henhold til

beregningene vil øke fra 15 til 39 %. I tillegg indikerer modellberegningene at bosatte i Lavangen vil bli mer tilbøyelige til å reise til Narvik for å handle.

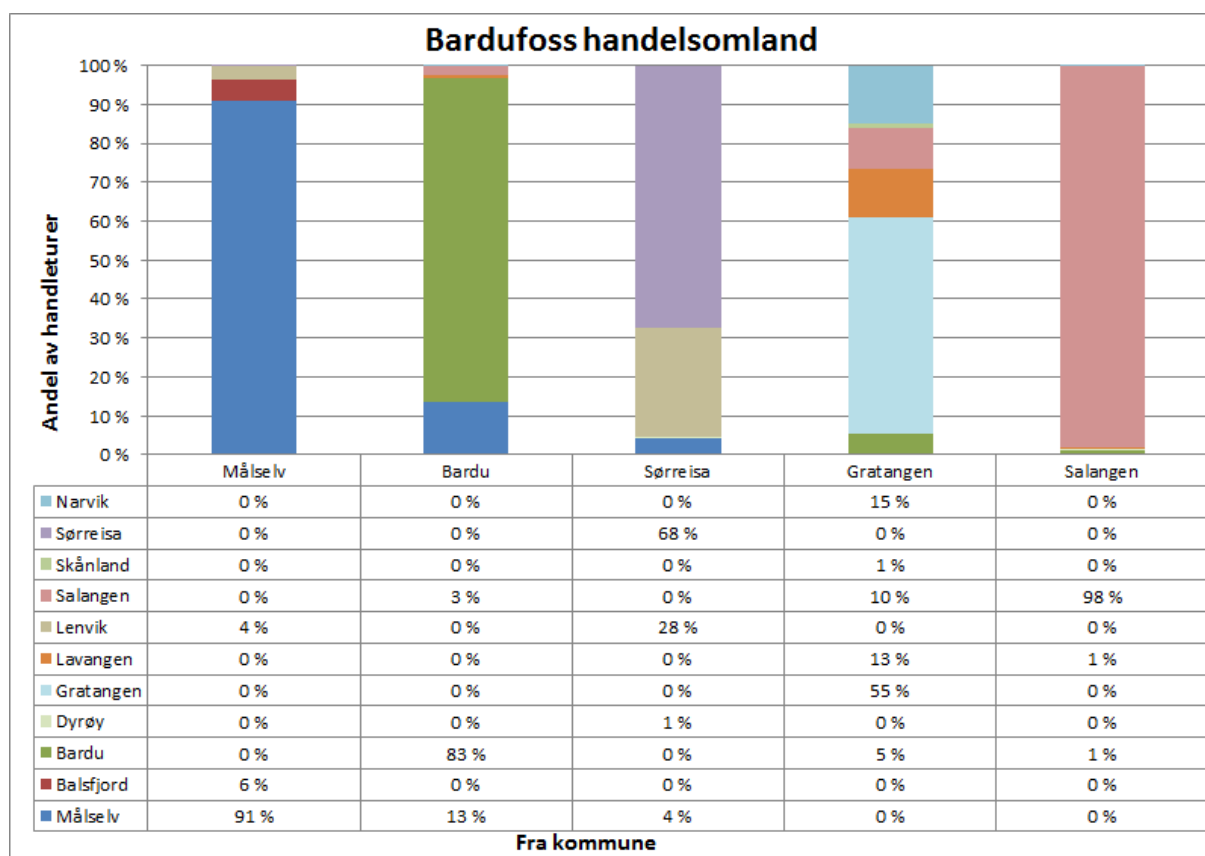
## 6.5 Bardufoss med handelsomland

### Dagens situasjon

I foreliggende fylkesdelplan for kjøpesenter i Troms inngår kommunene Målselv, Bardu, Salangen, Gratangen og Sørreisa i handelsområdet. Med unntak av Sørreisa inngår disse kommunene i Bardufossregionen. Sørreisa er del av Finnsnesregionen.

Bardufoss med handelsomland er delvis sammenfallende med Setermoen med handelsomland. Bardufoss er handelssentrum i Målselv kommune.

Figur 6-10 viser hvor innkjøpsturene som starter i den enkelte kommune går, i henhold til modellberegningene.

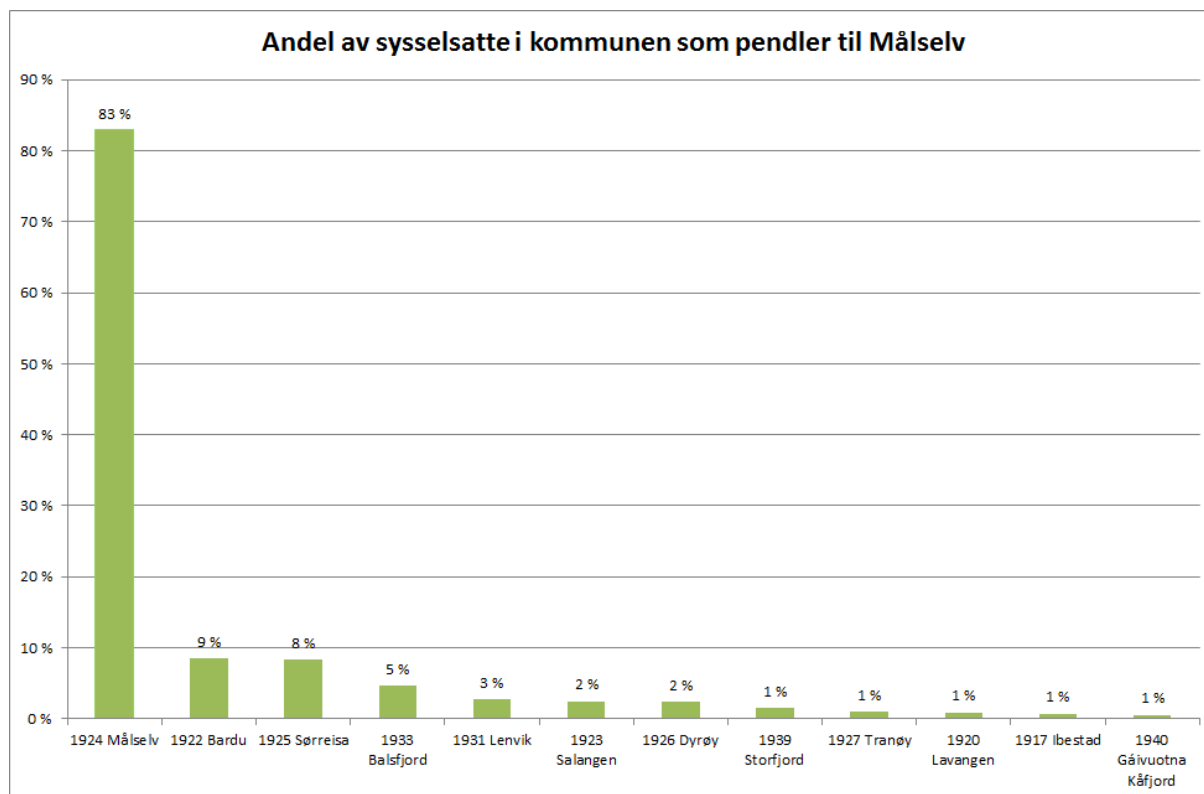


Figur 6-10. Hvor går handleturene som genereres i den enkelte kommune? – modellberegninger for Bardufoss med handelsomland

I tillegg til de som bor og/eller jobber i Målselv er det hovedsakelig bosatte i Bardu kommune som handler i Målselv/Bardufoss. Bardu er også den kommunen som har høyest innpendling til Målselv, jf. Figur 6-11.

Målselv, Bardu, Salangen, Gratangen er nærmere omtalt i kapittel 6.4, Sørreisa i kapittel 6.3.

Modellberegningene indikerer at bosatte i Salangen, Gratangen og Sørreisa i liten grad reiser til Målselv/Bardufoss for å handle. Fra Sørreisa er det imidlertid 8 % av de sysselsatte som pendler til Målselv, og dette vil gi noe handel i tilknytning til arbeidsreisen.



Figur 6-11. Pendling til Målselv, andel av sysselsatte pr kommune

### Utviklingstrekk

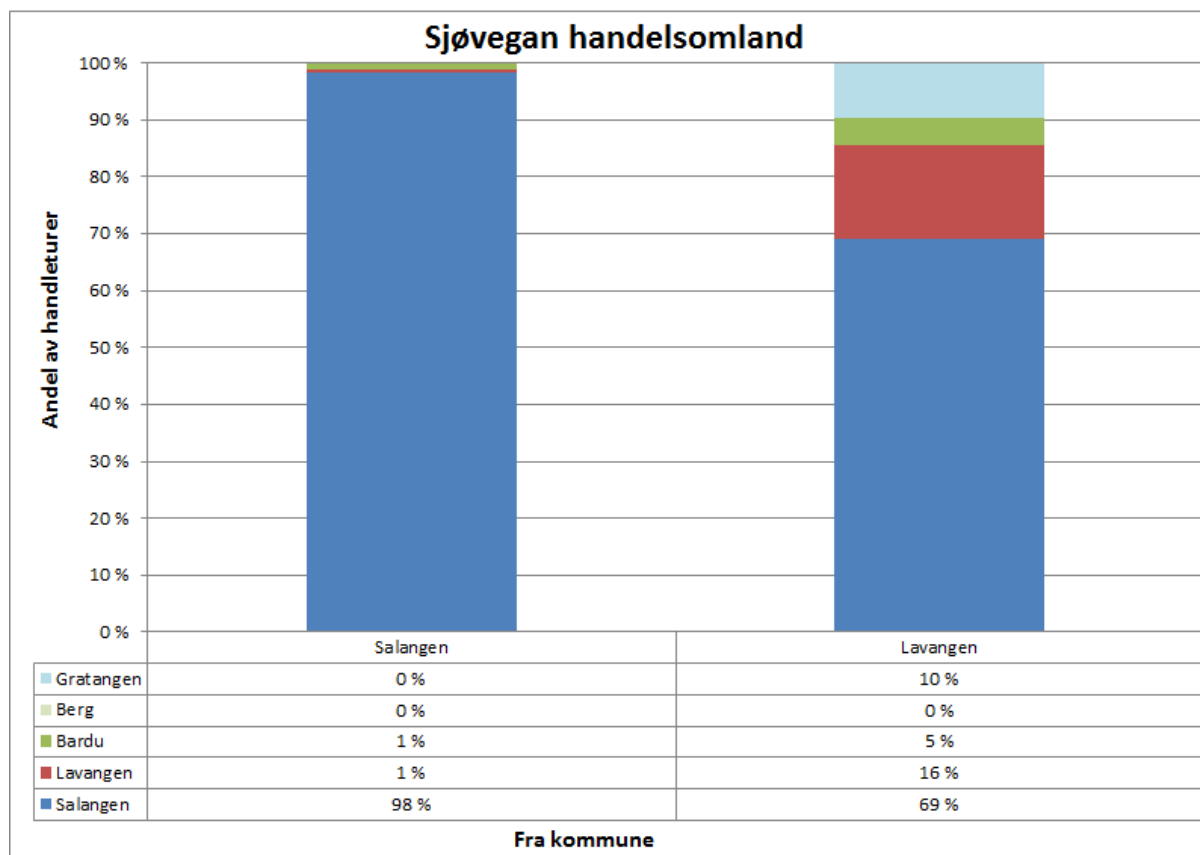
Befolkningsvekst og økt kjøpekraft tilsier at det vil være et potensiale for utvidelse av dagens handelsareal i Målselv/Bardufoss med drøyt 30 %.

## 6.6 Sjøvegan med handelsomland

### Dagens situasjon

I foreliggende fylkesdelplan for kjøpesenter i Troms inngår kommunene Salangen og Lavangen i handelsområdet. De to kommunene inngår også i Setermoen med handelsomland, samt Bardufoss-regionen og er nærmere omtalt i kapittel 0. Sjøvegan ligger i Salangen kommune.

Figur 6-12 viser hvor innkjøpsturene som starter i den enkelte kommune går, i henhold til modellberegningene.

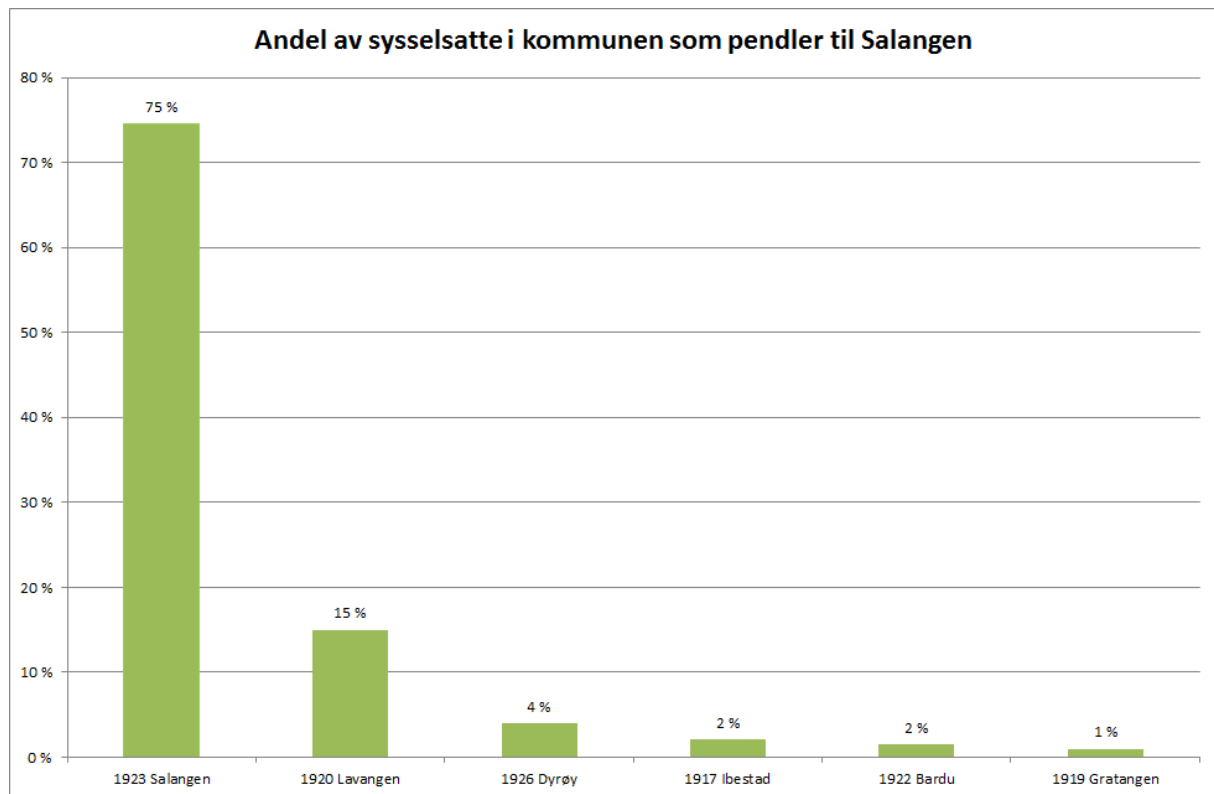


Figur 6-12. Hvor går handleturene som genereres i den enkelte kommune? – modellberegninger for Sjøvegan med handelsomland

Modellberegningene viser at bosatte i Salangen hovedsakelig handler i egen kommune. I tillegg er Salangen/Sjøvegan det viktigste handelsstedet for bosatte i Lavangen. Lavangen er også den kommunen som i størst grad har utpendling til Salangen, jf. Figur 6-13.

Modellberegningene indikerer videre at bosatte i Bardu, Gratangen og Dyrøy i noen grad handler i Salangen/Sjøvegan.





Figur 6-13. Pendling til Salangen, andel av sysselsatte pr kommune

### Utviklingstrekk

Modellberegningene indikerer at Salangen er det primære handelsstedet for bosatte i begge disse kommunene. Det er også i Salangen det er forventet at den største befolkningsveksten frem mot 2030 vil komme.

Befolkningsvekst og økt kjøpekraft tilsier at det vil være et potensiale for utvidelse av dagens handelsareal i Sjøvegan/Salangen med drøyt 30 %.

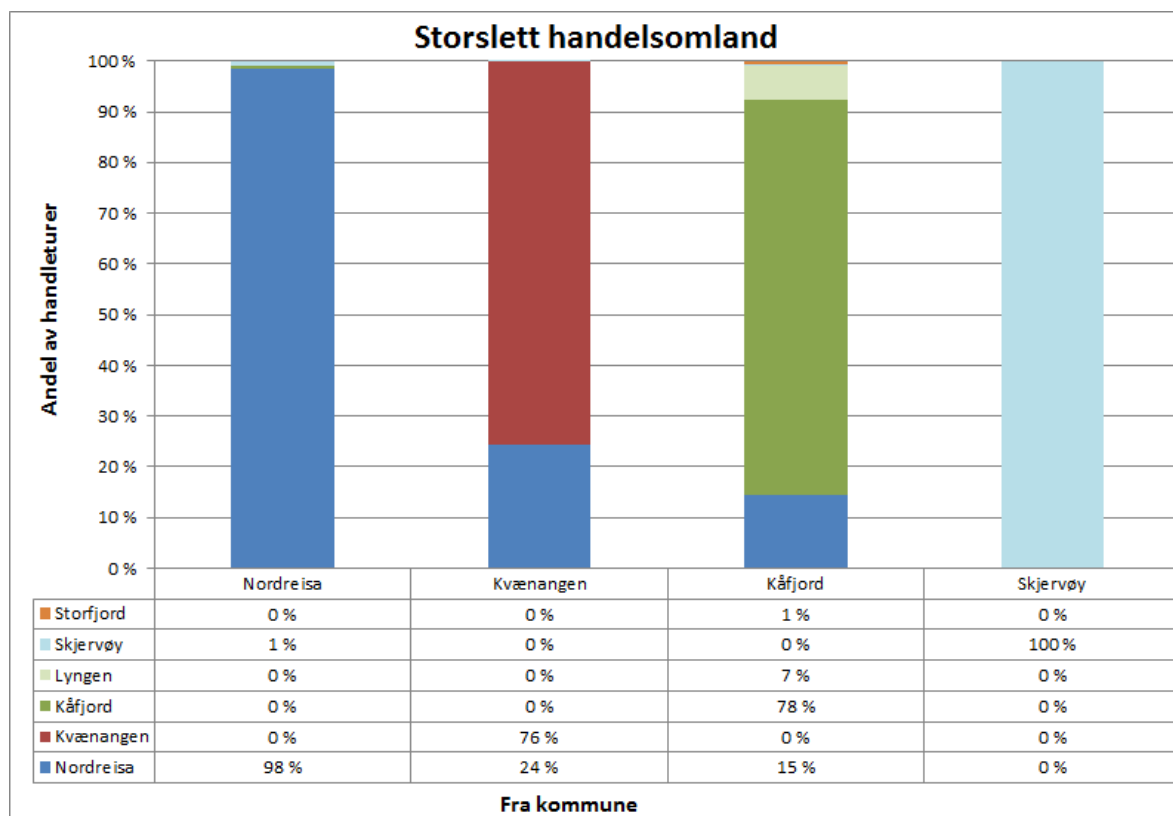
## 6.7 Storslett med handelsomland

### Dagens situasjon

I foreliggende fylkesdelplan for kjøpesenter i Troms inngår kommunene Nordreisa, Kåfjord, Kvænangen og Skjervøy i handelsområdet. Disse fire kommunene inngår også i Nord-Troms-regionen. Storslett ligger i Nordreisa kommune.

Nordreisa kommune har i dag en dekningsgrad på 110 % samlet for all detaljhandel. Ser en på Nord-Troms-regionen er dekningsgraden på 84 %.

Figur 6-14 viser hvor innkjøpsturene som starter i den enkelte kommune går, i henhold til modellberegningene.



Figur 6-14. Hvor går handleturene som genereres i den enkelte kommune? – modellberegninger for Storslett med handelsomland

Modellberegningene indikerer at 85-90 % av omsetningen i Nordreisa/Storslett er generert av de som enten bor eller jobber i kommunen, jf. Tabell 5-1. I tillegg benytter bosatte i Kåfjord og Kvænangen i noen grad handelstilbudet i Nordreisa/Storslett.

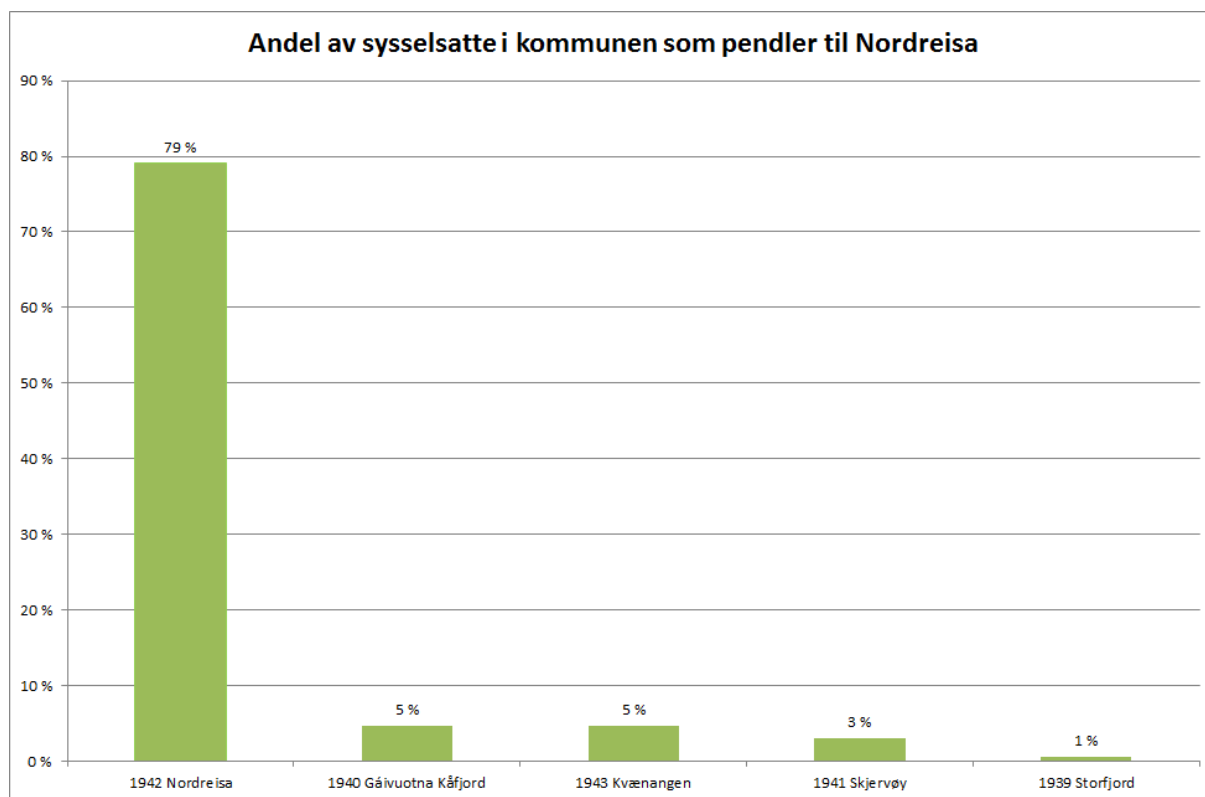
Ut fra modellberegningene gjennomfører bosatte i Nordreisa de alle fleste innkjøpene i egen kommune. Det gjør også bosatte på Skjervøy.

Modellberegningene indikerer at bosatte i Kåfjord gjennomfører drøyt 80 % av innkjøpene i egen kommune, mens resten av innkjøpene i hovedsak gjennomføres i Nordreisa og Lyngen.

Bosatte i Kvænangen foretar i 70-80 % av innkjøpene i egen kommune, resten hovedsakelig i Nordreisa.

Kåfjord og Kvænangen har lave dekningsgrader med hhv. 45 og 64 %, mens Skjervøy har en dekningsgrad på 80 %.

Innpendlingen til Nordreisa fra nabokommene er relativt liten, jf. Figur 6-15.



Figur 6-15. Pendling til Nordreisa, andel av sysselsatte pr kommune

### Utviklingstrekk

Dekningsgraden for Nordreisa har gjennomgående vært på 110 % i perioden fra 2004 til 2012, mens dekningsgraden for Skjervøy har vært relativt stabil på drøyt 80 %. For Kvænangen økte dekningsgraden fra 58 til 64 % fra 2002-2012, mens det for Kåfjord har vært en liten nedgang fra 49 til 45 %.

Frem 2030 forventes det en befolkningsvekst i Nordreisa på 13 %, som gir i overkant av 600 nye bosatte. For Kåfjord og Skjervøy er det forventet en økning på 4 %, og for Kvænangen er nedgang på 7 %.

Befolkningsvekst og økt kjøpekraft tilsier at det vil være et potensiale for utvidelse av dagens handelsareal i Nordreisa/Storslett med drøyt 35 % frem mot 2030, og drøyt 25 % i Kåfjord og Skjervøy. For Kåfjord og Skjervøy er potensialet i første rekke knyttet til økt kjøpekraft.

## 6.8 Skjervøy

### Dagens situasjon

I foreliggende fylkesdelplan for kjøpesenter i Troms er det kun Skjervøy kommune som inngår i handelsområdet. Skjervøy kommune er del av Nord-Troms-regionen, og inngår også i handelsområdet til Storslett i Nordreisa kommune.

Skjervøy kommune har i dag en dekningsgrad på 80 % samlet for all detaljhandel.

I henhold til modellberegningene handler bosatte på Skjervøy i all hovedsak i egen kommune.

Innpendlingen til Skjervøy kommune fra nabokommunene er også liten.

### Utviklingstrekk

Dekningsgraden for Nordreisa har gjennomgående vært på drøyt 80 % i perioden fra 2004 til 2012.

Frem 2030 forventes det en befolkningsvekst i Nordreisa Skjervøy er på 4 %, som gir drøyt 100 nye bosatte.

Befolkningsvekst og økt kjøpekraft tilsier at det vil være et potensiale for utvidelse av dagens handelsareal i Skjervøy på drøyt 25 %. Potensialet i første rekke knyttet til økt kjøpekraft.

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

Potensialet for nytt handelsareal frem mot 2030 er beregnet for den enkelte kommune. Arealpotensialet er fordelt på varegruppene dagligvarer, utvalgsvarer og plasskrevende varer (møbler, hvitevarer, byggvarer, hagesenter, ol.).

Vekstpotensialet er basert på forventet befolkningsvekst (kilde SSB/Statistikkbanken) og generell kjøpekraftsutvikling (antatt 1,5 % pr år). Utbyggingsarealet er basert på en omsetning på 30 000 kr pr m<sup>2</sup> salgsareal (2012-situasjon) for alle varegrupper<sup>10</sup>. Frem mot 2030 er det regnet med en arealeffektiviseringsgevinst på 0,5 % pr år (økt omsetning pr areal).

Dette gir følgende utbyggingspotensial (tabellen viser kun arealer over 1000 m<sup>2</sup>):

Figur 6-16. Beregnet utbyggingspotensial for nytt handelsareal i den enkelte kommune i Troms

Kommune	Dagligvarer	Utvalgsvarer	Plasskrevende
Tromsø	30 000	28 000	10 000
Harstad	9 000	8 000	4 000
Kvæfjord	1 000	-	-
Skånland	1 000	-	-
Ibestad	-	-	-
Gratangen	-	-	-
Lavangen	-	-	-
Bardu	1 000	-	-
Salangen	1 000	-	-
Målselv	3 000	2 000	1 000
Sørreisa	1 000	-	-
Dyrøy	-	-	-
Tranøy	-	-	-
Torsken	-	-	-
Berg	-	-	-
Lenvik	5 000	4 000	1 000
Balsfjord	2 000	-	-
Karlsøy	-	-	-
Lyngen	-	-	-
Storfjord	-	-	-
Kåfjord	1 000	-	-
Skjervøy	1 000	-	-
Nordreisa	2 000	1 000	-
Kvænangen	-	-	-
Bjarkøy	-	-	-

<sup>10</sup> Basert på tall for ARAPlan 2011, Aktørportal for norsk forbrukerrettet varehandel (Andhøy AS)

## 6.10 Handel på tvers av fylkesgrensen

### Dagens situasjon

Modellberegningene indikerer at det i første rekke er bosatte i Gratangen som krysser fylkesgrensen mot Nordland for å handle. Disse handleturene går til Narvik. Det er også noen handleturer fra Kvæfjord til Sortland og Lødingen og fra Skånland til Evenes og Narvik.

I motsatt retning er det første rekke handleturer fra Tjeldsund og Evenes til Skånland som krysser fylkesgrensen. I tillegg er det noen handleturer fra disse kommunene til Harstad.

Omfanget av den grensekryssende handelen utgjør en relativt liten andel av samlet omsetning, både for Troms, Nordland og de berørte kommunene.

Tabell 6-1 viser andel av handleturer på tvers av fylkesgrensen for kommuner i dette området.

### Fremtidig situasjon (2030)

Ny Hålogalandsbru vil endre tilgjengeligheten mellom kommuner i grensetraktene mellom Troms og Nordland. I første rekke ved at kommunene nord for Narvik vil få bedre tilgjengelighet til handelstilbudet i Narvik.

Modellberegningene indikerer at dette i første rekke vil påvirke andelen handelsreiser fra Gratangen til Narvik. Denne andelen vil mer enn fordobles. I tillegg viser modellen at også bosatte i Skånland og Lavangen i noen grad vil reise til Narvik for å handle. I henhold til modellen er det svært få innkjøpsreiser på disse strekningene i dag.

Tabell 6-1 viser andel av handleturer på tvers av fylkesgrensen for kommuner i dette området.

Tabell 6-1. Fylkeskryssende handleturer

Fra	Til (handelssone)	Andel av handel generert i fra-kommune	
		2013	2030 <sup>1</sup>
Gratangen	Narvik	15 %	39 %
Kvæfjord	Sortland	6 %	6 %
Skånland	Evenes	3 %	2 %
Kvæfjord	Lødingen	2 %	2 %
Skånland	Narvik	0 %	5 %
Lavangen	Narvik	0 %	2 %
Tjeldsund	Skånland	17 %	17 %
Evenes	Skånland	15 %	14 %
Tjeldsund	Harstad	3 %	3 %
Evenes	Harstad	2 %	2 %

<sup>1</sup> Med ny Hålogalandsbru

## 7 UTVIKLINGSSCENARIER FOR HANDEL I TROMSØ OG HARSTAD

### 7.1 Tromsø

Befolkningsvekst og forbruksvekst gir grunnlag for å estimere potensialet for nytt handelsareal i Tromsø kommune frem mot 2030. Bakgrunnen for beregningen er vist i kapittel 6.9.

Tabell 7-1. Estimert utbyggingspotensial for nytt handelsareal i Tromsø

Dagligvarer	Utvalgsvare	Plasskrevende	Sum
30 000 m <sup>2</sup>	28 000 m <sup>2</sup>	10 000 m <sup>2</sup>	68 000 m <sup>2</sup>

Utbyggingspotensialet kan fordeles på ulike områder i kommunen. For å vurdere mulige konsekvenser for sentrumshandelen i Tromsø er følgende fordelinger av utbyggingspotensialet modellert ved hjelp av ATP-handel:

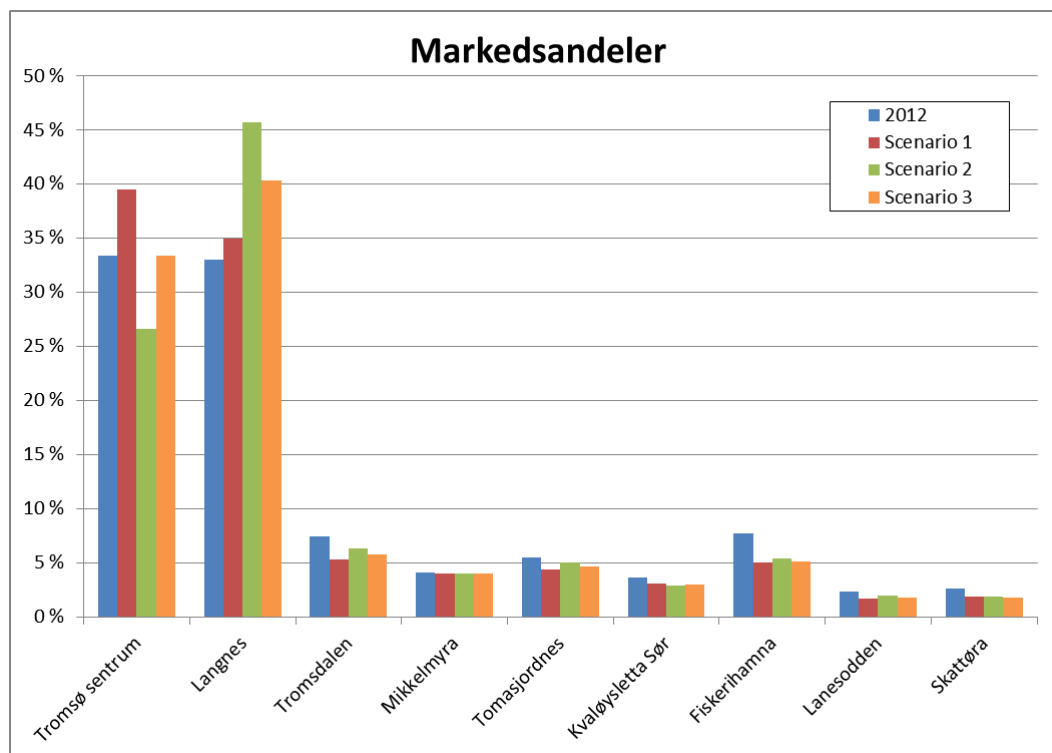
Scenario	Sentrum	Langnes
1	50 %	50 %
2	0	100 %
3	25 %	75 %

Modellsimuleringene gir følgende markedsandeler i Tromsø, basert på antall besøk:

Tabell 7-2. Estimerte markedsandeler for handelsområder i Tromsø ved ulike fordelinger av potensielt utbyggingsareal for handel

Handelssoner <sup>1</sup>	2012	Scenario 1	Scenario 2	Scenario 3
Tromsø sentrum	33 %	40 %	27 %	33 %
Langnes	33 %	35 %	46 %	40 %
Tromsdalen	7 %	5 %	6 %	6 %
Mikkemyra	4 %	4 %	4 %	4 %
Tomasjordnes	6 %	4 %	5 %	5 %
Kvaløysletta Sør	4 %	3 %	3 %	3 %
Fiskerihamna	8 %	5 %	5 %	5 %
Lanesodden	2 %	2 %	2 %	2 %
Skattøra	3 %	2 %	2 %	2 %
Sum	100 %	100 %	100 %	100 %

<sup>1</sup> Handelssoner iht grunnkretsnavn



Figur 7-1. Estimerte markedsandeler for handelsområder i Tromsø ved ulike fordelinger av potensielt utbyggingsareal

I modellen har Tromsø sentrum og Langnes tilnærmet samme markedsandel i 2012, med 33 % hver, og de to områdene har dermed omtrent like mange besøk.

Dersom potensielt utbyggingsareal for handel fordeles likt mellom henholdsvis sentrum og Langnes (scenario 1), vil begge områder få økt markedsandel sammenlignet med i dag, men sentrum vil øke mer enn Langnes. Forskjellige utvikling i markedsandel for hhv. sentrum og Langnes forklares med varegruppesammensetning, sentralitet og dagens lokalisering av handelstilbud i kommunen. Scenario 1 vil gi økt dagligvarehandel i sentrum sammenlignet med i dag, og dermed flere besøk. Økt markedsandel for både sentrum og Langnes vil gi en nedgang i markedsandel for de andre handelstilbudene (lokalsentre) i Tromsø. Sentrum ligger mer sentralt enn Langnes i forhold til dagens fordeling av bolig og arbeidsplasser, og vil således ha en større tiltrekningskraft i modellen.

Dersom hele utbyggingspotensialet legges til Langnes (scenario 2) øker markedsandelen til 46 %. Økningen vil i første rekke ramme sentrum som får en nedgang fra 33 til 27 %. Det blir også en nedgang for Fiskerihamna/Stakkvollveien og Tromsdalen, som er de to handelsområdene som ligger nærmest Tromsø sentrum.

Scenario 3 viser at minst 25 % av potensielt utbyggingsareal for handel må lokaliseres til sentrum dersom området skal kunne opprettholde dagens markedsandel på 33 %.



## 7.2 Harstad

Befolkningsvekst og forbruksvekst gir grunnlag for å estimere potensialet for nytt handelsareal i Harstad kommune frem mot 2030. Bakgrunnen for beregningen er vist i kapittel 6.9.

Tabell 7-3. Estimert utbyggingspotensial for nytt handelsareal i Harstad

Dagligvarer	Utvalgsvarer	Plasskrevende	Sum
9 000 m <sup>2</sup>	8 000 m <sup>2</sup>	4 000 m <sup>2</sup>	21 000 m <sup>2</sup>

Utbyggingspotensialet kan fordeles på ulike områder i kommunen. For å vurdere mulige konsekvenser for sentrumshandelen i Harstad er følgende fordelinger av utbyggingspotensialet modellert ved hjelp av ATP-handel:

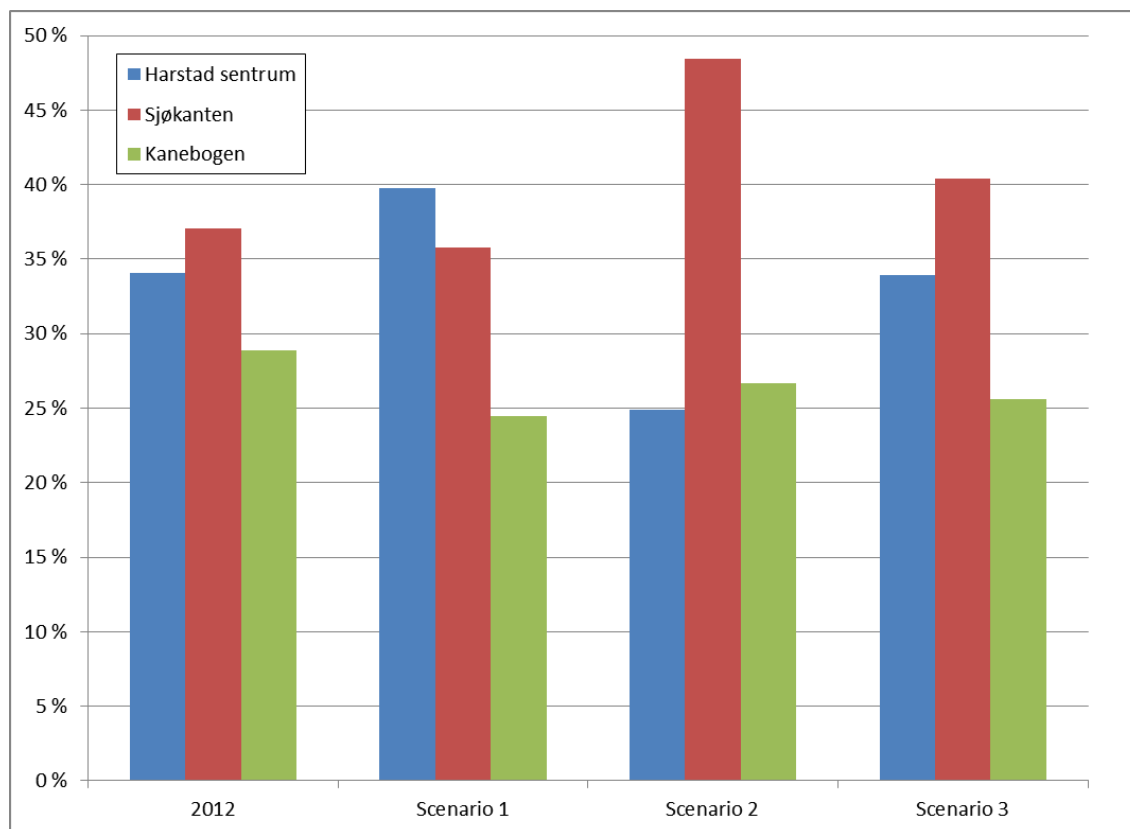
Scenario	Sentrum	Sjøkanten	Kanebogen
1	50 %	40 %	10 %
2	0 %	80 %	20 %
3	30 %	55 %	15 %

Modellen inneholder kun disse tre handelskonsentrasjonene. Markedsandelene blir således noe annerledes enn i kapittel 4.2, da «Øvrige områder» ikke inngår.

Modellsimuleringene gir følgende markedsandeler i Harstad, basert på antall besøk:

Tabell 7-4. Estimerte markedsandeler for handelsområder i Harstad ved ulike fordelinger av potensielt utbyggingsareal for handel

Handelszoner	2012	Scenario 1	Scenario 2	Scenario 3
Harstad sentrum	34 %	40 %	25 %	34 %
Sjøkanten	37 %	36 %	48 %	40 %
Kanebogen	29 %	24 %	27 %	26 %
Sum	100 %	100 %	100 %	100 %



Figur 7-2. Estimerte markedsandeler for handelsområder i Harstad ved ulike fordelinger av potensielt utbyggingsareal

I modellen er Sjøkanten det største og mest besøkte handelsområdet i Harstad med en markedsandel på 37 % i 2012, mens sentrum og Kanebogen har henholdsvis 34 og 29 %.

I scenario 1 fordeles potensielt utbyggingsareal for handel likt mellom sentrum og de to eksterne kjøpesenterområdene Sjøkanten og Kanebogen (50 % til sentrum, 40 % til Sjøkanten og 10 % til Kanebogen). I en slik situasjon vil sentrums markedsandel øke til nærmere 40 %, og sentrum dermed bli det største og mest besøkte handelsområdet i kommunen. Lokalisering av 50 % av potensielt utbyggingsareal til sentrum vil føre til en nedgang i markedsandel for begge de eksterne kjøpesenterområdene sammenlignet med dagens situasjon. 40 % av veksten til Sjøkanten tilsvarer omtrent områdets markedsandel i dag. I scenario 1 får Kanebogen kun 10 % av utbyggingspotensialet, noe som fører til at dette området får en større nedgang i markedsandel enn Sjøkanten.

I scenario 2 legges hele utbyggingspotensialet utenom sentrum, med 80 % til Sjøkanten og 20 % til Kanebogen. En slik utvikling vil føre til at sentrum blir det minst besøkte handelsområdet i kommunen. Sjøkanten vil få en markedsandel på 48 %, og bli nesten like stor som sentrum og Kanebogen til sammen.

Scenario 3 viser at minst 30 % av potensielt utbyggingsareal for handel må lokaliseres til sentrum dersom området skal kunne opprettholde dagens markedsandel på 34 %.

## 8 OPPSUMMERING

Det er utarbeidet en handelsanalyse som grunnlag for revisjon av plan for handel og senterstruktur i Troms. I henhold til planprogrammet for revisjonen skal handelsanalysen besvare følgende spørsmål:

- Hvilke naturlige handelsregioner og handelsomland har Troms?
- Hvordan er dagens situasjon når det gjelder handelstilbud, etterspørsel og dekningsgrad for handel i fylket og hvordan vil dette utvikle seg?
- Hvilken betydning vil befolkningsutviklingen og befolkningsstrukturen i fylket få for fremtidig kjøpekraftsutvikling, handlemønster og handelslekkasjer i fylket?
- Hvilke endringer kan en se i detaljhandelsomsetningen i fylket siden forrige plan ble vedtatt, og hvilke endringer kan en forvente fremover?

### Hvilke naturlige handelsregioner og handelsomland har Troms?

#### Tromsø med handelsomland

Modellberegningene indikerer at det i første rekke er kommunene Tromsø, Karlsøy og Balsfjord som har Tromsø som et regionalt handelssenter. Bosatte i Kåfjord, Lyngen og Storfjord handler i relativt liten grad i Tromsø. Bosatte i Kåfjord handler i større grad i Nordreisa enn i de øvrige kommunene i Tromsø med handelsomland.

#### Harstad med handelsomland

Modellberegningene indikerer at det i første rekke er kommunene Harstad, Kvæfjord og Skånland som har Harstad som et regionalt handelssenter. Bosatte i Ibestad og Gratangen handler i relativt liten grad i Harstad. Bosatte i Gratangen handler i større grad i Salangen, Narvik og Lavangen enn i de øvrige kommunene i Harstad med handelsomland.

#### Finnsnes med handelsomland

Modellberegningene indikerer at Finnsnes fungerer som et regionsenter for alle kommunene i denne regionen. Bosatte i Dyrøy handler samtidig i større grad i Salangen og Sørreisa enn i de øvrige kommunene i Finnsnes med handelsomland.

#### Setermoen med handelsomland

Modellberegningene indikerer at det i første rekke er kommunene Bardu, Gratangen og Lavangen som har Setermoen som et regionalt handelssenter. Bosatte i Målselv og Salangen handler i liten grad i Bardu (bosatte i Bardu handler i større grad i Målselv enn motsatt).

#### Bardufoss med handelsomland

Modellberegningene indikerer at det i første rekke er kommunene Målselv, Bardu og i noen grad Sørreisa som har Målselv som et regionalt handelssenter. Bosatte i Gratangen og Salangen handler i relativt liten grad i Målselv. Bosatte i Gratangen handler i større grad i Narvik og Lavangen enn i de øvrige kommunene i Bardufoss med handelsomland.

### Sjøvegan med handelsomland

Modellberegningene indikerer at Sjøvegan fungerer som et regionalt handelssenter for kommunene Salangen og Lavangen. Beregningene indikerer også at Sjøvegan fungerer som et regionalt handelssenter for Gratangen og Dyrøy. Ut fra beregningene vil Narvik i større grad bli et regionalt handelssenter for Gratangen etter at Hålogalandsbrua er etablert.

### Storslett med handelsomland

Modellberegningene indikerer at det i første rekke er kommunene Nordreisa, Kvæningen og Kåfjord som har Storslett som et regionalt handelssenter. Bosatte på Skjervøy handler i hovedsak lokalt.

### Skjervøy

Modellberegningene indikerer at bosatte på Skjervøy i hovedsak handler lokalt.

## **Hvordan er dagens situasjon når det gjelder handelstilbud, etterspørsel og dekningsgrad for handel i fylket og hvordan vil dette utvikle seg?**

- Alle regionsentre i foreliggende fylkesdelplan for senterstruktur i Troms har en dekningsgrad på godt over 100 % for dagligvarer
- Tromsø, Harstad, Lenvik (Finnsnes) og Nordreisa (Storslett) har alle en dekningsgrad på godt over 100 % for detaljvarer, dagligvarer og utvalgsvare
- Skånland, Balsfjord og Kvæningen har også en dekningsgrad på rundt 120 % for dagligvarehandel
- Kun Tromsø, Harstad, Lenvik (Finnsnes) og Nordreisa (Storslett) har en dekningsgrad over 100 % for utvalgsvare
- Alle de fem regionene har dekningsgrad over 100 % for dagligvarehandel
- Kun Tromsøregionen og Harstadregionen har en dekningsgrad over 100 % for utvalgsvare
- Bardufossregionen og Nord-Tromsregionen har lav dekningsgrad for detaljvarer
- Sentrumshandelen har gått ned til fordel for eksterne kjøpesentre i både Tromsø og Harstad, fortrinnsvis for utvalgsvare, som gjerne forbindes med sentrumshandel
- Dekningsgrad i størrelsesorden 100 % for Troms som helhet indikerer at det i liten grad er handelslekkasje ut av fylket. Forbruk pr person samsvarer også i stor grad med landsgjennomsnittet.

## Hvilken betydning vil befolkningsutviklingen og befolkningsstrukturen i fylket få for fremtidig kjøpekraftsutvikling, handlemønster og handelslekkasjer i fylket?

Befolkningsvekst og forbruksvekst gir potensial for økt handelsetablering i

- Tromsø
- Harstad
- Kvæfjord
- Skånland
- Lenvik
- Salangen
- Målselv

For de resterende kommunene er potensialet for økt handelsetablering i første rekke knyttet til generell forbruksvekst i befolkningen.

Ny Hålogalandsbru vil bedre tilgjengeligheten mellom Narvik og kommunene i Sør-Troms. Dette vil i første rekke medføre at Narvik i større grad blir et regionalt handelssenter for Gratangen.

Modellberegninger viser at minst 25 % av potensielt utbyggingsareal for handel i Tromsø må lokaliseres til sentrum dersom sentrum skal kunne opprettholde dagens markeds- og besøksandel.

Tilsvarende må minst 30 % av potensielt utbyggingsareal for handel i Harstad lokaliseres til sentrum dersom sentrum skal kunne opprettholde dagens markeds- og besøksandel.

## Hvilke endringer kan en se i detaljhandelsomsetningen i fylket siden forrige plan ble vedtatt, og hvilke endringer kan en forvente fremover?

- Lenvik/Finnsnes har økt dekningsgraden fra 123 til 136 % fra 2004 til 2012, og dermed styrket sin posisjon som et regionalt handelssenter
- Økt dekningsgrad i Salangen i perioden 2004-2012
- Økt dekningsgrad i Kvæfjord i perioden 2004-2012, men fortsatt relativt lav dekningsgrad
- Sentrums andel av handelen i Tromsø og Harstad har gått ned fra 2004 til 2012, spesielt for utvalgsvarer
- Størst befolkningsvekst i de kommunene der det bor flest i dag vil forsterke byenes rolle som regionale sentre (Tromsø, Harstad, Finnsnes)
- Narvik vil i større grad kunne bli et regionalt handelssenter for Gratangen. Dette vil bidra til noe redusert handel i Salangen.

## VEDLEGG: BESKRIVELSE AV ATP-HANDELSMODELLEN

### Generering av reiser (kjøpekraft)

I modellen forutsettes det i utgangspunktet at det er balanse i handelsregionen. Handelsmodellen består av en genereringsdel og en attraheringsdel. Kjøpekraften er et mål på den enkelte sonens handelsgenerering. Som en forenkling forutsettes det at innkjøpsturer skjer med utgangspunkt i bosted eller arbeidsplass.

#### Genereringsdelen av modellen:

Handel som genereres i en sone, dvs. etterspørsel etter varer i form av antall innkjøpsturer, er uttrykt som en lineær funksjon:

$$O_i = k \times n_i$$

der  $O_i$  er antall innkjøpsreiser som etterspørres i sone  $i$ ,  $n_i$  er kundegrunnlaget (bosatte + arbeidsplasser) i sone  $i$ , og  $k$  er en koeffisient som er et uttrykk for antall innkjøpsturer per person.

Kundegrunnlaget er splittet opp i antall bosatte ( $b$ ) og antall personer med arbeidssted i sonen ( $a$ ), og  $n_i = b_i + a_i$ . Hvis  $k_b$  og  $k_a$  er genereringskoeffisienter som uttrykker antall innkjøpsturer per person for henholdsvis bosatte og personer med arbeidssted i sonen, kan antall innkjøpsreiser uttrykkes som:

$$O_i = k_b \times b_i + k_a \times a_i$$

Etter at samlet antall innkjøpsturer generert av bosatte og arbeidsplasser i sonen er beregnet, fordeles turene på varegrupper. Denne fordelingen kan gjøres på basis av reisevanedata, men i reisevaneundersøkelser skiller det som regel bare mellom dagligvarehandel og andre detaljvareinnkjøp. Dersom en ønsker en mer detaljert inndeling kan en gjøre egne reisevaneundersøkelser, eller fordele innkjøpene skjønnsmessig, eventuelt på bakgrunn av historiske data. I de fleste tilfeller vil generelle data være godt nok.

Med basis i reisevanedata (RVU), kan det legges til grunn at en arbeidstaker i gjennomsnitt genererer cirka 0,3 innkjøp per dag og at en bosatt i gjennomsnitt generer 0,8 innkjøp pr dag. Basert på sammensetningen av boliger og arbeidsplasser i modellområdet som helhet betyr dette at 84 % av innkjøpene genereres med utgangspunkt i bolig og 16 % med utgangspunkt i arbeidsplasser.

## Attrahering av reiser (salgsareal/omsetning)

Handelsmodellen benytter varehandelens salgsareal og omsetning som et mål på handelstilbudets attraktivitet.

### Attraheringsdelen av modellen:

Attraktiviteten til et handelstilbud  $j$  er avhengig av størrelse og beliggenhet, og uttrykkes som:

$$W_j^\alpha \cdot e^{-\beta c_{ij}}$$

der  $W$  er salgsarealet og  $c_{ij}$  er avstanden mellom handelstilbudet og sone  $i$ , og  $\alpha$  og  $\beta$  er parametere i gravitasjonsformelen. Som det fremgår av likningen over er det salgsareal som har betydning for attraktiviteten, ikke omsetning. I praksis har en ofte bedre oversikt over omsetning enn salgsareal for dagens handel, men kun et anslag på areal for fremtidig handel. For dagens situasjon er det tatt utgangspunkt i omsetning, men dette er regnet om til salgsareal med basis i gjennomsnittstall for omsetning per areal. Det vil si at det er registrert omsetning som ligger til grunn for beregning av attraktiviteten til eksisterende handelstilbud.

### Geografisk fordeling av handelen:

Fordeling av innkjøp på ulike handelstilbud beregnes med utgangspunkt i et handelstilbuds relative attraktivitet:

$$S_{ij} = O_i \frac{W_j^\alpha \cdot e^{-\beta c_{ij}}}{\sum_j W_j^\alpha \cdot e^{-\beta c_{ij}}}$$

der  $S_{ij}$  er samlet antall innkjøpsturer fra sone  $i$  til handelstilbud  $j$  og  $O_i$  er summen av alle innkjøpsturer som blir generert av befolkningen i sone  $i$ . Summerer vi alle  $S$  for regionen får vi totalt antall innkjøpsturer gjennomført i regionen. I modellen forutsettes det at antall innkjøpsturer er proporsjonal med omsetningen i hver varegruppe.

De to koeffisientene i uttrykket  $\alpha$  og  $\beta$ , estimeres som regel på bakgrunn av empiriske data for handel og reisevaner.

Koeffisienten  $\alpha$  er en "skaleringsfaktor", som sier noe om hvor stor vekt handelssenterets størrelse får i totaluttrykket – sett i sammenheng med reisemotstanden. En  $\alpha$  som er større enn 1 tilsier at størrelsen er relativt sett viktigere enn avstandsfaktoren (slik at et handelssenter som doubler sitt salgsareal vil mer enn doble attraktiviteten), mens  $\alpha$  mindre enn 1 betyr at en dobling av salgsarealet gir mindre enn en dobling av attraktiviteten.

## Reisemotstand

Reisemotstanden er et uttrykk for hvordan reiselengden påvirker valg av handelssted. Denne uttrykkes som en logaritmisk funksjon:

$$f(d) = e^{-\beta \cdot d}$$

der:

- $\beta$  er et uttrykk for avstandsfølsomhet
- $d$  er gjennomsnittlig reiseavstand målt i km

Avstandsfølsomheten, som styres av  $\beta$ -verdien, varierer for ulike varetyper. Dagligvarer er et eksempel på varer med stor avstandsfølsomhet. Kunder unngår i stor grad å kjøre langt, fordi det er noenlunde like tilbud mange steder. Andre varegrupper hvor utvalg og pris betyr mer, har lavere avstandsfølsomhet. Jo lavere  $\beta$ -verdi, jo større tilbøyelighet har en til å reise langt for å foreta et innkjøp. I modellberegningene er det brukt  $\beta$ -verdier basert på RVU-data for 2001, som er de samme som ble brukt i Trondheimsmodellen (Asplan Viak, 2011).

Gjennomsnittlig avstand for alle bosatte og ansatte i hver grunnkrets til alle handelstilbud i analyseområdet er beregnet med ATP-modellen. Reiseavstandene er beregnet med basis i dagens vegnett, basert på veivalget som gir kortest reisetid.

## Transportarbeid og CO<sub>2</sub>-utslipp

Transportarbeidet beregnes på grunnlag av antall handleturer per dag (ca 1 pr person pr dag) og bilandel hentet fra reisevanedata.

CO<sub>2</sub>-utslippet beregnes på grunnlag av antall kjørte km mellom de ulike sonene og gjennomsnittstall for CO<sub>2</sub>-utlipp pr km<sup>11</sup>.

---

<sup>11</sup> TØI-rapport 924/2007 *Følsomhetsberegninger for persontransport basert på grunnprognosene for NTP 2010-2019* gir forslag til utslippsfaktorer for CO<sub>2</sub> for år 2007, og forventet reduksjon frem mot 2020. For lette biler er forslag til utslippsfaktor 150 g CO<sub>2</sub> pr km for kjøring i jevn hastighet (50 – 80 km/t) og 190 g CO<sub>2</sub> for bykjøring, med en forventning om 15-30 % reduksjon i utslipp per km frem til 2020.