

Distriktsbutikken – bygdas eneste vareformidler og naturlige møteplass

En analyse med fokus på distriktsbutikkens lønnsomhet og butikkenes evne til å møte kostnadsøkninger og en skjerpet konkurransesituasjon.



Mai 2012

Utarbeidet av Institutt for bransjeanalyser AS

Forord

Institutt for bransjeanalyser (IBA) etablerte i 2005 et register over distriktsbutikker. Beliggenhet, driftsform, konkurransesituasjon og omsetningsstørrelse var blant kriteriene som dannet grunnlag for deltakelse i registeret. Registeret har først og fremst vært benyttet ved utarbeidelse av de årlige rapporter som viser omsetningsutviklingen til de av distriktsbutikkene som er deltakere i Merkur-programmet sammenlignet med utviklingen for distriktsbutikkene og for dagligvarehandelen totalt.

I diskusjonen rundt forslagene til nye regler og lover basert på Matkjedeutvalgets innstilling, har mulige konsekvenser som dette vil kunne få for distriktsbutikkene blitt et aktuelt tema. Gjennom et forskningsprosjekt har vi søkt å fremskaffe data som dokumenterer distriktsbutikkens omfang og den betydning disse butikker har for tilgangen til varer og servicetjenester i ulike landsdeler. Videre vil prosjektet presenterer nåsituasjonen og utviklingen for distriktsbutikkene og synspunkter fra daglige ledere av denne type butikker. Fakta og informasjon fremkommet gjennom prosjektet håper vi kan et danne grunnlag for argumenter og synspunkter i denne diskusjonen. I denne rapporten er det spesielt lagt vekt på distriktsbutikkens økonomi og det er gjennomført beregninger som illustrerer sårbarheten for disse butikker ved bortfall av inntekter og/eller økning av kostnadsnivået.

Analysene bygger på data fra Statistisk sentralbyrå, en større spørreundersøkelse til ledere av distriktsbutikker, analyse av regnskaper for distriktsbutikker registrert som aksjeselskaper og innhentet informasjon fra dagligvarekjedene og fra personer med spesiell kompetanse knyttet til drift av distriktsbutikker. Forskningsleder Per Gunnar Rasmussen har vært ansvarlig for opplegg og gjennomføring av prosjektet. Arbeidet med tilrettelegging og bruk av distriktsbutikkregistret har vært ivaretatt av daglig leder i IBA, Beate Stang Midtbust. NorgesGruppen har bidratt ved finansiering av forskningsprosjektet.

Oslo, 24. mai 2012

Institutt for bransjeanalyser

Per Gunnar Rasmussen

forskningsleder

Innhold

Sammendrag.....	4
1.1. Definisjon av distriktsbutikker	6
1.2. IBA's distriktsbutikkregister.....	6
1.3. Regnskapsanalyse	7
1.4. Spørreundersøkelse.....	7
1.5. Annen info benyttet ved gjennomføringen av prosjektet.....	7
1.6. Analyse av sårbarhet	8
2. Distriktsbutikkene i Norge	9
2.1. Distriktsbutikkernes antall	9
2.2. Distriktsbutikkernes beliggenhet	10
2.3. Distriktsbutikkernes standard.....	12
2.4. Distriktsbutikkernes drifts- og organisasjonsform.....	13
2.5. Distriktsbutikkernes omsetning og omsetningsutvikling.....	15
2.6. Distriktsbutikkernes støtteapparat.....	16
3. Distriktsbutikkernes økonomi	19
3.1. Nærmere om utvalget	19
3.2. Hovedtall for distriktsbutikkene i 2009 og 2010	20
3.3. Økonomien for distriktsbutikker inndelt i omsetningsgrupper	22
3.4. Økonomien for distriktsbutikker i landsdelene.....	27
3.5. Noen sammenligninger av kjedebutikker og øvrige butikker.	29
4. Analyse av distriktsbutikkernes sårbarhet	31
4.1 Risikoanalyse.....	31
4.2 En modell for analyse av distriktsbutikkernes økonomi.....	35
4.3 Beregning av effekten av endringer i økonomiske rammebetingelser	37
4.4 Økonomispørsmålene i spørreundersøkelsen	39
4.5 Kommentarer til beregninger av distriktsbutikkernes sårbarhet.....	40

Sammendrag

Institutt for bransjeanalyser (IBA) har utarbeidet et register over norske distriktsbutikker. I hovedsak er dette butikker med beliggenhet utenfor tettbygde strøk, butikker som med hovedvekt på omsetning av dagligvarer er alene om å tilby varer og tilgrensende servicetjenester til innbyggerne i et naturlig avgrenset markedsområde. I dette registeret inngår i dag 1053 butikker i 327 av landets 429 kommuner. 23,5 prosent av antallet dagligvarebutikker i Norge er en distriktsbutikk. Disse butikker hadde i 2010 en samlet netto omsetning på anslagsvis 10,25 milliarder kroner, dvs. 7,2 prosent av dagligvareomsetningen i Norge.

Gjennomsnittlig avstand til nærmeste konkurrent er 15 kilometer og markedsgrunnlaget for butikkene er i gjennomsnitt på 334 innbyggere. Ca. 7 % av landets befolkning har en distriktsbutikk som sitt nærmeste og naturlige innkjøpssted. I Nord-Norge er distriktsbutikkens andel av antallet dagligvarebutikker hele 43,8 prosent, mens andelen på Østlandet er kun 11,4 prosent. 42 prosent av distriktsbutikkene som deltok i vår spørreundersøkelse, ble etablert før 1950. Undersøkelser viser at behovet for oppgradering av butikklokaler, inventar og utstyr er stort og at en slik oppgradering er avhengig av tilgang til økonomiske støttetiltak. Nærmere halvparten av distriktsbutikkene drar nytte av de tjenester og støtteordninger som gis gjennom Merkur-programmet.

Distriktsbutikkene hadde samlet sett 0,3 prosent nedgang i omsetningen i 2010, mens dagligvarebransjen hadde en vekst på 2,6 prosent. Denne svake utvikling for distriktsbutikkene kom etter flere år med god omsetningsvekst, en vekst på linje med samlet vekst for bransjen. Regnskapsanalysen, basert på 342 regnskaper for distriktsbutikker, viste svak økonomi i 2010 og en dårlig utvikling sammenlignet med 2009. Gjennomsnittsbutikken i undersøkelsen hadde en netto salgsinntekter på 9,1 millioner kroner og et regnskapsmessig resultat før skatt på 4 000 kroner. Omsetningsgrupper med lavere omsetning hadde alle et negativt netto resultat.

I 2010 var det en nedgang i resultat fra 2009 på 0,88 prosentpoeng. Omsetningsnedgangen kan ses på som hovedforklaring til dette. Det var en klar økning i kostnadsprosentene og da spesielt den for lønnskostnader. Bruttofortjenesten i prosent viste imidlertid en økning på 0,31 prosentpoeng. Øvrige inntekter som omfatter inntekter av tilleggstjenester og økonomiske støttetiltak, hadde en nedgang på gjennomsnittlig 10,5 prosent i 2010. Denne inntektspost representerte 22,8 prosent av inntektene for distriktsbutikker med omsetning under 2,5 millioner og 7,1 prosent av inntektene i gjennomsnittsbutikken. Kjedetilknyttede distriktsbutikker hadde i 2010 langt bedre økonomistørrelser enn butikker som ikke var tilknyttet kjeder. Eksempler på dette var bedre omsetningsutvikling, høyere bruttofortjeneste i prosent og en gjennomsnittlig resultatgrad som var 2 prosentpoeng bedre.

På bakgrunn av informasjonen fremkommet gjennom regnskapsanalysen ble butikkene i analysen gruppert i klasse ut fra hvilken risiko det var for avvikling av driften i nåværende form. Risikoklasse 1, som var de mest risikoutsatte butikker, utgjorde 16,1 prosent av utvalget. Dette er en gruppe butikker som trenger snarlig refinansiering eller eierskifte og en betydelig omstilling av driften dersom butikktilbudet skal kunne opprettholdes. Dersom regnskapsanalysen er representativ for distriktsbutikkene i Norge, betyr det at 169 butikker tilhører denne risikoklasse.

Svært mange av de minste butikkene havnet i risikoklasse 1, men regnskapstallene viste at det også var en god del distriktsbutikker med omsetning over gjennomsnittet som havnet i denne klassen. 76 prosent av de butikker som havnet i risikoklasse 1 hadde negativ egenkapital i 2010. Også distriktsbutikker gruppert i risikoklasse 2 er i en faresone hvor det er klare behov for å iverksette tiltak som kan bidra til å styrke økonomien. Antallet butikker som havnet i risikoklasse 1 og 2 representerte 40,4 prosent av utvalget.

I en modell som skal vise økonomi for distriktsbutikker basert på normale kostnader til lokaler, arbeid, drift og kapital, ga en nullpunktomsetning for salgsinntekter på ca. 10 millioner kroner. For den minste gruppe butikker i modellen, distriktsbutikker med en salgsinntekt på 2 millioner, ble det et negativt resultat på hele 17 prosent. Dette etter at det er tatt hensyn til et nivå på andre inntekter (tilleggstjenester og økonomisk støtte) som normalt for denne butikkstørrelse. Også butikker med en salgsinntekt på 5 millioner kroner fikk i modellen et betydelig negativt resultat.

Modellen viste klart at distriktsbutikker med en omsetning under 10 millioner kroner, er fullt ut avhengig av gode innkjøpsbetingelser, inntekter fra tilleggstjenester og rasjonell drift med et gunstig kostnadsnivå. De mindre butikker vil også måtte basert sin videre eksistens på lav godtgjørelse for arbeidsinnsatsen og lave kostnader til lokaler, utstyr og kapital. Analysen viser videre at kjededrift synes å være et viktig bidrag i arbeidet med å oppnå rasjonell og lønnsom drift.

Me utgangspunkt i økonomimodellen for distriktsbutikker ble det gjennomført simuleringer som kunne vise effekten av endringer i rammevilkår som påvirker butikkens økonomi. Analysen viser at omsetningsendringer gir store utslag for resultatstørrelsen. Spesielt er det å oppnå økning i omsetningen uten tilhørende kostnadsøkninger gunstig for resultatet. Press på bruttofortjenesten som en konsekvens av økende nivå på varekostnader, gir også markante utslag for økonomien. 2 % økning av varekostnadene fører til 1,5 prosentpoeng nedgang i bruttofortjenesteprosenten og en tilsvarende nedgang i resultatstørrelsen.

Gjennom spørreundersøkelsen kom det klart fram at daglige ledere av distriktsbutikker ikke så muligheten til å velte en slik kostnadsøkning over på kundene gjennom økning av prisene. Dette ville føre til en betydelig svekking av distriktsbutikkens konkurransekraft. Det er ikke mulig å tallfeste isolert konsekvensene av endrede rammevilkår. De beregninger som viser svekking av resultatgraden må ses i sammenheng med data fra risikoanalysen.

1. Arbeidsform og datagrunnlag

Dette prosjektet er basert på informasjonen innhentet gjennom flere delprosjekter og med data fra et stort antall kilder. Sammen skal dette gi et bilde av distriktsbutikkene med hensyn til forhold som geografi, beliggenhet, omsetningsstørrelse og -utvikling, økonomisk stilling og omsetningsutvikling samt synspunkter og holdninger hos ledere av disse butikker. Med dette som basis kan det gjennomføres analyser som avdekker sårbarheten til denne butikkgruppe ved endringer i de økonomiske arbeidsbetingelser.

1.1. Definisjon av distriktsbutikker

Kriterier som er benyttet ved fastlegging av distriktsbutikker:

- Dagligvarebutikk, dvs butikker registrert med næringskode 47.11 i Statistisk sentralbyrå
- Helårsdrift
- Fullverdig dagligvaresortiment
- Siste dagligvarebutikk i ei bygd eller et avgrenset geografisk område
- Beliggenhet i god avstand fra større byer
- Andre subjektive vurderinger ut fra butikkens beliggenhet, driftsform, størrelse og konkurransesituasjon

De kriterier som benyttes for deltakelse i Merkur-programmet, tilsier at flertallet av disse butikker vil være distriktsbutikker. Undersøkelsen av Merkur-butikkens omsetningsutvikling i 2010 viste at disse butikker representerte ca. 45 prosent av det samlede antall distriktsbutikker. I 2010 varierte denne andelen fra 25 prosent i Møre/Trøndelag til 58 prosent i Telemark/Agder. Merkur-butikkene hadde i gjennomsnitt en omsetning som var om lag 60 prosent av distriktsbutikkens omsetning.

1.2. IBA's distriktsbutikkregister

Tilgang til et register med informasjon om distriktsbutikkene var en forutsetning for å kunne gjennomføre dette prosjektet. IBA's distriktsbutikkregister ble etablert i 2005 først og fremst med sikte på å kunne fremskaffe god statistikk over omsetningsutviklingen for disse butikker. Dette ga også mulighet for å kunne utarbeide omsetningsstatistikker for de av butikkene som var med i Merkur-programmet. Som en del av dette prosjektet, ble det gjennomført en oppdatering og kontroll av butikkene i registret ved at dagligvaregruppene fikk tilsendt en oversikt over gruppen butikker. Tilbakemeldingen fra dagligvaregruppene var noe varierende. Det ble derfor en god del ekstra arbeid med oppdateringen og kvalitetssikringen, men registeret ses nå på som et godt egnet hjelpemiddel for analyse av distriktsbutikkene. Registeret omfatter i dag 1053 aktive butikker.

1.3.Regnskapsanalyse

For å få et bilde av økonomien til distriktsbutikkene, er det gjennomført en analyse av regnskapene for årene 2009 og 2010 for 342 distriktsbutikker organisert som aksjeselskaper og hvor det var tilgang på informasjonen som kun omfattet én butikk. Det at det kun er aksjeselskaper som er analysert, er naturligvis en svakhet. Utvalget av regnskaper for butikker med omsetning under 2,5 millioner er av den grunn noe lavere enn ønsket. Videre er butikker tilknyttet Coop Norge underrepresentert ettersom mange av de regnskapene som er offentlig tilgjengelig for denne gruppe, er regnskaper for samvirkelag med flere butikker og hvor det ikke foreligger informasjonen om økonomien til den enkelte butikk. Noen av disse svakheter som er omtalt, vil imidlertid bli avdekket gjennom kartleggingen av økonomistørrelser i den spørreundersøkelse som inngår som en del av prosjektet og ved bruk av annen tilgjengelig informasjon.

1.4.Spørreundersøkelse

Som en del av prosjektet, ble det gjennomført en spørreundersøkelse rettet mot daglige ledere av distriktsbutikker. Gjennom undersøkelsen ble det innhentet fakta om butikkens beliggenhet, modernitet, kjedetilknypning, tilleggstjenester og markedsområde. Videre ble omsetning, omsetningsutvikling, bruttofortjeneste, lønnskostnader, resultat og tilgang til støttetjenester kartlagt. Respondentene ble også stilt overfor enkelte påstander som skulle bidra til å kartlegge holdninger og synspunkter på sentrale spørsmål knyttet til butikken nåsituasjon og fremtid. I et samarbeid med analysefirmaet Norfakta Markedsanalyse AS ble det tilrettelagt for besvarelse av spørsmålene over internet.

Spørreskjemaet ble oversendt gjennom e-mail til ca. 69 prosent av antallet distriktsbutikker. Adressene ble fremskaffet i et samarbeid med dagligvarekjeder og ved innhenting av adresser fra butikkens hjemmesider. Mange av de mindre distriktsbutikker står utenfor kjedesamarbeid, og har ikke en datatilknypning som er nødvendig for å kunne delta i en slik undersøkelse. Også noen større frittstående distriktsbutikker ble ikke med i denne delen av undersøkelsen på grunn av manglende e-mail adresser. Av de innkomne 304 svar, dvs. en svarprosent på hele 42, var således 96 prosent av butikkene tilknyttet dagligvaregruppene gjennom kjedeprofilering eller ved fastlagte samarbeidsavtaler.

1.5.Annen info benyttet ved gjennomføringen av prosjektet

Institutt for Bransjeanalyser har gjennom mange år utarbeidet terminvis omsetningsstatistikk for butikkene tilsluttet Merkur-programmet og sammenholdt dette med omsetningsutviklingen for distriktsbutikker og også for landets dagligvarebutikker. Disse statistikker er også utarbeidet for fylker og landsdeler. Prosjektleder har videre hatt nær tilknypning til distriktsbutikker blant annet gjennom 15 år som styreleder for Merkur-programmet. Bruk av denne erfaring og kontakt med konsulentapparatet som ivaretar oppfølgingen av Merkur-butikkene og aktive kjøpmenn, har vært verdifulle korrektiver til innsamlede data og verdifulle kunnskaper ved analyse av distriktsbutikkene.

1.6. Analyse av sårbarhet

Med utgangspunkt i data fra de foran nevnte undersøkelser er det gjennomført en rekke analyser med sikte på å kunne dokumentere den økonomiske nåsituasjonen til distriktsbutikkene og for å kunne beregne mulige konsekvenser for disse butikker ved endrede arbeidsbetingelser som påvirker butikkens økonomi og derved deres evne til å kunne opprettholde vare- og servicetilbudet til nærmarkedet, til turister og til beboere av fritidsboliger.

Butikkene i regnskapsanalysen for 2009 og 2010 er inndelt i klasser ut fra hvilken risiko for avvikling i nåværende form som fremgår av den økonomiske stilling, omsetningsutviklingen, resultatutviklingen og andre forhold som er fremkommet gjennom analyser. Videre er det utarbeidet en økonomimodell som skal vise normale økonomistørrelser for distriktsbutikker inndelt i omsetningsnivåer.

De økonomiske konsekvenser for distriktsbutikkene ved ulike endringer i rammevilkår som virker inn på økonomien er analysert gjennom en simulering med utgangspunkt i økonomimodellen. Dette er sammenholdt med enkelte synspunkter fra butikkleidere på noen av de aktuelle endringer i rammevilkår.

2. Distriktsbutikkene i Norge

Under punkt 1.1 har vi presentert kriterier for hva som kjenner tegner en distriktsbutikk. I korte trekk kan vi si at dette er butikker utenfor tettbygde strøk som med hovedvekt på dagligvarer er alene om å tilby varer og tilgrensende servicetjenester til innbyggerne i et naturlig avgrenset markedsområde.

I 1950 var om lag halvparten av landets befolkning ifølge Statistisk sentralbyrå bosatt i områder som av byrået ble definert som utenfor tettbygde strøk. Etter dette har en sterk urbaniseringsprosess har ført til at mange bygder og småsamfunn er lagt øde. I dag er det under 20 % av landets innbyggere bor utenfor tettbygde strøk. Landets geografi og et allsidig næringsliv blant annet basert på rike naturressurser, sørger imidlertid for at det fortsatt er en rekke mindre steder hvor det gjennom generasjoner er skapt, og fortsatt skapes betydelige verdier. Her vil det også i årene framover være et naturlig grunnlag for bosetting.

Stortingsmeldingen nr. 21 (2005-2006) «Hjarte for hele landet. Om distrikts- og regionalpolitikken», skisserte en egen plan for å sikre bosettingen i de mest utsatte områdene. I slike områder skulle myndighetene styrke satsingen på næringsutvikling, gode tjenestetilbud og det å skape attraktive steder for beboerne. I denne meldingen heter det blant annet: «Lokalbutikken er ofte en viktig aktør i nærmiljøet og representerer gjerne det siste servicetilbudet i ei bygd, når funksjoner som post, bensinstasjon og skole forsvinn. I denne situasjonen blir butikken ein sentral leverandør av også andre tenester enn sal av daglegvarer. Dersom lokalbutikken sviktar, forsvinn også ein viktig del av grunnlaget for busetnaden.»

Kommunal- og regionaldepartementet har medvirket i arbeidet med å redde denne siste delen av lokal handel og service gjennom styrking av Merkur-programmet som ble opprettet i 1995 som et samarbeid mellom myndighetene ved Nærings- og handelsdepartementet og organisasjonene i dagligvarebransjen. Dette programmet er primært rettet mot de minste og mest utsatte av distriktsbutikkene. Programmet er nærmere omtalt under punkt 2.6 Distriktsbutikkernes støtteapparat.

2.1. Distriktsbutikkernes antall

Iba's distriktsbutikkregister omfatter i dag 1053 butikker. I de senere år er antallet distriktsbutikker redusert med anslagsvis 20 butikker pr år. Dette er et langt lavere antall enn frafallet av butikker i slike områder i årene 1980 til 2000. På den tiden var det imidlertid en langt større butikk tetthet. Det var derfor som oftest relativt små konsekvenser og ulemper for kundene ved bortfall av en butikk i en bygd. Øket mobilitet og relativ kort avstand til alternativt innkjøpssted reduserte problemet for flertallet av innbyggerne. Det utvidede markedet for de gjenværende butikker ga da også ofte grunnlag for en bedret kvalitet på butikktilbudet.

Vanligste årsaker til bortfall av butikker i distriktet i de senere år har vært

- For dårlig lønnsomhet (lav omsetning, dårlig drift, ikke lønn for arbeidsinnsatsen)
- Omsetningssvikt (forgubbing, manglende kjøpslojalitet)
- Eiers avgang på grunn av alder
- Manglende tilgang til og evne til å kunne dra nytte av stordriftsfordeler

Det finner for tiden sted eierskifte i ca 80 butikker pr år. Årsakene er langt på vei de samme som for butikker hvor det gjerne ender med nedleggelse. I økende grad har vi sett at bygdefolket ser de problemer som bortfall av et butikktilbud vil kunne være og engasjerer seg også økonomisk i arbeidet med å redde butikken. I mange tilfeller har denne innsikten dessverre kommet først når butikken er i ferd med å stenge dørene. En betydelig dugnadsinnsats fra bygdefolket har i mange tilfeller vist seg å være verdifullt i arbeidet med å forhindre bortfall av bygdas butikk. I enkelte bygder ser vi at det finner sted gjentatte skift av eier og/eller driver. Dette forteller gjerne at markedsgrunnlaget, bygdas oppslutning om butikken og driftsformen ikke gir et nødvendig utkomme for eier/driver.

I vår spørreundersøkelse som hovedsakelig omfatter distriktsbutikker med kjedetilknypning, var en av de fremsatte påstander som butikklederne skulle ta stilling til «Nedlegging av driften av butikken er for tiden en lite aktuell problematikk». 28 prosent var helt uenig eller litt uenig i denne påstanden. 42 prosent av distriktsbutikkene med en netto omsetning under 5 millioner kroner, var uenig i denne påstand. Som naturlig er, var andelen uenige også langt større blant de butikker som hadde nedgang i omsetningen i 2011. Flertallet av distriktsbutikkene med nettoomsetning under 3 millioner kroner er ikke med i denne undersøkelsen. Det antas at trusselen om nedlegging er enda større for disse butikker. I kapitlet hvor vi vurderer butikkens sårbarhet, vil denne delen av analysen bli nærmere utredet.

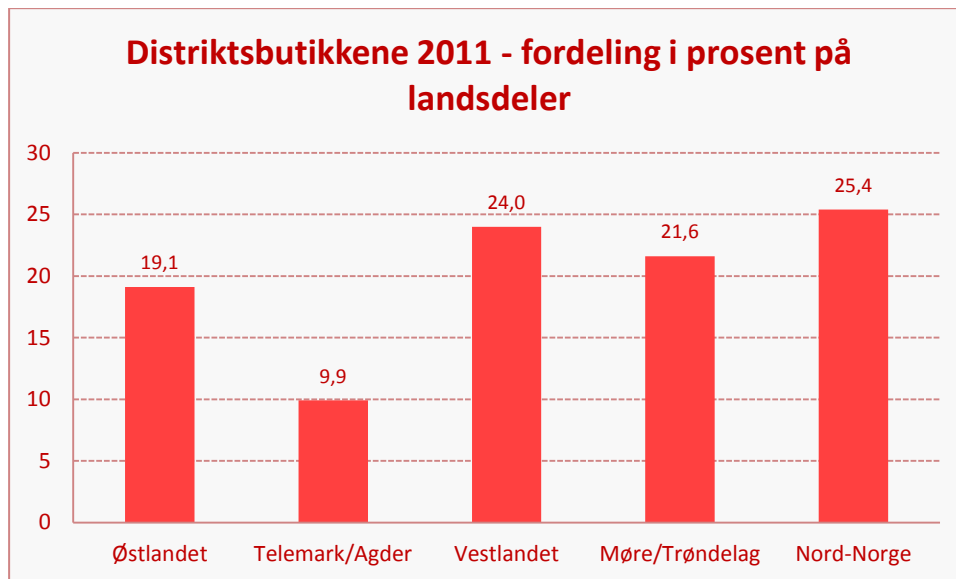
I spørreundersøkelsen har videre 21 prosent av respondentene nevnt forhold rundt butikken kundegrunnlag som den største utfordring for butikken i årene fremover. Spesielt er nevnt fraflytting, forgubbing og for få barnefamilier. 36 prosent av respondentene er ikke fornøyd med kjøpslojaliteten fra innbyggerne i butikkens nærmarked.

2.2. Distriktsbutikkens beliggenhet

327 kommuner er representert i IBA's register for distriktsbutikker. Det betyr at 76 prosent av landets kommune har én eller flere butikker som defineres som distriktsbutikk. Bosettingsmønsteret og geografien i Norge tilsier at det er store variasjoner i markedsgrunnlaget for distriktsbutikkene. Gjennomsnittlig antall innbyggere i butikkens nærområde var ifølge vår spørreundersøkelse 436 innbyggere. Distriktsbutikkene lokalisert i Telemark/Agder hadde størst markedsgrunnlag med gjennomsnittlig 851 innbyggere, mens butikkene på Vestlandet hadde laveste antall innbyggere i sitt nærmarked med et gjennomsnitt på 334 innbyggere. Dette betyr at ca 7 prosent av Norges innbyggere har en

distriktsbutikk som nærmeste sted for anskaffelse av dagligvarer og i mange tilfeller også sted for å få utført viktige servicetjenester.

Spørreundersøkelsen viste at distriktsbutikker med netto omsetning under 2,5 millioner kroner hadde gjennomsnittlig 88 innbyggere i sitt nærmarked og butikker i omsetningsintervallet 2,5 – 5 millioner hadde gjennomsnittlig 235 innbyggere. Analysen viste en klar sammenheng – større markedsgrunnlag ga grunnlag for større omsetning i distriktsbutikken.



Figur 1

I figur 1 er vist fordelingen av antallet distriktsbutikker på landsdeler. 1 av 4 dagligvarebutikker i Norge er klassifisert som distriktsbutikk. Som figuren viser, er det størst antall i vest og nord. I Nord-Norge var det registrert 268 distriktsbutikker i 2011.

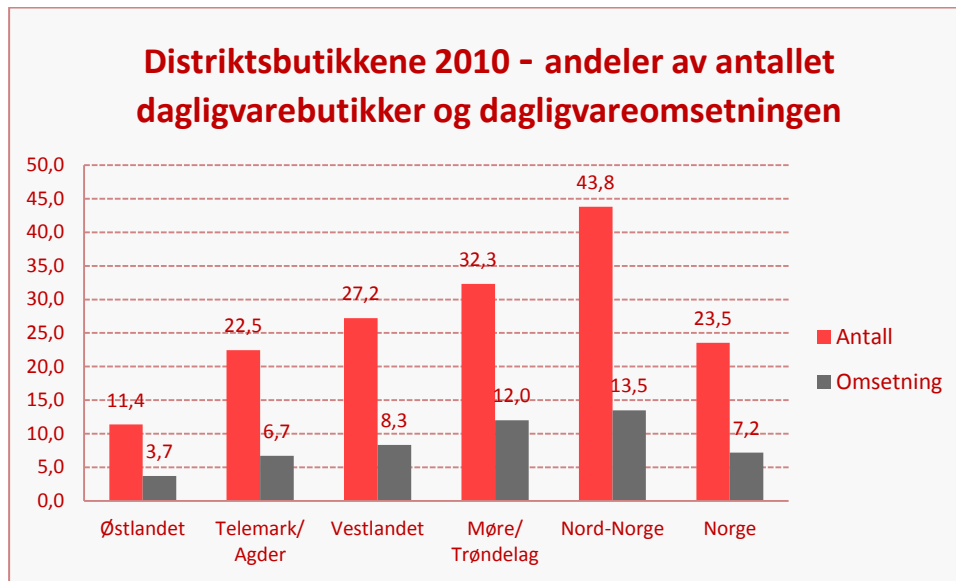
Avstanden fra distriktsbutikkene til nærmeste alternativ for innkjøp av dagligvarer ble kartlagt i spørreundersøkelsen med følgende resultat (basert på 304 svar):

0 – 9 kilometer	35 %
10 – 19 kilometer	33 %
Over 20 kilometer	23 %
Alene på øy uten fast vegforbindelse	10 %

Dette skulle tilsa at distriktsbutikkene har om lag 15 kilometer som gjennomsnittlig avstand til nærmeste konkurrent.

19 prosent av de som besvarte spørreundersøkelsen fremhever konkurransesituasjonen som den største utfordring i årene framover. Eksempler på dette er utbygging av butikktilbudet i kommunesentre, lavpriskonkurransen, grensehandel og overetablering i markedet. Videre er det 18 prosent som vurderer manglende lojalitet fra kundene som butikkens største

utfordring. Her nevnes blant annet at nærbutikken ikke fremstår som attraktiv nok, spesielt hos yngre kunder.



Figur 2

Figur 2 viser en beregning av distriktsbutikkens andel av antallet dagligvarebutikker i landsdelene og disse butikkens andeler av dagligvareomsetningen. Beregningene er basert på IBA's undersøkelse av omsetningen i distriktsbutikkene 2010 med Statistisk sentralbyrå som kilde. Hele 43,8 prosent av dagligvarebutikkene i Nord-Norge er klassifisert som en distriktsbutikk, mens tilsvarende andel for Østlandsområdet er kun 11,4 prosent. Distriktsbutikkens andel av dagligvareomsetningen er også høyest i Nord-Norge med 13,5 prosent.

2.3. Distriktsbutikkens standard

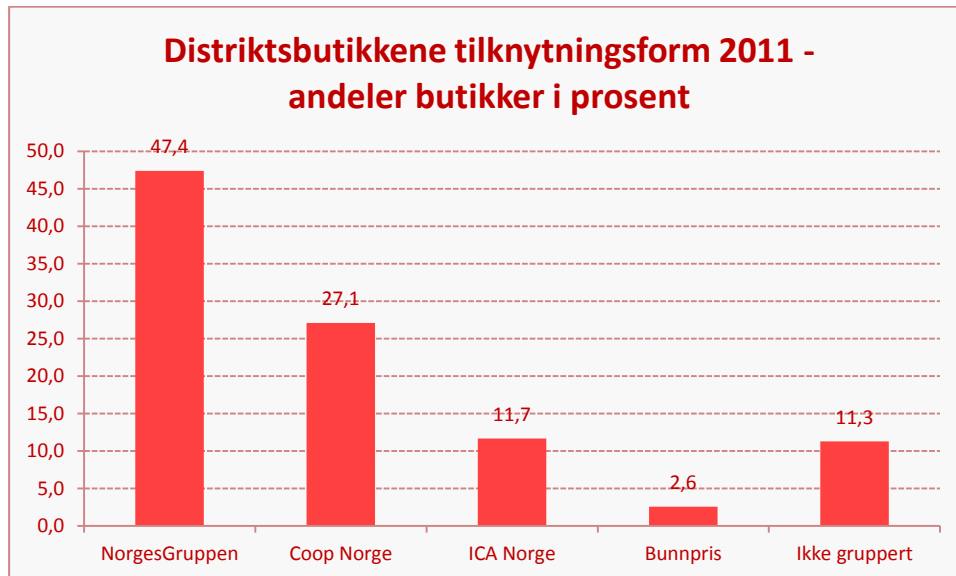
Gjennom vår spørreundersøkelse til distriktsbutikker kartla vi etableringsår for butikken og når siste større ombygging/modernisering ble gjennomført. 42 prosent av utvalget på 304 butikker ble etablert før 1950 og kun 16 prosent etter 2000. Dette forteller at flertallet av distriktsbutikker vært et innkjøpssted for dagligvarer gjennom flere generasjoner.

En av fem butikker hadde ikke gjennomført større ombygging/modernisering etter 1990, dvs over 20 år, mens 41 prosent hadde gjennomført slike tiltak etter 2005. Ettersom hovedtyngden av de som har besvart undersøkelsen har kjedetilknøyning, avdekker svaret på dette spørsmålet at det fortsatt er mange distriktsbutikker som har behov for oppgradering av sin standard for å kunne tilfredsstille de generelle krav til butikkstandard som gjerne stilles ved kjedeprofilering. Respondentene på spørreundersøkelsen har også besvart spørsmålet «Hva er den største utfordring for din butikk i årene som kommer». Her har 15 prosent nevnt oppgradering av lokaler, inventar og utstyr.

Skjevheten i utvalget for spørreundersøkelsen, dvs. for få små butikker og for få butikker uten kjedetilknøyning, tilsier at det for distriktsbutikkene nok er et enda større behov for ombygging/modernisering enn det som fremkommer i spørreundersøkelsen. Det bygges her blant annet på erfaringer fra arbeidet med Merkur-butikker.

2.4. Distriktsbutikkernes drifts- og organisasjonsform

88,7 prosent av distriktsbutikkene er knyttet til dagligvaregruppene gjennom kjedemedlemskap eller en annen samarbeidsform.



Figur 3

NorgesGruppen er den dominerende aktør med nær halvdelen av antallet distriktsbutikker under sin paraplyorganisasjon. Bunnpris er vist som egen gruppe i figuren, men var også en del av NorgesGruppen før 2012. Flertallet av NorgesGruppens distriktsbutikker er med i kjeden Nærbutikken for de mindre butikker, Joker for de mellomstore og Spar for de litt større distriktsbutikker. NorgesGruppen har en dominerende posisjon blant distriktsbutikkene på Vestlandet med 61,3 prosent av antallet og på Østlandet med 56,2 prosent.

Coop Norge er den nest største aktøren innen området distriktsbutikker. Flertallet av butikkene er her profilert som Coop Marked. Møre/Trøndelag er sterkeste område for distriktsbutikker tilsluttet Coop. Gruppens andel er her 45,8 prosent. Ica Norge har kjedene Matkroken for de mindre butikkene og Ica Nær for mellomstore distriktsbutikker. Nord-Norge er det område hvor ICA er sterkest representert blant distriktsbutikkene med en andel på 23,5 prosent. De distriktsbutikker som ikke er henført til dagligvaregruppene, har ingen formell tilknytningsform til gruppene, men har hovedsakelig NorgesGruppen og Ica Norge som hovedleverandør av varer.

Respondentene i spørreundersøkelsen hadde følgende fordeling på kjeder:

Nærbutikken	20 %
Joker	43 %
Coop Marked	21 %
Matkroken	12 %

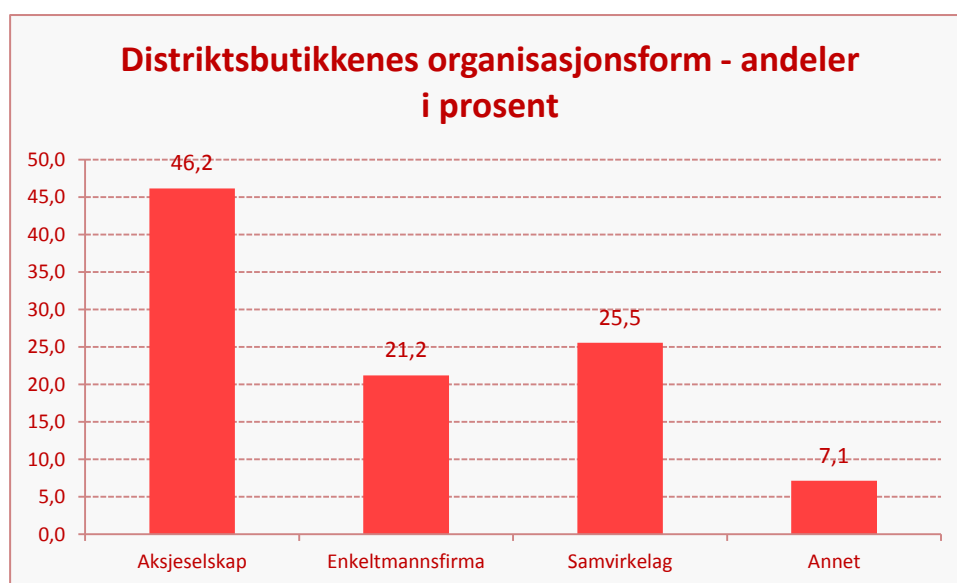
Dette viser en noe større andel svar i spørreundersøkelsen enn i distriktsbutikkregistret fra kjedebutikker i NorgesGruppen og noe lavere andel svar fra butikker tilknyttet Coop Norge.

Påstanden «Driften av butikken er helt avhengig av gode innkjøpsvilkår ved vareleveranser» fikk tilslutningen 77 % helt enig og 19 % delvis enig. Det var kun mindre variasjoner i svarene mellom de ulike kjeder. Ledere av butikker i Nærbutikken og butikkene med en netto omsetning under 2,5 millioner kroner, var imidlertid 100 prosent enig i nødvendigheten av gode innkjøpsvilkår.

Påstanden «Kjedens markedsføring bidrar sterkt til å styrke butikkens markedskraft», fikk 81 prosent tilslutning. For Joker var tilslutningen til påstanden 94 prosent, mens den for Nærbutikken var 55 prosent og for butikker med omsetning under 2,5 millioner kroner, 47 prosent. Det kan derved tolkes slik at de minste kjedebutikkene blant distriktsbutikkene i større grad enn andre kjedebutikker er avhengig av god lokal markedsføring.

Kjønnsfordelingen blant daglige ledere av distriktsbutikkene er tilnærmet 50 – 50. Butikkene lokalisert i Møre/Trøndelag har 58 prosent kvinner som daglig leder, mens andelen kvinner i butikker i Telemark/Agder er 39 prosent.

Gjennomsnittsalderen på daglig leder av distriktsbutikkene var 50 år. 17 prosent av respondentene var over 60 år. I Nord-Norge var denne andelen 22 prosent.

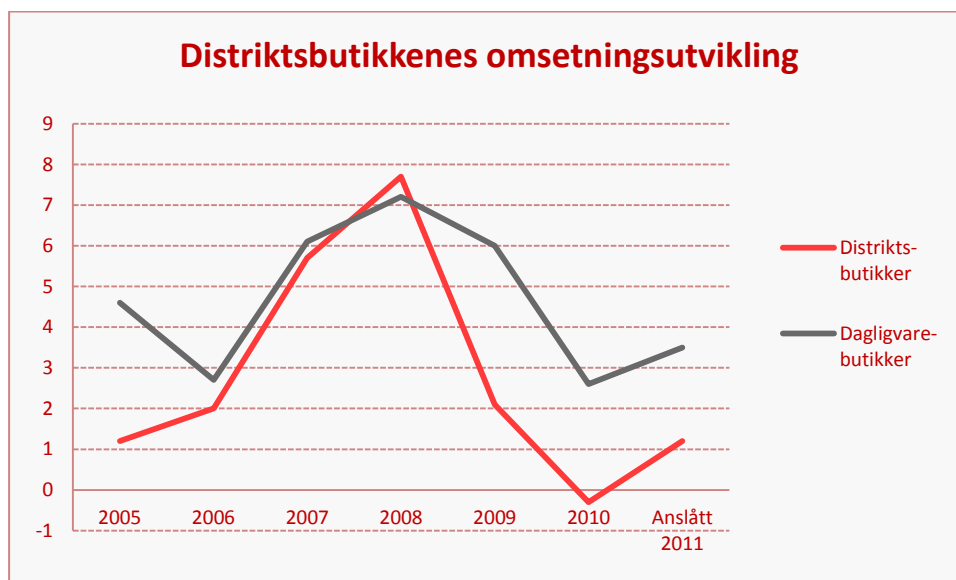


Figur 4

Nær halvparten av distriktsbutikkene er organisert som aksjeselskaper. Blant de mindre butikkene er det fortsatt mange enkeltmannsbedrifter. Samvirkelagene har sin store dominans i landsdelen Møre/Trøndelag.

2.5. Distriktsbutikkens omsetning og omsetningsutvikling

Distriktsbutikkene hadde i 2010 en samlet netto omsetning på 10,25 milliarder kroner. Dette representerte ca 7,2 prosent av omsetningen gjennom landets dagligvarebutikker. Innhenting av omsetningstallene for 2011 er ikke gjennomført. Gjennomsnittlig omsetningsendring for butikkene som deltok i spørreundersøkelsen, var imidlertid 2,2 prosent. Skjevheten i utvalget for undersøkelsen og andre korreksjonsfaktorer skulle tilsi en anslått omsetningsvekst for 2011 på 1,2 prosent.



Figur 5

Figur 5 viser omsetningsutviklingen for distriktsbutikkene i årene 2005 til 2010 basert på den undersøkelse IBA gjennomfører for Merkur-programmet. Videre er den anslåtte vekst for 2011 lagt inn sammen med de SSB's tall for omsetningsvekst for dagligvarebutikker (Nace 57.11). Dagligvarehandelen har som vist i figur 5, hatt gode veksttall i de senere år. Distriktsbutikkene har også hatt god omsetningsvekst, med noenlunde samme veksttakt før 2008. Fra 2009 har bransjen hatt omsetningsutviklingen for bransjen totalt vært bedre enn for distriktsbutikkene som i 2010 hadde en gjennomsnittlig nedgang i omsetningen på 0,3 prosent.

Omsetningen til turister og andre utenbygdsboende er viktig for de fleste distriktsbutikker. På bakgrunn av svarene i spørreundersøkelsen har vi beregnet at denne omsetningen representerer en gjennomsnittlig andel på 21 prosent. Andelen var høyest for butikker lokalisert på Vestlandet med 23,3 prosent og lavest i Nord-Norge med 19,3 prosent. Flere av respondentene hadde kommentert at tiltak for å unngå/finne løsninger på de store sesongsvingninger i omsetningen var den største utfordring i årene fremover.

Tilleggstjenester er blitt en viktig del av distriktsbutikkens tilbud til lokalsamfunnet. Videre skal tilbudet av tilleggstjenester bidra til å styrke økonomien til butikken både som følge av lønnsomheten ved selve tilleggstjenesten og ved at tilbudet bidrar til hyppigere bruk av butikken og øket vareomsetning. Spesielt for de mindre distriktsbutikker er det å kunne tilby tilleggstjenester blitt en svært viktig del av arbeidet med å skape lønnsomhet. Dette har således vært et prioritert område for deltakerne i Merkur-programmet.

Spørreundersøkelsen ga følgende svar på omfanget av tilleggstjenester:

Tippekommisjonær	82 %
Apotekutsal	72 %
Post i butikk	42 %
Salg av bensin og diesel	38 %
Miljøstasjon	21 %
Turistinformasjon	20 %
Kafé/pub	20 %
Marina	10 %
Bibliotekstjenester	7 %

I tillegg hadde 41 prosent av distriktsbutikkene satset på salg av lokalprodusert varer/produkter først og fremst som et tilbud til turistmarkedet. Andre tilleggstjenester som ble beskrevet i et åpent spørsmål var bank i butikk (bib), pakkeservice (depot, utlevering), rikstoto, salg av fiskeutstyr, salg av jakt- og fiskekort, gratis varekjøring m.v. For mange av distriktsbutikkene er tilleggstjenestene noe som kan tilbys uten at det medfører ekstra kostnader til investeringer og lønninger. Dersom tilbudet av tilleggstjenester skal skape styrket økonomi for butikken, bør det oppnås en tilfredsstillende godtgjørelse ved formidling av tjenesten. Turistinformasjon er et eksempel på et tilbud som i de fleste tilfeller tilbys uten at det oppnås økonomisk godtgjørelse for tjenesten.

2.6. Distriktsbutikkens støtteapparat

Ca halvparten av distriktsbutikkene er deltakere i Kommunal- og Regionaldepartementets Merkur-program som ble etablert i 1995. Programmet retter seg først og fremst mot mindre dagligvarebutikker i små lokalsamfunn med en avstand til nærmeste konkurrerende butikk på minimum 10 kilometer. Deltakelse innebærer gjennomføring av et grunnleggende opplæringsprogram med faglig bistand fra et konsulentapparat med spesialkunnskaper om drift av mindre distriktsbutikker. Videre følges deltakerne opp med årlige besøk, faglige samlinger og spesiell bistand dersom butikkene kommer i en situasjon hvor nedlegging truer.

Gjennom deltakelse i Merkur-programmet har ledere av mindre distriktsbutikker fått kvalifisert hjelp til omstilling og forbedret drift. I tillegg til oppfølging av autoriserte Merkur-konsulenter har deltakerne i Merkur-programmet mulighet for å dra nytte av økonomiske

støtteordninger. Deltakerne kan søke om utviklingsstøtte for gjennomføring av omstillingstiltak og fra 2010 om investeringsstøtte som først og fremst har vært til utskiftinga av butikkutstyr og investering i butikkdata. I 2011 ble det videre avsatt ekstra midler til drivstoffanlegg.

Merkur-programmet har vist seg å være en vellykket satsing fra myndighetene i arbeidet med å opprettholde butikk- og servicetilbudet i småsamfunn. Dette er blant annet bekreftet gjennom to større evalueringer som er gjennomført av Møreforskning. Butikkene har fått styrket sin overlevelsessevne ved oppgradering av butikkens standard, bedre drift, tilføring av attraktive tilleggstenester og økonomisk støtte til forbedringstiltak. Videre har deltakelsen i programmet bidratt til å gi deltakerne motivasjon til fortsatt innsats for lokalsamfunnet.

9 av 10 distriktsbutikker har i dag inngått en forpliktende samarbeidsform med dagligvaregruppene NorgesGruppen, Coop Norge og Ica Norge. Flertallet av disse deltar i et kjedesamarbeid hvor de forplikter seg på en rekke områder som for eksempel basis vareutvalg, butikklayout, servicegrad, datakommunikasjon, markedsføring og priser. Dette har ført til at butikkstandarden er blitt forbedret på de fleste områder. Spesielt viktig i den forbindelse har vært arbeidet med å investere i og dra nytte av de muligheter som åpner seg gjennom riktig bruk av butikkdata. Videre tilbys gjerne en regelmessig oppfølging av driften av kjedens konsulenter. Butikkdriverne i kjedebutikkene har også mulighet til å bli en del av et nettverk som danner grunnlag for erfaringsutveksling og motivasjon. Det viktigste punkt i et kjedesamarbeid er imidlertid de gunstige innkjøpspriser og leveringsbetingelser som kan oppnås gjennom systemdriften.

Deltakelse i kjededrift kan imidlertid være problematisk for små butikker. Oppgradering til den nødvendige standard på lokaler og utstyr koster. Videre kan enkelte sider ved kjededriften oppleves som et problem. Spesielt gjelder dette innen området tilpasning av sortimentet til det lokale markedet. I den senere tid har dette vært problemer som er søkt løst fra kjedeadministrasjonen. En større grad av frihet innen fastlegging av sortiment og prisfastsettelse og adgang til mer fleksible størrelser på vareleveranser samt leveringshyppighet er eksempler som har forenklet hverdagen for de mest utsatte butikker.

Et av spørsmålene i vår spørreundersøkelse kartla hvilke støttetiltak butikkene hadde dratt nytte av i 2011:

Utviklingsstøtte gjennom Merkur	14 %
Investeringsstøtte gjennom Merkur	23 %
Driftstilskudd fra kommunen/fylket	7 %
Midler gjennom kommunale næringsfond	7 %
Oppfølging fra kjeden	29 %
Oppfølging av Merkur-konsulent	22 %
Oppfølging fra bygdelag ol (dugnad, arrangementer)	11 %
Ingen av disse støttetiltakene	44 %

Tabell 1: Bruk av og nødvendigheten av økonomiske støttetiltak

	Under 2,5 mill	2,5 - 5 mill	5 - 7,5 mill	7,5 -10 mill	10 - 15 mill	15 - 20 mill
Utviklingsstøtte	68 %	29 %	9 %			
Investeringsstøtte	79 %	45 %	23 %	6 %		
Driftstilskudd	26 %	16 %	3 %	2 %		
Næringsfond	32 %	5 %	7 %	4 %	4 %	
Avhengig av støtteordninger	85 %	61 %	41 %	24 %	22 %	4 %
Stort behov for oppgradering	69 %	93 %	90 %	88 %	94 %	87 %

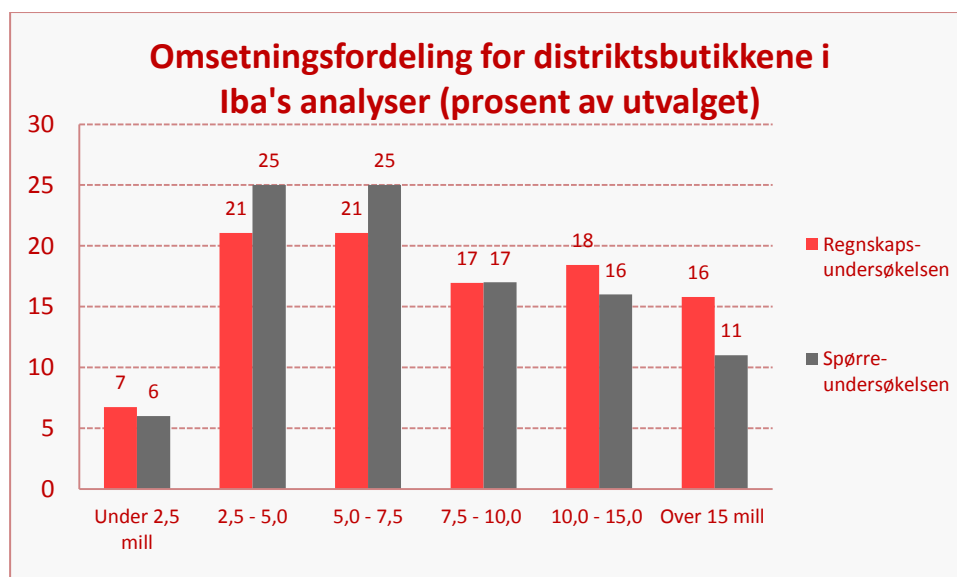
Tabell 1 viser at det først og fremst er butikker i de laveste omsetningsgrupper som har dratt nytte av de økonomiske støttetiltakene. Det er også disse butikkene som svarte at de var avhengige av økonomiske støtteordninger. Noe overraskende var det at også mange av butikkene i omsetningsintervallet 7,5 – 15 millioner kroner svarte var enige i utsagnet «Butikken er avhengig av økonomiske støtteordninger for å kunne overleve». Dette kan igjen ha sammenheng med den høye svarprosent også for de større butikker for påstanden «Det er stort behov for oppgradering av butikkens lokaler», og at dagens økonomiske situasjon ikke er god nok for å kunne gjennomføre de investeringer som dette krever.

3. Distriktsbutikkens økonomi

Kartleggingen av distriktsbutikkens økonomi er basert på analyse av regnskapene for 342 aksjeselskaper og samvirkelag for årene 2009 og 2010. Videre er det stilt spørsmål om økonomi i 2011 og økonomiutviklingen i spørreundersøkelsen rettet mot hovedsakelig kjedetilknyttede distriktsbutikker. Denne undersøkelse hadde 304 respondenter.

3.1. Nærmere om utvalget

Det er naturlig å stille spørsmål i hvilken grad det datagrunnlaget som benyttes ved analyse av distriktsbutikkens økonomi er representativt for denne gruppe butikker. For tiden foreligger det imidlertid ingen fullgod statistikk som viser fordelingen i omsetningsgrupper for butikkene i IBA's distriktsbutikkregister.



Figur 6

Figur 6 viser fordelingen på omsetningsgrupper for de 2 undersøkelsene som er gjennomført som en del av dette forskningsprosjektet. Forskjellene er her først og fremst en noe lavere andel svar i spørreundersøkelsen fra de store distriktsbutikker og noe høyere andel svar på butikker i omsetningsintervallet 2,5 – 7,5 millioner kroner. For begge disse undersøkelsene antas det at gruppen med omsetning under 2,5 millioner kroner er underrepresentert. Denne gruppen er i liten grad tilsluttet kjeder og flertallet av butikkene i gruppen er enkeltmannsfirmar eller andre selskapsformer som ikke inngår i regnskapsanalysen.

En analyse av distriktsbutikkens beliggenhet fordelt på landsdeler viser at det er stor grad av samsvar mellom landsdelens andeler av butikkene i distriktsbutikkregisteret, spørreundersøkelsen og regnskapsanalysen. Det mest markante avvik er en noen høyere andel regnskaper for butikker i Nord-Norge enn for Østlandet.

3.2.Hovedtall for distriktsbutikkene i 2009 og 2010

Tabell 2 1000 kroner Prosent

	2009	2010	2009	2010	%-endring
Salgsinntekter	9112	9094	98,1	98,3	-0,2
Andre inntekter	171	153	1,8	1,7	-10,5
Sum inntekter	9283	9247	100,0	100,0	-0,4
Bruttofortjeneste	1990	2014	21,4	21,8	1,2
Andre inntekter	171	153	1,8	1,7	-10,5
Sum driftsinntekter	2161	2167	23,3	23,4	0,3
Lønnskostnader	1134	1187	12,2	12,8	4,7
Avskrivninger	84	84	0,9	0,9	0,0
Andre driftskostnader	800	839	8,6	9,1	4,9
Finanskostnader	58	53	0,6	0,6	-8,6
Sum kostnader	2076	2163	22,4	23,4	4,2
Resultat	85	4	0,9	0,0	-95,3
Lønn daglig leder	266	278	2,9	3,0	4,5
Egenkapital i %			28,8	27	-6,2
Likviditetsgrad			2,63	2,48	-5,7

Tabell 2 viser gjennomsnittlige hovedtall fra regnskapene for 342 distriktsbutikker, dvs 32,5 prosent av det totale antall distriktsbutikker. Disse butikker representerte i 2010 ca 37 % av distriktsbutikkernes omsetning.

Salgsinntektene for utvalget falt med 0,2prosent i 2010. IBA's analyse av samtlige distriktsbutikker for 2010 viste en omsetningsnedgang på 0,3 prosent. 41 prosent av butikkene hadde nedgang i omsetningen i 2010. Spørreundersøkelsen viste en omsetningsvekst for 2011 på 2,2 prosent. 18 prosent hadde omsetningsnedgang i 2011 på mer enn – 1 prosent. Tilsvarende tall for 2010 var ifølge regnskapsundersøkelsen 34 prosent. Dette skulle tilsi at distriktsbutikkene hadde en bedre omsetningsutvikling i 2011 enn i 2010.

Andre inntekter omfatter godtgjørelse for tilleggstenester som post i butikk, tipping, andre spill, offentlige tjenester med betalt godtgjørelse, økonomisk støtte m v. For gjennomsnittsbutikken var det en nedgang i andre inntekter i 2010 på 10,5 prosent. 44 % av butikkene hadde i 2010 økning i andre inntekter.

Sum inntekter viste en nedgang i 2010 på 0,4 prosent. I tabell 2 er alle prosentstørrelser regnet med utgangspunkt i sum inntekter.

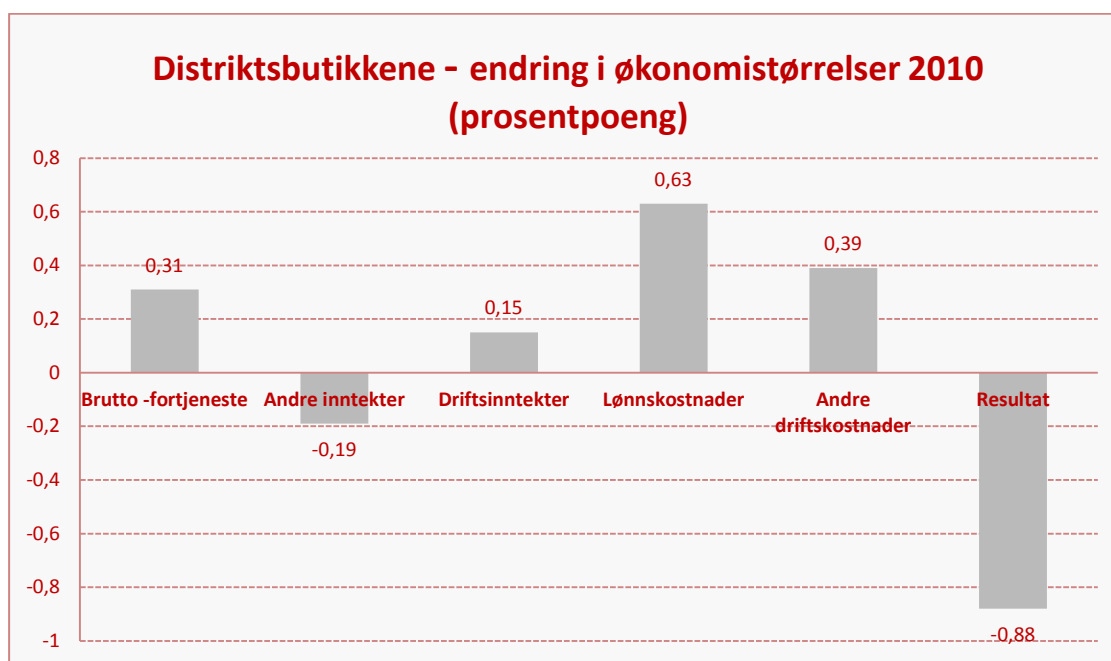
Selv om det var en nedgang i salgsinntekten i 2010, steg bruttofortjenesten med 1,2 prosent. Dette forklares med at bruttofortjenesten regnet i prosent av salgsinntekten, øket fra 21,84 prosent i 2009 til 22,15 prosent i 2010. 54 prosent av distriktsbutikkene øket sin bruttofortjeneste-prosent i 2010.

Gjennomsnittsbutikkens samlede driftsinntekter øket med 0,3 prosent i 2010 mens driftskostnadene øket med 4,2 prosent. Som en konsekvens av dette, ble det et nullresultat i 2010, mens det var et positivt resultat i 2009 på 0,9 prosent. Resultatnedgangen i prosent ble hele 95,3 prosent.

Av driftskostnadene øket lønnskostnadene med 4,7 prosent. 68 prosent av distriktsbutikkene hadde i 2010 økning i sin lønnsprosent. Lønn til daglig leder øket med 2,9 prosent. I 2010 var lønn til daglig leder 23,4 prosent av de samlede lønnskostnader. 13,5 prosent av butikkene hadde ikke belastet regnskapet med lønn til daglig leder.

Andre driftskostnader som blant annet omfatter husleie, kontorkostnader, reiser, reparasjon og vedlikehold, markedsføring, kjedeavgifter m v øket samlet med 4,2 prosent. 66 prosent av butikkene hadde i 2010 økning i driftskostnader regnet i prosent. Avskrivninger var på samme nivå som i 2009, mens det var en nedgang i finanskostnader på i gjennomsnitt 8,6 prosent.

Egenkapitalprosenten falt med 1,8 prosentpoeng, en nedgang på 6,2 prosent fra 2009. 48 prosent av butikkene hadde nedgang i bruttofortjenesten regnet i prosent. Likviditetsgraden er beregnet som forholdet mellom sum omløpsmidler og kortsiktig gjeld. Også for denne størrelse var det nedgang i gjennomsnittsverdien fra 2,63 i 2009 til 2,48 i 2010.



Figur 7

I figur 7 er vist endringer i sentrale økonomistørrelser fra 2009 til 2010 for gjennomsnittsbutikken blant distriktsbutikkene. Økning i driftsinntekter, først og fremst på grunn av øket bruttofortjeneste, er ikke nok til å møte den sterke økningen i lønnskostnader og andre driftskostnader.

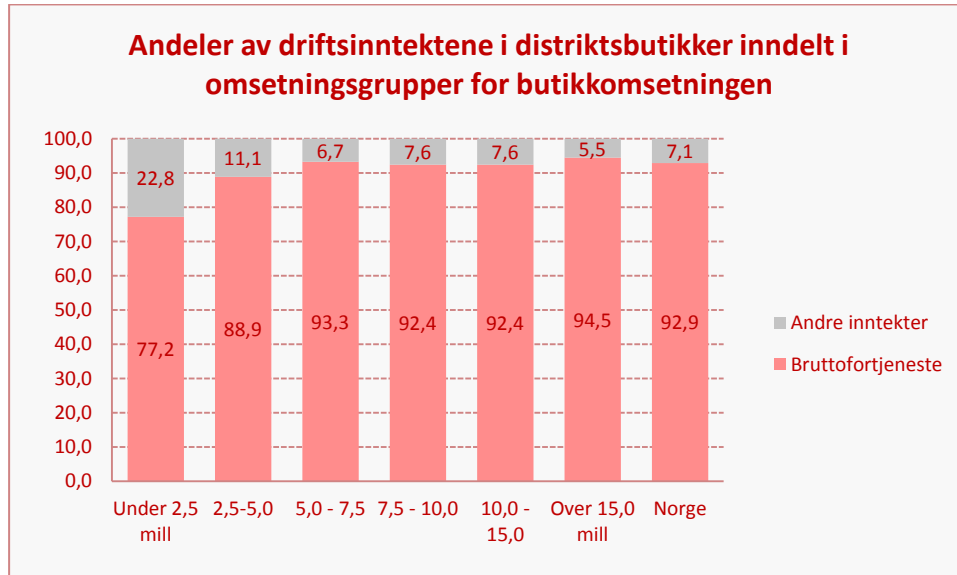
3.3. Økonomien for distriktsbutikker inndelt i omsetningsgrupper

Ved analysen har vi delt inn distriktsbutikkene i 6 omsetningsklasser ut fra butikkens netto omsetning av varer. Fordelingen av de analyserte regnskap var følgende:

Tabell 3: Regnskap for distriktsbutikkene 2010 inndelt i omsetningsgrupper

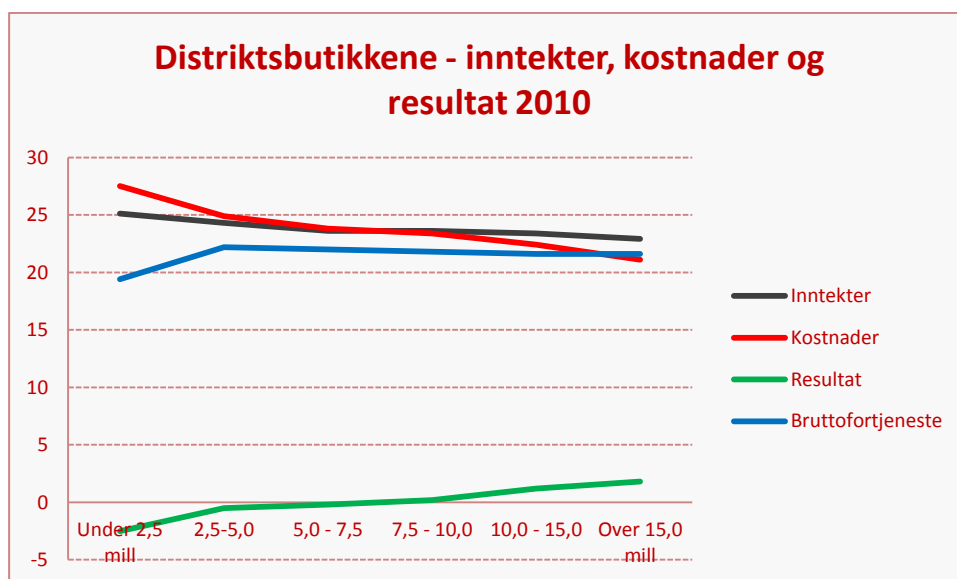
Omsetningsgruppe	Antall	Salgsinntekter	Andre inntekter	Sum inntekter
Under 2,5 mill	23	1900	115	2015
2,5 - 5,0 mill	72	3701	77	3778
5,0 - 7,5 mill	72	6052	98	6150
7,5 - 10,0 mill	58	8468	155	8623
10 - 15 mill	63	12321	222	12543
Over 15 mill	54	20313	258	20571
Sum/gjennomsnitt	342	9094	153	9247

Med unntak for de minste butikker viser gjennomførte kontroller at fordelingen av de analyserte regnskapene i omsetningsgrupper i hovedsak samsvarer med fordelingen for alle distriktsbutikker.



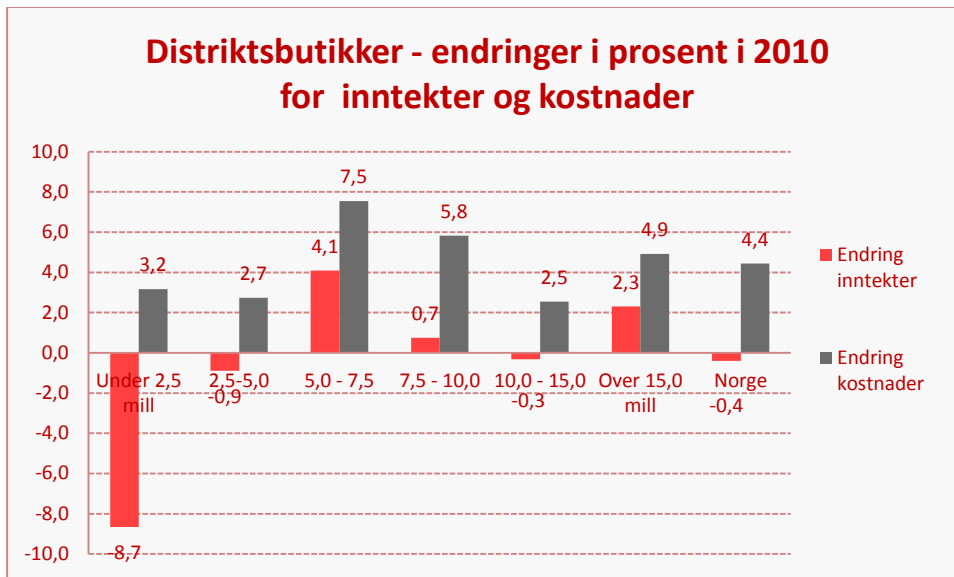
Figur 8

Bruttofortjeneste representerte i 2010 92,9 prosent av de samlede inntekter for distriktsbutikken. I figur 8 er vist fordelingene mellom bruttofortjeneste og andre inntekter i de ulike omsetningsgrupper. For de minste butikkene er andre inntekter en vesentlig del av økonomigrunnet for butikken. Mange av disse butikkene har oppnådd økonomisk støtte til driften og de har kanskje inntekter av tilleggstenester som kun i begrenset grad øker kostnadene til lønninger, lokaler o l.



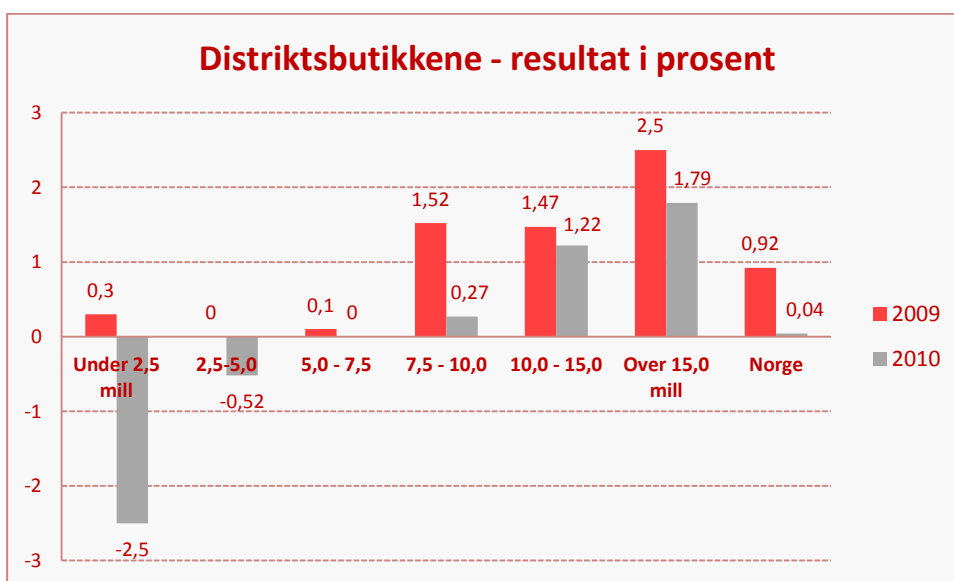
Figur 9

I figur 9 er vist gjennomsnittsnivåer som prosentstørrelser for inntekter, kostnader og resultat for distriktsbutikker inndelt i omsetningsgrupper. Prosentgrunnlaget er butikkens samlede omsetning, dvs. sum av salgsinntekt og andre inntekter. Med unntak for butikker med omsetning under 2,5 millioner kroner, er det kun mindre variasjoner for bruttofortjenesten (mellom 22 og 22,8 % regnet av salgsinntekten). De samlede inntekter i prosent er størst for de mindre butikker, noe som henger sammen med andelen andre inntekter. Kostnadsprosenten faller med økende størrelse på butikkene.



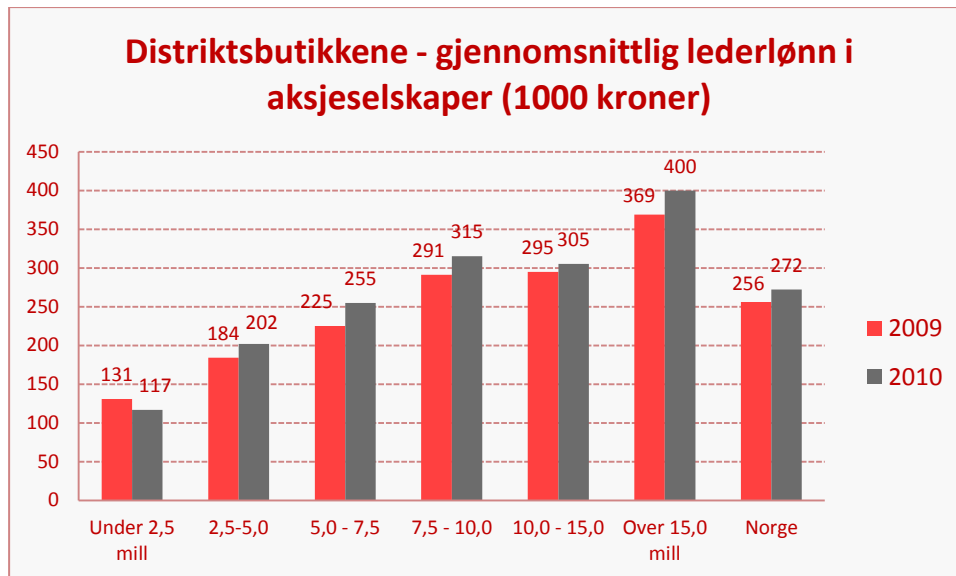
Figur 10

Figur 10 viser endring i inntekter og kostnader fra 2009 til 2010. Alle omsetningsgrupper hadde økning i kostnadene i 2010. Halvparten av omsetningsgruppene hadde prosentvis reduksjon av inntektene og for de øvrige var veksten i inntektene langt lavere enn kostnadsveksten.



Figur 11

I figur 11 er vist resultatet i prosent i 2009 og i 2010 for distriktsbutikkene inndelt i omsetningsgrupper. Resultatet er forverret i alle grupper. Det var først i omsetningsgruppen 7,5 til 10 millioner at det var positivt resultat for gjennomsnittsbutikken. Analysen viser imidlertid at det var negativt resultat for 43 % av butikkene i denne omsetningsgruppe.



Figur 12

I figur 12 er vist gjennomsnittlig lønn til daglig leder i gjennomsnittsbutikken innen omsetningsgruppene. Det bør her bemerkes at det er noen butikker hvor det ikke er tatt ut lederlønn, spesielt gjelder dette for butikker i omsetningsgruppene med lavest omsetning.

De relativt lave gjennomsnittstall for godtgjørelse til daglig leder, forteller at regnskapene ikke viser den egentlige kostnad ved det arbeid som nedlegges i distriktsbutikkene.

Noen kommentarer om økonomien til butikkene i de enkelte omsetningsgrupper:

Butikker med salgsinntekt under 2,5 millioner

- Gjennomsnittlig salgsinntekt 2010 1,9 millioner kroner. Nedgang på 9 prosent fra 2009.
- Andre inntekter falt med 2,5 prosent.
- Bruttofortjenesten av varesalget var 20,5 prosent. 20,4 prosent i 2009.
- Lønnskostnadene var 11,8 prosent. 65 prosent hadde høyere lønnskostnad enn i 2009.
- Driftskostnader i prosent 15,5 prosent. Økning hos over 60 prosent av butikkene.
- Resultat: – 2,5 prosent. Nedgang på 2,8 prosentpoeng fr 2009. 70 prosent hadde negativt resultat.
- Egenkapitalprosenten var 31,3. Sterkt fall fa året før.
- Daglig leders lønn var 117 000. 10,7 prosent lavere enn i 2009.
- Nedgang i likviditetsgraden

Butikker med salgsinntekt mellom 2,5 og 5,0 millioner

- Gjennomsnittlig salgsinntekt 2010 3,7 millioner kroner. Nedgang på 0,4 prosent fra 2009.
- Annen inntekt falt med 19 prosent
- Bruttofortjenesten var 22,8 prosent. Økning på 0,6 prosentpoeng.
- Lønnskostnadene var 13,6 prosent. Økning på 0,6 prosentpoeng.
- Driftskostnadene var 11,3 prosent. 63 prosent hadde økning fra 2009.
- Resultat: – 0,5 prosent. Nullresultat i 2009. 56 % hadde minusresultat.
- Egenkapitalprosenten var 20,9. Litt lavere enn i 2009.
- Daglig leders lønn var 202 000. 9,8 prosent økning fra 2009.
- Nedgang i likviditetsgraden.

Butikker med salgsinntekt mellom 5,0 og 7,5 millioner

- Gjennomsnittlig salgsinntekt 2010 var 6,05 millioner kroner. 4,4 prosent økning.
- Annen inntekt falt med 12,5 prosent.
- Bruttofortjenesten var 22,4 prosent. Økning på 0,9 prosentpoeng fra 2009.
- Lønnskostnadene var 13,1 prosent. 70 prosent hadde høyere lønnsprosent.
- Driftskostnadene var 10,8 prosent. Svak økning fra året før.
- Resultat: 0,0 prosent. Resultat i 2009 var 0,1 prosent. 30 prosent hadde negativt resultat begge år.
- Egenkapitalprosenten var 21,5. Litt forbedring fra året før.
- Daglig leders lønn var 255 000. 14,9 prosent økning fra 2009.
- Likviditetsgraden viste svak økning.

Butikker med omsetning mellom 7,5 millioner og 10 millioner

- Gjennomsnittlig salgsinntekt 2010 var 8,48 millioner kroner. 0,7 prosent økning fra 2009.
- Andre inntekter var uendret fra 2009.
- Bruttofortjenesten var 22,4 prosent. Samme nivå som i 2009.
- Lønnskostnadene var 13,0 prosent. Økning med 0,8 prosentpoeng.
- Driftskostnadene var 10,6 prosent. Svak økning fra 2009.
- Resultat: 0,27 prosent. Resultat i 2009 var 1,52 prosent. 43 % hadde negativt resultat i 2010.
- Egenkapitalprosenten var 26,7. Nedgang fra 2009.
- Daglig leders lønn var 326 000. Økning på 8,2 prosent fra 2009.
- Likviditetsgraden falt betydelig.

Butikker med omsetning mellom 10 og 15 millioner

- Gjennomsnittlig salgsinntekt 2010 var 12,32 millioner. Nedgang på 0,2 prosent.
- Andre inntekter falt med 7,9 prosent.
- Bruttofortjenesten var 22,0 prosent. Økning på 0,5 prosentpoeng fra 2009.
- Lønnskostnadene var 12,1 prosent. Økning på 0,3 prosentpoeng.
- Driftskostnadene var 10,3 prosent. Svak økning fra 2009.
- Resultat: 1,22 prosent. 1,47 prosent i 2009. 29 prosent hadde negativt resultat i 2010.
- Egenkapitalprosenten var 26,3. Svak forbedring fra året før.
- Daglig leder lønn var 305 000. 3,4 prosent økning fra 2009.
- Likviditetsgraden viste svak nedgang.

Butikker med omsetning over 15 millioner

- Gjennomsnittlig salgsinntekt 2010 var 20,3 millioner. 2,6 % gjennomsnittlig vekst.
- Andre inntekter falt med 14,3 prosent.
- Bruttofortjenesten var 21,9 prosent. Uendret nivå fra året før.
- Lønnskostnadene var 11,5 prosent. Økning på 0,3 prosentpoeng fra 2009.
- Driftskostnadene var 9,6 prosent. Svak økning fra året før.
- Resultat: 1,79 prosent. Nedgang på 0,7 prosentpoeng fra 2009. 24 % hadde negativt resultat.
- Egenkapitalprosenten var 32,9. Svak forbedring.
- Daglig leders lønn var 400 000. 8,4 prosent økning fra 2009.
- Likviditetsgraden viste svak forbedring.

3.4.Økonomien for distriktsbutikker i landsdelene

Ved analyse av regnskapene for distriktsbutikkene er butikkene inndelt ut fra beliggenhet i 5 landsdeler.

Tabell 4: Regnskapstall for distriktsbutikkene 2010 inndelt ut fra landsdeler

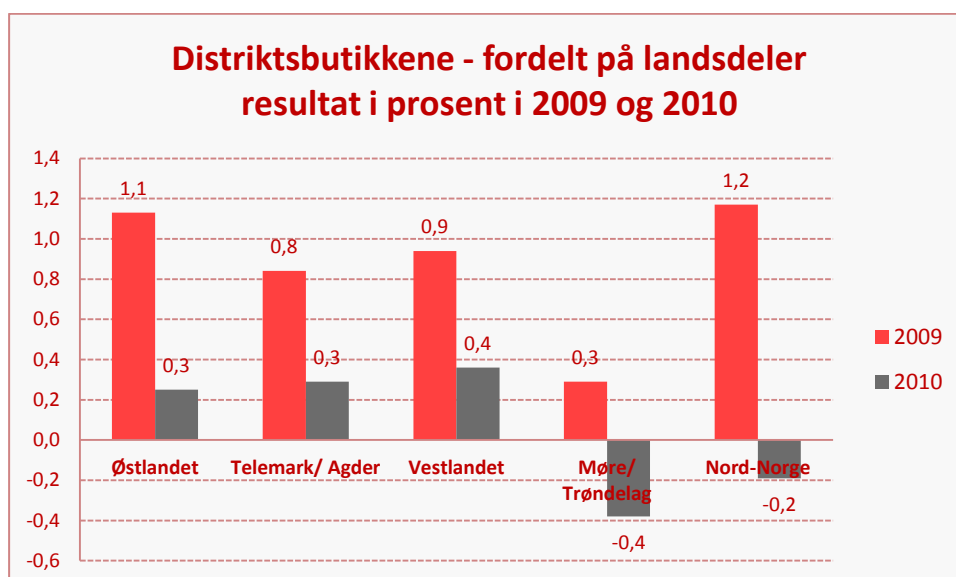
Landsdel	Antall	Salgsinntekt	Andreinntekter	Sum inntekter
Østlandet	52	11226	196	11422
Telemark/Agder	42	10084	105	10189
Vestlandet	87	8386	104	8490
Møre/Trøndelag	61	9238	164	9402
Nord-Norge	100	8098	187	8285
Norge	342	9094	153	9247

Tabell 4 viser gjennomsnittstall for omsetning i distriktsbutikkene inndelt ut fra landsdeler. Det er på Østlandet og i Agder/Telemark vi finner de største distriktsbutikker, målt ut fra omsetning. Butikkene i Nord-Norge har lavest gjennomsnittsomsetning, men den høyeste andel for andre inntekter. Bruttofortjenesten målt i prosent av varesalget varierer fra 20,7 prosent i Møre/Trøndelag til 23,0 prosent i Telemark/Agder.



Figur 13

I figur 13 er vist den prosentvise endring for inntekter (bruttofortjeneste og andre inntekter) og kostnader i 2010 for distriktsbutikkene i landsdelene. Kostnadene viser sterk i alle landsdeler, mens inntekten viser nedgang for butikkene på Østlandet, Møre/Trøndelag og Nord-Norge. Årsaken til nedgangen i disse landsdeler, var først og fremst nedgang i varesalget, men også på grunn av nedgang i andre inntekter. Distriktsbutikkene i Telemark/Agder hadde god inntektsvekst i 2010, først og fremst på grunn av god vekst i varesalget.



Figur 14

Figur 14 viser regnskapsmessig resultat i prosent for distriktsbutikkene i landsdelene 2009 og 2010. Det var sterk nedgang i det regnskapsmessige resultat i alle landsdeler.

Resultatnedgangen er et resultat av svak omsetningsutvikling, reduksjon av andre inntekter og kostnadsvekst spesielt for lønnskostnader. Som en konsekvens av dette, finner vi en nedgang i egenkapitalprosenten for distriktsbutikkene i alle landsdeler og nedgang i målstørrelser for likviditet.

3.5.Noen sammenligninger av kjedebutikker og øvrige butikker.

Tabell 5: Distriktsbutikker - Inntekter og inntektsutvikling

	Kjedebutikker	Ikke kjede
Antall	265	77
Salgsinntekt 2010 (1000 kr)	8946	9605
Endring salgsinntekt i prosent	1,3	-5,2
Andre inntekter (1000 kr)	141	196
Endring andre inntekter i prosent	-7,8	-16,6
Sum inntekter (1000 kr)	9087	9801
Endring sum inntekter i prosent	1,1	-5,5

Tabell 5 viser antall butikker og inntektsstørrelser for distriktsbutikker fordelt på kjedebutikker og butikker som betegnes ikke-kjede. 77,5 prosent av distriktsbutikkene i regnskapsanalysen var kjedebutikker. Disse butikker hadde en lavere gjennomsnittsomsetning enn de butikker som ikke var kjedetilknyttet. Kjedebutikkene hadde den beste salgsutvikling og hadde minst nedgang i andre inntekter.

Tabell 6: Noen økonomistørrelser og endringer av prosentstørrelser i 2010

	Kjedebutikker	Ikke kjede
Bruttofortjeneste i %	22,48	21,04
Resultat i prosent	0,46	-1,41
Egenkapital i prosent	24,3	26,5
Likviditetsgrad	1,89	3,94
Endringer i 2010:		
Endring i bruttofortjenesten i prosent	0,48	0,06
Endring i prosent for lønnskostnader	0,44	1,1
Endring i prosent for andre kostnader	0,26	0,78
Endring i resultatprosent	-0,46	-2,45
Endring i egenkapitalprosent	-1,4	-5,2
Endring i likviditet	-0,05	-0,48

Kjedebutikkene oppnådde en høyere bruttofortjeneste i prosent enn de butikker som ikke var tilknyttet kjeder. Resultatet var positivt for kjedebutikkene og negativt for øvrige butikker. Kjedebutikkene hadde nær 2 prosentpoeng bedre resultat enn øvrige butikker. Egenkapitalen andel av totalkapitalen var omtrent lik for de to grupper, mens øvrige butikker hadde en likviditetsgrad på et langt høyere nivå enn kjedebutikkene.

Kjedebutikkene hadde størst økning i bruttofortjeneste-prosenten og hadde sammenlignet med butikker utenfor kjedesamarbeid, en lavere vekst i lønnsprosenten og i kostnadsprosenten for øvrige driftskostnader. Dette resulterte naturlig nok i en langt bedre utvikling for kjedebutikkens resultatprosent. Tilsvarende hadde kjedebutikkene en mindre nedgang enn øvrige butikker i egenkapitalprosent og i målstørrelsen for likviditet.

4. Analyse av distriktsbutikkens sårbarhet

Med utgangspunkt i kunnskaper om distriktsbutikkene basert på innhentede data, analyser av distriktsbutikkens struktur, analyse av regnskaper og svar gitt i spørreundersøkelsen til ledere av distriktsbutikker, skal vi søke å gi svar på mulige konsekvenser for disse butikker og distriktsbutikker generelt ved ulike endringer i arbeidsbetingelsene som kan bidra til et ytterligere press på økonomien og overlevelsessevnen til butikkene. Ut fra tallgrunnlaget i regnskapsanalysen for årene 2009 og 2010 og annen innhentet informasjon om butikkene er det videre gjennomført en risikoanalyse. Denne analyse skal indikere i hvilken grad disse butikkene ut fra nåværende økonomi og driftsform står i fare for en nedleggelse eller det må finne sted eierskifte.

Vi har videre utarbeidet en modell som viser normale størrelser for inntekter, kostnader og resultat for distriktsbutikker i ulike omsetningsstørrelser. Som grunnlagsdata i modellen, er det benyttet data fra regnskapsundersøkelsen og informasjonen innhentet fra ulike kilder om nødvendige nivåer for kostnader og inntekter ved drift av distriktsbutikker. Med denne modellen som basis, er det gjennomført simuleringer som skal vise innvirkningen på resultatet som følge av endringer i butikkens arbeidsbetingelser som påvirker nivået på inntekter og kostnader. Informasjon fra butikkledere innhentet gjennom spørreundersøkelsen blir hensyntatt ved tolking av resultatet av de gjennomførte simuleringer.

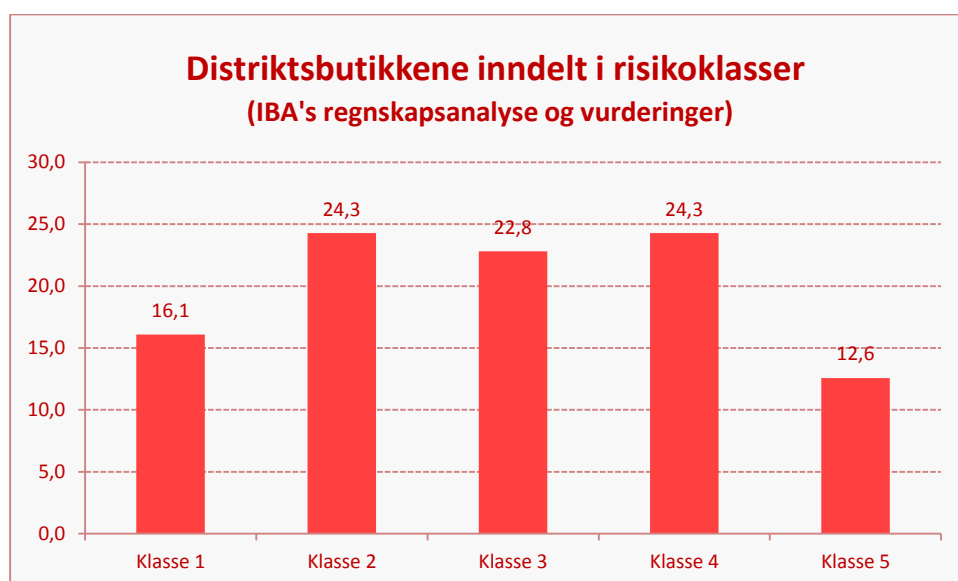
4.1 Risikoanalyse

Risikovurderingen er gjennomført ved en analyse av 342 regnskaper for 2009 og 2010. Det er gjennomført en vurdering av størrelser som viser nivå og utvikling for inntekter, kostnader og resultat. Tilsvarende vurderinger er gjort for egenkapitalen i prosent og for likviditetsgraden. Videre er det tatt hensyn til i hvilken grad det er tatt ut lederlønn i bedriften samt en helhetsvurdering av kostnadsbildet i regnskapene, herunder nivået på avskrivninger og finanskostnader.

På bakgrunn av disse vurderinger av regnskapene og regnskapsinformasjonen, er bedriftene gruppert i risikoklasser fra 1 til 5 hvor risikoklasse 1 er de bedrifter med størst fare for at de blir avvirket i sin nåværende form og hvor risikoklasse 5 er de av butikkene hvor det er vurdert minst grad av risiko. Kjennetegn ved bedrifter i de ulike risikoklasser er følgende:

Risikoklasse 1: Svakt resultat, ofte både i 2009 og 2010
Lav eller ingen lederlønn
Kunstig lavt nivå på øvrige kostnader
Svak omsetningsutvikling
Dårlig og ofte negativ egenkapital-prosent
Generelt: Disse bedrifter trenger refinansiering og betydelige omstillinger av driften. Mange av bedriftene eksisterer kun på grunn av «gratis» arbeid, lokaler og kapital.

- Risikoklasse 2:** Svakt resultat og dårlig resultatutvikling
 Lav og fallende egenkapitalandel og svekket likviditet
 Stor avhengighet av tilleggsinntekter, støttemidler og dugnad
 Tåler ikke nedgang i omsetning
 Lavt uttak av lederlønn
 Generelt: Disse bedrifter har stort behov for omstilling for å unngå å komme i risikoklasse 1
- Risikoklasse 3:** Svak utvikling i de senere år med svekket økonomi
 Fortsatt brukbart nivå på egenkapital og likviditetsgrad
 Driften gir rom for uttak av tilfredsstillende lederlønn
 Har ofte rimelige lokaler og lave øvrige driftskostnader
 Generelt: Mange av svakhetene ifølge regnskapene kan sannsynligvis rettes opp ved systematisk inntekts- og kostnadsjakt
- Risikoklasse 4:** Lave marginer, men stort sett tilfredsstillende drift og lønnsomhet sammenlignet med gjennomsnittet for distriktsbutikkene.
 Generelt: Med arbeidsbetingelser som i dag, vil disse bedriftene kunne videreføre vare- og servicetilbudet til bygda med tilfredsstillende kvalitet
- Risikoklasse 5:** Denne gruppe av butikker er vurdert som de mest robuste blant distriktsbutikkene med tilfredsstillende økonomi og en god utvikling sammenlignet med bransjen.
 Generelt: Bedriftene i denne risikoklasse har i dag en driftsform og en lønnsomhet som gir et tilfredsstillende resultat slik at bedriftene også tåler øket konkurranse.

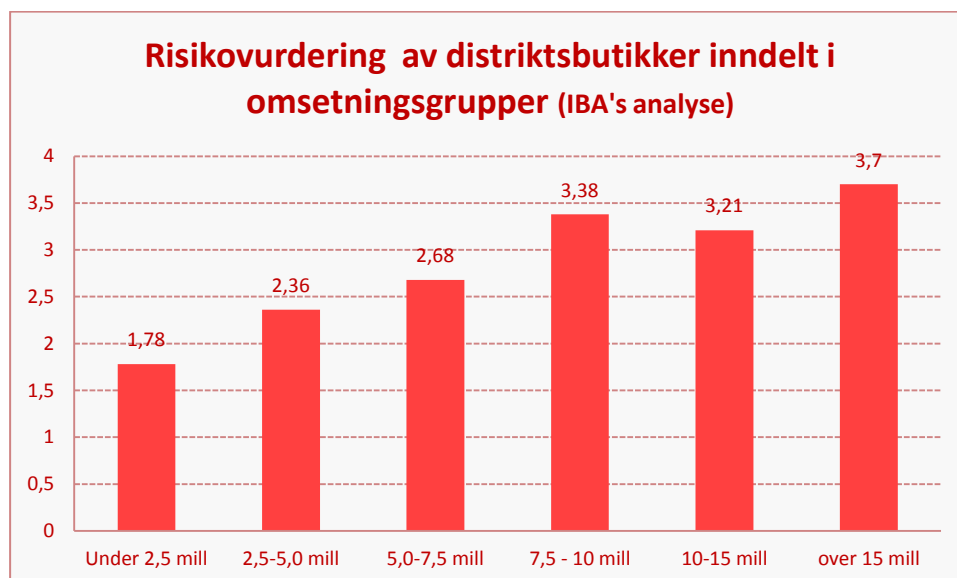


Figur 15

I figur 15 er vist fordelingen på risikoklasser for de analyserte distriktsbutikkene. Vi velger å benytte denne fordelingen som et gjennomsnitt for det samlede antall distriktsbutikker. Bak dett ligger en vurdering av at antallet små bedrifter er underrepresentert i regnskapsanalysen. Flertallet av disse butikker er representert i risikoklassene 1 og 2. Imidlertid ser vi at foreløpige tall fra regnskaper for 2011 og tilbakemeldinger om omsetningsutvikling og resultat i spørreundersøkelsen indikerer en noe bedret økonomisk situasjon for distriktsbutikkene i 2011 enn i 2010.

Med utgangspunkt i fordelingen i figur 15, havnet 169 av landets 1053 distriktsbutikker i risikoklasse 1. Samlet for risikoklassene 1 og 2 er andelen risikoutsatte butikker 40,4 prosent eller 425 butikker hvor det kreves stor innsats dersom butikktilbudet skal kunne opprettholdes. For bedriftene i klasse 1 betyr det nye eiere/drivers, fortsatt svekket konkurransekraft, lav eller ingen godtgjørelse for arbeidsinnsats, liten evne til å skape en attraktiv butikkstandard, nødvendig tilgang til betydelige tilleggsinntekter m v. Alternativet er bortfall av det vare- og servicetilbud som disse butikker gir sine kunder.

Av distriktsbutikker med en butikkomsetning under 2,5 millioner kroner er 8 av 10 butikker i risikoklassene 1 og 2. Av butikker med omsetning mellom 2,5 og 5 millioner kroner er 6 av 10 i risikoklassene 1 og 2. Det er imidlertid ikke bare de distriktsbutikker i de laveste omsetningsklasser som er vurdert som risikoutsatte bedrifter. Hver tredje butikk i omsetningsintervallet 10 til 15 millioner kroner er således vurdert til risikoklasse 1 eller 2.



Figur 16

I figur 16 er vist resultatet av en vekting av den gjennomførte risikovurdering. Som naturlig er, viser figuren mindre risikoutsatthet ved økende omsetningsstørrelse for butikkene. For butikker med omsetning under 2,5 millioner kroner var det ingen butikker som havnet i risikoklassene 4 og 5.

Tabell 7A: Økonomistørrelser i distriktsbutikker med størst og minst risikoklassifisering

	Høyest risiko	Lavest risiko	Totalt
Salgsinntekter 2010	6113	14117	9094
Andre inntekter (1000 kr)	99	292	153
Omsetning i 2010 (1000 kr)	6212	14409	9247
Bruttofortjeneste varesalg (%)	22,2	23,3	22,2
Sum driftsinntekter (%)	23,4	24,9	23,4
Lønnskostnader (%)	14,4	12,2	12,8
Andre kostnader (%)	13,5	8,9	10,6
Resultat (%)	-4,5	3,8	0
Egenkapital i prosent	-23,7	49,4	23,2
Lederlønn (1000 kr)	190	381	278
Likviditetsgrad	1,67	3,18	2,65

Tabell 7A viser at gjennomsnittsomsetning er 2,3 ganger større i de bedriftene som har lavest risikoklassifisering, dvs risikoklasse 5. Det er overraskende liten forskjell i nivået på bruttofortjenesten for varesalget målt i prosent. Kostnadsnivået er imidlertid markant høyere blant butikkene i risikoklasse 1. Dette gir naturlig nok store forskjeller for resultat målt i prosent.

Som gjennomsnitt, hadde gruppen butikker med høy risikoklassifisering negativ egenkapital. 76 prosent av de undersøkte regnskapene i denne risikoklasse hadde negativ egenkapital. For de bedrifter med lav risiko, var egenkapitalen i gjennomsnitt 49,4 prosent, et nivå som er langt høyere enn det som ansees som normalt og nødvendig. Lederlønnen i kroner var i gjennomsnitt dobbelt så høy i bedrifter med lav risikoprofil sammenlignet med de med høyest risiko. Det forteller litt om muligheten til å gi lønn for arbeidsinnsatsen i butikker med dårlig økonomi. Likviditetsgraden, som uttrykker forholdet mellom omløpsmidler og kortsiktig gjeld, var også langt høyere i bedrifter med lav risiko.

Tabell 7B: Prosentvis endring for inntektene i distriktsbutikker med høy og lav risiko

	Høyest risiko	Lavest risiko	Totalt
Salgsinntekt	-3,9	0	-0,2
Andre inntekter	-15,4	-2,3	-10,5
Omsetning	-4,1	0	-0,4
Bruttofortjeneste varesalg	-0,8	0	1,2
Sum driftsinntekter	-1,9	-0,2	0,3

Tabell 7B viser nedgang i inntekter for de distriktsbutikkene som er vurdert til høyeste risikoklasse og nullvekst eller svak nedgang for butikkene med lavest risikovurdering.

Tabell 7C: Endringer i prosentstørrelser for kostnader, resultat og effektivitet

	Høyest risiko	Lavest risiko	Totalt
Bruttofortjeneste	0,7	0	0,3
Inntekter	0,5	0	0,2
Lønninger	1,6	0,4	0,6
Andre driftskostnader	1,8	-0,2	0,4
Resultat	-2,9	-0,2	-0,9
Egenkapital	-17,2	2,4	-3,8
Likviditetsgrad	-0,12	0,2	-0,13

Tabell 7 C forteller om en ugunstig kostnadsutvikling for gjennomsnittsbedriften blant distriktsbutikkene som er vurdert i klassen med høyest risiko. De bedrifter i den laveste risikoklasse har en bedre utvikling for kostnadene enn gjennomsnittet for distriktsbutikker. Vi finner samme mønster som for kostnadene ved sammenligning av resultatstørrelsen og for effektivitetsmålene.

4.2 En modell for analyse av distriktsbutikkens økonomi

Ved analyse av regnskapene for 342 distriktsbutikker fremkom inntekter, kostnader og resultat slik de er innrapportert til myndighetene. Denne analysen viste som gjennomsnitt for distriktsbutikken en nettoomsætning på 9,25 millioner kroner og et resultat på 0,04 prosent eller ca 4 000 kroner. 44,5 prosent av butikkene hadde negativt netto resultat i 2010. 33 prosent hadde negativt resultat i 2009.

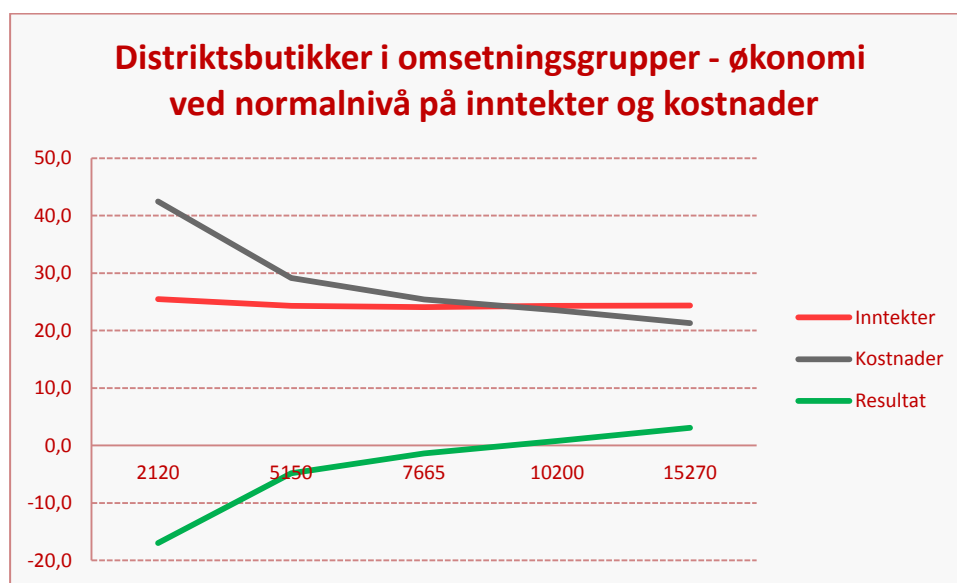
Figur 9 viste en grafisk fremstilling av forholdet mellom inntekter, kostnader og resultat for butikkene som deltok i regnskapsundersøkelsen. For å oppnå et resultat som ga regnskapsmessig balanse, måtte butikken oppnå et varesalg på ca 8,5 millioner kroner. Denne nullpunktomsætning stemmer godt overens med analysen for butikker i omsetningsgruppen 7,5 – 10 millioner hvor det ut fra regnskapet for 58 butikker fremkom et lite plussresultat på 0,27 prosent i 2010.

Ved nærmere studie av regnskapstallene, ser vi at en stor del av distriktsbutikkene, og da spesielt de med omsetning under gjennomsnittet, har et kostnadsbilde som ikke er i samsvar med det som må anses som normalt for at en distriktsbutikk skal kunne holde en rimelig standard på sine lokaler, inventar og utstyr, gi en tilfredsstillende godtgjørelse for det arbeid som ledelse og gjennomføring av driften medfører og gi en rimelig avkastning til den kapital som normalt kreves i virksomheten. I en modell har vi derfor vist det vi mener er riktige nivåer på inntekter, kostnader og resultat for butikker med salgsinntekt varierende fra 2 millioner kroner til 15 millioner.

Tabell 8: Inntekter, kostnader og resultat i distriktsbutikker med varierende omsetning

Salgsinntekt i 1000 kroner	2000	5000	7500	10000	15000
Bruttofortjeneste i prosent	21,0	22,0	22,4	22,8	23,0
Andre inntekter i 1000 kroner	120	150	165	200	270
Sum omsetning i 1000 kroner	2120	5150	7665	10200	15270
Inntekter i prosent	25,5	24,3	24,1	24,3	24,4
Lønnskostnader i prosent	25,0	15,5	13,0	12,3	11,5
Andre driftskostnader i prosent	17,5	13,6	12,4	11,3	9,8
Resultat i prosent	-17,0	-4,9	-1,4	0,8	3,1
Resultat i 1000 kroner	-360	-250	-105	80	470

Bruttofortjenesten i prosent bygger på nivået i 2010 slik det fremkom i regnskapsundersøkelsen, men er oppjustert litt for butikker med omsetning over 10 millioner. Andre inntekter er også basert på erfaringstall fra 2010. I lønnskostnader er det tatt hensyn til en godtgjørelse til daglig leder/eier samt leiet arbeidskraft. For butikker med omsetning 2 millioner er for eksempel lønnskostnader i modellen 530 000 kroner (350 000 for leder (fulltidsansatt) og 180 000 for kjøp av annet arbeid).



Figur 17

Figur 17 viser inntekter, kostnader og resultat slik de fremkommer i tabell 8. Nullpunkt for en distriktsbutikk ut fra modellen er en omsetning på ca. 10 millioner kroner. Et fra regnskapstallene i 2010, var det kun 34 prosent av utvalget som hadde et slikt omsetningsnivå. Sunn økonomi tilsier videre et overskudd på minimum 2 prosent. Dette oppnås i modellen først ved en omsetning på ca. 13 millioner kroner. Det bør her bemerkes at resultatet som fremkommer i modellen for butikker over 10 millioner er mer gunstig enn de resultatstørrelser som fremkom i regnskapsanalysen. Dette skyldes først og fremst at det for de største butikkene er det benyttet en høyere prosent for bruttofortjenesten i modellen enn gjennomsnittet som fremkom i regnskapsanalysen.

4.3 Beregning av effekten av endringer i økonomiske rammebetingelser

Med utgangspunkt i modellen for distriktsbutikkens økonomi har vi gjennomført noen simuleringer for å kunne måle virkningen på butikkens resultat ved endringer i de økonomiske arbeidsbetingelser.

Tabell 9: Virkningen på resultatprosenten ved endrede inntekter og kostnader

	2000	5000	7500	10000	15000
Omsetningsendringer:					
- Opp 5 % og uendrede kostnader	2,0	1,4	1,2	1,1	1,0
- Opp 10 % og uendrede kostnader	3,9	2,7	2,3	2,1	1,9
- Opp 10 % og 4 % kostnadsøkning	2,3	1,6	1,4	1,3	1,1
- Uendret oms - 4 % kostnadsøkning	-1,7	-1,1	-1,0	-1,0	-0,9
- Ned - 5 % og uendrede kostnader	-2,2	-1,5	-1,3	-1,3	-1,1
- Ned -5 % og 4 % kostnadsøkning	-4,0	-2,7	-2,4	-2,2	-2,0
Endrede varekostnader:					
1 % økning og uendret omsetning	- 0,7	-0,7	-0,7	-0,8	-0,8
2 % økning og uendret omsetning	-1,5	-1,5	-1,5	-1,5	-1,5
1 % reduksjon og uendret omsetning	0,8	0,8	0,8	0,7	0,7
10 % nedgang i andre inntekter	-0,6	-0,3	-0,2	-0,2	-0,2
50000 i øket driftstilskudd	2,7	1,1	0,7		

Økning av omsetningen innenfor ledig kapasitet gir som vist i tabellen, god forbedring av resultatet. For en butikk med 7,5 millioner i omsetning vil 5 prosent omsetningsøkning med uendret kostnadsnivå kunne gi butikken et nullresultat. Med 10 millioner i omsetning, vil en slik vekst i omsetningen også gi butikken et tilfredsstillende nivå på resultatprosenten. Som beregningen viser, vil økende kostnader føre til langt mindre forbedringer i resultatstørrelsen.

Vekst i omsetningen gir størst utslag i resultatprosenten for butikker med lavt omsetningsnivå. Her vil en omsetningsvekst i større grad kunne gjennomføres innenfor ledig kapasitet. Den resultatforbedring som vil kunne oppnås ved omsetningsvekst i de minste butikkene, vil imidlertid være langt under det som er nødvendig for å skape lønnsomme arbeidsplasser og rom for å kunne skape og opprettholde en god butikkstandard. For disse butikker er situasjonen ofte et fallende marked som en følge av fraflytting, forgubbing, få barnefamilier mv. Tabell 9 viser at en kombinasjon av nedgang i omsetningen og økning av kostnadsnivået gir sterkest negativt utslag for resultatprosenten.

Bruttofortjenesten av varesalget er distriktsbutikkens desidert største inntektspost, varierende fra 94 prosent i gjennomsnitt for de minste butikkene til over 98 prosent for de med størst omsetning. Regnskapsanalysen viste at 9 prosent av distriktsbutikkene kun hadde bruttofortjenesten som driftsinntekter.

Nivået på bruttofortjenesten bestemmes først og fremst av nivået på varekostnadene som igjen er bestemt av innkjøpspriser og -vilkår, rabatter og bonuser fra vareleverandører oppnådd på grunn av innkjøpt mengde og form, avtaler om innkjøps- og markedsføringsamarbeid, kjøpslojalitet og kostnader knyttet til vareleveransene. Videre bestemmes bruttofortjenesten av prisene som butikkene har på varene, butikkens sortiment, omsetningsfordelingen, rabatter knyttet til salget og svinn i ulike former.

Butikker som er med i kjeder, inngår avtaler hvor det ligger ulike grader av forpliktelser knyttet til vareanskaffelser, sortiment, markedsføring og priser. For distriktsbutikken er det å kunne tilpasse driften til lokale forhold en viktig del av profileringen. Dette krever igjen en viss grad av frihet innenfor områder som vareutvalg, herunder salg av lokalt produserte varer, og valg av et prisleie som bidrar til konkurransekraft og til styrket lønnsomhet.

Regnskapsanalysen viste en gjennomsnittlig bruttofortjeneste for distriktsbutikkene i 2010 på 22,2 prosent. Nivået varierte overraskende lite fra 20,5 for butikker med omsetning under 2,5 millioner til 22,8 prosent som var butikker i omsetningsgruppe 2,5 – 5 millioner. De samme butikker hadde et gjennomsnitt for bruttofortjenesten på 21,8 prosent i 2009. Spørreundersøkelsen basert på tall for 2011 viste en gjennomsnittlig bruttofortjeneste på 21,9 prosent. Butikker som deltar i kjedesamarbeid hadde i 2010 en bruttofortjeneste på 22,4 prosent, mens ikke kjedetilknyttede butikker hadde et gjennomsnittsnivå på 21,0 prosent.

I spørreundersøkelsen ble følgende påstand gitt «Bruttofortjenesten i butikken er i dag for lav». 26 prosent av respondentene var helt enig i dette, mens 44 prosent var delvis enig i påstanden. Påstanden «Kjedens markedsføring bidrar sterkt til å styrke butikkens konkurransekraft» fikk bred tilslutning med 45 prosent som helt enig og 36 prosent som delvis enig».

Beregningene i tabell 9 omkring virkningen av økning i innkjøpsprisene forteller at resultat og også på bruttofortjenesten ville reduseres med 0,7 prosentpoeng dersom varekostnadene steg med 1 prosent og prisnivået til butikkene ikke ble endret. Ved 2 prosent økning av varekostnadene, ville resultatet reduseres med 1,5 prosentpoeng. Blant påstandene i spørreundersøkelsen var blant annet følgende: «Butikken vil miste betydelig omsetning dersom prisene settes opp». 51 prosent var helt enig og 38 prosent delvis enig i påstanden. Dette skulle være en klar indikasjon på at butikklederne ikke ser økning av prisene som et ønsket tiltak i arbeidet med å opprettholde konkurransekraften.

Påstanden « Driften av butikken er helt avhengig av gode innkjøpsvilkår ved vareleveranser» ble besvart av 77 prosent som helt enig og 19 prosent som delvis enig. Dette skulle tyde på at butikklederne ser nødvendigheten av å finne leverandører og samarbeidsformer som sikrer det beste utgangspunkt for konkurransemessige priser i sitt lokale marked.

4.4 Økonomispørsmålene i spørreundersøkelsen

Det inkom 304 svar på spørreundersøkelsen. Av respondentene var 96 prosent kjedeprofilerte. Ved tolking av svarene må det tas hensyn til at økonomistyringen og den økonomiske plattformen vanligvis er langt bedre blant kjedetilsluttede butikker enn det som er normalt i frittstående butikker.

Vi skal her se på områder i spørreundersøkelsen som avdekker respondentenes tilfredshet med det økonomiske resultat. Her bør det bemerkes at et av spørsmålene i spørreundersøkelsen var «Hva var driftsresultatet i prosent i 2011 og hva forventes de å bli i 2012?». Regnskapsanalysen benyttet resultat før skatt, det vil si etter fradrag av finanskostnader. Finanskostnadene utgjorde i gjennomsnitt ca 0,6 prosent.

- Driftsresultatet for 2011 er beregnet som et gjennomsnitt til 1,56 prosent.
- Undersøkelsen viste en klar sammenheng - større omsetning gir bedre driftsresultat
- 43 prosent hadde et resultat som var bedre enn 2 prosent
- Resultatet øket med økende avstand til nærmeste konkurrent. Butikker med en avstand til nærmeste konkurrent på over 20 kilometer hadde ifølge undersøkelsen et driftsresultat på 2,2 prosent.
- Butikker lokalisert i Telemark/Agder hadde best driftsresultat mens butikkene lokalisert i Østlandsområdet hadde svakest driftsresultat i 2011
- 61 prosent var helt eller delvis enig i påstanden «Butikkens nåværende driftsform gir et tilfredsstillende resultat». Naturlig nok var det butikkene med størst omsetning som hadde høyest tilfredshet.
- 37 prosent var helt enig i påstanden «Jeg er fornøyd dersom driften gir et positivt resultat. 46 prosent var delvis enig i påstanden. Kvinner som ledere hadde her en markant større grad av enighet i påstanden enn menn. Det kan tyde på at kvinner i større grad enn menn ser det som sitt samfunnsansvar å bidra til at bygda har et butikktilbud.
- 23 prosent av utvalget hadde negativt resultat i 2011
- 56 prosent av butikkene som hadde nedgang i omsetningen på mer enn 5 prosent i 2011 hadde også negativt driftsresultat. 41 prosent av butikkene med en omsetningsnedgang mellom 1 og 4 prosent hadde negativt driftsresultat.
- 41 prosent av butikkene med negativt driftsresultat hadde mottatt økonomisk støtte gjennom Merkur-programmet
- Butikklederne forventer 3,1 prosent vekst i omsetningen i 2012. Kun 10 prosent forventer nedgang i omsetningen, et langt lavere tall enn det bransjen har hatt i de senere år. Ettersom denne spørreundersøkelse ble gjennomført i månedsskiftet april-mai 2012, kan denne optimisme være preget av at det har vært en sterk omsetningsvekst for bransjen spesielt i mars hvor som fikk mesteparten av omsetningen knyttet til påsken.
- Butikklederne har også stor tro på et forbedret resultat i 2012. Gjennomsnittet for forventet driftsresultat var 3,1 prosent.

4.5 Kommentarer til beregninger av distriktsbutikkens sårbarhet

Regnskapsanalysen for 2009 og 2010 forteller at 4 av 10 distriktsbutikker hadde underskudd i sine regnskaper. Nullpunktomsætningen er beregnet til ca 8,5 millioner kroner. Den økonomiske situasjonen er spesielt vanskelig for de minste butikkene. Dette til tross for at en stor del av disse drar nytte av økonomiske støttetiltak.

Den gjennomførte risikoanalyse viser at 169 butikker eller hver sjettede distriktsbutikk ble gradert i risikoklasse 1 ut fra regnskapstallene i 2010. Dette tilsier en snarlig avvikling av virksomheten i sin nåværende form. Erfaringer viser imidlertid at flertallet av disse butikkene nok vil bli et tilbud til lokalbefolkningen med nye eiere, bygdemobilisering, støttemidler og på grunn av fortsatt stahet fra en del idealister og fra eiere og ledere som har inntekt fra annen virksomhet.

Den utarbeidede modellen for økonomien i distriktsbutikker med ulike omsetningsnivåer, viser nullpunktomsætning ved en vareomsætning på ca. 10 millioner. Et tilfredsstillende resultat oppnås imidlertid først ved en omsætning på ca. 13 millioner kroner. For de aller minste butikkene, vil det være nærmest umulig å oppnå bedriftsøkonomisk lønnsomhet, dvs. oppnå dekning for normale kostnader til arbeid, lokaler og sunn drift. Uten tilgang til økonomiske støtteordninger, tilleggstenester, drivere som tar ut begrenset godtgjørelse for arbeidsinnsatsen, billige lokaler og stor oppslutning fra innbyggerne i butikkens nærmarked, vil disse butikker forsvinne. Utfordringene er her først og fremst å se faresignalene så tidlig som mulig og å ta konsekvensene av disse.

Ved simuleringene av endringer i arbeidsbetingelsene som bidrar til reduksjon av resultatet, kan vi fastslå graden av en mulig forverring av nåværende økonomiske situasjon. Ytterligere press på økonomien som følge av økning i kostnader eller reduserte inntekter, vil naturlig nok øke risikoen for flere nedlegginger og/eller eierskifter og derved øke behovet for andre tiltak som kan bidra til å redusere effekten av slike endringer. Dersom det skal kunne opprettholdes et tilfredsstillende vare- og servicetilbud gjennom distriktsbutikkene, må alle parter, lokalbefolkning, myndigheter, støtteapparat, herunder også vareleverandører og ikke minst driverne selv være med på omstilling og legge forholdene til rette for fortsatt drift. Flertallet av de lokalsamfunn hvor det er distriktsbutikker i dag vil kunne få store ulemper dersom de mister sitt butikktilbud og sin møteplass. Bortfall av et slikt lokalt tilbud har jo også en betydelig miljøeffekt. I denne rapporten har vi imidlertid ikke gjennomført beregninger som viser hva dette betyr for samfunnet.

