



Lønnsomhet i varehandelen 2003-2017

Rapport 11-2019

Rapport nr. 11-2019 fra Samfunnsøkonomisk analyse AS

ISBN-nummer: 978-82-8395-043-4

Oppdragsgiver: Handel og Kontor

Forsidefoto: -

Tilgjengelighet: Offentlig

Dato for ferdistilling: 29.03.2019

Forfattere: Andreas Benedictow,
Vegard Salte Flatval og
Jonas Måøy

Samfunnsøkonomisk analyse AS

Borggata 2B
N-0650 Oslo

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

Sammendrag

Vi ser på lønnsomheten i detaljhandelen, grossistnæringen og næringsmiddelindustrien i perioden 2003 – 2017. Hovedresultatene kan oppsummeres som følger:

Analysen av lønnsomhet på næringsnivå viser at

- Driftsresultatet har økt klart gjennom perioden i alle tre næringene
 - I kroner er økningen størst i grossistnæringen
 - I prosent er økningen størst i næringsmiddelindustrien
- Driftsmarginene har vært lavere i alle varehandelsnæringene enn i industrien for øvrig
 - Detaljhandelen har hatt klart lavere driftsmargin enn grossistene og Næringsmiddelindustrien i årene etter finanskrisen, men forskjellen minsker i 2017
- Totalrentabiliteten, som gir et bilde av hvor mye eierne sitter igjen med, har vært om lag på linje med industrien for øvrig, dog noe høyere i grossistnæringen. Næringsmiddelindustrien har hatt en positiv utvikling i særlig andre halvdel av perioden

I det resterende er lønnsomhetsbetraktningene kun basert på driftsmargin

Analysen av lønnsomhet etter bedriftsstørrelse viser at

- Lønnsomhet på næringsnivå drives av de store virksomhetene
- Store virksomheter har en noe høyere driftsmargin enn resten. Utviklingen i driftsmarginen ser derimot relativt lik ut.
- For de største bedriftene i detaljhandelen er marginene redusert med omtrent 49 prosent fra 2003 til 2017, mens driftsresultatet har økt med 66 prosent i samme periode
- Verdikjeden for varehandel kjennetegnes av en volumkamp som går på bekostning av marginpåslagene per enhet.

Analysen av utvalgte konserner viser blant annet at

- Orkla har bedre lønnsomhet enn matindustrien for øvrig
- Brødrene Dahl har relativt høy lønnsomhet blant grossist-konsernene
- Lave driftsmarginer i matvarehandel og bensinstasjoner

Vi ser også nærmere på utvalgte bransjer. For elektornikkhandelen og sportsbransjen går dataseriene kun til 2016

- I dagligvarehandelen ser lønnsomheten ut til å befinne seg i lavprissegmentet, som også har økt sin andel av dagligvaremarkedet
 - Store volumer veier opp for lave marginer
- Elektronikkhandelen er preget av lavere driftsmarginer enn den øvrige detaljhandelen
 - Sterk konkurranse om markedsandeler mellom butikkjedene samt nasjonale og internasjonale nettaktører
- Sportsutstørsbransjen samlet har hatt relativt høye marginer gjennom hele perioden
 - De store aktørene har hatt fallende og til dels lave marginer
 - Mange mindre aktører har hatt relativt høye og stigende driftsmarginer
 - Kan skyldes sterke nisjeaktører som kan kreve kompensasjon for spesialistkompetanse og spesialiserte produkter og tjenester som ikke er tilgjengelig hos de store kjedene

Innhold

Sammendrag	III
1 Problemstilling og sammendrag	5
2 Varehandelen i norsk økonomi	7
2.1 Stor og husholdningsrettet næring.	7
2.2 Befolkningens mengden og varekonsumet øker, sysselsettingen flater ut	9
2.3 Det er flere årsaker til den sterke produktivitetsutviklingen	9
2.4 Varehandelens verdikjede	11
2.5 Kjededannelsen gir volumkamp	13
3 Lønnsomhet i virksomheter kan belyses på mange måter	14
3.1 Tre mye brukte lønnsomhetsmål	14
3.2 Regnskapsdata muliggjør detaljerte analyser	15
4 Lønnsomhet på næringsnivå	17
4.1 Driftsresultat	17
4.2 Driftsmargin	18
4.3 Totalrentabilitet	19
4.4 Varierende lønnsomhet, både på tvers av og internt i varehandelsnæringene	20
4.4.1 Mikroforetak	20
4.4.2 Små foretak	21
4.4.3 Mellomstore foretak	22
4.4.4 Store foretak	23
4.4.5 Lønnsomhet på næringsnivå drives av de store virksomhetene	23
5 Lønnsomhet i utvalgte konserner	25
5.1 Store konsern med betydelig bransjeglidning og aktivitet i flere land	25
5.2 Orkla har bedre lønnsomhet enn matindustrien for øvrig	27
5.3 Størst driftsmargin i den minste grossist-virksomheten	28
5.4 Lave driftsmarginer i matvarehandel og bensinstasjoner	29
6 Oppsummering	34
7 Referanser	36
Appendiks A – Konsernrelasjoner	37
Appendiks B - Detaljhandelen med elektronikkvarer	40
Appendiks C - Sportsutstøyrbransjen	42

1 Problemstilling og sammendrag

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

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 konsumentene bor og ferdes og sikrer et mangfoldig tilbud. Varehandelsvirksomheten arbeider også med kvalitets sikring og kunnskapsformidling.

Utover varehandelens nytte for forbrukerne, har den også 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.

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 2003-2017. 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 sammenligningsgrunnlag 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 sammenligningsgrunnlag.

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 2003-2017. 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 utvalg 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 8,3 prosent av BNP Fastlands-Norge. I nominelle kroner er dette eksempelvis noe mindre enn i industrien og noe større enn i bygg og anlegg.

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 327 000 personer. Til sammenlikning sysselsatte bygg og anlegg 227 000 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 var så å si uendret fra 2009 til 2015, men har siden økt noe. Den svake prisutviklingen er imidlertid ikke noe nytt, og strekker seg langt tilbake i tid. Med unntak av konjunkturoppgangen før finanskrisen hadde prisene i varehandelen 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 åtteprosent i 2016. Justert for

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 imidlertid 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. SSB har foreløpig ikke tall for 2017 og 2018 for annet enn handel med- og reparasjon av kjøretøyer samlet, er tall for varehandelen i 2017 basert på dette samletallet med en forutsetning om at handel med- og reparasjon av kjøretøyer har vært 11,5 prosent av totalen, om lag som i de seneste årene i perioden.

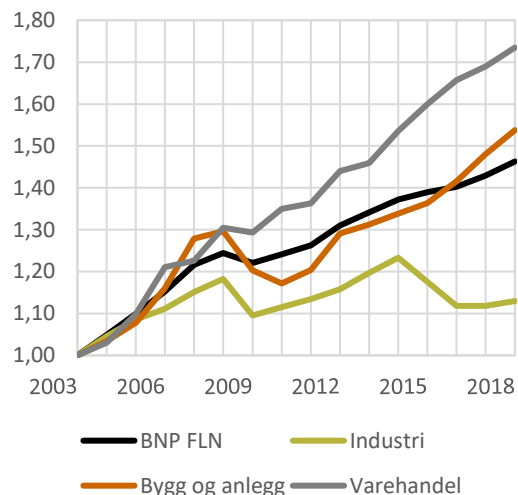
generell prisvekst i økonomien, innebærer dette også at det har vært en realprisnedgang i varehandelen. Den svake prisutviklingen må ses i lys av høy konkurranse og sterk produktivetsvekst. Som vi skal se i kapittel 4 og 5 har den svake prisutviklingen bidratt til å (dempe) lønnsomheten.

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 særlig industrien og 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.

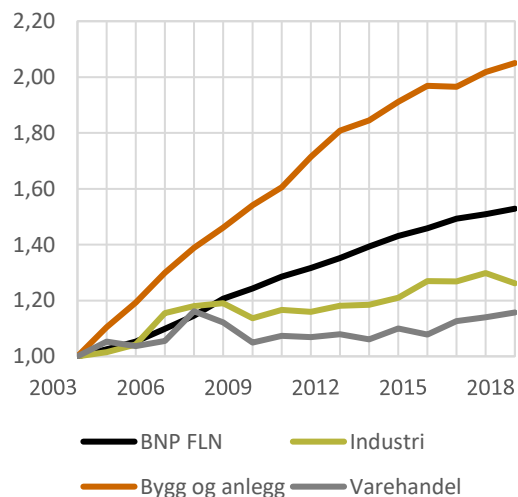
Varehandelen er en av de største fastlandsnæringene målt i sysselsetting, dersom vi ser bort fra offentlig sektor (helse og omsorg og utdanning). Den har i tillegg har en sterkere vekst i verdiskaping (bruttoprodukt) enn andre sammenlignbare næringer som industri, og høyere enn fastlandsøkonomien samlet,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

Figur 2.1
Bruttoprodukt, faste priser. Indeks (2003=1). 2003-2018.



Kilde: Nasjonalregnskapet (SSB)

Figur 2.2
Pris (bruttoproduktdeflator). Indeks (2003=1). 2003-2018.



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.

Etter finanskrisen har sysselsettingen i varehandelsnæringene sluttet å øke, selv om både befolkningen og husholdningenes inntekter har økt markant. I denne perioden økte befolkningen med over tolv prosent, og husholdningens realinntekt med rundt 30 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.

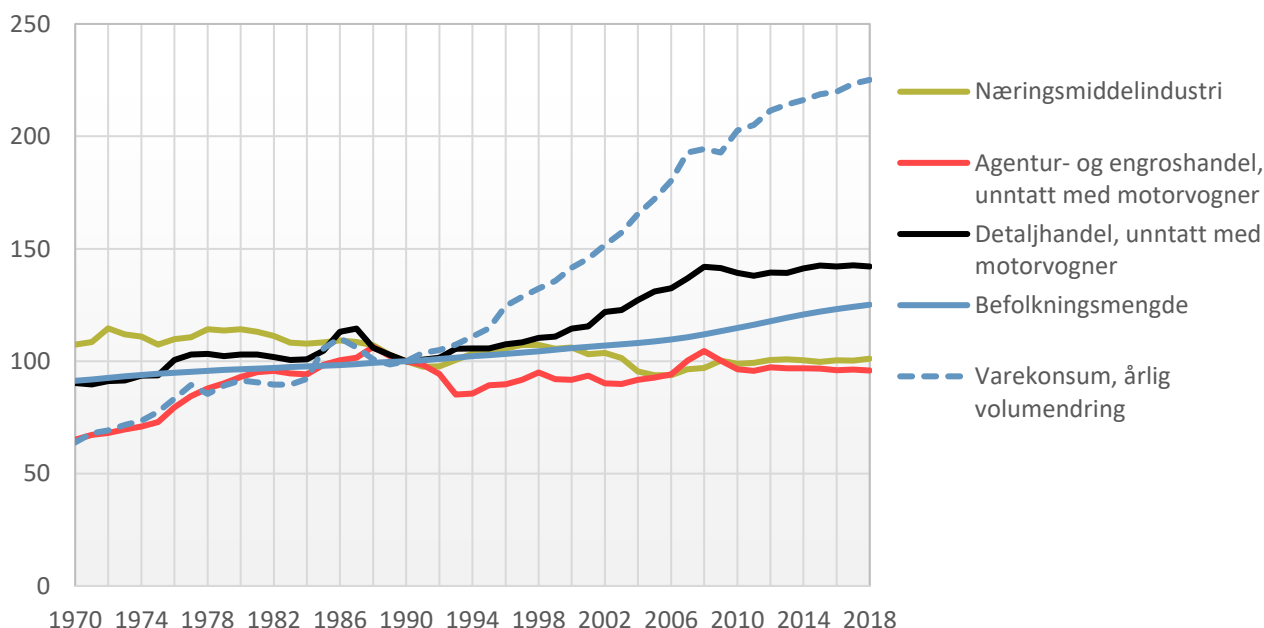
2.3 Det er flere årsaker til den sterke produktivtetsutviklingen

Flere forhold kan forklare produktivtetsutviklingen i varehandelen de siste årene. Bjørnstad, Røtnes, & Walbækken (2017) drøfter blant annet hvordan den økende digitaliseringen bidrar til produktivtetsforbedringer 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 detaljistledet. 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

Figur 2.3
Sysselsetting i varehandelen, Norges befolkning og husholdningenes varekonsum. 1970-2018. Indeks (1990=100).



Kilde: Samfunnsøkonomisk analyse

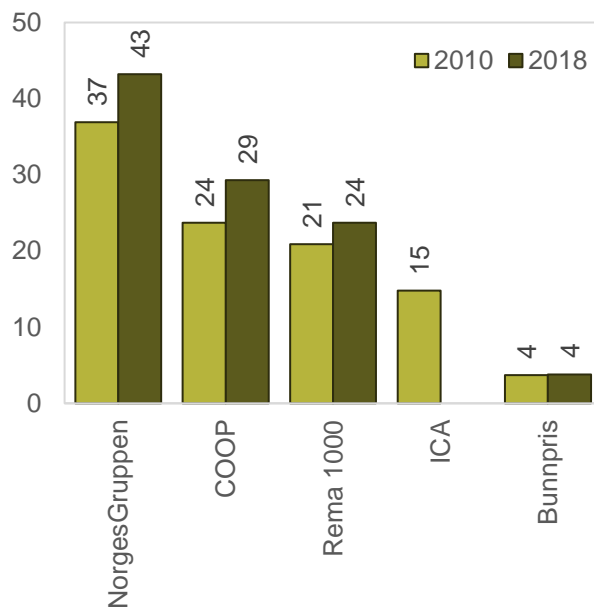
større deler av befolkningen. Samtidig kan de fysiske butikkene utnytte stordriftsfordeler ved å plassere seg der store mengder mennesker bor og/eller ferdes.

Organisatoriske innovasjoner er en tredje mulig årsak til produktivitetsveksten. 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 effektivitetspotensial i å forenkle distribusjon og koordinere innkjøp.

Kjededannelsen i detaljhandelen utviklet seg raskt til en fusjon også mot grossistledet 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 Asko 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 2018 en markedsandel på 96 prosent, jf. Figur 2.4. Dersom vi inkluderer Bunnpris, kontrollerer de fire største paraplykjedene tilnærmet all aktivitet i dagligvarehandelen.

Figur 2.4
Paraplykjedenes markedsandeler i dagligvaremarkedet. Prosent. 2010 og 2018.



Kilde: Dagligvare rapporten, Nielsen Group

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

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 detaljistledet i egen virksomhet

Utviklingen har medført effektivisering i matindustrien gjennom høyere tempo i både teknologisk utvikling og produktivitetutvikling. 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 2016⁵ for om lag 44 prosent av den samlede verdiskapningen i varehandelen og agentur- og engroshandelen for 56 prosent. I tillegg sammenlikner vi med næringsmiddelindustrien⁶, som produserer mye av det som selges i varehandelen, herunder dagligvarehandel.

I 2016 var det om lag 327 000 sysselsatte i varehandelen. Det tilsvarer omtrent 11,8 prosent av landets samlede sysselsetting. Blant disse jobbet to tredjedeler i detaljhandelen og resten i agentur- og engroshandelen. Næringsmiddelindustrien

sysselsatte om lag 53 000 personer, eller 1,9 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, og stagnerte fra og med 2015. 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 3,5 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. Produktivitetveksten i varehandelen som vi drøftet over ser med dette ut til å gjelde varehandelen generelt, men detaljhandelen spesielt.

⁵ På dette aggregeringsnivået går i skrivende stund ikke disse tidsseriene fra SSB lenger enn til 2016.

⁶ Næringsmiddelindustrien inkluderer her drikkevare- og tobakksindustri.

Selv om vi i det videre forholder oss til næringer, altså detaljister, grossister og næringsmiddelindustri, så 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).

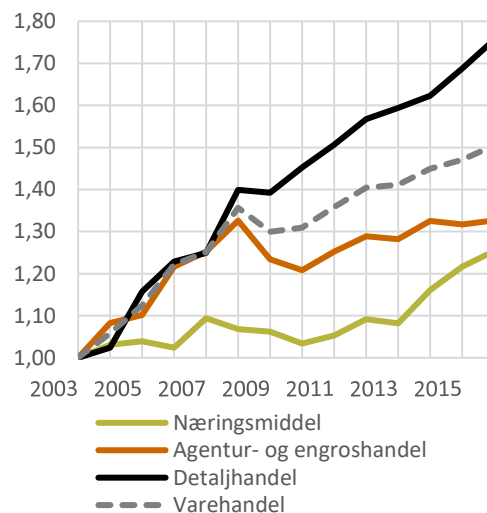
Dagligvarehandelen utgjorde 37 prosent av sysselsettingen i detaljhandelen i 2016. Bensinstasjoner sto for seks prosent av de sysselsatte, og resten av sysselsettingen befinner seg i øvrig detaljhandel med IKT-utstyr, husholdningsvarer (elektronikk mv.), bøker, musikk og fritidsartikler.

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.

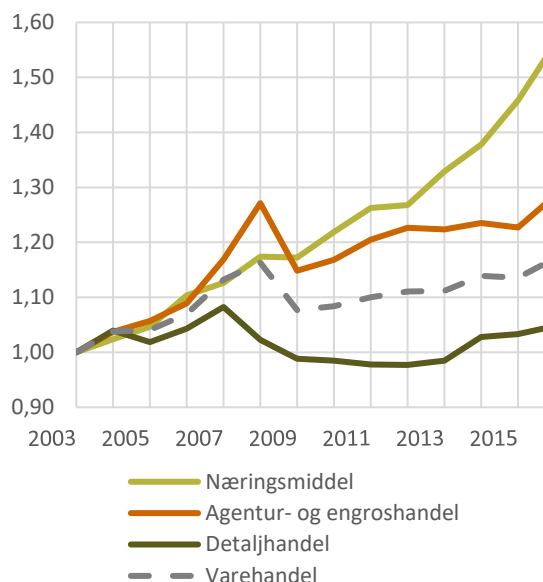
Aktiviteten og lønnsomheten i de ulike delene av verdikjeden drives av ulike forhold. Den nasjonale landbrukspolitikken påvirker priser og produksjon av kjøttvarer, meierivarer og fisk. Befolkningens disponible inntekt styrer konsumet av forbruksvarer i større grad enn etterspørselen etter dagligvarer. 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). 2003-2017.



Kilde: Nasjonalregnskapet (SSB)

Figur 2.6
Pris (bruttoproduksjonsdeflator). Indeks (2003=1). 2003-2017.



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

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

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.

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

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 **Samfunnsøkonomisk analyses foretaks- og enhetsregister (SAFE)**. SAFE er basert på informasjon fra

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

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 2003-2017. Totalt inneholder databasen 3,6 millioner årsregnskap, og 306 000 unike regnskap (virksomheter) i 2017. Databasen har detaljert informasjon om virksomhetenes lønnsomhet og annen økonomisk aktivitet samt geografisk plassering, organisasjonsform, næringstilhørighet mv.

Avgrensninger av populasjonen

I tråd med lønnsomhetsanalysen av den svenske handelsnæringen avgrenser vi datagrunnlaget basert på selskapsform og størrelse (både sysselsatte årsverk 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 ett sysselsatt årsverk i gjennomsnitt for perioden foretaket eksisterer i SAFE
- Minst 100 000 kroner i gjennomsnittlig omsetning for perioden foretaket eksisterer i SAFE

Endringen fra fjorårets rapport er at vi utelukkende forholder oss til årsverk og ikke ansatte. Dette fordi registreringen av ansatte i foretaksregisteret har et brudd i tidsserien for perioden fra og med 2015. Det

statistiske bruddet gjelder ikke årsverksberegningene våre og gir av erfaring et mer presist uttrykk for den faktiske arbeidsinnsatsen som gjøres i det enkelte foretak.

Vi forholder oss kun til tre deler av handelsbransjen:

- Næringsmiddelindustri
- Grossisthandel
- Detaljhandel

I tillegg inkluderes industrien utenom næringsmiddelindustri som et sammenligningsgrunnlag.

Flexibiliteten 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 2003-2017. 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, mens 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 grossistnæringen har marginene svingt rundt fire-fem prosent gjennom perioden, mens marginene har økt i næringsmiddelindustrien.

Totalrentabiliteten måler bedriftens avkastning i forhold til kapitalinnsatsen, og er hovedsakelig interessant for eiere som har investert i driften. Totalrentabiliteten har siden finanskrisen vært relativt stabil grossistnæringen og hos detaljistene samtidig som næringsmiddelindustrien har opplevd en svak økning.

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.

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 2003-2017.

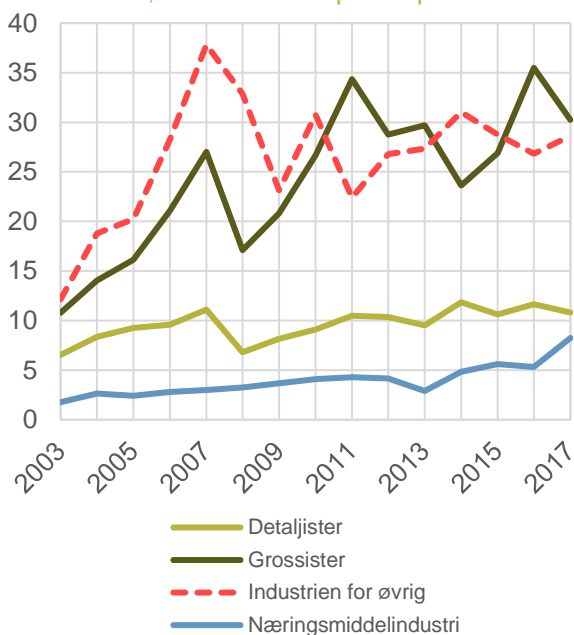
Det har vært en generell positiv utvikling i driftsresultatet i næringer relatert til varehandel siden 2003. Gjennom perioden har detaljistene og næringsmiddelindustrien hatt en jevnt positiv utvikling, mens grossistledet har hatt veldig sterk vekst i lønnsomheten målt i løpende priser.

I årene 2003-2017 økte driftsresultatet i grossistledet med 19,5 milliarder, tilsvarende en vekst i overkant av 180 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 4,3 og 6,5 milliarder. Næringsmiddelindustrien har veldig lave utgangsverdier med om lag 1,8 milliarder i 2003, men hadde en vekst gjennom perioden på 367 prosent. I detaljhandelen var veksten på mer moderate 66 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. Milliarder kroner, 2003-2017. 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.

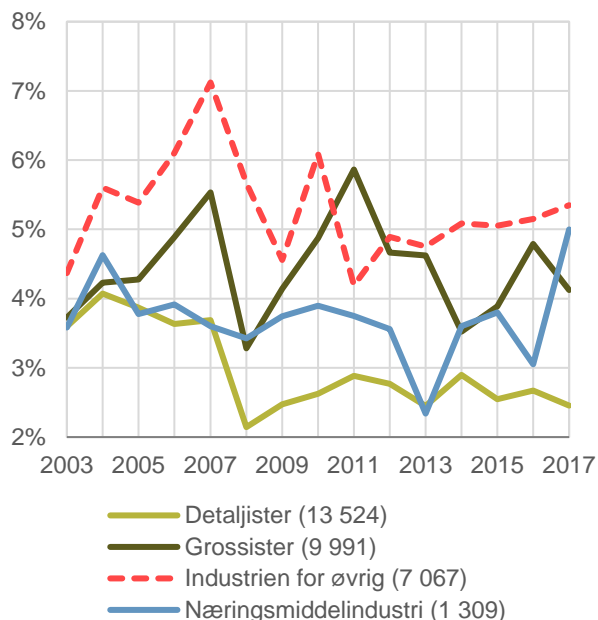
Fordelen med å måle lønnsomhet med driftsmargin er at det er enklere å sammenligne lønnsomhet på tvers av bedrifter og næringer. Dette er spesielt viktig for varehandelen som kjennetegnes av store volum med lave marginer.

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. Den samlede marginen for detaljistene var 32 prosent lavere i 2017 sammenlignet med 2003, selv om driftsresultatet i kroner er høyere, jf. Figur 4.1.

I næringsmiddelindustrien har utviklingen vært relativt stabil, men det var en kraftig vekst i 2017, med en økning i driftsmargin fra 3 til 5 prosent. Det gjør at næringsmiddelindustrien avslutter perioden sterkere enn grossistledet. Men grossistledet har hatt en klart høyere gjennomsnittlig årlig driftsmargin i perioden.

Det overordnede bildet har vært at detaljistene har den laveste og grossistene den høyeste driftsmarginen, mens næringsmiddelindustrien har ligget 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. 2007-2017.



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.

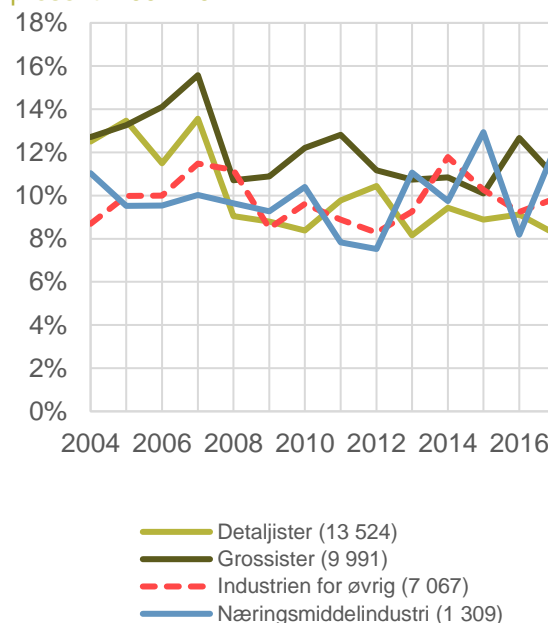
Totalrentabiliteten har vist en årlig avkastning på minimum 7,5 prosent gjennom analyseperioden, og avkastningen er, som en vil forvente, høyere enn ved valg av sikre investeringsalternativer som bankinnskudd.

Fra et utgangspunkt rundt 13 prosent for detaljhandelen og grossistene i 2004 har det vært en fallende trend i totalrentabiliteten mot 2017.

Næringsmiddelindustrien viser en reduksjon mot 2012 før perioden avsluttes med en høyere totalrentabilitet enn ved inngangen.

For næringsmiddelindustrien kom det første fallet i avkastningen i 2005, før den lå stabilt rundt 10 prosent i til 2010, før det største fallet mot 2012. Gjennom den siste delen av analyseperioden har veksten tiltatt noe, til drøye 12 prosent i 2017. I detaljhandelen var det et gradvis fall i avkastningen mot 8 prosent i 2010, etterfulgt av en økning opp mot 10 prosent til 2012 og deretter en relativt jevn nedadgående trend til 8 prosent i 2017. Tilsvarende som for driftsmarginen har det, med enkelte unntak i årene opp mot 2017, vært noe høyere avkastning på totalkapitalen i grossistledet enn for de andre næringene gjennom perioden. Fra 2013 ser vi en utjevning av disse forskjellene.

Figur 4.3
Totalrentabilitet for utvalgte handelsnæringer, prosent. 2004-2017.



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 2003-2017.

Gruppe	Antall foretak
Mikroforetak (1-9 ansatte)	20 026
Små foretak (10-49 ansatte)	3 148
Mellomstore foretak (50-249 ansatte)	437
Store foretak (Mer enn 250)	101

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. 85 prosent av virksomheter i varehandelen faller innenfor denne gruppen og samlet for detaljhandel, grossistnæring og næringsmiddelindustrien står mikroforetakene for omtrent 15 prosent av omsetningen.

I detaljhandelen er i overkant av 88 prosent av virksomhetene mikroforetak og de står for omtrent en fjerdedel av omsetningen i næringen. Detaljistenes driftsmarginer falt fra drøye tre prosent i begynnelsen av perioden til 2 prosent i 2008, og har siden vært rundt 2 prosent, jf. figur 4.4.

I næringsmiddelindustrien står mikroforetakene for kun 4 prosent av omsetningen i næringen og de hadde svak og fallende driftsmargin gjennom første tiår av 2000-tallet, til bunnpunktet ble nådd i 2009. Siden har lønnsomheten økt noe i gjennomsnitt, men med svært store svingninger.

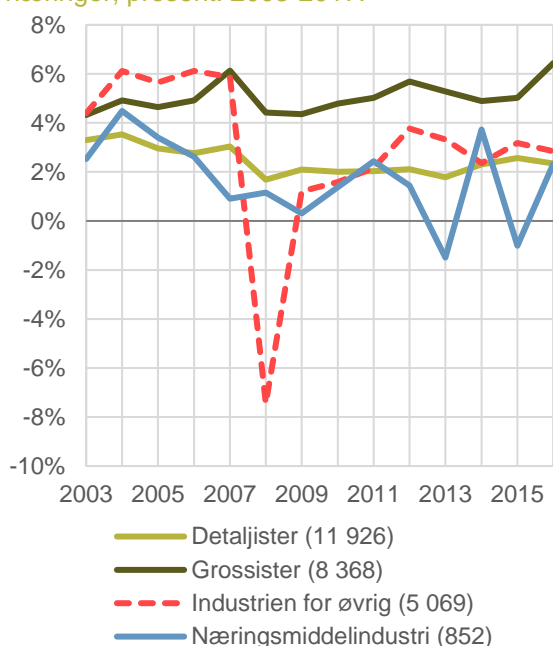
Fallet i lønnsomhet som følge av finanskrisen rammet i langt mindre grad næringsmiddelindustrien enn tilfellet var i industrien for øvrig. Dette kan skyldes at øvrig industri i mye større grad er eksportrettet og raskt ble rammet av sviktende internasjonal etterspørsel.

Mikrogrossistene står for 17 prosent av omsetningen i grossistnæringen, og av mikroforetakene er de gruppen med høyest 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 2017. 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. 2003-2017.



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

4.4.2 Små foretak

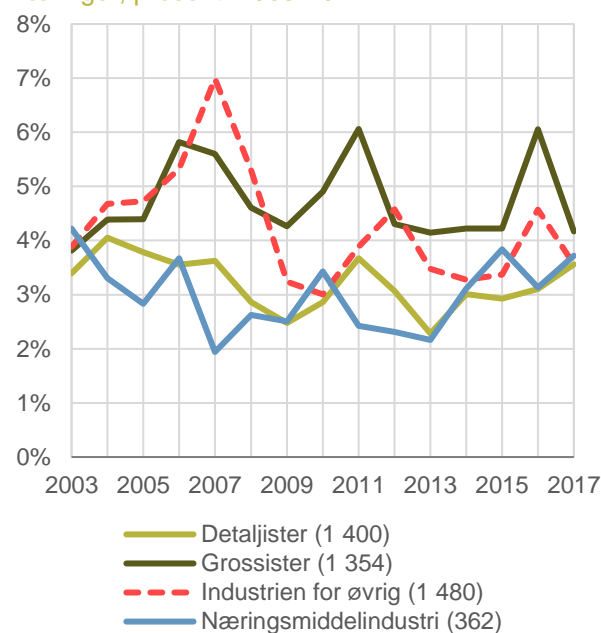
Små foretak har mellom 10 og 49 ansatte. For detaljhandel, grossistnæring og næringsmiddelindustrien samlet sett utgjør gruppen om lag 13 prosent av virksomhetene. Både for næringene samlet, og innad i hver næring, står de små foretakene for omtrent 24 prosent av omsetningen, og i alle de tre næringene står de samlet for den tredje største andelen av den totale omsetningen.

De små detaljistene står for den tredje største andelen av den totale omsetningen i næringen, etter de mellomstore og 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 2003-2017 har denne gruppen virksomheter en driftsmargin på rundt tre prosent.

Næringsmiddelindustrien har sammen med detaljhandelen ligget mellom to og fire prosent, med en liten nedgang i begynnelsen av perioden og en økning mot slutten. Lønnsomhetsnivået er jevnt over relativt lav.

Figur 4.5
Driftsmargin for små foretak i utvalgte handelsnæringer, prosent. 2003-2017.



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 i perioden. Fra 2003 til 2017 har lønnsomheten for grossistene hatt store svingninger, og det er hovedsakelig etter finanskrisen at lønnsomheten har vært høyere enn industrien for øvrig.

Små grossister har også en ganske sammenfallende utvikling med industrien for øvrig fram til finanskrisen. Der industrien for øvrig opplever et fall og stabilisering på mellom tre og fire prosent, øker lønnsomheten blant de små grossistene tilbake til lønnsomhetsnivåene før finanskrisen på opp rundt seks prosent i 2011, før det stabiliserer seg i overkant av 4 prosent i det påfølgende årene.

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 litt over en fjerdedel av den totale omsetningen, like fullt faller bare 1,9 prosent av virksomhetene i varehandelsrelaterte næringer inn i denne gruppen.

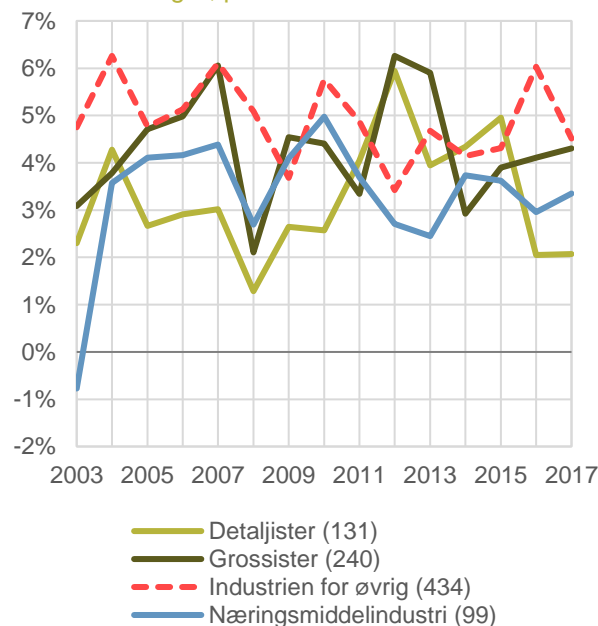
I detaljhandelen utgjør gruppen ett prosent av detaljhandelsvirksomhetene, og de står for den minste andelen av total omsetning i næringen med 10 prosent. De mellomstore foretakene har imidlertid høyere gjennomsnittlig omsetning per virksomhet enn både mikroforetakene og små foretak, men fordi det er 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 konsernernes 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 gjennomgående er lavere enn i industrien for øvrig, jf. figur 4.6. Driftsmarginen i industrien ligger mellom 3,5 og 6 prosent i perioden 2003-2017.

I næringsmiddelindustrien står de mellomstore bedriftene for den nest største andelen av omsetningen, med 34 prosent. Driftsmarginen ligger stort sett ett prosentpoeng under industrien for øvrig, og ender opp rett over tre prosent i 2017, mellom detaljistene og grossistene.

Figur 4.6
Driftsmargin for mellomstore foretak i utvalgte handelsnæringer, prosent. 2003-2017.



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

Gjennom perioden stod de mellomstore grossistene for 36 prosent av den totale omsetningen i næringen. Grossister opplevde en sterk nedgang under finanskrisen, men hentet seg raskt inn. Grossistenes driftsmargin viser store svingninger gjennom hele perioden.

Driftsmarginen for de mellomstore detaljistene ble redusert fra 4 til 1 prosent i årene fram til finanskrisen. Deretter opplevde de en sterk økning til 6 prosent i 2012. Deretter fulgte imidlertid en klar nedgang, til kun 2 prosent i 2017.

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 vært preget av betydelig volatilitet rundt relativt stabile nivåer.

4.4.4 Store foretak

De største foretakene, med 250 eller flere ansatte, står for den største delen av omsetningen i varehandelsrelaterte næringer, og omfatter omtrent 30 prosent. Dette til tross for at bare 0,5 prosent av virksomhetene er i denne gruppen.

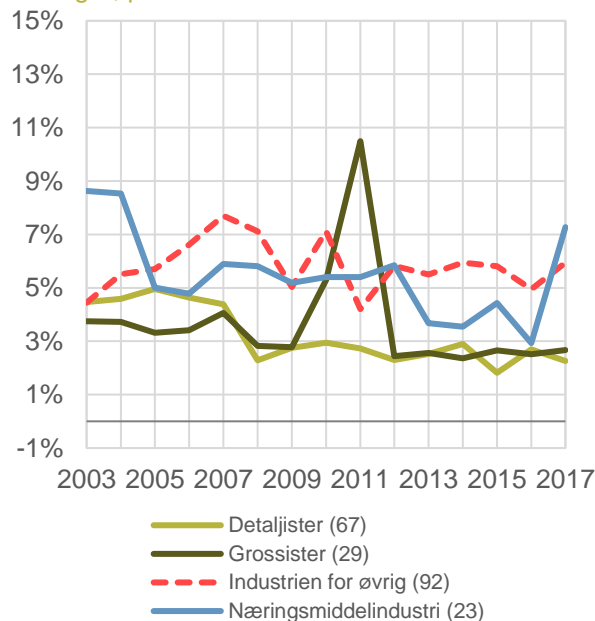
De store detaljistene skiller seg ut ved å stå for 47 prosent av omsetningen i detaljhandelen, på tross av at bare 0,5 prosent av virksomhetene har flere enn 250 ansatte. I grossistnæringen og næringsmiddelindustrien står de store foretakene for henholdsvis 18 og 37 prosent av den totale omsetningen.

Driftsmarginen blant de største virksomhetene i detaljhandelen er redusert klart. En stor del av fallet kom i finanskrisen 2008, da driftsmarginen ble redusert fra 4,4 til 2,3 prosent. I perioden fra 2008 til 2017 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, med unntak for et stort hopp i 2011.

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 tre prosent i 2016 før en innhenting til over 7 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. 2003-2017.



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 49 prosent fra 2003 til 2017, mens driftsresultatet har økt med over 298 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.

Vi studerer lønnsomhetsutviklingen i 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 bransjeglidning og produksjon (med tilhørende inntekter) i en rekke land utenfor Norge.

Den påfølgende studien av lønnsomhet benytter SØAs regnskapsdatabase med norske konsernregnskap. Der det ikke er mulig 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, 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 kapitlet 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 kroner i 2016. Siste tilgjengelige årsrapport dokumenterer 18 178 ansatte og en omsetning på 39,6 milliarder kroner i 2017. 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 fem prosent av omsetningen i 2017 og ni prosent av årsverkene i matindustrien i 2016.¹¹ Matindustrien defineres i dette tilfellet som næringsmiddelindustri der vi tar ut fôrproduksjon til landbruk og havbruk.¹²

Næringsmiddelindustrien som sådan har en relativt stabil driftsmargin i perioden 2003-2017, 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 2003-2017, med unntak av i 2013. Konsernet bidrar med dette til å holde driftsmarginen i næringen oppe.

Den negative driftsmarginen Orkla registrerte i 2013 kommer mest sannsynlig som følge av at *Rieber & Søn* ble kjøpt for over seks milliarder kroner i mai 2013. 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.

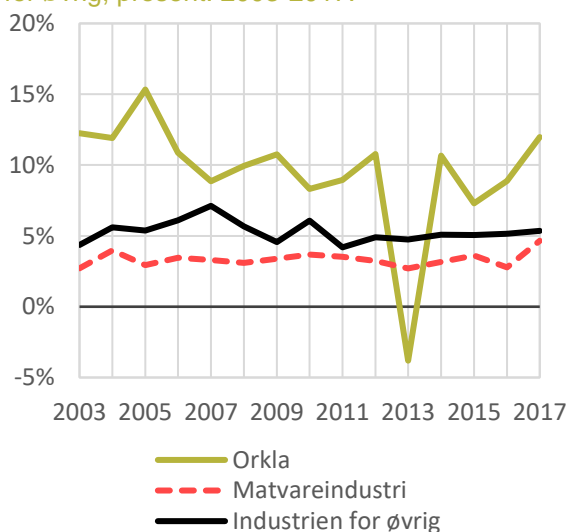
¹⁰ Se for eksempel (Orkla ASA, 2017) [her](#).

¹¹ Årsverk for Orkla i 2017 fremkommer ikke i databasen

¹² 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 er store variasjoner i matvareindustrien i produkter, sluttmarkeder og konkurransesituasjon. Blant annet Innenfor meierivirksomhet 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 2003-2017 på rundt fem prosent, også dette betydelig lavere enn hva Orkla viser i samme periode. I 2016-2017 ser vi en markant økning i driftsmarginen til både matvareindustrien og Orkla. Endringen i matvareindustrien reflekterer en generell økning.

Figur 5.1
Driftsmargin Orkla, matvareindustri og industrien for øvrig, prosent. 2003-2017.



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 2003-2017. 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 10-11 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

Grossistledet 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 grossistledet er Asko den klart største med en omsetning på nær 86 milliarder og 3 500 sysselsatte årsverk i 2017. Asko hadde en markant økning på 17% i omsetning fra året før. Med dette utgjorde de henholdsvis 11,7 og 4,0 prosent av grossistnæringen samlet i 2017.

Bamagruppen er nest største med en omsetning på 17 milliarder i 2017 og 2 400 sysselsatte årsverk i 2016. Minst av de tre er dermed Brødrene Dahl, med omsetning på 6,5 milliarder og i overkant av tusen sysselsatte årsverk i 2017. Det er med andre ord betydelig variasjon i størrelsen på de tre aktørene. Begge disse to virksomhetene har opplevd en liten økning i omsetningen, på respektive 3 og 1,5 prosent fra 2016.

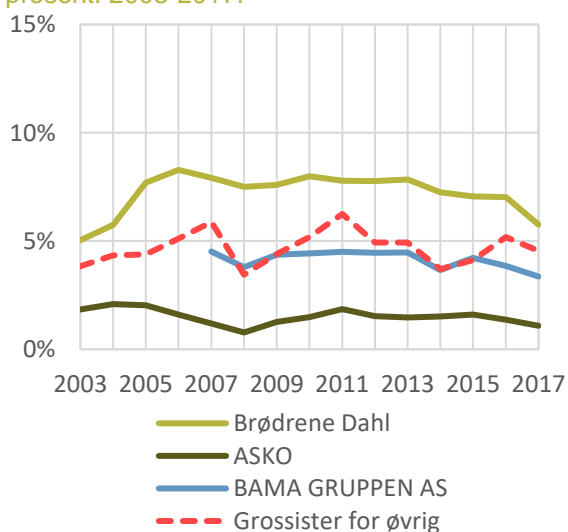
Ser vi derimot på lønnsomheten finner vi samme variasjon, men med motsatt fortegn. Asko har den svakeste lønnsomheten, både sammenlignet med de to andre aktørene og med grossistnæringen samlet. På denne måten trekker Asko lønnsomheten i næringen samlet ned.

Grossistnæringen generelt, og spesielt for de tre konsernene her, hadde en nedgang i lønnsomheten i 2017. 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.

Alle tre konserner har hatt en jevn utvikling av driftsmarginene sammenlignet med grossister for øvrig. Bama-konsernet og særlig ASKO har jevnt over hatt dårligere marginer enn næringen for øvrig., jf. figur 5.2.

Figur 5.2
Driftsmargin for utvalgte konserner og kjeder, prosent. 2003-2017.



Kilde: Samfunnsøkonomisk analyse, regnskapsdata (SAFE)
*ASKO omfatter også virksomheten i Storcash

5.4 Lave driftsmarginer i matvarehandel og bensinstasjoner

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 avgrensner 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 krone 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 2017 (Coop årsrapport 2017). NorgesGruppen er størst og kontrollerte 43,1 prosent, Coop 27,7 og Rema 1000 23,4 prosent. Tar vi med at Bunnpris kontrollerte 3,8 er det 0,1 prosent av markedet som ikke kontrolleres av en av disse fire kjedene.

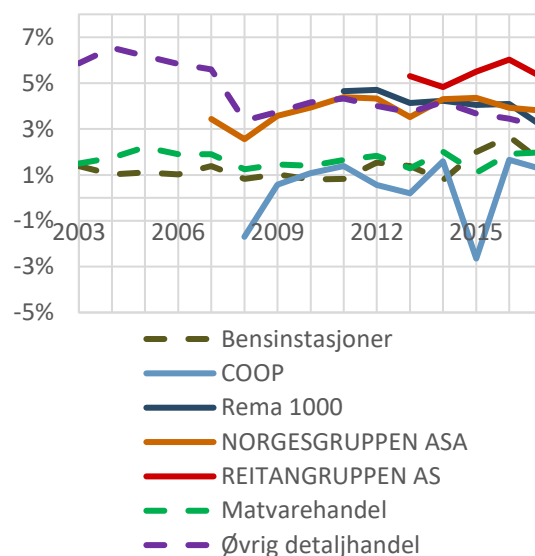
NorgesGruppen har sammen med Reitangruppen og Rema 1000 de mest stabile og høyeste driftsmarginene av de konsernene vi studerer, jf. figur 5.3. De tre befinner seg på linje med eller over driftsmarginene i detaljhandelen for øvrig, og ligger rundt fem prosent de siste ti årene.

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. 2003-2017.



Kilde: Samfunnsøkonomisk analyse, regnskapsdata (SAFE)

Coop har stort sett operert med den laveste driftsmarginen. I perioden 2009-2014 var den i intervallet 0-2 prosent. Deretter kom det et fall til -2,6 prosent i 2015. Fallet kan forklares ved at 2015, slik Coop selv beskriver det i årsrapporten 2016, var «(...) preget av oppkjøp, integrasjon og engangskostnader».¹³ Coop kjøpte ICAs norske butikker i 2015. Selv om oppkjøpet presset lønnsomheten i 2015, ble gevinster av synergier og omsetningsøkning et

¹³ Se blant annet (Coop, 2016)

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 2017 over 1,6 millioner medeiere som fikk utbetalt kjøpsutbytte på 930 millioner kroner (Coop årsrapport 2017).

Sammenligninger av konsernregnskap med tall for enkelt næringer, som detaljhandelen her, er ikke uproblematisk. 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 26,5 milliarder og sysselsatte 5 250 årsverk i 2017. Meny på sin side omsatte for 13,6 milliarder og sysselsatte 3 900 årsverk samme år. De to dagligvarekjedene sto med dette for 23 prosent av omsetningen i matvarehandelen og 24 prosent av sysselsatte årsverk i 2017, og utgjør med dette en betydelig del av næringen samlet og av NorgesGruppens dagligvarevirksomhet. Kiwi utgjorde 48,2 prosent av NorgesGruppens omsetning, Meny 24,6 prosent i 2017.¹⁴

Av de to kjedene er det Kiwi som har høyest driftsmargin, jf. figur 5.4. Kiwi har en lønnsomhet på linje med detaljhandelen for øvrig, og rundt tre prosentpoeng høyere enn i dagligvarehandelen for øvrig, selv om gapet lukke noe mot slutten. Lønnsomheten Kiwi genererer gjennom sin aktivitet er noe høyere enn NorgesGruppens samlede lønnsomhet i perioden, med 2014-2015 som eneste unntak.

Meny ser ut til å ha blitt rammet relativt hardt av finanskrisen, men fra 2011 var driftsmarginen oppe igjen på om lag samme nivå som i årene før 2008. Meny har en driftsmargin like under den til dagligvarehandelen for øvrig og bensinstasjoner, altså betydelig lavere sammenlignet med NorgesGruppen som konsern.

Meny profilerer seg på god kvalitet og et stort utvalg, noe som isolert sett betyr at de kan ta høyere priser enn konkurrentene. Kiwi befinner seg i den andre

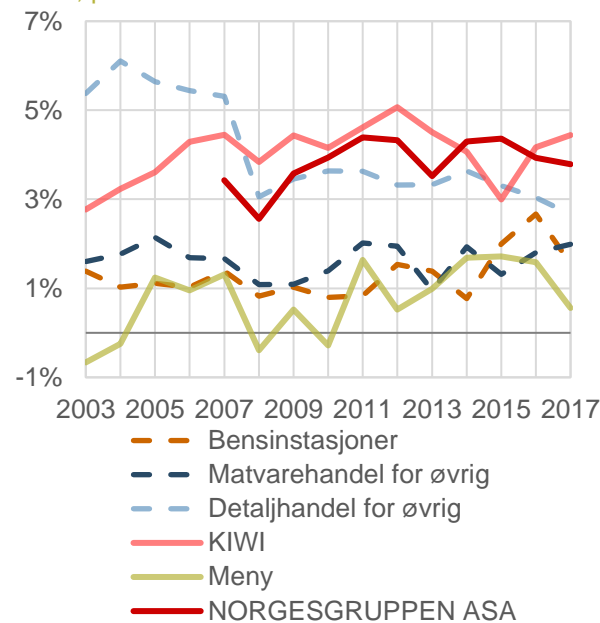
¹⁴ Se dagligvarehandelen.no

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 ferskvaredisker mv., samt ulikheter i bedriftenes utgifter til lokaler. Dette kan bidra til presset lønnsomhet selv med høyere priser.

Lønnsomheten ser altså ut til å være høyest 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. 2003-2017.



Kilde: Samfunnsøkonomisk analyse, regnskapsdata (SAFE)

Ekstraordinære hendelser slår ut i lønnsomheten

Til slutt studerer vi to kjeder tilknyttet Reitangruppen, 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 utfordrende fra statistikerens ståsted, da denne næringen domineres av salg gjennom dagligvarebutikker. Kiosksalg utgjorde en prosent av omsetningen og om lag tre prosent av sysselsatte årsverk registrert i matvarehandelen i SAFE i 2017. For å sikre at vi har et godt sammenligningsgrunnlag trekker vi dermed kiosksalg ut av dagligvarehandelen i denne delen av analysen.¹⁵

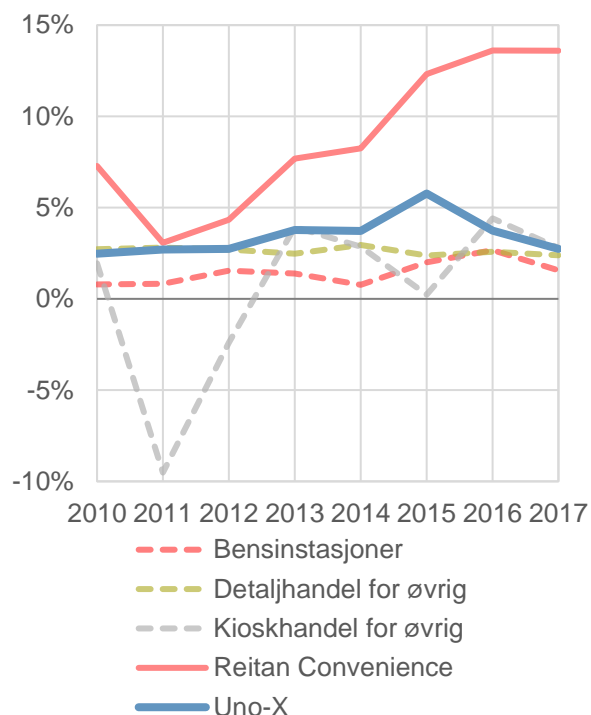
Reitan Convenience Norway er registrert med betydelig svingninger i driftsmarginen for perioden 2003-2016, jf. figur 5.5. Fra driftsmargin på 30 prosent i 2003 opplevde man et fall til -37 prosent i 2008 før de har over 10 prosent driftsmargin i årene fra og med 2012. Denne typen variasjoner i driftsmarginer 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. Grunnet dette og manglende data for Uno-X i 2008 og 2009 ser vi i Figur 5.5 kun på tall fra 2010.

Bunnoteringen på driftsmarginen til Reitan Convenience i 2008 kan mest sannsynlig forklares ved oppkjøpet av *Scandinavian Fuel Infrastructure (SFI)*.¹⁶ Denne typen investeringer i selskaper og effektivisering kan forklare utslag på driftsmarginer. Det kan likevel se ut til at Reitan Convenience med Narvesen og 7eleven har klart å opprettholde en betydelig høyere lønnsomhet enn det kioskhandelen for øvrig har klart i perioden 2012-2016, jf. figur 5.5.

¹⁵ Kioskhandel defineres i standard for næringsgruppering inn i næringsundergruppe 47.112 Kioskhandel med bredt vareutvalg med hovedvekt på nærings- og nytelsesmidler.

Dette kan forklares ved (relativt) effektiv drift av disse kjedene og/eller realisering av markedsmakt.

Figur 5.5
Driftsmargin for utvalgte kjeder i detaljhandelen utenfor dagligvaresegmentet, prosent. 2010-2017.



Kilde: Samfunnsøkonomisk analyse, regnskapsdata (SAFE)

Uno-X har hatt en relativt stabil driftsmargin for perioden 2010-2017, 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 2,7 prosent i 2017. Dette er rett over 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 vanlig blant tilsvarende virksomheter i Norge.

¹⁶ 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 2003-2017. 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 sammenlignbare 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 og grossistene har marginene vært stabile rundt fire prosent gjennom perioden. Sees utviklingen i marginene i sammenheng med utviklingen i driftsresultatet framstår den totale lønnsomhetsutviklingen dermed som mer sammensatt. I første halvdel av perioden har totalrentabiliteten sunket for alle de tre sektorene. I andre halvdel flater utviklingen noe ut for grossistene og detaljistene, mens næringsmiddelindustrien opplever en volatil, men økende totalrentabilitet.

I det resterende er lønnsomhetsbetraktningene kun basert på driftsmargin:

Når vi analyserer lønnsomhet etter bedriftsstørrelse finner vi at lønnsomhet på næringsnivå drives av de store virksomhetene. Store virksomheter har en noe høyere driftsmargin enn resten. Utviklingen i driftsmarginen ser derimot relativt lik ut. For de største bedriftene i detaljhandelen er marginene redusert med omtrent 49 prosent fra 2003 til 2017, mens driftsresultatet har økt med 66 prosent i samme periode. Verdikjeden for varehandel kjennetegnes av en volumkamp som går på bekostning av marginpåslagene per enhet.

Analysen av utvalgte konserner viser blant annet at Orkla har bedre lønnsomhet enn matindustrien for øvrig, at Brødrene Dahl har relativt høy lønnsomhet blant grossist-konsernene og at det er lave driftsmarginer i matvarehandel og bensinstasjoner.

Vi ser også nærmere på utvalgte bransjer. I dagligvarehandelen ser lønnsomheten ut til å befinne seg i lavprissegmentet, som også har økt sin andel av dagligvaremarkedet. Store volumer veier opp for lave marginer.

I appendiks B og C ser vi på henholdsvis elektornikkhandelen og sportsbransjen, her går dataseriene til 2016. Elektronikkhandelen har vært preget av lave driftsmarginer enn den øvrige detaljhandelen. Det er sterk konkurranse om markedsandeler mellom butikkjedene samt nasjonale og internasjonale nettaktører.

Sportsutstyersbransjen samlet har hatt relativt høye marginer gjennom hele perioden. De store aktørene har hatt fallende og til dels lave marginer. Mange mindre aktører har hatt relativt høye og stigende driftsmarginer. Det siste kan skyldes sterke nisjeaktører som kan kreve kompensasjon for

spesialistkompetanse og spesialiserte produkter og tjenester som ikke er tilgjengelig hos de store kjedene.

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 eksisterende 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 kirkedepartementet.
- Orkla ASA. (2017). *Årsrapport 2016*.
- Reitangruppen. (2017). *Årsrapport 2016*.

Appendiks A – Konsernrelasjoner¹⁷

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 handelsselskap som markedsfører og selger drivstoff og smøreoljeprodukter 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.

¹⁷ Appendikser er ikke oppdatert med tall for 2017

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 medlemsleid. Over 1,5 millioner nordmenn eier virksomheten gjennom sine medlemsskap 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.

Lønnsomhetsutviklingen studeres i lys av nivåene og utviklingen drøftet for næringene i kapittel 4.

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.

Appendiks B - Detaljhandelen med elektronikkvarer¹⁸

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

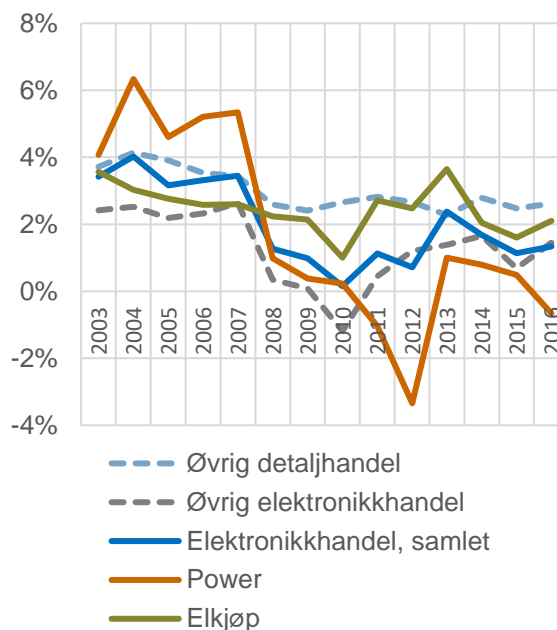
I tillegg inkluderer vi den øvrige detaljhandelen og de øvrige aktørene i butikkhandelen med husholdningsapparater som et sammenligningsgrunnlag.

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

¹⁸ Appendikser er ikke oppdatert med tall for 2017

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 priser¹⁹. 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..

¹⁹ Se for eksempel: «- Dette er en usmakelig kampanje» i Dagbladet 10. juni 2013.

Appendiks C - Sportsutstysbransjen²⁰

Butikkhandelen med sportsutstyr er et varehandelssegment i sterk vekst. Siden 2003 har omsetningen blant markedsaktørene mer enn tredoblet seg. Sportsutstyssegmentet 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

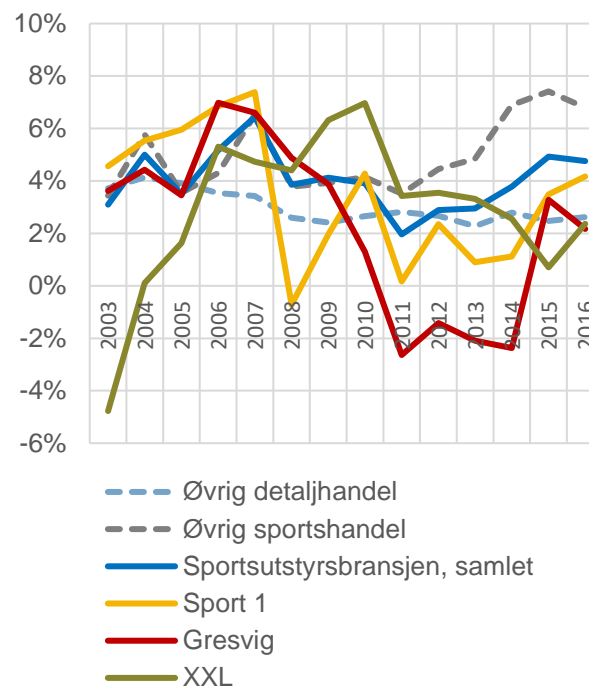
Gresvig og Sport 1 Gruppen består av en rekke merkevarenavn og franchisevirksomheter. For å gi et totalbilde av konsernene er derfor alle butikker hvor konsernenes merkenavn inngår inkludert i analysen. Dette innebærer for Gresvig butikker med merkeavnene G-Sport, G-MAX og Intersport inkludert, mens 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.

Sportsutstysbransjen har hatt relativt høye marginer sammenlignet med den øvrige detaljhandelen. I sportsutstysbransjen 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 sett 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.

²⁰ Appendikser er ikke oppdatert med tall for 2017

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