



29.01.2018

Lønnsomhet i varehandelen

Rapport 2-2018

Rapport nr. 2-2018 fra Samfunnsøkonomisk analyse AS

ISBN-nummer: 978-82-93320-93-7

Oppdragsgiver: Handel og Kontor

Forsidefoto: -

Tilgjengelighet: Offentlig

Dato for ferdistilling: 29. januar 2018

Forfattere: Andreas Benedictow,
Jørgen Steen og Vegard
Salte Flatval

Samfunnsøkonomisk analyse AS

Borggata 2B
N-0650 Oslo

Org.nr.: 911 737 752
post@samfunnsokonomisk-analyse.no

Innhold

1	Problemstilling og sammendrag	7
2	Varehandelen i norsk økonomi	9
2.1	Stor og husholdningsrettet næring.	9
2.2	Befolkningsmengden og varekonsumet øker, sysselsettingen flater ut	11
2.3	Det er flere årsaker til den sterke produktivitetsutviklingen	11
2.4	Varehandelens verdikjede	13
2.5	Kjededannelsen gir volumkamp	15
3	Lønnsomhet i virksomheter kan belyses på mange måter	16
3.1	Tre mye brukte lønnsomhetsmål	16
3.2	Regnskapsdata muliggjør detaljerte analyser	17
4	Lønnsomhet på næringsnivå	19
4.1	Driftsresultat	19
4.2	Driftsmargin	20
4.3	Totalrentabilitet	21
4.4	Varierende lønnsomhet, både på tvers av og internt i varehandelsnæringene	22
4.4.1	Mikroforetak	22
4.4.2	Små foretak	23
4.4.3	Mellomstore foretak	24
4.4.4	Store foretak	25
4.4.5	Lønnsomhet på næringsnivå drives av de store virksomhetene	26
5	Lønnsomhet i utvalgte konserner	27
5.1	Store konsern med betydelig bransjegliding og aktivitet i flere land	27
5.2	Orkla har bedre lønnsomhet enn matindustrien for øvrig	29
5.3	Størst driftsmargin i den minste grossist-virksomheten	30
5.4	Lav lønnsomhet blant detaljistene	31
6	Oppsummering	36
7	Referanser	37
	Appendiks A – Konsernrelasjoner	38
	Appendiks B - Detaljhandelen med elektronikkvarer	41
	Appendiks C - Sportsutstørsbransjen	43

1 Problemstilling og sammendrag

Handel og Kontor har engasjert Samfunnsøkonomisk analyse (SØA) til å gjøre en studie av lønnsomhetsutviklingen i handelsnæringen. Prosjektet er todelt:

1. Lage en studie av lønnsomhet i handelen over samme lest som den svenske studien «Hur lönsam är handeln?» (Carlén & Rosenström, 2017).
2. Utvide lønnsomhetsanalysen på næringsnivå med en nærmere analyse av konsernrelasjoner og lønnsomhet

Hvordan er lønnsomheten i den norske varehandelen? I denne rapporten besvarer vi dette spørsmålet langs flere dimensjoner. Vi benytter flere lønnsomhetsmål på ulike deler av varehandelen. Vi ser også på lønnsomhet fordelt etter virksomhetenes størrelse, basert på antall ansatte i virksomheten.

Varehandelen er en stor og viktig næring i den norske økonomien, og retter seg primært mot husholdningene. Varehandelen utfører en rekke oppgaver. Den mellomlagrer varer, bringer varer fra produsenter og importører til utvalg nær der konsumenten bor og ferdes og sikrer et mangfoldig tilbud. Varehandelsvirksomheten arbeider også med kvalitetssikring og kunnskapsformidling.

Utover varehandelens nytte for forbrukerne, har den også en viktig samfunnmessig rolle ved at den gir arbeid og inntekt til en rekke mennesker. Historisk har varehandelen stilt få krav til formell utdanning til de fleste arbeidstakerne. I stedet har virksomhetene utviklet ulike systemer for virksomhetsintern opplæring. Slik sett har varehandelen hatt en meget viktig rolle i å integrere store arbeidstakergrupper inn i det organiserte arbeidslivet.

Det finnes mange mål på lønnsomhet. I denne rapporten benytter vi tre forskjellige lønnsomhetsmål:

driftsresultat, driftsmargin og totalrentabilitet, som til sammen gir en relativt god pekepinn på lønnsomheten. Lønnsomhetsmålene drøftes i kapittel 3.

I kapittel 4 studerer vi lønnsomheten i detaljhandelen, grossistnæringen og næringsmiddelindustrien i årene 2003-2016. I tillegg tar vi med lønnsomheten i industrien for øvrig som et sammenligningsgrunnlag. Vi deler også opp virksomhetene etter størrelse, og ser nærmere på et utvalg enkeltforetak.

Dermed kan rapporten også benyttes som et sammenlikningsgrunnlag for å vurdere lønnsomheten i en enkelt virksomhet. En kan for eksempel sammenlikne driftsmarginen med gjennomsnittet for virksomheter av tilsvarende størrelse i næringen for et bestemt år eller en gitt periode. Det kan gi en god pekepinn på hvordan en har klart seg i forhold til andre, sammenliknbare virksomheter. For mange vil også enkeltvirksomhetene som analyseres i kapittel 5 være relevante som sammenlikningsgrunnlag.

På næringsnivå finner vi at driftsresultatet målt i kroner har økt for alle de tre næringene gjennom perioden. I antall kroner har lønnsomheten økt mest i grossistnæringen, men næringsmiddelindustrien har hatt den største prosentvise veksten. Videre viser resultatene reduserte driftsmarginer i detaljhandelen gjennom perioden 2003-2016. For næringsmiddelindustrien har marginene vært stabile rundt fire prosent, mens marginene har økt i grossistnæringen.

Sees utviklingen i marginene i sammenheng med utviklingen i driftsresultatet framstår den totale lønnsomhetsutviklingen dermed som mer sammensatt. Totalrentabiliteten har vært stabil i grossistnæringen, men falt gjennom perioden for detaljistene og næringsmiddelindustrien.

Analysen viser at de store foretakene dominerer utviklingen, ettersom en stor del av omsetningen i næringene er konsentrert blant noen få, store aktører. Vi finner også at driftsmarginen er mer volatil blant de små bedriftene, som sannsynligvis henger sammen med at investeringer utgjør en større del av omsetningen i disse gruppene.

Kort oppsummert ser vi nærmere på varehandelen i kapittel 2, drøfter de tre lønnsomhetsmålene og data i kapittel 3 før vi går over til lønnsomhetsanalysen. Vi studerer først hvor god lønnsomheten er i de ulike delene av verdikjeden i kapittel 4, før vi går over til å se nærmere på lønnsomheten på et detaljert nivå for et utvalg konserner og selskaper i verdikjeden i kapittel 5. Kapittel 6 presenterer noen hovedresultater.

2 Varehandelen i norsk økonomi

Varehandelen spiller en sentral rolle i enhver økonomi ved at den muliggjør en effektiv arbeidsdeling. Varehandelen som næring produserer tjenester som grunnleggende sett forenkler husholdningens tilgang til et bredt utvalg av varer. Forenklingen ivaretas gjennom at handelen:

- Bringer varer fra produsenter og importører til utsalg nær der konsumenten bor og ferdes
- Sikrer et mangfold av varer på ett sted
- Mellomlagrer varer

I tillegg sørger varehandelsvirksomheten for å kvalitetssikre varene for forbrukerne og formidler kunnskap om varene til dem. Forbrukeren betaler på denne måten for en tjeneste bestående av både forenkling og varekunnskap.

Utover varehandelens nytte for forbrukerne, har også varehandelen en viktig samfunnsmessig rolle ved at den gir arbeid og inntekt til en rekke mennesker. Historisk har varehandelen stilt få krav til formell utdanning til de fleste arbeidstakerne. I stedet har virksomhetene utviklet ulike systemer for virksomhetsintern opplæring. Slik sett har varehandelen hatt en meget viktig rolle i å integrere store arbeidstakergrupper inn i det organiserte arbeidslivet.

I dette kapitlet ser vi nærmere på varehandelens økonomiske rolle og hvorvidt den økonomiske rollen endrer karakter i takt med endringer i teknologi og markeder.

2.1 Stor og husholdningsrettet næring.

Varehandelen¹ er en stor og viktig næring i den norske økonomien, og retter seg primært mot

husholdningene. I 2016 var bruttoproduktet på om lag 180 milliarder, som tilsvarer 6,9 prosent av BNP Fastlands-Norge. Det er eksempelvis noe mindre enn i industrien og om lag som i bygg og anlegg, selv om sistnevnte har vært i kraftig vekst de siste årene.

Sysselsettingen i varehandelen utgjorde imidlertid en klart større andel av norsk økonomi, med knappe tolv prosent. Det betyr at varehandelen er relativt arbeidskraftintensiv. I 2016 sysselsatte varehandelen 302 000 personer. Til sammenlikning sysselsatte bygg og anlegg 212 000 og industrien 190 000 personer.

Når vi sammenligner utviklingen i varehandelen med BNP Fastlands-Norge i faste priser, ser vi at veksten har vært sterkere enn i både fastlandsøkonomien totalt og i bygg og anlegg, og langt sterkere enn i industrien, se figur 2.1.

Figur 2.2 viser imidlertid at prisutviklingen har vært svak i varehandelen. Prisene har vært så å si uendret siden 2009, etter nedgangen i kjølvannet av finanskrisen. Den svake prisutviklingen er imidlertid ikke noe nytt, og strekker seg langt tilbake i tid. Med unntak av konjunkturoppgangen før finanskrisen har prisene i varehandelen faktisk knapt økt siden slutten av 1980-tallet.

Det er også en viktig forklaring på at varehandelen har falt jevnt og trutt som andel av BNP Fastlands-Norge i hele denne perioden, fra omtrent ti prosent for 30 år siden til knappe syv prosent i 2016. Justert for generell prisvekst i økonomien, innebærer dette også at det har vært en realprisnedgang i varehandelen. Den svake prisutviklingen må ses i lys av høy

¹ I denne analysen henviser "varehandelen" til agentur- og engroshandel og detaljhandel. Nasjonalregnskapets definisjon av varehandel inkluderer i tillegg handel med- og reparasjon av kjøretøyer. Sistnevnte skiller seg

imidt ut blant annet ved at kjøp av motorvogner i stor grad bærer preg av å være en investering, mens varehandelen for øvrig domineres av forbruksvarer.

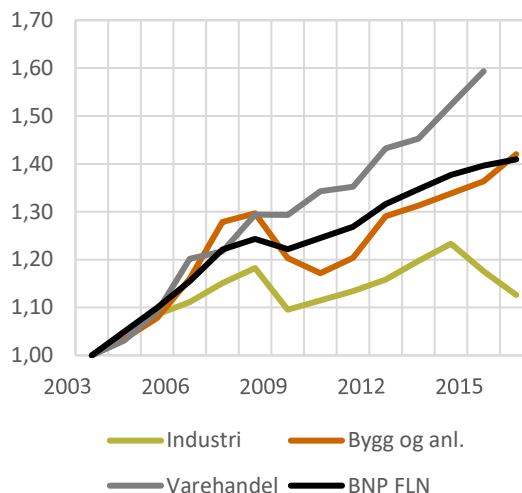
konkurransen og sterk produktivtetsvekst. Som vi skal se i kapittel 4 og 5 har den svake prisutviklingen bidratt til å (dempe) lønnsomheten.

Varehandelen er som andre næringer følsom for konjunktursvingninger. I varehandelen slår det imidlertid særlig ut i prisene, mens produksjonen i mindre grad berøres. Figur 2.1 illustrerer det siste poenget ved en midlertidig svakere vekst i varehandelen etter finanskrisen 2008, mens det var klar nedgang i fastlandsøkonomien samlet og særlig i bygg og anlegg.

Som vi kommer nærmere tilbake til i kapittel 4 varierer imidlertid konjunkturfølsomheten mellom ulike næringer. Det samme gjelder når vi sammenligner ulike bransjer/konserner i kapittel 5. Konjunkturutviklingen er derfor viktig å ha i bakhodet når man vurderer utviklingen i lønnsomhet.

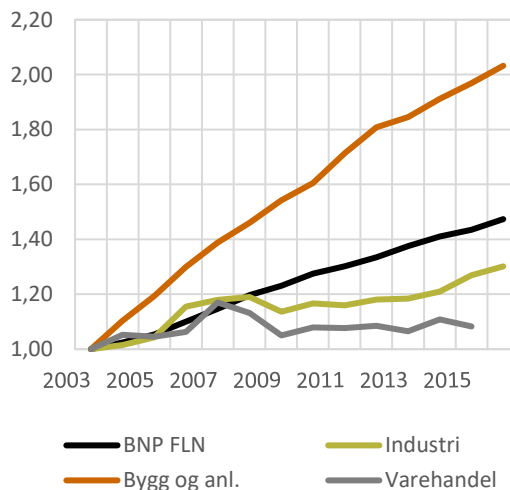
Varehandelen er en av de største fastlandsnæringene målt i sysselsetting, dersom vi ser bort fra offentlig sektor (helse og omsorg og utdanning). Den har i tillegg har en sterkere vekst i verdiskaping (bruttoprodukt) enn andre sammenlignbare næringer som industri, og høyere enn fastlandsøkonomien samlet, og representerer et viktig bidrag til verdiskapingen i landet som helhet.

Figur 2.1
Bruttoprodukt, faste priser. Indeks (2003=1). 2003-2016.



Kilde: Nasjonalregnskapet (SSB)

Figur 2.2
Pris (bruttoproduktdeflator). Indeks (2003=1). 2003-2016.



Kilde: Nasjonalregnskapet (SSB)

2.2 Befolkningsmengden og varekonsumet øker, sysselsettingen flater ut

Husholdningenes etterspørsel rettet mot varehandelen gir en viss sammenheng mellom sysselsettingen i denne næringen og endringer i befolkningsmengden, både nasjonalt og regionalt.

De siste årene har sysselsettingen i varehandelsnæringene stagnert, selv om både befolkningen og husholdningenes inntekter har økt markant. Mellom 2006 og 2015 økte antall årsverk i detalj- og grossistvirksomheter med kun henholdsvis 1,6 og 0,5 prosent. I samme periode økte befolkningen med over tolv prosent, og husholdningens realinntekt med 32 prosent.

I tillegg vet vi at omsetningen har vokst i samme periode, noe som ytterligere understreker at sysselsettingen i handelen ikke vokser i takt med

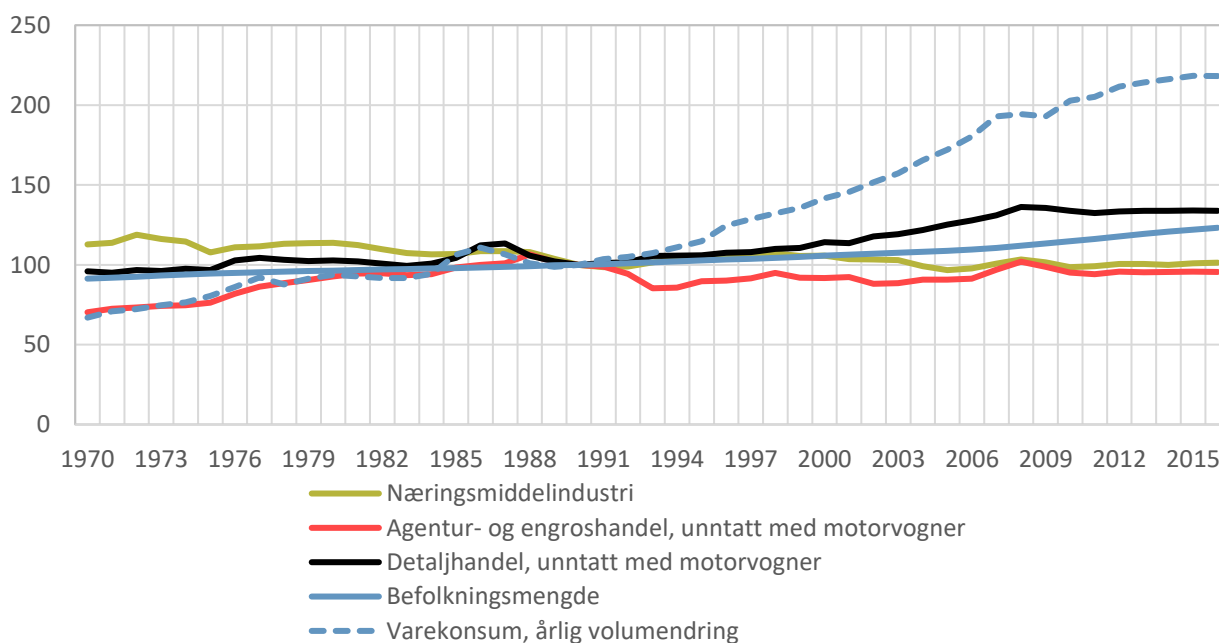
befolkningen og befolkningens konsum. Dette må ses i sammenheng med en god utvikling i produktiviteten.

2.3 Det er flere årsaker til den sterke produktivitetsutviklingen

Fleire forhold kan forklare produktivitetsutviklingen i varehandelen de siste årene. Bjørnstad, Røtnes, & Walbækken (2017) drøfter blant annet hvordan den økende digitaliseringen bidrar til produktivetsforbedringer i både grossist og detaljistledet. Utviklingen har pågått lenge, men har trolig hatt en tiltakende påvirkning på sysselsettingen over tid.

De siste årene har man sett en økende tendens til direkteleveranser fra grossist/lager til husholdninger gjennom nettbaserte tjenester. Det omfatter både elektronikk, klær, sportsutstyr og dagligvarer. Dette reduserer behovet for fysiske butikker i

Figur 2.3
Sysselsetting i varehandelen, Norges befolkning og varekonsum. 1970-2016. Indeks (1990=100).



Kilde: Samfunnsøkonomisk analyse

detaljstleddet. Omfanget er ikke stort enda, men økningen er rask.

En mer konsentrert befolkning i og rundt de store byene representerer også en mulighet for å øke produktiviteten gjennom større og mer sentraliserte lager- og distribusjonsløsninger som kan betjene større deler av befolkningen. Samtidig kan de fysiske butikkene utnytte stordriftsfordeler ved å plassere seg der store mengder mennesker bor og/eller ferdes.

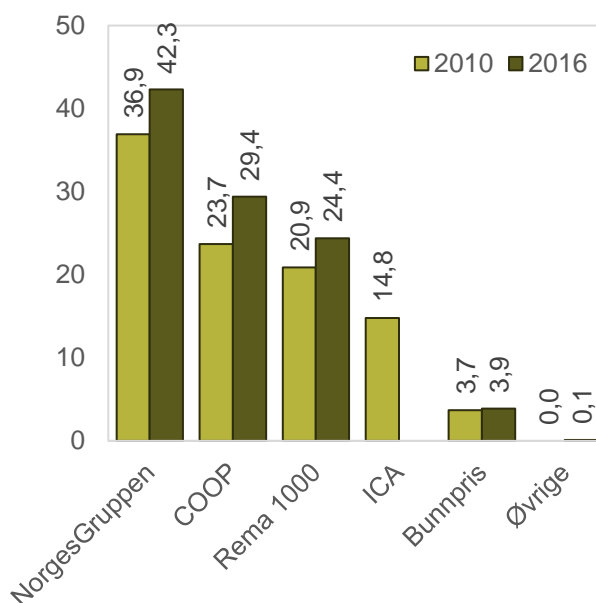
Organisatoriske innovasjoner er en tredje mulig årsak til produktivtetsveksten. På 1980-tallet startet en betydelig omorganisering av matverdikjeden. Fra en situasjon på 1970-tallet der grossister og enkelte større leverandører hadde stor innflytelse på hvilke varer butikkene solgte (NOU 2011:4, 2011), vokste det på begynnelsen av 1980-tallet fram nye forretningskonsepter innen dagligvarehandelen som tilbød et begrenset utvalg varer til klart lavere prisnivå enn tidligere.² Etableringene synliggjorde at det lå store effektivtetspotensial i å forenkle distribusjon og koordinere innkjøp.

Kjededannelsen i detaljhandelen utviklet seg raskt til en fusjon også mot grossistleddet og samordning av all logistikk fra industri til detaljhandel. De store kjedene strømlinjeformet egen logistikk ved eiermessig integrasjon av detaljistkjeder og grossistledd.³ NorgesGruppen er for eksempel et direkte resultat av vertikal integrasjon mellom Askø og dagligvarekjeder og -filialer i 1994.

Allerede i 1992 var 96 prosent av matvarebutikkene tilknyttet en kjede. De tre store paraplykjedene NorgesGruppen, Rema og Coop kontrollerte i 2016 en

markedsandel på 96 prosent, jf. Figur 2.4. Dersom vi inkluderer Bunnpris, er det fire aktører som kontrollerer 99,9 prosent av dagligvarehandelen.

Figur 2.4
Paraplykjedenes markedsandeler i dagligvaremarkedet. Prosent. 2010 og 2016.



Kilde: Dagligvare rapporten, Nielsen Group

Utviklingen muliggjorde ikke bare effektiviserende logistikk, men førte også til endret maktbalanse. Leverandører av dagligvarer til norske forbrukere har nå tre innkjøpsorganisasjoner å forhandle betingelser med. Kjeden har etter hvert fått stor innflytelse på hvilke varetilbud de ønsket å profilere seg på. De har også overtatt transport av varer fra de fleste matindustrivirksomhetene.⁴

Kjededannelsen i dagligvarehandelen har ført med seg store endringer også i matindustrien helt siden 1990-tallet. En kjøttprodusent kunne tidligere selge sine produkter direkte til kjøpmannen på hjørnet eller den lokale dagligvarebutikken. I dag går i all

² RIMI og Rema er de viktigste eksemplene. RIMI startet i 1977 under navnet RIMI 500. Rema startet opp i 1979 under navnet Rema 1000.

³ Normalt i form av konsernoverbygging. Et konsern kan eie flere detaljistkjeder, men normalt bare en grossist.

⁴ Integreringen av industriens transport i handelens grossistorganisasjoner har ikke skjedd uten strid og ikke all transport er flyttet fra industri til grossist. Tine er et eksempel på et matindustrikonsern som holdt transporten både fra landbruket og til detaljistleddet i egen virksomhet

hovedsak salget via langt større innkjøpsledd som stiller strengere krav til volum, stabilitet i leveranser og pris.

Utviklingen har medført effektivisering i matindustrien gjennom høyere tempo i både teknologisk utvikling og produktivitetsutvikling. Videre har også norsk matindustri gjennomgått strukturendringer i retning færre produksjonsanlegg og konsolidering av selskaper (fusjoner og oppkjøp).

Tilsvarende utviklingstrekk finner vi igjen i andre deler av detaljhandelen. For eksempel kontrolleres elektronikkmarkedet av et fåtall aktører (Power, Elkjøp/Lefdal og Euronics) og IKEA er en dominerende aktør innen møbler og interiør dersom vi ser bort fra nisjemarkeder.

2.4 Varehandelens verdikjede

Som drøftet over har verdikjeden i handelen gjennom flere tiår gjennomgått betydelige endringer. Den vertikale integrasjonen og framveksten av store integrerte konserner gjør det interessant å studere utviklingen i verdikjeden som sådan, men også konserner og deler av konserner spesifikt. Før vi studerer lønnsomhetsutviklingen i handelens verdikjede i kapittel 4 og 5 er det nyttig å redegjøre for sammensetningen av næringer og konserner.

Detaljhandelen sto i 2015⁵ for om lag 45 prosent av den samlede verdiskapningen i varehandelen og agentur- og engroshandelen for 55 prosent. I tillegg sammenlikner vi med næringsmiddelindustrien⁶, som produserer mye av det som selges i varehandelen, herunder dagligvarehandel.

I 2016 var det om lag 302 000 sysselsatte i varehandelen. Det tilsvarer omtrent 11,7 prosent av landets samlede sysselsetting. Blant disse jobbet to tredjedeler i detaljhandelen og resten i agentur- og engroshandelen. Næringsmiddelindustrien sysselsatte om lag 47 000 personer, eller 1,8 prosent av samlet sysselsetting i Norge.

Figur 2.5 viser at produksjonsveksten har vært langt sterkere i varehandelen enn i næringsmiddelindustrien siden 2003. Det gjelder særlig for detaljhandelen. I agentur- og engroshandel har veksten vært klart svakere i årene etter finanskrisen. Næringsmiddelindustrien har derimot hatt et oppsving i produksjonen siden 2011, etter mange år med status quo.

Om vi ser på prisutviklingen i figur 2.6, ser vi at bildet nesten er speilvendt. I næringsmiddelindustrien har prisene i gjennomsnitt vokst med nesten tre prosent årlig siden 2003, mens de i detaljhandelen knapt har endret seg.

Produksjonen ser ut til å være klart minst konjunktursensitiv i detaljhandelen, der den tok et relativt lite hvileskjær etter finanskrisen før den økte friskt videre. Det må ses i sammenheng med at det er der prisene falt klart mest i samme periode.

Som drøftet over og illustrert i figur 2.3 faller sysselsettingen klart både blant detaljister og grossister. Dette gjelder både før og etter finanskrisen, og etter oljenedturen de senere årene.

Den reduserte sysselsettingen gjelder også for næringsmiddelindustrien. Denne skiller seg imidlertid ut med en økning i sysselsettingen mellom de to konjunkturedgangene i Norsk økonomi.

⁵ På dette aggregeringsnivået går i skrivende stund ikke disse tidsseriene fra SSB lenger enn til 2015.

⁶ Næringsmiddelindustrien inkluderer her drikkevare- og tobakksindustri.

Produktivitetsveksten i varehandelen som vi drøftet over ser med dette ut til å gjelde varehandelen generelt, men detaljhandelen spesielt.

Selv om vi i det videre forholder oss til næringer, altså detaljister, grossister og næringsmiddelindustri, er det verdt å dvele kort ved sammensetningen av særlig detaljhandelen og næringsmiddelindustrien. Detaljhandel består hovedsakelig av handel med matvarer og husholdningsartikler (dagligvarehandel) og øvrig handel med møbler, elektronikk, sportsutstyr (faghandel).

Dagligvarehandelen utgjorde 37 prosent av sysselsettingen i detaljhandelen i 2016. Bensinstasjoner sto for seks prosent av de sysselsatte, og resten av sysselsettingen befinner seg i øvrig detaljhandel med IKT-utstyr, husholdningsvarer (elektronikk mv.), bøker, musikk og fritidsartikler.

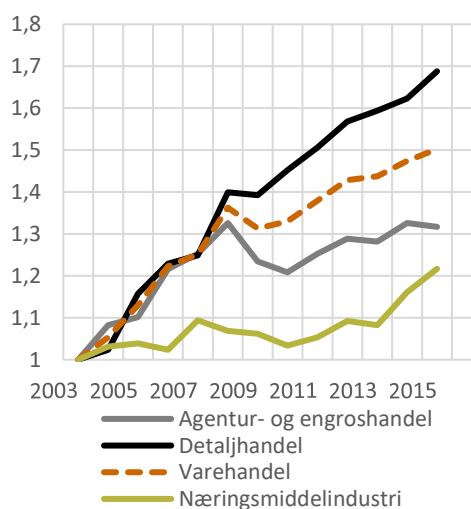
Agentur- og engroshandel fordeler seg med 3 prosent agenturhandel, 37 prosent engroshandel med nærings- og nytelsesmidler og andre husholdningsvarer og resterende 60 prosent til øvrig engroshandel, herunder IKT-utstyr og andre maskiner og utstyr.

Næringsmiddelindustrien er todelt, der den ene delen produserer fôr til bruk i landbruk og havbruk, og den andre delen bearbeider kjøtt og fisk og produserer matvarer av kjøtt og fisk samt meierivarer og korn. Fôrproduksjonen sto for i overkant av fem prosent av sysselsettingen i næringsmiddelindustrien i 2016.

Aktiviteten og lønnsomheten i de ulike delene av verdikjeden drives av ulike forhold. Den nasjonale landbrukspolitikken påvirker priser og produksjon av kjøttvarer, meierivarer og fisk. Befolkningens disponible inntekt styrer konsumet av forbruksvarer i større grad enn etterspørselen etter dagligvarer.

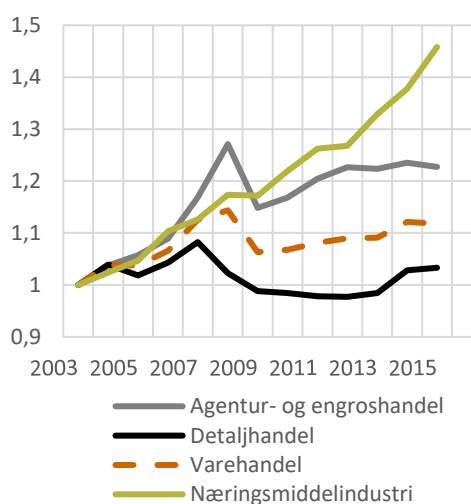
Dette er forhold vi må ha i bakhodet når vi i det videre skal studere utviklingen i disse næringene som er sammensatt av ulike former for handel som påvirkes i ulik grad av ulike forhold.

Figur 2.5
Bruttoproduksjon faste priser. Indeks (2003=1). 2003-2016.



Kilde: Nasjonalregnskapet (SSB)

Figur 2.6
Pris (bruttoproduksjonsdeflator). Indeks (2003=1). 2003-2016..



Kilde: Nasjonalregnskapet (SSB)

2.5 Kjededannelsen gir volumkamp

Som vi har drøftet over utgjør varehandelen en betydelig del av norsk økonomi både målt i sysselsetting, verdiskaping og produksjon (omsetning). Kjededannelsen har effektivisert verdikjeden og dempet sysselsettingseffekten. Samtidig opplever verdikjeden økende volum og økt lønnsomhet målt som verdiskaping. Veksten i verdiskaping er relativt sterkere enn i både bygg og anlegg og Fastlands-Norge.

Økt produktivitet, høyere volum og utflating av priser tyder på at verdikjeden for varehandel opplever pressede marginer og at man kjemper om volum. Lave marginer på større volum muliggjør god lønnsomhet for eierne av produksjonen.

Kapittel 3 redegjør kort for ulike metoder for å måle lønnsomheten. Hvor god lønnsomheten er i de ulike delene av verdikjeden undersøkes nærmere i kapittel 4. Kapittel 5 studerer lønnsomheten på et detaljert nivå for et utvalg konserner og selskaper i verdikjeden.

3 Lønnsomhet i virksomheter kan belyses på mange måter

For enhver virksomhet er det svært viktig med gode og relevante lønnsomhetsmål, både for å sikre at inntjeningen dekker kostnadene og for å tilfredsstille eierens forventninger til vekst og verdistigning. Dette kapittelet redegjør nærmere for hvordan lønnsomheten best mulig kan synliggjøres for en næring og for en virksomhet.

3.1 Tre mye brukte lønnsomhetsmål

For å undersøke lønnsomheten i handelsnæringen benytter vi tre forskjellige lønnsomhetsmål,

- driftsresultat
- driftsmargin
- totalrentabilitet

Det er vanlig å sammenligne lønnsomheten i en virksomhet med andre i samme bransje og med resultater fra tidligere år. Hvordan har virksomheten klart seg sammenliknet med konkurrentene? Har lønnsomheten sunket eller økt de siste årene?

Lønnsomheten bør også betraktes i forhold til de økonomiske konjunktorene, både i bransjen og i makro. Skyldes for eksempel lavere lønnsomhet en svakere utvikling konjunkturelle forhold, kan virksomheten stramme inn livreima og klare seg med svakere lønnsomhet til det kommer bedre tider (og man kan posisjonere seg for å tåle neste nedtur). Hvis en svak utvikling i lønnsomheten derimot skyldes strukturelle endringer, som økt konkurranse, relativt høy kostnadsvekst eller manglende innovasjon, må virksomheten vurderes på en mer grunnleggende måte og kanskje legges om for å tilpasses nye tider.

Driftsresultatet er et mål på lønnsomheten i driften av en virksomhet i ett gitt år, og defineres ved differansen mellom driftsinntekter og driftskostnader. Driftsresultatet framkommer i virksomhetens resultatregnskap, som er en del av i årsregnskapet. Avhengig av om virksomheten har gått med overskudd eller underskudd kan det være positivt eller negativt.

$$(1) \text{ Driftsresultat} = \text{driftsinntekter} - \text{driftskostnader}$$

Driftskostnader består av innsatsfaktorer til produksjonsprosessen, typisk varekostnader og lønnskostnader, og inkluderer ikke finansielle og ekstraordinære poster som renteinntekter og investeringer.

Driftsresultatet er et absolutt mål, og vil typisk variere med virksomhetens størrelse. Derfor er driftsresultatet best egnet til å vurdere utviklingen innen en virksomhet over tid. Når en skal sammenlikne ulike virksomheter er det bedre å benytte relative mål, der driftsresultatet ses i forhold til virksomhetenes størrelse, for eksempel inntektene eller kapitalen, som i våre to andre lønnsomhetsmål, driftsmargin og totalkapitalrentabilitet:

Driftsmarginen er gitt ved driftsresultatet som andel av driftsinntektene, og beskriver hvor mye virksomheten får igjen for hver omsatt krone før netto finanskostnader⁷ og skatt.

$$(2) \text{ Driftsmargin} = \text{driftsresultat} / \text{driftsinntekter}$$

Hvis driftsmarginen er høy betyr det at bedriften sitter igjen med en stor andel av omsetningen. For eksempel vil en driftsmargin på ti prosent bety at for

⁷ Finanskostnader kan for eksempel være renteutgifter, valutatap på transaksjoner eller lån i utenlandsk valuta samt purre- og saksgebyrer.

hver omsatt krone sitter bedriften igjen med ti øre til å dekke netto finanskostnader og skatt.

Forutsetningene for driftsmarginen kan variere fra bransje til bransje, avhenge av virksomhetens størrelse og følge økonomiske konjunkturer. Noen virksomheter baserer seg dessuten på store volumer, og kan på den måten få stort overskudd målt i kroner selv om driftsmarginen er lav. En slik virksomhet kan dermed klare seg bedre med lavere driftsmargin enn virksomheter med lavere omsetning. Dette er viktig å ha i mente når man vurderer lønnsomheten.

Hvis en ønsker å vurdere lønnsomheten til en virksomhet, er det hensiktsmessig å finne en sammenliknbar gruppe. I denne rapporten deler vi opp virksomhetene etter næring og størrelse og beregner utviklingen over en lengre tidsperiode. Dermed kan en bedrift for eksempel sammenlikne driftsmarginen med gjennomsnittet for sin næring og størrelse for et gitt år eller en gitt periode. Det kan gi en god pekepinn på hvordan en har klart seg i forhold til andre, sammenliknbare virksomheter.

Totalkapitalrentabilitet (også kalt totalrentabilitet) er avkastningen på den totale kapitalen som er investert i bedriften. Dette inkluderer egenkapital, langsiktig gjeld og kortsiktig gjeld (se for eksempel (Kaplan & Atkinson, 1989)).

$$(3) \text{ Totalrentabilitet} = (\text{driftsresultat} + \text{finansinntekter}) / \text{totalkapital}$$

Finansinntekter er inntekter fra kapitalplasseringer eller finansielle eiendeler som bankinnskudd og investeringer i verdipapirer som aksjer samt leieinntekter fra bygg, men også kursendringer på

verdipapirer og endringer i eiendomsverdier. Totalkapitalen er gitt ved gjeld og egenkapital.

Totalrentabiliteten kan beregnes med utgangspunkt i inngående totalkapital (ved utgangen av forrige år) eller et gjennomsnitt av totalkapitalen over en periode på flere år. I våre beregninger har vi et løpende gjennomsnitt av de siste to regnskapsårene.

Ettersom totalrentabiliteten beskriver den samlede avkastningen på kapitalen, hvor mye virksomheten får igjen for sine investeringer, er det relevant å se den i forhold til alternative investeringer, være seg i andre prosjekter, virksomheter eller sammenlikne med renten man kan få i bank. Plasseres penger i banken, forventes en avkastning i form av renter. Investeres det i aksjer, forventes en avkastning på aksjene i form av utbytte og kursoppgang. Tilsvarende ønsker en virksomhet avkastning på sine kapitalinvesteringer.

Siden det vil være en viss risiko knyttet til å investere i en bedrift, bør avkastningen reflektere dette. Generelt bør totalrentabiliteten derfor være høyere enn risikofri rente.⁸ Jo høyere risiko, desto høyere bør avkastningen være. Til slutt vil det være fornuftig å vurdere også totalrentabiliteten opp mot hva som har vært vanlig i bedriften i tidligere perioder og i sammenliknbare virksomheter.

3.2 Regnskapsdata muliggjør detaljerte analyser

Samfunnsøkonomisk analyse har etablert en database med alle innleverte årsregnskap for regnskapspliktige foretak i perioden etter 2003, kalt

⁸ Risikofri rente er ofte definert som statsobligasjonsrenter, ettersom sannsynligheten for at den norske staten ikke vil innfri lånet kan regnes som svært nærme null. Disse har grovt regnet, og om vi ser bort fra mer

kortsiktige fluktuasjoner, falt ganske jevnt og trutt fra rundt 6 prosent i 2000 til om lag 0,5 prosent i 2017.

Samfunnsøkonomisk analyses foretaks- og enhetsregister (SAFE). SAFE er basert på informasjon fra Foretaksregisteret, men utnytter også Enhetsregisteret for utfyllende informasjon.

Foretaksregisteret ble opprettet i 1988 og har ansvaret for registrering av alle norske og utenlandske foretak i Norge. Alle næringsdrivende foretak, både med begrenset og ubegrenset ansvar, plikter å registrere seg i Foretaksregisteret. Det samme gjelder enkeltpersonforetak som bedriver handel med innkjøpte varer eller har mer enn fem ansatte. Hvorvidt foretaket er regnskapspliktig eller ikke bestemmes av organisasjonsform og foretakets størrelse.

SAFE inneholder komplett årsregnskap for alle regnskapspliktige foretak i perioden 2003-2016. Dette muliggjør detaljerte analyser av foretakenes virksomhet, herunder lønnsomhet. Databasen omfatter kjennetegn som firmaadresse, firmanavn og geografisk lokasjon samt næringstilhørighet. SAFE er en omfattende database med over tre millioner årsregnskap. Se tabell under for utfyllende informasjon.

Tabell 3.1
Samfunnsøkonomisk analyses regnskapsdatabase, SAFE

	SAFE
Årsregnskap 2003-2016	3 274 159
Unike foretak 2016	287 009
Andel med kommunetilhørighet	99,6%
Andel med adresse	70,3%

Kilde: Samfunnsøkonomisk analyse, SAFE

Avgrensninger av populasjonen

I tråd med lønnsomhetsanalysen av den svenske handelsnæringen avgrensner vi datagrunnlaget basert på selskapsform og størrelse (både sysselsatte personer og omsetning). I tillegg forholder vi oss kun til tre deler av handelsbransjen.

Vi stiller følgende krav til foretakene for at de skal være med i lønnsomhetsanalysen:

- Aksjeselskap
- Minst én sysselsatt og ett årsverk i gjennomsnitt for perioden foretaket eksisterer i SAFE
- Minst 100 000 kroner i gjennomsnittlig omsetning for perioden foretaket eksisterer i SAFE

Vi forholder oss kun til tre deler av handelsbransjen:

- Næringsmiddelindustri
- Grossisthandel
- Detaljhandel

Vi inkluderer i tillegg industrien utenom næringsmiddelindustri som et sammenligningsgrunnlag.

Fleksibiliteten i regnskapsdataene gjør at vi i teorien kan sammenligne alle typer næringer og virksomheter, men for å forenkle denne analysen benytter vi industrien utenom næringsmiddelindustri. Det er også mulig å studere lønnsomheten på et mer detaljert nivå ved for eksempel å isolere dagligvarehandel. Dette gjør vi derimot kun i studier av konserner og foretak i kapittel 5. I kapittel 4 forholder vi oss til næringer.

4 Lønnsomhet på næringsnivå

I dette kapittelet analyserer vi lønnsomheten i detaljhandelen, grossistnæringen og næringsmiddelindustrien i årene 2003-2016. I tillegg tar vi med lønnsomheten i industrien for øvrig som et sammenligningsgrunnlag. Alle de tre lønnsomhetsmålene beskrevet i kapittel 3.1 benyttes.

Analysen viser at driftsresultatet målt i kroner har økt for alle de tre næringene gjennom perioden. I antall kroner har lønnsomheten økt mest i grossistnæringen, men næringsmiddelindustrien har hatt den største prosentvise veksten. Videre viser resultatene reduserte driftsmarginer i detaljhandelen gjennom perioden. Sees utviklingen i marginene i sammenheng med utviklingen i driftsresultatet framstår den totale lønnsomhetsutviklingen imidlertid som mer sammensatt. For næringsmiddelindustrien har marginene vært stabile rundt fire prosent gjennom perioden, mens marginene har økt i grossistnæringen.

Totalrentabiliteten måler bedriftens avkastning i forhold til kapitalinnsatsen, og er hovedsakelig interessant for eiere som har investert i driften. Totalrentabiliteten har ligget stabil i grossistnæringen, men falt gjennom perioden for detaljistene og næringsmiddelindustrien.

Gjennom de aggregerte næringsanalysene er det vanskelig å vite om resultatene gjenspeiler den gjennomsnittlige bedriften eller om visse grupperinger innad i næringene skiller seg ut. For å gi mer detaljert informasjon grupperes bedriftene etter antall ansatte, før lønnsomhetsutviklingen analyseres gjennom utviklingen i driftsmarginene for hver gruppe innad i hver næring.

Den gjennomsnittlige utviklingen i næringen drives av de store foretakene. Årsaken er at en stor del av omsetningen i næringene er konsentrert blant få store aktører. Videre er driftsmarginen mer volatil

blant de små bedriftene, noe som sannsynligvis er et resultat av at investeringer utgjør en større del av omsetningen i disse gruppene.

Første del av kapittelet presenterer en detaljert gjennomgang av utviklingen i de tre lønnsomhetsmålene på næringsnivå. I del to presenteres resultatene av lønnsomhetsanalysen for virksomhetene gruppert etter størrelse.

4.1 Driftsresultat

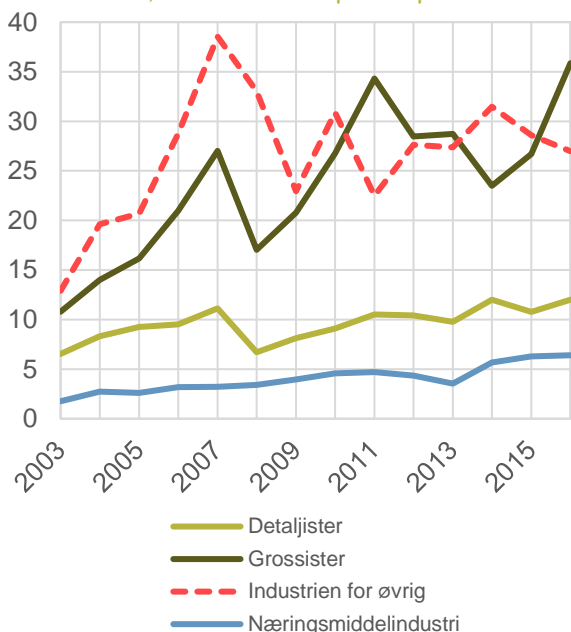
Driftsresultatet måler det økonomiske resultatet av aktiviteten i en virksomhet. Driftsresultatet veier driftsinntektene mot driftsutgiftene i virksomheten, positivt resultat indikerer lønnsomhet mens negativt resultat innebærer at driften ikke er lønnsom. Figur 4.1 viser utviklingen i driftsresultatet for detaljister, grossister, næringsmiddelindustrien og industrien for øvrig for årene 2003-2016.

Det har vært en generell positiv utvikling i driftsresultatet i næringer relatert til varehandel siden 2003. Gjennom perioden har detaljistene og næringsmiddelindustrien hatt en jevnt positiv utvikling, mens grossistledet har hatt veldig sterk vekst i lønnsomheten målt i løpende priser.

I årene 2003-2016 økte driftsresultatet i grossistledet med 25 milliarder, tilsvarende en vekst i overkant av 230 prosent. Spesielt stor var veksten fram mot 2011, da næringen vokste med 218 prosent. I detaljhandelen og næringsmiddelindustrien har veksten vært mer moderat målt i kroner, med vekst på henholdsvis 5,5 og 4,5 milliarder. Næringsmiddelindustrien har veldig lave utgangsverdier med om lag 1,7 milliarder i 2003, men hadde en vekst gjennom perioden på 263 prosent. I detaljhandelen var veksten på mer moderate 84 prosent.

Driftsinntektene i figur 4.1 er målt i løpende priser. Hvis man i tillegg tar hensyn til prisveksten i varehandelen (jf. figur 2.6) gjennom perioden indikerer figuren styrket lønnsomhet utover prisveksten de siste årene.

Figur 4.1
Driftsresultat for utvalgte handelsnæringer. Milli-
arder kroner, 2003-2016. Løpende priser.



Tall i parentes angir gjennomsnittlig antall virksomheter per næring i perioden.
Kilde: Samfunnsøkonomisk analyse, regnskapsdata (SAFE)

4.2 Driftsmargin

Driftsmarginen måler forholdet mellom driftsresultatet og omsetningen i næringen, og måler dermed hvor mye bedriften sitter igjen med per omsatte krone. I utgangspunktet går høyere driftsmargin og god lønnsomhet hånd i hånd.

Det er imidlertid viktig å være oppmerksom på at bedrifter med lave marginer fortsatt kan være lønnsomme med høyt salgsvolum. Det er for eksempel mulig å øke driftsresultatet med salgskampanjer,

tross lavere driftsmargin, hvis omsetningen øker mer enn reduksjonen i marginen. Denne logikken kan stimulere til en kamp om volum på bekostning av marginene. Lønnsomheten til eierne vil like fullt kunne øke betydelig, og er nok mye av forklaringen på kjededannelsen og effektiviseringene dette har ført med seg. Effektiv drift muliggjør lave marginer per solgte enhet, store volum og god lønnsomhet.

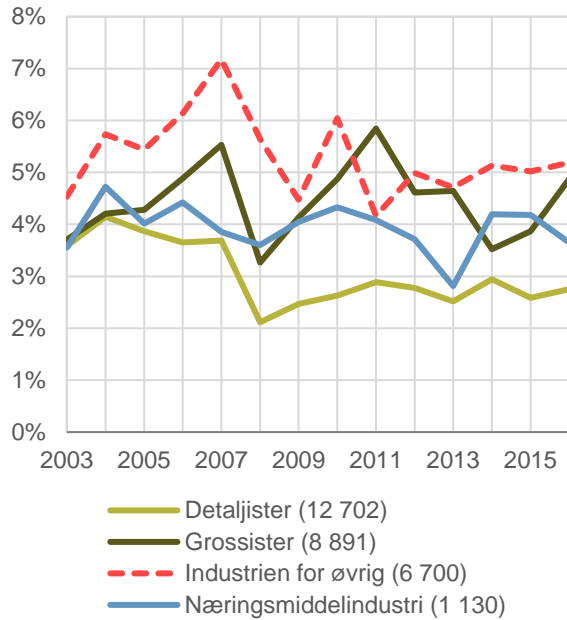
Fordelen med å måle lønnsomhet med driftsmargin er at det er enklere å sammenligne lønnsomhet på tvers av bedrifter og næringer. Dette er spesielt viktig for varehandelen som kjennetegnes av store volum med lave marginer.

I 2003 hadde alle de tre næringene i underkant av fire prosent driftsmargin. I detaljhandelen har driftsmarginen falt noe gjennom perioden, og det største fallet kom gjennom finanskrisen i 2008. Selv om marginen har økt noe siden den gang virker den å ha stabilisert seg på et lavere nivå enn før krisen. Marginen var 23 prosent lavere i 2016 sammenlignet med 2003, selv om driftsresultatet i kroner er høyere, jf. Figur 4.1.

I næringsmiddelindustrien har utviklingen vært relativt stabil, og driftsmarginen var kun tre prosent høyere i 2016 enn i 2003. På samme måte som for driftsresultatet har utviklingen i driftsmarginen vært sterkere for grossistledet, med en økning i overkant av 30 prosent til 4,9 prosent i årene 2003-2016. Til gjengjeld er det også i grossistledet at man ser de største svingningene.

Siden 2010 har det overordnede bildet vært at detaljistene har den laveste og grossistene den høyeste driftsmarginen, mens næringsmiddelindustrien ligger et sted imellom. Driftsmarginen i de tre næringene har generelt vært litt lavere enn for industrien for øvrig.

Figur 4.2
Driftsmargin for utvalgte handelsnæringer, prosent. 2007-2016.



Tall i parentes angir gjennomsnittlig antall virksomheter per næring i perioden.
Kilde: Samfunnsøkonomisk analyse, regnskapsdata (SAFE)

4.3 Totalrentabilitet

Totalrentabiliteten gir et bilde av hvor mye kapitaleierne sitter igjen med, og er derfor hovedsakelig interessant for eierne. Totalrentabiliteten kan brukes til å sammenligne hvor høy avkastning investeringen i en bedrift gir sammenlignet med alternative investeringsmuligheter. Avkastningen bør reflektere hvor risikabel investeringen er, slik at høyere risiko gir høyere kapitalavkastningskrav.

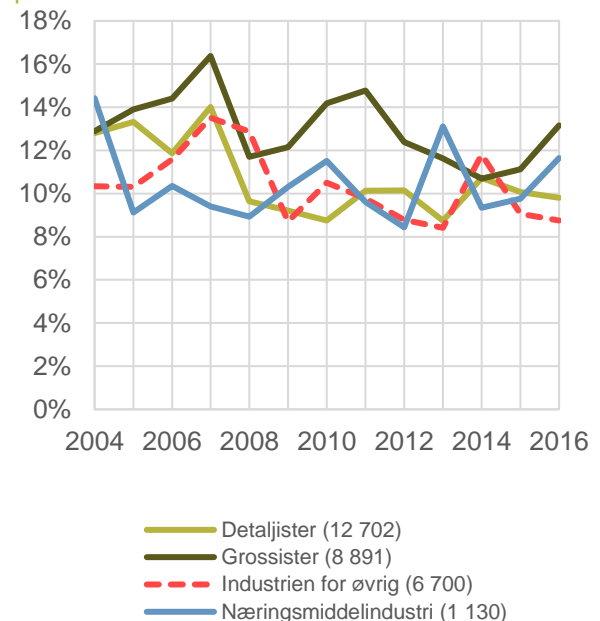
Totalrentabiliteten har vist en årlig avkastning på minimum 8 prosent gjennom analyseperioden, og avkastningen er som en vil forvente, høyere enn ved valg av sikre investeringsalternativer som bankinnskudd.

Fra et utgangspunkt rundt 13 prosent for detaljhandelen, grossistene og næringsmiddelindustrien i

2004 har det vært en fallende trend i totalrentabiliteten i alle næringene mot 2016.

For næringsmiddelindustrien kom det største fallet i avkastningen i 2005, før den lå stabilt rundt 10 prosent i årene 2008-2012. Gjennom den siste delen av analyseperioden har veksten tiltatt noe opp mot 12 prosent i 2016. Utviklingen for detaljhandelen har vært tilnærmet lik, med et gradvis fall i avkastningen mot 9 prosent i 2010, før den tok seg noe opp mot 10 prosent i 2016. Tilsvarende som for driftsmarginen har det vært noe høyere avkastning på totalkapitalen i grossistleddet enn for de andre næringene fram mot 2012. Deretter jevnet forskjellene seg noe ut, men økte igjen i 2016 da avkastningen tok seg klart opp igjen hos grossistene og i næringsmiddelindustrien, mens den fortsatte å falle hos de andre to.

Figur 4.3
Totalrentabilitet for utvalgte handelsnæringer, prosent. 2004-2016.



Tall i parentes angir gjennomsnittlig antall virksomheter per næring i perioden.
Kilde: Samfunnsøkonomisk analyse, regnskapsdata (SAFE)

4.4 Varierende lønnsomhet, både på tvers av og internt i varehandelsnæringene

Oppsummeringsvis har vi sett at driftsresultatet har økt klart gjennom analyseperioden. De to andre lønnsomhetsmålene har vært relativt stabile gjennom perioden for grossistene og næringsmiddelindustrien, men for detaljhandelen viser de en klar nedgang i lønnsomheten etter finanskrisen. Detaljhandelen har også klart lavere driftsmarginer enn de to andre næringene, mens totalrentabiliteten er sammenliknbar for alle tre.

Så langt har ikke analysen kunnet avdekke om resultatene gjenspeiler den gjennomsnittlige virksomheten i hver næring, eller om det er noen typer virksomheter som skiller seg ut.

Tabell 4.1

Antall virksomheter i hver gruppe, etter størrelse (ekskludert industrien for øvrig). Gjennomsnitt for perioden 2003-2016.

Gruppe	Antall foretak
Mikroforetak (1-9 ansatte)	16 635
Små foretak (10-49 ansatte)	5 405
Mellomstore foretak (50-249 ansatte)	565
Store foretak (Mer enn 250)	117

Kilde: Samfunnsøkonomisk analyse

For å få et bilde av om det er noen typer virksomheter som skiller seg ut lønnsomhetsmessig i forhold til gjennomsnittet sorterer vi virksomhetene etter antall ansatte i hver periode. Inndelingen følger EU-kommisjonens anbefalte inndeling i mikro-, små, mellomstore og store foretak. I denne analysen presenterer vi resultatene for driftsmarginen i hver gruppe og referer til Figur 4.2 som gjennomsnittet for hele utvalget gjennom perioden.

4.4.1 Mikroforetak

Mikroforetakene har 1-9 ansatte. Nesten tre av fire virksomheter i varehandelen faller innenfor denne gruppen og samlet for detaljhandel, grossistnæring og næringsmiddelindustrien står mikroforetakene for omtrent 18 prosent av omsetningen.

I detaljhandelen er i overkant av 70 prosent av virksomhetene mikroforetak og de står for omtrent en femtedel av omsetningen i næringen. Detaljistenes driftsmarginer har vært stabilt noe under fem prosent i hele perioden 2003-2016, jf. figur 4.4. Gruppen har noe sterkere utvikling enn næringen samlet, jf. figur 4.2. Det kan med dette se ut til at effektene av finanskrisen ikke slo like hardt ut på lønnsomheten blant mikroforetakene.

I næringsmiddelindustrien står mikroforetakene for kun 8 prosent av omsetningen i næringen og de hadde svak og fallende driftsmargin gjennom første tiår av 2000-tallet, til bunnpunktet ble nådd i 2010 med en negativ driftsmargin på hele åtte prosent. Siden 2010 har lønnsomheten økt, men med svært store svingninger.

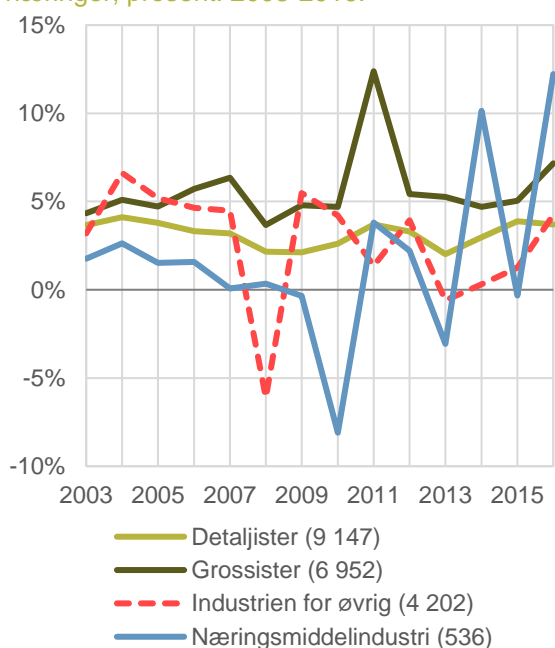
Fallet i lønnsomhet som følger av finanskrisen slo senere inn i næringsmiddelindustrien enn tilfellet var i industrien for øvrig. Dette kan tilskrives at øvrig industri i mye større grad er eksportrettet og raskt ble rammet av sviktende internasjonal etterspørsel. De store svingningene i næringsmiddelindustrien i perioden etter finanskrisen kan til dels forklares med at nordmenn kuttet i forbruket av relativt dyre nisjeprodukter i en periode med stagnerende inntekter og varekonsum, som slo ut i en betydelig svekkelse av lønnsomheten i 2010 og varierende lønnsomhet i de påfølgende årene.

Mikrogrossistene står for 20 prosent av omsetningen i grossistnæringen, og av mikroforetakene er

de gruppen med høyes lønnsomhet gjennom perioden.

Mikrogrossistene ser også ut til å ha blitt påvirket i liten grad av finanskrisen i 2008 sammenlignet med industrien. Faktisk fikk denne gruppen grossister bedret lønnsomheten i 2011, før den var tilbake på nivået før finanskrisen i 2012. Denne typen utslag i enkeltår må imidlertid tolkes med varsomhet med tanke på mulige ekstremobservasjoner for enkeltvirksomheter kan påvirke næringstallene, og spesielt når vi studerer grupper i en næring slik som vi gjør her. Det samme gjelder bunnåret for næringsmiddelindustrien og de påfølgende årlige variasjonene.

Figur 4.4
Driftsmargin for mikroforetak i utvalgte handelsnæringer, prosent. 2003-2016.



Tall i parentes angir gjennomsnittlig antall virksomheter per næring i perioden.

Kilde: Samfunnsøkonomisk analyse, regnskapsdata (SAFE)

4.4.2 Små foretak

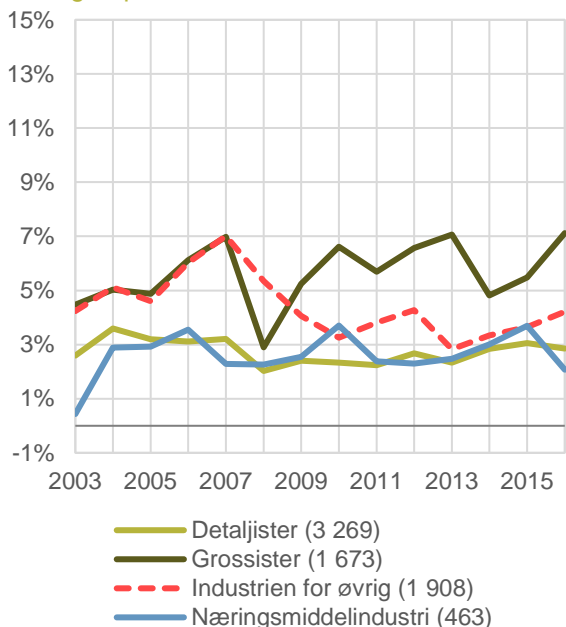
Små foretak har mellom 10 og 49 ansatte. For detaljhandel, grossistnæring og

næringsmiddelindustrien samlet sett utgjør gruppen om lag 24 prosent av virksomhetene. Både for næringene samlet, og innad i hver næring, står de små foretakene for omtrent 30 prosent av omsetningen, og i alle de tre næringene står de for den nest største andelen av den totale omsetningen.

De små detaljistene står for den nest største andelen av den totale omsetningen i næringen, etter de store foretakene. De små detaljistvirksomhetene viser, som vi så for mikroforetakene, en stabil lønnsomhetsutvikling sammenlignet med de andre næringene, jf. figur 4.5. For hele perioden 2003-2016 har denne gruppen virksomheter en driftsmargin på rundt tre prosent.

Næringsmiddelindustrien ligger på samme nivå som detaljhandelen i perioden. De starter like fullt ut på en lønnsomhet nær null i 2003, men beveger seg mot nivåer rundt to-tre prosent. Lønnsomhetsnivået er i gjennomsnitt omtrent ett prosentpoeng lavere enn for næringen samlet.

Figur 4.5
Driftsmargin for små foretak i utvalgte handelsnæringer, prosent. 2003-2016.



Tall i parentes angir gjennomsnittlig antall virksomheter per næring i perioden.
Kilde: Samfunnsøkonomisk analyse, regnskapsdata (SAFE)

De små grossistvirksomhetene har høye marginer sammenlignet med detaljistene og næringsmiddelindustrien, men også sammenlignet med grossistnæringen som helhet. Fra 2003 til 2016 har lønnsomheten for grossistene økt klart, og det er hovedsakelig etter finanskrisen at lønnsomheten har vært høyere enn snittet.

Små grossister har også en sammenfallende utvikling med industrien utenom næringsmiddelindustri fram til finanskrisen. Der industrien for øvrig opplever et fall og stabilisering på mellom tre og fire prosent, rykker lønnsomheten blant de små grossistene tilbake til lønnsomhetsnivåene de hadde før finanskrisen på opp under syv prosent. Med noen variasjoner ender lønnsomheten blant de små grossistene på syv prosent i 2016, mellom fire og fem prosentpoeng høyere enn næringsmiddelindustrien og detaljhandelen.

4.4.3 Mellomstore foretak

De mellomstore foretakene har mellom 50 og 249 ansatte. For detaljhandel, grossistnæring og næringsmiddelindustri samlet står de mellomstore foretakene for en fjerdedel av den totale omsetningen, like fullt faller bare 2,5 prosent av virksomhetene i varehandelsrelaterte næringer inn i denne gruppen.

I detaljhandelen utgjør gruppen 1,7 prosent av detaljhandelsvirksomhetene, og de står for den minste andelen av total omsetning i næringen med 13 prosent. De mellomstore foretakene har imidlertid høyere gjennomsnittlig omsetning per virksomhet enn både mikroforetakene og små foretak, men fordi det er så få virksomheter i gruppen er bidraget til total omsetning begrenset.

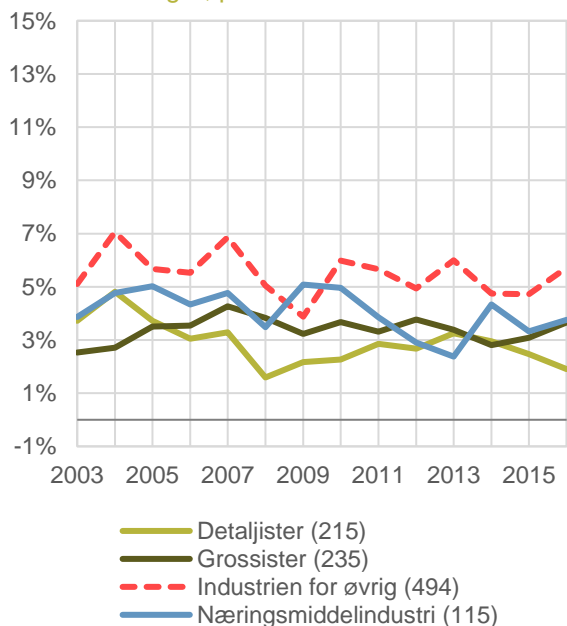
En mulig forklaring på hvorfor antall store virksomheter er få er at vi ser på virksomheters regnskaper. Det vil si at ulike deler av NorgesGruppen, for eksempel Asko sine regionale datterselskaper som leverer årsregnskap, registreres som enkeltvirksomheter selv om de er en del av samme konsern. Dette gir nok et riktigere bilde av virksomhetene, og et riktigere bilde av lønnsomheten til typiske selskaper av samme størrelse. På den annen side er det nok en undervurdering av selskapene og konsernenes størrelse, og særlig i verdikjeden for handel som vi vet er preget av få aktører og vertikal integrasjon, jf. drøftingen i kapittel 2.

Det er iøynefallende at lønnsomheten i alle varehandelsnæringene ligger under industrien for øvrig (utenom næringsmiddelindustri), jf. figur 4.6. Driftsmarginen i industrien ligger mellom fem og syv prosent i perioden 2003-2016.

I næringsmiddelindustrien står de mellomstore bedriftene for den største andelen av omsetningen, med nesten 40 prosent. Driftsmarginen ligger stort sett nærmest industrien for øvrig, men er generelt

noen prosentpoeng under i hele perioden, og ender opp i underkant av fire prosent i 2016, samme nivå som for grossistene.

Figur 4.6
Driftsmargin for mellomstore foretak i utvalgte handelsnæringer, prosent. 2003-2016.



Tall i parentes angir gjennomsnittlig antall virksomheter per næring i perioden.
Kilde: Samfunnsøkonomisk analyse, regnskapsdata (SAFE)

Grossistene har i perioden mellom 2003 og 2016 hatt en ganske stabil driftsmargin på mellom tre og fire prosent. De to siste årene har derimot næringen forbedret driftsmarginene sine og endte i 2016 på en driftsmargin altså på nesten fire prosent. Gjennom perioden stod de mellomstore grossistene for i underkant av 30 prosent av den totale omsetningen i næringen.

Detaljistene opplevde en sterk reduksjon i driftsmarginer i perioden 2004-2008 i opptakten til finanskrisen. Årsaken til dette kan være at volumkampen var sterk, og at denne gruppen av detaljister investerte i markedsandeler i en periode med sterk konsumvekst. Fra finanskrisetåret 2008 og fram til 2013 bedret driftsmarginene seg, før detaljistene igjen hadde

en negativ utvikling de siste to årene. Driftsmarginen for de mellomstore detaljistene ble redusert fra drøye tre prosent i årene før finanskrisen til knappe to prosent i 2016.

Både næringsmiddelindustri, grossister og detaljister fikk reduserte driftsmarginer i årene rundt finanskrisen. Like fullt ser alle næringer ut til å ha hatt perioder med økende driftsmarginer i ettertid.

Det overordnede bildet er at lønnsomheten for mellomstore foretak har falt i alle næringene gjennom analyseperioden, men at det med unntak for detaljistene kom et lite oppsving helt på slutten.

4.4.4 Store foretak

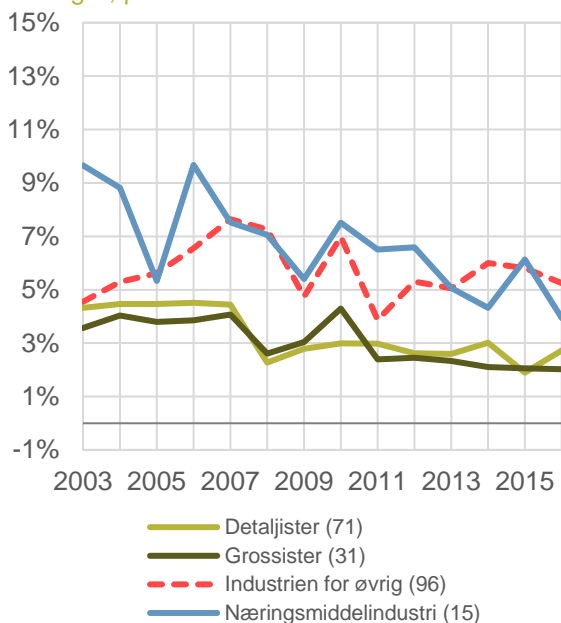
De største foretakene, med 250 eller flere ansatte, står for den største delen av omsetningen i varehandelsrelaterte næringer. Det til tross for at bare 0,9 prosent av virksomhetene er i denne gruppen.

De store detaljistene skiller seg ut ved å stå for 39 prosent av omsetningen i detaljhandelen, på tross av at bare 0,6 prosent av virksomhetene har flere enn 250 ansatte. I grossistnæringen og næringsmiddelindustrien står de store foretakene for henholdsvis 25 og 22 prosent av den totale omsetningen.

Driftsmarginen blant de største virksomhetene i detaljhandelen er redusert klart. En stor del av fallet kom i finanskrisetåret 2008, da driftsmarginen ble redusert fra 4,1 til 2,6 prosent. I perioden fra 2008 til 2016 har lønnsomheten holdt seg mer eller mindre stabil rundt tre prosent. Tross lavere driftsmarginer har driftsresultatet i detaljhandelen vokst gjennom perioden, hovedsakelig hjulpet av sterk vekst i omsetningen. Utviklingen var veldig lik blant de store grossistvirksomhetene som den vi ser for detaljistene.

De store virksomhetene i næringsmiddelindustrien skiller seg markant fra de mindre gruppene med en klart høyere driftsmargin gjennom hele perioden. Også her har imidlertid lønnsomheten falt klart, fra rundt 9 prosent i 2003 til rundt 5 prosent mot slutten av perioden. Utviklingen i næringsmiddelindustrien samsvarer godt med utviklingen vi ser i industrien for øvrig, kanskje særlig fra 2007.

Figur 4.7
Driftsmargin for store foretak i utvalgte handelsnæringer, prosent. 2003-2016.



Tall i parentes angir gjennomsnittlig antall virksomheter per næring i perioden.
Kilde: Samfunnsøkonomisk analyse, regnskapsdata (SAFE)

4.4.5 Lønnsomhet på næringsnivå drives av de store virksomhetene

Lønnsomheten varierer ikke bare på tvers av, men også innad i næringene vi har studert. Utviklingen i gjennomsnittlig lønnsomhet på næringsnivå drives i stor grad av de største foretakene, et mønster som blir synlig ved å sammenligne utviklingen i detaljhandelens lønnsomhet i Figur 4.2 med figurene 4.4-4.7. De mindre virksomhetene har imidlertid også innvirkning på næringsutviklingen gjennom å være

det store flertallet av virksomhetene, som kan sees i utviklingen av både grossistnæringen og næringsmiddelindustrien.

Ser man på hele perioden under ett er det hovedsakelig de mindre foretakene som har hatt en positiv utvikling i driftsmarginen. Som nevnt er det imidlertid viktig å være oppmerksom på sammenhengen mellom driftsresultat og driftsmargin. For de største bedriftene i detaljhandelen er marginene redusert med omtrent 40 prosent fra 2003 til 2016, mens driftsresultatet har økt med over 80 prosent i samme periode. Dette understreker at verdikjeden for varehandel kjennetegnes av en volumkamp som går på bekostning av marginpåslagene per enhet.

I lys av at verdikjeden for varehandel er en vertikalt integrert verdikjede med få og store aktører er det interessant å se mer detaljert på lønnsomhetsutviklingen. Neste kapittel ser derfor nærmere på tilsvarende tall som er drøftet i dette kapitlet, men for et utvalg konserner og virksomheter.

5 Lønnsomhet i utvalgte konserner

De foregående kapitlene har vist flere eksempler på hvordan lønnsomheten i næringer kan belyses og studeres. Næringer kan bestå av tusenvis av enkeltvirksomheter. Skal man forstå utviklingen i en næring er det derfor nyttig å se nærmere på lønnsomheten på det mest detaljerte nivå, nemlig enkeltvirksomheter.

Lønnsomhetsanalyser av enkeltvirksomheter generelt, og store virksomheter spesielt, må ta høyde for en rekke forhold. For det første består konserner av typen Orkla av et stort antall datterselskaper som driver produksjon av ulike typer varer til ulike markeder i flere land. Dersom målet er å studere lønnsomhetsutviklingen i en norsk virksomhet til bruk enten i lokale lønnsamtaler eller i analyser av næringslivet i en næring eller region i Norge, kan en ikke bruke Orklas konsernregnskap ukritisk.

Studier av utvalgte datterselskaper i Orkla-konsernet er mer hensiktsmessig, da det er større mulighet for å avgrense aktiviteten til norsk produksjon for ett eller et fåtall sluttmarkeder. Ved å gjøre dette kan et godt sammenligningsgrunnlag etableres og det er mulig å finne både forklaringer av lønnsomhetsutviklingen som sådan, men også en mer presis drøfting av om lønnsomheten er god eller dårlig.

For en mest mulig detaljert lønnsomhetsanalyse tar vi i dette kapitlet for oss utvalgte konserner og deler av konserner i næringsmiddelindustrien, grossistnæringen og dagligvarehandel. Viktigheten av vurderinger av bransjeglidning og geografiske nedslagsfelt illustreres gjennom eksempler.

5.1 Store konsern med betydelig bransjeglidning og aktivitet i flere land

Noen av Norges største konserner og enkeltvirksomheter befinner seg i varehandelen og i næringsmiddelindustrien. Som nevnt i kapittel 2 kontrollerer

NorgesGruppen, Coop og Rema 1000 omtrent 96 prosent av dagligvareomsetningen. De store dagligvarekonsernene har sine egne transport- og logistikkavdelinger. Asko, som er heleid av NorgesGruppen, studeres her som et eksempel. Handelsbransjen for øvrig retter seg mot salg av tekstiler, sportsutstyr, interiør og elektronikk. Her finner vi kjente aktører som XXL, Ikea, Elkjøp mv.

Næringsmiddelindustrien er også interessant her, og har noen viktige kjennetegn og særtrekk. For det første produseres det varer for to typer markeder, dagligvare- og husholdningsmarkedet og fôrproduksjon til både landbruk og havbruk. I denne analysen av handelsnæringen er det lite relevant å sammenligne aktører som Orkla med fôrprodusenter som Felleskjøpet eller Skretting. For det andre er resten av næringsmiddelindustrien delt i ulike markeder, der noen (kanskje særlig meierivirksomhet) domineres av et fåtall aktører. For det tredje befinner noen av selskapene, Orkla blant annet, seg i mange deler av næringsmiddelindustrien i tillegg til andre industri- og handelsnæringer.

Denne typen kjennskap til hva næringer inneholder, slik de er definert i standard for næringsgruppering til statistikkformål, er viktig for å forstå sammenligningsgrunnlaget og hvilke forhold som driver den utviklingen vi observerer. Dette gjelder både næringsaggregater og enkeltaktører/-konserner.

Basert på innspill fra oppdragsgiver studerer vi lønnsomhetsutviklingen i noen utvalgte konserner:

- NorgesGruppen
- Reitangruppen
- Coop
- Brødrene Dahl
- Bama Gruppen
- Orkla

De fem konsernene er mer eller mindre direkte knyttet til verdikjeden for dagligvarer. Dagligvarekonsernene NorgesGruppen, Reitangruppen og Coop har integrert hele eller deler av verdikjeden med både grossist- og lagervirksomhet og industri (produksjon av egne merkevarer). Orkla, Bama og Brødrene Dahl er mer direkte knyttet til næringsmiddelindustri og grossistvirksomhet.

Konserner av denne størrelsen omfatter et betydelig omfang av underenheter, datterselskaper og eierandeler i virksomheter. Dette gjør det utfordrende å studere lønnsomheten. Særlig utfordrende er det når flere av selskapene, og spesielt Orkla, både har en betydelig bransjegliedning og produksjon (med tilhørende inntekter) i en rekke land utenfor Norge.

Den påfølgende studien av lønnsomhet i de utvalgte konsernene baserer seg på Samfunnsøkonomisk analyses regnskapsdatabase med norske konsernregnskap. Der det ikke er hensiktsmessig å studere konsernregnskap trekker vi i tillegg på regnskapsinformasjon for utvalgte deler av nevnte konserner. Regnskapsinformasjon på foretaksnivå benyttes også for å etablere et sammenligningsgrunnlag i tråd med drøftingen i kapittel 4.

Der vi ikke har konsernregnskap, som for eksempel er tilfellet for Asko blant annet, tilnærmer vi oss et konsernregnskap ved å summere regnskapsposter for relevante organisasjonsnummer på foretaksnivå. For Asko summeres regnskapene for de 17 virksomhetene (eller foretakene) som utgjør Asko. For en nærmere beskrivelse av konsernrelasjonene henviser vi til Appendiks A.

I tillegg til konsernene studerer vi følgende kjeder og deler av konsern (morselskap i parentes):

- Kiwi (NorgesGruppen)
- Meny (NorgesGruppen)
- Rema 1000 (Reitangruppen)
- Reitan Convenience (Reitangruppen)
- Uno-X (Reitangruppen)

Lønnsomheten og drøftinger av hvorvidt konserners lønnsomhet er god eller ikke baserer seg på samme prinsipper som i kapittel 4. Vi studerer utviklingen i driftsmarginer mellom konserner i samme næring, og med næringens driftsmargin.

I denne delen av analysen trekker vi like fullt sammenligningsgrunnlaget ned til et noe mer detaljert nivå. For eksempel vil det være noe feilaktig å sammenligne lønnsomheten i Orkla med lønnsomheten i næringsmiddelindustrien som sådan. Dette følger, som vi studerer nærmere under, av at Orkla har virksomhet i flere ulike deler av næringsmiddelindustrien slik den er definert i standard for næringsgruppering benyttet til statistikkformål.

Kapittel 5.2 studerer Orkla, kapittel 5.3 grossistene Asko og Brødrene Dahl og kapittel 5.4 dagligvarekjedene Meny, Kiwi og Rema 1000 samt kiosk- og servicehandelsvirksomheten Reitan Convenience (Narvesen og 7eleven) og bensinstasjonsvirksomheten Uno-X.⁹

⁹ I Appendiks B og C ser vi nærmere på henholdsvis detaljhandelen med elektronikkvarer og sportsutstørsbransjen.

5.2 Orkla har bedre lønnsomhet enn matindustrien for øvrig

Dette kapittelet studerer Orkla, en av Norges største virksomheter med aktivitet i flere markeder og land selv om de hovedsakelig er en næringsmiddelprodusent.

Orkla som konsern sysselsatte 12 500 årsverk og hadde en omsetning på 37 milliarder i 2016. Det er likevel viktig å understreke at Orkla som konsern består av betydelig virksomhet i flere deler av næringslivet, og ikke utelukkende knyttet til næringsmiddelindustri. Fram til 2011/2012 eide Orkla blant annet Borregaard som er et av verdens mest avanserte bioraffinerier. Ifølge Orklas årsrapporter¹⁰ har konsernet de senere årene ønsket et sterkere fokus på merkevareproduksjon (næringsmiddelindustri). Det er denne delen av Orkla vi ønsker å studere i denne rapporten.

For å ikke fange opp aktivitet og lønnsomhet som skapes enten i næringer ut over næringsmiddelindustri, eller i utenlandske deler av konsernet, forholder vi oss til tre av Orklas datterselskaper:

- Orkla Foods Norge
- Orkla Food Ingredients, herunder Idun Industrier
- Orkla Confectionery and Snacks Norge

Vi forventer at driftsresultatene og omsetningen som registreres i utvalgte datterselskaper er verdier som skapes i det norske markedet, inkludert eksport, og at vi holder utenlandsk produksjon og salg utenom. Verdien og lønnsomheten som skapes gjennom eksport er relevant informasjon da det er

knyttet til produksjon ved norske fabrikker og avdelinger.

Definert som nevnte datterselskaper omsatte Orkla for like i underkant av åtte milliarder i 2016 og sysselsatte rundt 2 500 årsverk slik disse er beregnet i SAFE. Med dette utgjorde seks prosent av omsetningen og ni prosent av årsverkene i matindustrien i 2016. Matindustrien defineres i dette tilfellet som næringsmiddelindustri der vi tar ut fôrproduksjon til landbruk og havbruk.¹¹

Næringsmiddelindustrien som sådan har en relativt stabil driftsmargin i perioden 2003-2016, og lønnsomheten ligger noe under industrien for øvrig, jf. figur 5.1.

Orkla har en betydelig høyere driftsmargin sammenlignet med matindustrien for øvrig, jf. figur 5.1. Orkla har rundt ti prosentpoeng høyere driftsmargin for hele perioden 2003-2016, med unntak av i 2013. Konsernet bidrar med dette til å holde driftsmarginen i næringen oppe.

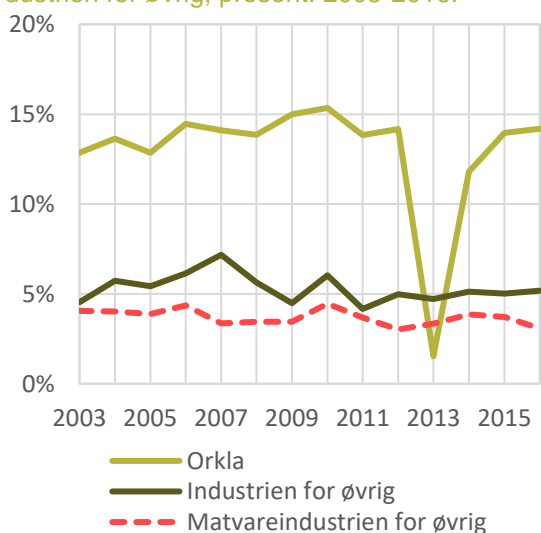
Den relativt lave lønnsomheten Orkla registrerte i 2013 kommer som mest sannsynlig følger av at Rieber & Søn ble kjøpt i mai 2013 for over seks milliarder kroner. Hvordan denne investeringen ble bokført i de ulike delene av konsernet kan gi utslag i den typen reduserte driftsresultat med tilhørende reduserte driftsmarginer for enkeltår slik vi ser av figuren. Med dette i bakhodet kan ikke ekstremutslag i et enkeltår på lønnsomheten nødvendigvis tolkes som en reell endring i virksomhetens lønnsomhet. Dette er et viktig moment å ha med seg når en skal bruke lønnsomhetstall, og øvrige regnskapstall, for enkeltvirksomheter eller næringstall på detaljert nivå.

¹⁰ Se for eksempel (Orkla ASA, 2017) [her](#).

¹¹ Fôrproduksjon utgjorde 17 pst. av omsetningen og 8 pst. av årsverkene i næringsmiddelindustrien slik det er beregnet i SAFE i 2016.

Det er også verd å merke seg at det i matvareindustrien for øvrig er store variasjoner i produkter, sluttmarkeder og konkurransesituasjon. Innenfor meierivirksomhet blant annet er det mer eller mindre to aktører i tillegg til noen nisjevirksomheter og -produkter. Lav konkurranse kan tilsi høye marginer, selv om dette ikke ser ut til å prege bildet av Orkla kontra matindustrien for øvrig. Driftsmarginene innen produksjon av meierivarer ligger i perioden 2003-2016 på rundt fem prosent, også dette betydelig lavere enn hva Orkla viser i samme periode.

Figur 5.1
Driftsmargin Orkla, næringsmiddelindustri og industrien for øvrig, prosent. 2003-2016.



Kilde: Samfunnsøkonomisk analyse, regnskapsdata (SAFE)

For å oppsummere er det tydelig at Orkla har en relativt høy lønnsomhet sammenlignet med matindustrien for øvrig i perioden 2003-2016. Matindustrien er et relevant sammenligningsgrunnlag, og vi må kunne konkludere med at Orklas lønnsomhet er god i perioden vi studerer.

Det ser også ut til at Orkla opererer med en stabil driftsmargin på rundt 15 prosent. Unntaket er i 2013 der vi får et negativt utslag som følger av det som

mest sannsynlig er et uttrykk for en investeringskostnad.

5.3 Størst driftsmargin i den minste grossistvirksomheten

Grossistleddet i handelsverdikjeden består av agenturhandel og engroshandel. Agenturhandel er ikke så relevant sammenligningsgrunnlag for våre utvalgte virksomheter, slik at dette tas ut i den videre analysen. Agenturhandel utgjorde syv prosent av omsetningen og åtte prosent av årsverkene i grossisthandelen samlet i 2016.

Av de tre konsernene vi studerer i grossistleddet er Asko den klart største med en omsetning på 73 milliarder og nesten 3 200 sysselsatte årsverk i 2016. Med dette utgjorde de henholdsvis 15,7 og 4,5 prosent av grossistnæringen samlet samme år.

Bamagruppen er nest størst med en omsetning på 16,5 milliarder og 2 400 sysselsatte årsverk i 2016. Minst av de tre er dermed Brødrene Dahl, med omsetning på 6,4 milliarder og i underkant av tusen sysselsatte årsverk i 2016. Det er med andre ord betydelig variasjon i størrelsen på de tre aktørene.

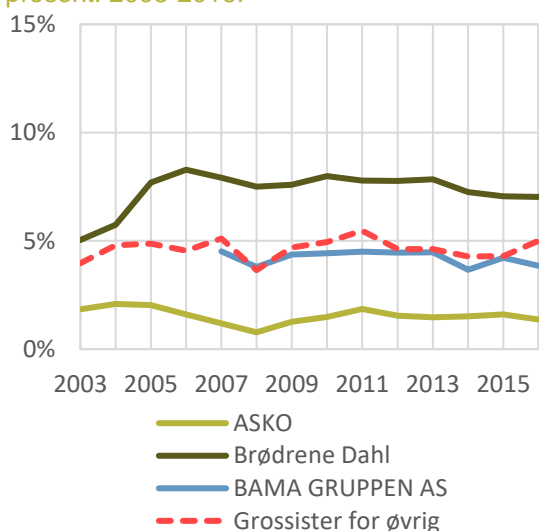
På samme måte som med størrelsen, er det variasjon i lønnsomheten, men med motsatt fortegn. Asko har den svakeste lønnsomheten, både sammenlignet med de to andre aktørene og med grossistnæringen samlet. På denne måten trekker Asko lønnsomheten i næringen samlet ned.

Brødrene Dahl hadde en sterk vekst i lønnsomheten fra rundt fem prosent til i overkant av åtte prosent i perioden 2003-2006. Etter dette har lønnsomheten blitt redusert noe og ender på syv prosent i 2016 etter en jevn nedgang de siste ti årene.

Brødrene Dahl skiller seg fra de to andre virksomhetene gjennom at de ikke retter seg mot dagligvarer og husholdningene, men mot faghandel og industri. Dette kan ikke i seg selv forklare veksten i lønnsomheten fra 2003-2006, den kan mer trolig forklares av produktivetsgevinster fra investeringer i nytt maskineri eller prosesser, prisøkninger på produktene eller konkurranseforhold.

Bama-konsernet har en tilnærmet identisk driftsmargin som grossister for øvrig og ligger i underkant av fem prosent i perioden 2007-2016, jf. figur 5.2.

Figur 5.2
Driftsmargin for utvalgte konserner og kjeder, prosent. 2003-2016.



Kilde: Samfunnsøkonomisk analyse, regnskapsdata (SAFE)

*ASKO omfatter også virksomheten i Storcash

5.4 Lav lønnsomhet blant detaljistene

Som drøftet over, og som tilfellet er for de andre næringene vi studerer, består detaljhandelen av handel med ulike produkter og med delvis ulike markeder. Det samme gjelder delvis virksomhetene vi studerer også. Alle virksomhetene befinner seg innen dagligvarehandel med unntak av Uno-X som driver bensinstasjoner og Reitan Convenience som driver kioskhandel.

For å ha et best mulig sammenligningsgrunnlag deler vi derfor detaljhandelen inn i dagligvarehandel, bensinstasjoner og øvrig detaljhandel. Handel med elektronikk, jernvarer, tekstiler, bøker mv. inngår i øvrig handel. Dagligvarehandel omfatter butikk- og kioskhandel med bredt og spesialisert vareutvalg.

Vi studerer konsernregnskapene til Norgesgruppen, Reitangruppen, Rema 1000 og Coop før vi ser på utvalgte kjeder og deler av disse.

Det er viktig å understreke at forklaringen på lønnsomheten som observeres for konserner generelt, og store konserner spesielt, kan finnes i utlandet og i flere næringer. Bransjeglidning gjelder for alle tre konserner, og det er særlig Reitangruppen.

For å belyse denne typen forhold nærmere avgrenser vi analysen til utvalgte kjeder og deler av konsernene under. Vi studerte også NorgesGruppens grossistvirksomhet Asko over, som vi så hadde en lavere driftsmargin sammenlignet med grossistnæringen for øvrig.

På et overordnet nivå er det interessant å merke seg at matvarehandel og bensinstasjoner ser ut til å ha lavere driftsmarginer sammenlignet med øvrig detaljhandel, jf. figur 5.3. Dette er i strid med debatten om økende lønnsomhet og matbaroner vi har sett i mediebildet de siste årene (for eksempel artikkelen

'Matbaronene tjener mye mer enn 'en kroner her og en krone der' i Aftenposten 7. mai 2015).

Store handelskonserner med betydelig bransjegliding og aktivitet utenfor Norges grenser

Vi studerer de tre store matvarekonsernene i Norge under. De tre aktørene NorgesGruppen, Coop og Rema 1000 kontrollerte 96 prosent av omsetningen i markedet for dagligvarer i 2016 (Coop årsrapport 2016). NorgesGruppen er størst og kontrollerte 42,3 prosent, Coop 29,4 og Rema 1000 24,4 prosent. Tar vi med at Bunnpris kontrollerte 3,9 er det 0,1 prosent av markedet som ikke kontrolleres av en av disse fire kjedene.

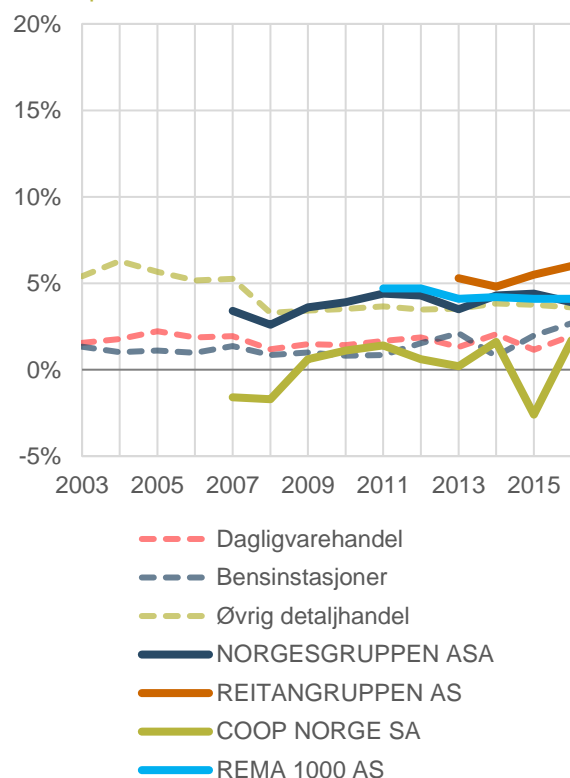
NorgesGruppen har sammen med Reitangruppen og Rema 1000 de mest stabile og høyeste driftsmarginene av de konsernene vi studerer, jf. figur 5.3. De tre befinner seg på linje med eller over driftsmarginene i detaljhandelen for øvrig, og ligger rundt fem prosent de siste ti årene.

På grunn av at Reitangruppen har aktivitet utenfor Norge i større grad enn de øvrige konsernene studerer vi også konsernregnskapet til Rema 1000. Både Reitangruppen og Rema 1000 har registrert stabile og høye driftsmarginer for de årene vi har regnskapsinformasjon om dem i SAFE.

Selv om lønnsomheten i Reitangruppen og Rema 1000 er stabilt over det som er gjennomsnittet for dagligvarehandelen for øvrig, er det viktig å understreke at lønnsomheten ikke nødvendigvis skapes gjennom aktivitet i Norge, eller i dagligvarehandelen som sådan. Konsernene produserer egne merkevarer, driver transport og logistikk og eier handelsvirksomheter i flere bransjer (i dette tilfellet bensinstasjoner, kiosker og dagligvarebutikker). I tillegg har de aktivitet i alle nevnte bransjer i flere land. Dette betyr at noe av aktiviteten som sådan, herunder lønnsomheten, kan tilskrives aktivitet i flere

bransjer og fra flere geografiske nedslagsfelt. I bruk av denne typen regnskapstall i lokale analyser, enten det er av lønnsomhet eller markeder som sådan, er dette viktige hensyn å ivareta. Vi kommer tilbake til dette under.

Figur 5.3
Driftsmargin for utvalgte konserner i detaljhandelen, prosent. 2003-2016.



Kilde: Samfunnsøkonomisk analyse, regnskapsdata (SAFE)

Coop har operert med den laveste driftsmarginen fram til 2015. Fra å ha hatt en driftsmargin på mellom null og én prosent i perioden 2008-2013 fikk de et fall til -2,6 prosent i 2015. Fallet i driftsmargin i 2015 kan forklares ved at 2015, slik Coop selv beskriver det i årsrapporten 2016, var «(...) preget av

oppkjøp, integrasjon og engangskostnader».¹² Coop kjøpte ICAs norske butikker i 2015. Selv om oppkjøpet presset lønnsomheten i 2015, ble gevinsten av synergier og omsetningsøkning et resultat for 2016, et år hvor konsernet leverte driftsmargin på linje med hva de leverte i 2014.

Det ser likevel ut til at Coops driftsmarginer normalt ligger rundt prosent, på linje med matvarehandel og bensinstasjoner. En potensiell forklaring på dette kan vi finne i konsernets sameie-modell med tilhørende utbyttepolitikk. Coop hadde per 31. desember 2016 nesten 1,6 millioner medeiere som fikk utbetalt kjøpsutbytte på 752 millioner kroner (Coop årsrapport 2016).

Sammenligninger av konsernregnskap med tall for enkeltstående, som detaljhandelen her, er ikke uproblematiske. De tre konsernene omfatter næringsvirksomhet i flere deler av verdikjeden, fra industri via grossist/transport til detaljhandel. Coop omfatter også kjeder som opererer i ulike deler av markedet med både byggevarer og dagligvarer. Både NorgesGruppen og Reitangruppen med i markedet utenfor Norge og gjør regnskapstallene på konsernivå mindre relevante for lokale lønnsforhandlinger i Norge.

Kjennskap til hva som ligger bak regnskapstallene er viktig når man ønsker å benytte dem som innspill til lønnsforhandlinger eller når en skal vurdere om et selskap driver med god eller dårlig lønnsomhet. Vi anbefaler derfor at man heller velger noen kjeder eller deler av disse konsernene for å bedre avgrense både geografisk og næringsmessig nedslagsfelt.

Vi sammenligner epler med epler gjennom studier av utvalgte dagligvarekjeder

Studier av konserners lønnsomhet, eller andre regnskapstall, er utfordrende av flere årsaker, som drøftet over. Gjennom å velge noen kjeder (datterselskaper av konsernene studert over) kan vi få et mer presist bilde på omfang og lønnsomhet, samt at sammenligningsgrunnlaget kan gjøres mer relevant. Derfor studerer vi Kiwi og Meny, og Uno-X og Reitan Convenience i de påfølgende avsnittene.

Kiwi og Meny er to dagligvarekjeder som begge kontrolleres av NorgesGruppen. Kiwi omsatte for 25,2 milliarder og sysselsatte 5 100 årsverk i 2016. Meny på sin side omsatte for 13,7 milliarder og sysselsatte 4 000 årsverk samme år. De to dagligvarekjedene sto med dette for 23 prosent av omsetningen i matvarehandelen og 24 prosent av sysselsatte årsverk i 2016, og utgjør med dette en betydelig del av næringen samlet og av NorgesGruppens dagligvarevirksomhet. Kiwi utgjorde 47,1 prosent av NorgesGruppens omsetning, Meny 25,7 prosent i 2016.¹³

Av de to kjedene er det Kiwi som har høyest driftsmargin, men Meny nærmer seg noe mot slutten av perioden 2003-2016, jf. figur 5.4. Kiwi har en lønnsomhet på linje med detaljhandelen for øvrig, og rundt tre prosentpoeng høyere enn i dagligvarehandelen for øvrig. Lønnsomheten Kiwi genererer gjennom sin aktivitet er noe høyere enn NorgesGruppens samlede lønnsomhet i perioden 2006-2013, men lavere de siste tre årene. Isolert sett, og uten at vi tar høyde for krysssubsidiering eller andre elementer internt i NorgesGruppen, går altså Kiwi fra å gjøre konsernets lønnsomhet bedre, til å trekke konsernets lønnsomhet ned.

¹² Se blant annet (Coop, 2016)

¹³ Se dagligvarehandelen.no

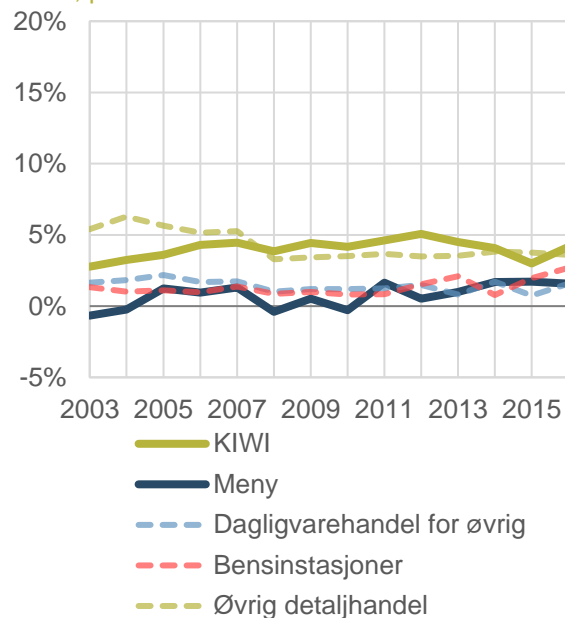
Meny har en lønnsomhet på i underkant av én prosent i perioden 2003-2016, men har siden 2011 styrket driftsmarginen noe. Meny har en driftsmargin på linje med dagligvarehandelen for øvrig og bensinstasjoner. Kjeden har en betydelig lavere lønnsomhet sammenlignet med NorgesGruppen som konsern i perioden 2006-2015, og særlig i 2008-2010. I 2015 bidro derimot Meny til å heve lønnsomheten i konsernet isolert sett.

Én hypotese er at Meny har høyest lønnsomhet som følger av at kjeden profilerer seg på god kvalitet og et stort utvalg, noe som betyr at de kan ta høyere priser enn konkurrentene. Kiwi befinner seg i den andre enden av skalaen, i lavprissegmentet, og en skulle tro at det var sterkere konkurranse der og at marginene er presset til det ytterste (eller laveste) for å kunne tilby de billigste varene på markedet. Samtidig kan det være grunner til å tro at kostnadsnivået er høyere enn marginpåslagene i Meny, blant annet ved at bemanningen er høyere med ferskvarerisker mv. Dette kan bidra til presset lønnsomhet selv med høyere priser.

Lønnsomheten ser ut til å befinne seg innen lavprissegmentet. Dette kan likevel forklares ved lave marginer på enhet, men at store volum veier opp for dette og gjør at kjedene, og konsernene, likevel har god lønnsomhet.

Framveksten av lavprissegmentet er også noe analyseselskapet Nielsen beskriver i sine markedsrapporter som viser at dette segmentet vokser i omfang og på bekostning av andre segmenter. I perioden 2006-2014 vokste lavpris-kjedenes andel av dagligvaremarkedet fra 47,1 prosent til 59,7 prosent. Alle de andre segmentene hadde en fallende andel i samme periode (Dagligvare rapporten 2014). Det kan med andre ord tyde på at lønnsomheten, og dermed veksten, i dagligvaremarkedet har vært innen lavprissegmentet.

Figur 5.4
Driftsmargin for utvalgte kjeder i dagligvarehandelen, prosent. 2003-2016.



Kilde: Samfunnsøkonomisk analyse, regnskapsdata (SAFE)

Ekstraordinære hendelser slår ut i lønnsomheten

Til slutt studerer vi to kjeder tilknyttet Reitangruppen i Uno-X og Reitan Convenience. Uno-X driver bensinstasjoner og er en del av Uno-X Gruppen som også omfatter salg av smøreoljer, eiendomsdrift og annen næringsaktivitet. Uno-X Gruppen kontrollerer i tillegg bensinstasjoner og annen virksomhet i andre land, for eksempel Danmark. For å isolere bensinstasjonene i Norge studerer vi utelukkende Uno-X Norge AS. Dette for å få et presist sammenligningsgrunnlag og muliggjøre tolkning av data.

Reitan Convenience omfatter kiosksalg gjennom kjeder som Narvesen og 7eleven. Denne delen av Reitangruppen omfatter også virksomhet i andre land, slik at vi forholder oss utelukkende til datterselskapet Reitan Convenience Norway med mål om å isolere kioskdirift i Norge.

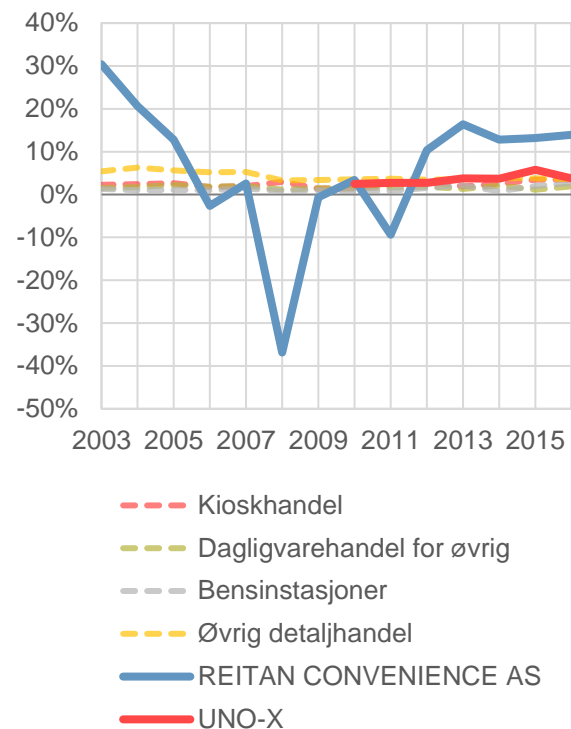
Bensinstasjoner defineres i egen næringskode i statistikken slik at vi har et godt sammenligningsgrunnlag der. Kiosksalg inngår i vår definisjon av dagligvarehandel. Dette er ikke optimalt, da denne næringen domineres av salg gjennom dagligvarebutikker. Kiosksalg utgjorde om lag tre prosent av omsetningen og fem prosent av sysselsatte årsverk registrert i dagligvarehandelen i SAFE i 2016. For å sikre at vi har et godt sammenligningsgrunnlag trekker vi dermed kiosksalg ut av dagligvarehandelen i denne delen av analysen.¹⁴

Reitan Convenience Norway er registrert med betydelig svingninger i driftsmarginen for perioden 2003-2016, jf. figur 5.5. Fra driftsmargin på 30 prosent i 2003 opplevde man et fall til -37 prosent i 2008 før de har over 10 prosent driftsmargin i årene fra og med 2012. Denne typen variasjoner i driftsmarginer fra år til år kan vanskelig tolkes som endringer i reell lønnsomhet eller som en konsekvens av varierende forhold i driften. Når vi snakker om såpass store variasjoner fra år til år må det være en naturlig forklaring i investeringer, salg av tilknyttede virksomheter eller lignende.

Bunnoteringen på driftsmarginen til Reitan Convenience i 2008 kan mest sannsynlig forklares ved oppkjøpet av Scandinavian Fuel Infrastructure (SFI).¹⁵ Denne typen investeringer i selskaper og effektivisering kan forklare utslag på driftsmarginer som den vi ser i 2008 for Reitan Convenience i figur 5.5. Det kan likevel se ut til at Reitan Convenience med Narvesen og 7eleven har klart å opprettholde en betydelig høyere lønnsomhet enn det kiosksalget for øvrig har klart i perioden 2012-2016, jf. figur 5.5. Dette kan forklares ved (relativt)

effektiv drift av disse kjedene og/eller realisering av markedsrett.

Figur 5.5
Driftsmargin for utvalgte kjeder i detaljhandelen utenfor dagligvaresegmentet, prosent. 2003-2016.



Kilde: Samfunnsøkonomisk analyse, regnskapsdata (SAFE)

Uno-X har hatt en relativt stabil driftsmargin for perioden 2010-2016, jf. figur 5.5. Selskapet har hatt en jevn økning i driftsmarginen fra to til seks prosent fra 2010 til 2015, før de fikk en korreksjon ned til fire prosent i 2016. Dette er ett prosentpoeng høyere enn blant bensinstasjoner samlet. Basert på regnskapene i SAFE er det lite som tyder på at Uno-X hverken har dårligere eller bedre lønnsomhet enn det som er gjengs blant tilsvarende virksomheter i Norge.

¹⁴ Kiosksalg defineres i standard for næringsgruppering inn i næringsundergruppe 47.112 Kiosksalg med bredt vareutvalg med hovedvekt på nærings- og nytelsesmidler.

¹⁵ Se årsrapport 2016 for Reitangruppen

6 Oppsummering

I denne rapporten benytter vi tre forskjellige lønnsomhetsmål: driftsresultat, driftsmargin og totalrentabilitet, som til sammen gir en relativt god pekepinn på lønnsomheten. Vi studerer lønnsomheten i detaljhandelen, grossistnæringen og næringsmiddelindustrien i årene 2003-2016. I tillegg tar vi med lønnsomheten i industrien for øvrig som et sammenligningsgrunnlag. Vi grupperer også virksomhetene etter størrelse, og ser nærmere på et utvalg enkeltforetak.

Dermed kan rapporten tilby et sammenlikningsgrunnlag for å vurdere lønnsomheten i en enkelt virksomhet. En kan for eksempel sammenlikne driftsmarginen med gjennomsnittet for virksomheter av tilsvarende størrelse i næringen for et bestemt år eller en gitt periode. Det kan gi en god pekepinn på hvordan virksomheten har klart seg i forhold til andre, sammenliknbare virksomheter i perioden. For mange vil også enkeltvirksomhetene som analyseres i kapittel 5 være relevante som sammenlikningsgrunnlag.

På næringsnivå finner vi at driftsresultatet målt i kroner har økt for alle de tre næringene gjennom perioden. I antall kroner har lønnsomheten økt mest i grossistnæringen, men næringsmiddelindustrien har hatt den største prosentvise veksten. Videre viser resultatene reduserte driftsmarginer i detaljhandelen gjennom perioden. For næringsmiddelindustrien har marginene vært stabile rundt fire prosent gjennom perioden, mens marginene har økt i grossistnæringen. Sees utviklingen i marginene i sammenheng med utviklingen i driftsresultatet framstår den totale lønnsomhetsutviklingen dermed som mer sammensatt. Totalrentabiliteten har ligget stabil i grossistnæringen, men falt gjennom perioden for detaljistene og næringsmiddelindustrien.

Analysen viser at de store foretakene dominerer utviklingen, ettersom en stor del av omsetningen i

næringene er konsentrert blant noen få, store aktører. Vi finner også at driftsmarginen er mer volatil blant de små bedriftene, som sannsynligvis henger sammen med at investeringer utgjør en større del av omsetningen i disse gruppene.

For en mest mulig detaljert lønnsomhetsanalyse tar vi til slutt for oss utvalgte konserner og deler av konserner i næringsmiddelindustrien, grossistnæringen og dagligvarehandel. Her belyser vi blant annet viktigheten av bransjegliding og geografiske nedslagsfelt, og illustrerer ved utvalgte eksempler.

7 Referanser

- Aftenposten. (2015, mai 7). Matbaronene tjener mer enn 'en kroner her og en kroner der'. Aftenposten, ss. 4-5.
- Bjørnstad, R., Røtnes, R., & Walbækken, M. (2017). Hvordan endres arbeidskraftbehovet i varehandelen som følge av eksalerende digitalisering? Oslo: Samfunnsøkonomisk analyse AS.
- Carlén, S., & Rosenström, M. (2017). Hur lönsam är handeln? En analys av lönsamhetsutvecklingen inom detaljhandeln. Handels rapportserie 2017:1.
- Coop. (2016). Årsrapport 2015.
- Kaplan, R., & Atkinson, A. (1989). Advanced Management Accounting. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- NOU 2011:4. (2011). Mat, makt og avmakt. Landbruks- og matdepartementet, Barne- og likestillings- og inkluderingsdepartementet og Fornyings- og kirke departementet.
- Orkla ASA. (2017). Årsrapport 2016.
- Reitangruppen. (2017). Årsrapport 2016.

Appendiks A – Konsernrelasjoner

NorgesGruppen

NorgesGruppen har sin kjernevirksomhet innenfor dagligvarehandel, i tillegg til servicehandel og storhusholdning. De produserer egne merkevarer (industri), driver egen logistikkvirksomhet (ASKO), drifter flere ulike kjeder med ulik profil samt eiendomsforvaltning og -utvikling og interne tjenesteområder som IT, regnskap og lønnsproduksjon. I alt sysselsetter konsernet nærmere 40 000 mennesker der som kjøpmannseide butikker medregnes.

Kjernevirksomheten består av et landsdekkende nett av 1 850 dagligvarebutikker.

I lønnsomhetsanalysen fokuserer vi på NorgesGruppen som konsern i tillegg til deres engrosvirksomhet (ASKO) samt to utvalgte dagligvarekjeder (Kiwi og Meny). NorgesGruppen som konsern omfatter i tillegg dagligvarekjedene Joker, Spar og Nærbutikken. Disse kjedene inngår i konsernet NorgesGruppen, men vi ser ikke spesifikt på disse kjedene.

Reitangruppen

Reitangruppen består av fem forretningsområder: Rema 1000, Reitan Convenience, Uno-X Gruppen, Reitan Eiendom og Reitan Kapital.

Reitangruppen ble etablert i 1948 og hadde i 2016 virksomhet i syv land. Det er særlig dagligvare og kioskhandel som er til stede utenfor Norge.

Den detaljerte lønnsomhetsanalysen omfatter konsernet Reitangruppen i tillegg til Rema 1000, Reitan Convenience og Uno-X Gruppen.

Rema 1000 handelsvirksomhet har aktivitet i Norge og Danmark, og omfatter både franchisedrift, distribusjon og produksjon og utvikling av egne merkevarer. I tillegg omfatter konsernet eiendomsvirksomhet. Når vi omtaler og studerer Rema 1000 som

konsern omfattes all den nevnte virksomheten. I studier av dagligvarekjedene der Rema 1000 er inkludert, snakker vi bare om den norske franchisevirksomheten.

Reitan Convenience omfatter Narvesen og 7-Eleven i Norge. I tillegg kontrollerer selskapet kjeder som Pressbyrån i Sverige, Narvesen i Latvia og Litauen, R-kiosk i Finland med flere. Reitan Convenience er markedsledende i alle land de er representert. I tillegg til servicehandelsvirksomheten kontrollerer de distribusjon av lesestoff gjennom ulike virksomheter i Latvia, Litauen og Estland samt at de eier bensininfrastrukturen hos 7-Eleven langs vei i Norge og Danmark (Scandinavian Fuel Infrastructure (SFI)). I 2016 hadde Reitan Convenience 2 322 utsalgssteder, og omsatte for nesten 16 milliarder kroner.

Uno-X Gruppen er et handelselskap som markedsfører og selger drivstoff og smøreolje produkter til private og bedrifter. Gruppen kontrollerer driftsselskapene Uno-X, YX, Uno-X Smøreolje og Uno-X Forsyning i Norge i tillegg til virksomhet i Danmark.

I alt hadde Uno-X Gruppen 631 utsalgssteder i 2016 og omsatte for 8,5 milliarder kroner.

Reitan Eiendom driver eiendomsvirksomhet og -utvikling i Trondheim sentrum og Bergen sentrum. Selskapet hadde ved utgangen av 2016 eierinteresser i 763 400 kvadratmeter eiendom med tilhørende inntekter på 473 millioner kroner.

Reitan Kapital ble opprettet 1. juni 2016 og har som formål å forvalte (deler av) formuen generert gjennom Reitangruppen til en høyest mulig avkastning innenfor akseptabel risiko (Årsrapport Reitangruppen 2016). Selskapet investerte 933 millioner kroner i globale aksje- og rentefond. Med tanke på selskapets korte levetid, og at dette ikke har noen

direkte kobling til handelsvirksomhet som sådan ser vi i de videre lønnsomhetsanalysene bort fra denne forvaltningsdelen av Reitangruppen.

Coop

Coop er Norges nest største dagligvareaktør, og skiller seg fra konkurrentene ved at de er bruker- og medlemseid. Over 1,5 millioner nordmenn eier virksomheten gjennom sine medlemskap i et samvirkelag. Dette gir eierne mulighet til å påvirke driften og ta del av overskuddet som genereres.

Det er 91 samvirkelag som eier fellesorganisasjonen Coop Norge som administrerer og drifter fellesoppgaver for lagene. Coop kontrollerer 1 229 butikker fordelt på seks dagligvarekjeder og tre faghandelskjeder over hele landet. Til sammen sysselsatte Coop omtrent 28 000 i 2016.

Coop Norge Handel AS er et datterselskap av Coop og har ansvar for innkjøp, logistikk, kjededrift og markedsføring av daglig- og faghandelsvarer for Coops butikker i Norge. Coop Norge Handel AS forvalter, utvikler og markedsfører ni kjedekonsepser. I tillegg jobber Norsk Butikkdrift AS som et eget datterselskap med å integrere ICAs tidligere butikker.

I tillegg til daglig- og faghandelskjedene har Coop egen logistikk- og transportvirksomhet og industri.

Lønnsomhetsanalysen ser både på konsernet Coop som omfatter all virksomhet i hele verdikjeden og på tvers av de ulike konseptene.

Dersom vi ser på butikkhandelen isolert omfatter dette summen av de to datterselskapene Coop Norge Handel AS og Norsk Butikkdrift AS. Som nevnt over er dette en tilnærming til den samlede butikkvirksomheten til Coop, da de ikke leverer egne konsernregnskap for denne delen av

virksomheten. Vår tilnærming tar blant annet ikke høyde for interne kjøp og salg av varer og tjenester.

Orkla

Orkla er en ledende leverandør av merkevarer til dagligvarehandel, storhusholdning, faghandel, apotek og bakerimarkedet. Selskapet er tilstede i Norden, Baltikum og utvalgte land i Sentral-Europa i tillegg til sterke posisjoner innenfor utvalgte produktgrupper i India.

Merkevarevirksomheten til Orkla består av fire forretningsområder i Orkla Foods, Orkla Confectionery & Snacks, Orkla Care og Orkla Food Ingredients. I tillegg eier Orkla deler av blant annet Sapa (50 prosent) og Jotun (42,5 prosent) via investeringsselskaper.

Orkla ASA er børsnotert i Oslo og hadde 18 154 ansatte ved utgangen av 2016 og en omsetning på 38 milliarder kroner.

Lønnsomhetsanalysene ser nærmere på Orkla som et næringsmiddelselskap og vi benytter konsernregnskapet. Dette betyr at alle konserninterne kjøp av varer og tjenester er tatt høyde for og vi ser på Orklas samlede virksomhet og lønnsomhet.

Bama

Bama er ett av landets eldste privateide handelsselskaper med røtter 130 år tilbake i tid. Selskapet er i dag en global aktør innen frukt, grønnsaker og andre ferske produkter med handel fra over 1 400 leverandører fra alle kontinenter.

Bama er strukturert i flere virksomhetsområder som inkluderer separate dagligvare-virksomheter, stor-kjøkken/servicehandel, industri, blomster og en internasjonal virksomhet. I tillegg driver selskapet

innkjøp og logistikk, eiendom og administrasjonsfunksjoner.

Selskapet sysselsatte 3 363 mennesker i Norge i 2016 og hadde en omsetning på 16,5 milliarder kroner.

Selv om Bama driver virksomhet i flere deler av verdikjeden defineres de i de videre lønnsomhetsanalysene som et handelsselskap innenfor engros. Det er konsernets regnskap som studeres, der en tar høyde for konserninterne kjøp og salg av varer og tjenester.

Brødrene Dahl

Brødrene Dahl driver med engroshandel innenfor flere fagområder som VVS, industri og olje og gass. Konsernet hadde 1 500 ansatte og en omsetning på over seks milliarder kroner i 2016.

Selskapet har virksomheter på 72 lokasjoner i Norge, inkludert flere datterselskaper og eksportvirksomhet. Brødrene Dahl er en del av det franske industrikonsernet Saint-Gobain.

I de videre lønnsomhetsanalysene studerer vi summen av det norske morselskapet og dets datterselskaper. Dette omfatter blant annet kjeder som Ventistål AS, Bergersen Flis AS og Ventilsystemer AS. Vi tar ikke høyde for konserninterne kjøp og salg av varer og tjenester.

De påfølgende avsnittene presenterer driftsmarginer for nevnte konserner og kjeder. Lønnsomhetsutviklingen studeres i lys av nivåene og utviklingen drøftet for næringene i kapittel 4.

Appendiks B - Detaljhandelen med elektronikkvarer

Detaljhandelen med elektronikkvarer er i denne analysen definert som segmentet for 'butikkhandel med elektriske husholdningsapparater'. Det innebærer at analysen inkluderer forhandlere av hvitevarer og andre elektriske husholdningsartikler, men ikke butikker som kun tilbyr småelektronikk som telefoner, datamaskiner og annet tilbehør.

Butikkhandel med elektriske husholdningsapparater domineres i stor grad av to store aktører, Elkjøp (slått sammen med Lefdal 15. januar 2018) og Power (tidligere Expert). Elkjøp og Power sto i 2016 for mer enn 75 prosent av omsetningen i næringen.

Den videre analysen studerer følgende aktører:

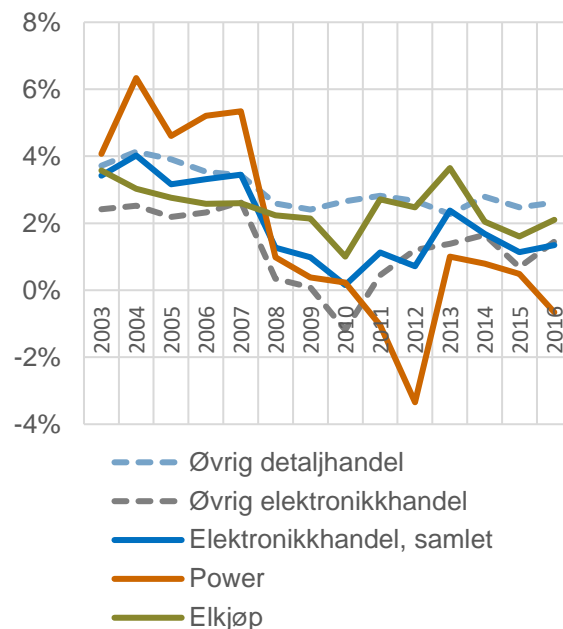
- Elkjøp (inkludert Lefdal)
- Power

I tillegg inkluderer vi den øvrige detaljhandelen og de øvrige aktørene i butikkhandelen med husholdningsapparater som et sammenligningsgrunnlag.

Både Elkjøp og Power inngår i større internasjonale konserner, som hovedsakelig er aktive i det nordiske markedet. For ikke å fange opp aktivitet i utlandet har vi for begge konsernene i forsøkt å ekskludere de delene av kjedene som har betydelige inntekter fra utlandet.

Både Elkjøp og Power er deler av større internasjonale konserner, med virksomheter i flere av de nordiske landene. Begge konsernene har også de regionale hovedkontorene for Norden i Norge, men disse er ekskludert fra analysen for ikke å trekke inn lønnsomhetsmål fra internasjonal aktivitet. Det innebærer at kun butikker eid av Elkjøp Norge AS og Power Norge AS, og eventuelle frittstående franchise-butikker med tilgjengelig regnskapsdata er inkludert.

Figur B.1
Driftsmargin for utvalgte kjeder i detaljhandelen med elektronikkvarer, prosent. 2003-2016.



Kilde: Samfunnsøkonomisk analyse, regnskapsdata (SAFE)

Elektrohandelen samlet sett har hatt en svak lønnsomhetsutvikling gjennom store deler av analyseperioden. Fra et toppunkt nær 4 prosent i 2004 falt driftsmarginen klart til en bunn i 2010, men har siden tatt seg noe opp igjen, til 1,5 prosent i 2016. Marginene i elektronikkhandelen har vært noe lavere gjennom hele perioden enn for detaljhandelen generelt. De relativt lave marginene i kan sees i sammenheng med at det er sterk konkurranse om markedsandelene mellom butikkjedene, men også fra nasjonale og internasjonale nettaktører.

I årene fram mot finanskrisen opplevde Power en periode med stabilt høye marginer, sammenlignet med den øvrige detaljhandelen, både generelt og sammenlignet med andre aktører i elektronikkbransjen. Etter finanskrisen falt imidlertid marginen til rundt null, og den ble etter hvert negativ. I 2012 ble den svenske delen av kjeden begjært konkurs, i 2013 annonserte Expert i Norge med at over 1 400

ansatte ble oppsagt for å sikre kundene lave priser¹⁶. Siden omorganiseringen har marginen vært i underkant av 1 prosent, før driftsresultatet igjen var negativt i 2016.

Sammenlignet med Power har Elkjøp hatt en relativt stabil utvikling i driftsmarginen gjennom analyseperioden, og den har vært omtrent som for detaljhandelen generelt. Kjeden opplevde noe pressede marginer rett etter finanskrisen, men ikke på langt nær det samme fallet som Power. Etter fallet til 1 prosent margin i 2010 har kjeden ligget i overkant av 2 prosent fram mot 2016, som er bedre enn konkurrentene i elektrohandelen og omtrent på nivå med den øvrige detaljhandelen.

De øvrige konkurrentene i elektronikkbransjen hadde i gjennomsnitt stabile marginer i overkant av 2 prosent fram mot finanskrisen, svakere enn både Power og Elkjøp. Etter nedgangen gjennom finanskrisen tok marginen seg opp igjen, til rundt 1,5 prosent fra 2012..

¹⁶ Se for eksempel: «- Dette er en usmakelig kampanje» i Dagbladet 10. juni 2013.

Appendiks C - Sportsutstyrbransjen

Butikkhandelen med sportsutstyr er et varehandelssegment i sterk vekst. Siden 2003 har omsetningen blant markedsaktørene mer enn tredoblet seg. Sportsutstyrsegmentet har på samme måte som elektronikkbransjen noen store aktører, men også større innslag av tradisjonsrike og sterke nisjeaktører som Oslo Sportslager, som alene omsatte for 220 millioner kroner i 2016. De store aktørene på markedet er XXL, Gresvig og Sport 1.

Den videre analysen studerer følgende butikkgrupper:

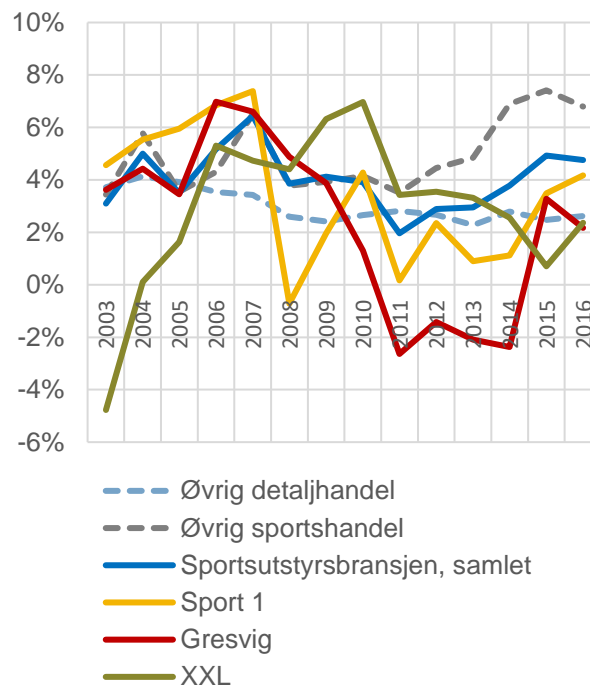
- XXL Sport og villmark
- Gresvig
- Sport 1 Gruppen

Gresvig og Sport 1 Gruppen består av en rekke merkevarenavn og franchisevirksomheter. For å gi et totalbilde av konsernene er derfor alle butikker hvor konsernenes merkenavn inngår inkludert i analysen. Dette innebærer for Gresvig butikker med merkenavnene G-Sport, G-MAX og Intersport inkludert, mens i Sport 1 Gruppen er alle Sport 1 og Anton Sport butikker inkludert. Det kan bety at analysen ikke har klart å fange opp alle butikkene i konsernene.

Sportsutstyrbransjen har hatt relativt høye marginer sammenlignet med den øvrige detaljhandelen. I sportsutstyrbransjen lå stabilt over 4 prosent fram mot 2010, og etter et markant fall inn i 2011 har marginene igjen steget til over 4 prosent. Hele perioden sett under ett har marginen for bransjen samlet økt med omtrent 1,5 prosentpoeng.

På tross av at bransjen sett under ett har hatt en relativt stabil utvikling i driftsmarginen gjennom analyseperioden er det relativt stor variasjon i lønnsomheten hos de store aktørene over tid, innad i og mellom konsernene.

Figur C.1
Driftsmargin for utvalgte kjeder i detaljhandelen med sportsutstyr, prosent. 2003-2016.



Kilde: Samfunnsøkonomisk analyse, regnskapsdata (SAFE)

XXL ble etablert i år 2000 og driftsmarginen ved inngangen til analyseperioden er sannsynligvis preget av at selskapet fremdeles var i etableringsfasen. I løpet av tre år opplevde konsernet i midlertid sterk vekst, opp mot driftsmarginer som var sammenlignbare med de andre store aktørene i bransjen. Siden toppunktet på 7 prosent i 2010 har imidlertid XXL opplevd fallende marginer, som sannsynligvis kan sees i sammenheng med at selskapet har satset på å ekspandere med flere utsalgssteder i Norden.

Sport 1 Gruppen hadde høye driftsmarginer fram til 2008. Da falt driftsmarginen hele 8 prosentpoeng, til omtrent 0. Noe av fallet kan sannsynligvis tilskrives finanskrisen, men også etablering av hovedkontor og lager på Kløfta kan ha bidratt til det kraftige fallet. Siden den gang har marginen ligget rundt 2 prosent, men med noe årlig variasjon.

I første halvdel av analyseperioden hadde Gresvig omtrent lik utvikling som Sport 1 Gruppen, med vekst fram mot finanskrisen og med kraftig fall fram mot 2011. I årene 2011-2014 hadde imidlertid Gresvig negative driftsresultater hvert år, og tapte markedsandeler til de andre aktørene. I 2015 og 2016 har imidlertid butikkene i konsernet hatt positiv driftsmargin på over 2 prosent.

Sportsbransjen skiller seg også ut med at de øvrige konkurrentene i segmentet har hatt en mer positiv lønnsomhetsutvikling, sammenlignet med de største og markedsledende aktørene. Fram til 2011 fulgte de øvrige aktørene gjennomsnittet for bransjen tett, men siden det har de øvrige aktørene hatt sterk vekst i marginene opp mot 7 prosent. En mulig forklaring på de høye marginene er at det er flere sterke nisjeaktører som har mulighet til å kreve kompensasjon for spesialistkompetanse og tilgang til produkter og tjenester som ikke er tilgjengelige i hos de store kjedene.



SAMFUNNSØKONOMISK ANALYSE