

# Árbók verslunarinnar 2007

*Hagtölur um íslenska verslun*



Kaupmannasamtök  
Íslands



Rannsóknasetur  
verslunarinnar

Háskólinn á Bifröst

**Árbók  
verslunarinnar  
2007**

*Hagtölur um  
íslenska verslun*



# Árbók verslunarinnar 2007

*Hagtölur um  
íslenska verslun*



Kaupmannasamtök  
Íslands



Rannsóknasetur  
verslunarinnar  
Háskólinn á Bifröst

*Árbók verslunarinnar 2007*  
*Hagtölur um íslenska verslun*

Útgefendur: Rannsóknasetur verslunarinnar,  
Háskólanum á Bifröst og Kaupmannasamtök Íslands  
Ritstjóri og ábyrgðamaður: Emil B. Karlsson.  
Einnig unna að bókinni Erla Einarsdóttir og Kári Joensen  
Útlitshönnun: Magnús Valur Pálsson  
Prentun: Oddi hf.

September 2007

Óheimilt er að afrita efni úr bókinni nema heimilda sé getið.

ISSN 1670-7583 (Prentuð útgáfa)  
ISSN 1670-7591 (Rafræn útgáfa)



## Ávarp viðskiptaráðherra

Blómleg verslun og viðskipti haldast venjulega í hendur við velmegun og framfarir í þjóðfélaginu. Við þekkjum það gegnum mannkynssöguna að líflæg verslun er hvati til bættra menningartengsla og efnahagslegra gæða. Þó tímarnir séu aðrir en þegar Hansakaupmenn sigldu hingað á 15. öld og ollu því að sjávarafurðir urðu aðalútflutningsvara okkar eða þegar efnahagur landsins tók að blómstra við afnám einokunarverslunar Dana, þá eru enn í gildi sömu lögmálin um tengsl verslunar og velmegunar.

Fagmennska í verslun er ekki aðeins nauðsynleg fyrir verslunarstéttina sjálfa heldur einnig fyrir allan almenning og framleiðendur sem selja vörur sínar í verslunum. Þess vegna er mikilvægt að starfsskilyrði verslunar séu með þeim hætti að hún geti verið samkeppnisfær við verslun í öðrum löndum og geti boðið neytendum bestu hugsanlegu þjónustu og gæði á góðu verði. Jákvæð ytri skilyrði þurfa að vera fyrir hendi og haldast í hendur við hæfa starfsmenn til að góður árangur náist. Í nútíma verslunarrekstri er nauðsynlegt að stefnumótun og ákvarðanatöku byggja á góðri þekkingu á markaði. Því eru rannsóknir og greiningarvinna á borð við það sem birtist í þessari fyrstu Árbók verslunarinnar forsenda fyrir vönduðum verslunarrekstri sem mætir ýtrustu kröfum neytenda.

Í Árbók verslunarinnar hafa verið teknar saman tölfræðiupplýsingar sem gefa glögga mynd af þróun verslunar hér á landi undanfarin ár og stöðunni eins og hún er núna. Þessar upplýsingar eru mjög verðmætar við stefnumótun og til að auðvelda ákvörðunartöku um hvar skynsamlegt er að stofna nýja verslun eða hvaða tegund verslunar er líkleg til að dafna á hverjum stað á landinu. Ég óska aðstandendum Árbókarinnar til hamingju með gagnlegt rit og vona að það stuðli að upplýstri og árangursríkri umræðu um málefni verslunar í landinu.

*Björgvin G. Sigurðsson*

# Efnisyfirlit

Inngangur .....	
<b>1. Íslensk verslun á uppleið</b>	
1.1 Aukin landsframleiðsla .....	9
1.2 Ráðstöfunartekjur og kaupmáttur .....	10
1.3 Einkaneysla .....	11
1.4 Lækkandi hlutfall útgjalda í mat og drykk .....	11
1.5 Veltuaukning í verslun .....	12
1.6 Framleiðni í íslenskri verslun .....	13
<b>2. Umfang íslenskrar verslunar</b>	
2.1 Framlag verslunar til landsframleiðslu .....	14
2.2 Velta smásöluverslunar .....	15
2.3 Fjöldi og dreifing verslana .....	16
2.4 Starfandi við verslun .....	19
2.5 Laun .....	24
2.6 Stærð og verð verslunarhúsnæðis .....	25
<b>3. Afkoma verslunar</b>	
3.1 Hagnaður verslana .....	28
3.2 Álagning smásöluverslana .....	29
3.3 Laun og annar rekstrarkostnaður .....	29
<b>4. Verslun eftir landsvæðum</b>	
4.1 Höfuðborgarsvæðið .....	34
4.2 Vesturland .....	36
4.3 Vestfirðir .....	38
4.4 Norðurland vestra .....	40
4.5 Norðurland eystra .....	42
4.6 Austurland .....	44
4.7 Suðurland .....	46
4.8 Suðurnes .....	48
<b>Viðauki:</b>	
1. Tíu staðreyndir um framtíð verslunar .....	52
2. Skilgreiningar á ýmsum tegundum verslana .....	55
3. Comparison of the Retailing sector in the Nordic countries ....	58



## Inngangur

Hér er í fyrsta sinn gefin út Árbók verslunarinnar með tölfræðilegum upplýsingum um þróun verslunar og þætti sem varða rekstrarskilyrði hennar. Mikilvægt er fyrir þá sem stunda verslun að hafa aðgang að slíkum gögnum til grundvallar ákvarðanatöku um breytingar og frekari þróun starfseminnar. Með sama hætti er mikilvægt fyrir þá sem ætla að hefja verslunarrekstur að geta greint hvar sóknarfærin er helst að finna. Slíkar upplýsingar hefur skort hingað til.

Starfsaðstæður verslana breytast sífellt. Kemur þar marga til, meðal annars kaupmáttur launa almennings, breytingar á opinberum gjöldum eins og tollum og virðisaukaskatti, breytingar á innkaupaverði aðfanga, flutningskostnaður og samkeppni. Allar þessar aðstæður gera það að verkum að stjórnendur þurfa að geta brugðist fljótt við nýjum aðstæðum. Þess vegna er mikilvægt fyrir starfsskilyrði verslana að hafa stöðugt aðgang að nýjum upplýsingar um stöðu og þróun mála sem varða fyrirtækin.

Verslunin gegnir mjög miklu samfélagslegu hlutverki og hefur mikil áhrif á daglegt líf almennings, annars vegar með góðu vöruframboði og þjónustu og hins vegar með verðlagi sem neytendur geta sætt sig við. Verðlag á neysluvörum ræðst af fjölmörgum öðrum þáttum en álagningu í síðasta hlekknum í vörukeðjunni, þ.e. smásöluversluninni, þó að oftast sé sjónum beint að henni þegar rætt er um vöruverð. Í raun er það sameiginlegt hagsmunamál verslunar og neytenda að halda vöruverði eins lágu og kostur er því að lágt vöruverð leiðir til þess að neytendur geta keypt meira en þegar verð er hátt. Á sama hátt eru vörugæði og góð þjónusta þættir sem skipta miklu máli fyrir samkeppnishæfni fyrirtækjanna og um leið vellíðan neytenda.



Megintilgangur árbókarinnar er að gera grein fyrir stöðu íslenskrar verslunar og auðvelda stjórnendum verslana og stofnendum nýrra verslana stefnumótun. Árbókin nýtist til dæmis við að taka ákvarðanir um staðsetningu nýrra verslana, tegund þeirra, þjónustustig og aðrar áherslur sem hafa þarf í huga við nýsköpun í verslun. Árbókin skiptist í sex kafla. Í fyrsta kafla er gefið almennt yfirlit yfir stöðu og rekstrarskilyrði verslunar undanfarin ár. Í öðrum kafla er fjallað um umfang verslunar almennt og umfang eftir tegundum. Þá er í þriðja kafla gerð grein fyrir afkomu verslunar á Íslandi og í fjórða kafla er þróun verslunar lýst eftir landshlutum. Í fimmta kafla eru dregin fram tíu mikilvæg atriði sem munu hafa áhrif á verslun á næstu árum. Að lokum er í sjötta kafla stutt samantekt á þróun verslunar hér á landi samanborið við þróun annars staðar á Norðurlöndum. Sá kafla er byggður á greiningu dr. Ágústs Einarssonar, rektors Háskólans á Bifröst.

Rannsóknasetur verslunarinnar hefur átt afar gott samstarf við Hagstofu Íslands um efnisöflun í árbókina. Efni bókarinnar byggist að mestu á heimildum frá Hagstofunni. Þá var aflað gagna frá Fasteignamati ríkisins, Hagfræðistofnun Háskóla Íslands og Ríkisskattstjóra, auk upplýsinga frá öllum stærstu verslunarfyrirtækjum landsins. Rannsóknasetur verslunarinnar þakkar af heilum hug öllum þeim einstaklingum, stofnunum og félagsamtökum sem lögðu þessu verki lið. Þeirra á meðal eru Kaupmannasamtök Íslands sem styrktu útgáfuna með myndarlegu framlagi.

# Íslensk verslun á uppleið

---

Á undanförunum árum hafa skilyrði fyrir íslenska verslun verið góð, enda hefur velta og umfang verslunar á öllum sviðum vaxið. Hvort sem litið er til dagvöru, byggingarvöru eða annarrar tegundar verslunar eru alls staðar merki um mikinn vöxt. Jafnframt hefur breidd í starfsemi verslana vaxið, bæði hvað varðar vöruúrval og tegund verslana. Þannig hafa lágvöruverðs- verslanir verið að ryðja sér til rúms á mun fleiri sviðum en í matvöru, til dæmis verslanir sem selja föt, ritföng og gjafavöru.

Önnur mikilvæg breyting er sú að dagvöruverslanakeðjur sem störfuðu aðeins á höfuðborgarsvæðinu hafa haslað sér völl um allt land og tekið við af þeim verslunum sem reknar voru af heimamönnum á hverjum stað, oft við erfið skilyrði vegna lítils markaðar. Í þessum verslunum er oft sama verð um allt land og hefur þessi þróun því dregið úr mismun á verðlagi í höfuðborginni og á landsbyggðinni.

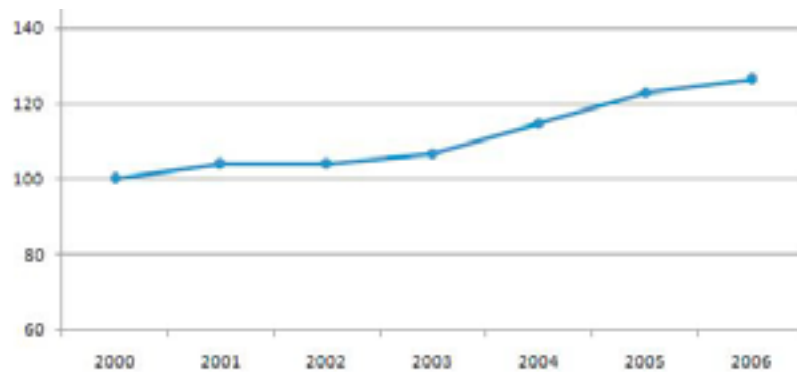
Margar verslanir hafa á undanförunum árum átt í vandræðum með að ráða fólk til afgreiðslustarfa vegna mikillar þenslu á vinnumarkaði og skorts á starfsfólki. Starfsmannavelta er einnig mikil. Algengt er að velta starfsmanna í stærstu dagvöruverslunum sé um 100%, sem felur í sér að allir starfsmenn hætti að jafnaði á hverju ári og nýir séu ráðnir í staðinn. Mikil starfsmannavelta getur leitt til skertrar þjónustu og krefst aukinna krafta við nýliðafræðslu innan fyrirtækjanna.

## 1.1 Aukin landsframleiðsla

Ýmis ytri skilyrði hafa haft jákvæð áhrif á verslun í landinu. Hagvöxtur hefur verið mikill, atvinnulífið hefur einkennst af þenslu og vonast er eftir áframhaldandi vexti. Verg landsframleiðsla hefur aukist ár frá ári. Þannig jókst verg landsframleiðsla á árunum 2000–2006 um 26,2%, eða um rúmlega 4% að jafnaði á ári. Nokkuð dró úr þessum vexti á árinu 2006, en þá var vöxtur landsframleiðslunnar um 2,7%.

### Mynd 1.1 **Verg landsframleiðsla**

*Figure 1.1 – Gross domestic product*



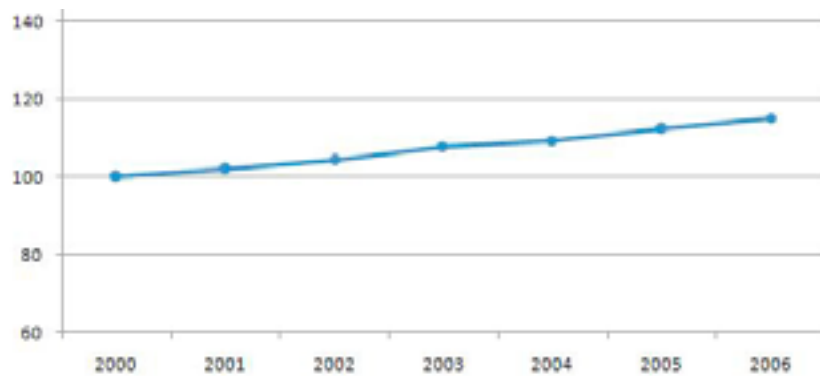
*Eining: Vísitala, Heimild: Hagstofa Íslands*

## 1.2 Ráðstöfunartekjur og kaupmáttur

Önnur mikilvæg forsenda fyrir blómlegri verslun og velmegun er að kaupmáttur almennings dragist ekki saman. Þessi þáttur hagþróunar hefur verið jákvæður því kaupmáttur ráðstöfunartekna jókst um rúmlega 10% á tímabilinu 2002–2006 og árleg kaupmáttaraukning launa var því að jafnaði um 2,5% á þessu sama tímabili.

### Mynd 1.2 **Kaupmáttur launa**

*Figure 1.2 – Purchasing power*



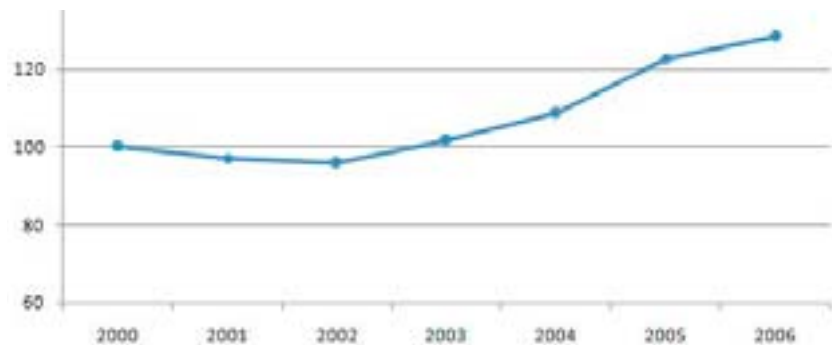
*Eining: Vísitala. Heimild: Hagstofa Íslands*

### 1.3 Einkaneysla

Samhliða auknum kaupmætti hefur einkaneysla aukist ár frá ári þó að nokkuð hafi dregið úr henni síðastliðið ár. Þannig jókst einkaneysla um 4,6% árið 2006 miðað við árið áður. Það var þó mun minni vöxtur en árið 2005 þegar einkaneysla óx um 12,9% frá árinu áður. Innflutningur hefur einnig aukist töluvert. Árið 2006 jókst innflutningur um 8,8% frá árinu áður en hafði aukist um 29,3% frá árinu 2004 til ársins 2005.

Mynd 1.3 **Einkaneysla á föstu verðlagi**

Figure 1.3 – Consumption, fixed prices



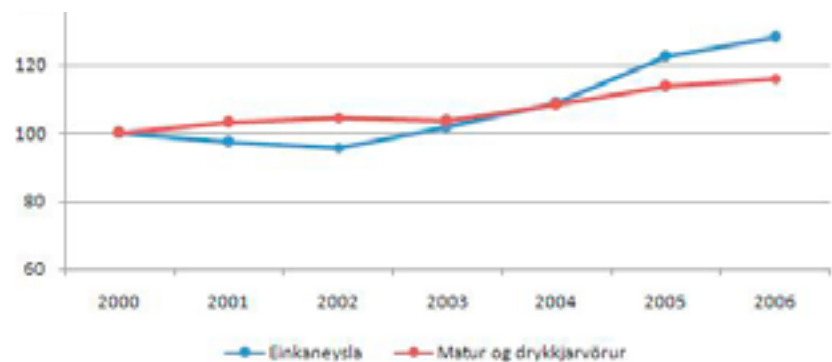
Eining: Vísitala. Heimild: Hagstofa Íslands

### 1.4 Lækkandi hlutfall útgjalda til matar- og drykkjarverka

Samtímis þessum hagkvæmu skilyrðum fyrir verslun í landinu verja heimil-in sífellt lægri hluta af ráðstöfunartekjum sínum til kaupa á mat og öðrum nauðsynjum. Þannig var hlutur matar og drykkjarveru í neysluverðsvísitölu Hagstofunnar 15,4% í mars 2003 en hafði lækkað í 12,6% í mars 2007. Ástæðan er fyrst og fremst hækkandi hlutfall húsnæðisverðs í neysluverðsvísitölunni. Verð á matvælum lækkaði töluvert 1. mars 2007 þegar virðisaukaskattur var lækkaður og vörugjöld afnumin.

Mynd 1.4 **Einkaneysla, matur og drykkjarverur**

Figure 1.4 – Consumption, food and non-alcoholic beverages

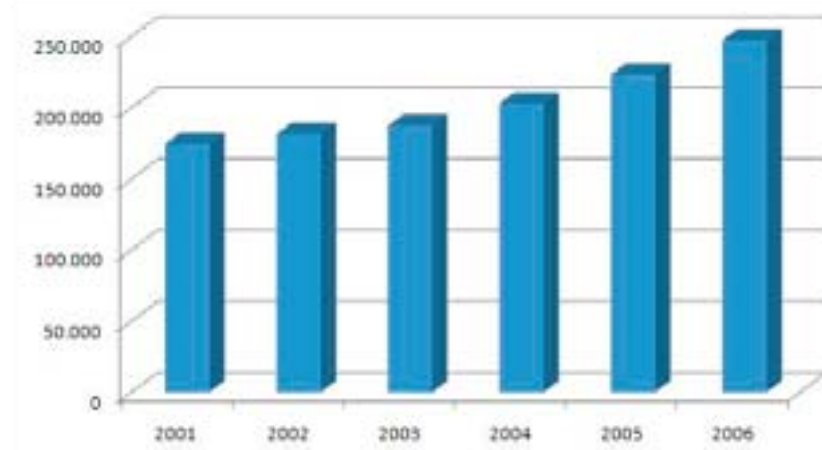


## 1.5 Veltuaukning í verslun

Verslunin hefur notið góðs af þeim mikla hagvexti sem orðið hefur. Velta hefur aukist ár frá ári. Að meðaltali hefur velta í smásöluverslun aukist um liðlega 7% á hverju ári frá 2001 en árið 2006 varð veltuaukningin næstum 11% frá árinu áður. Allt er þetta miðað við breytilegt verðlag og því er ekki tekið tillit til verðbólgu. Þess ber að geta að þegar leið á árið 2006 dró nokkuð úr veltuaukningunni.

Mynd 1.5 **Velta smásöluverslunar**

Figure 1.5 – Retail turnover (Mill. ISK)



Eining: Millj. kr.. Heimild: Hagstofa Íslands

## 1.6 Framleiðni í íslenskri verslun

Á sama tíma og velta í verslun jókst um 36% að nafnvirði frá árinu 2000 til 2006 fjölgaði starfsfólki í verslun um 8% og skortur á starfsfólki í greininni hefur verið mikill undanfarin ár. Framleiðniaukning á hvern starfsmann hefur því verið nokkuð mikil, meiri en í öðrum greinum að jafnaði, framleiðnin hefur vaxið um 6,8% á ári að meðaltali frá árinu 1998 til 2005. Vöxtur framleiðni fjármagns í verslun mældist umtalsverður, eða 10,9% á ári, borið saman við 1,3% meðalvöxt atvinnugreina. Vöxtur í framleiðni vinnuafis í verslunarstörfum var heldur minni en þó einnig vel yfir meðaltali.

Tafla 1.1 **Meðalvöxtur framleiðni á ári, 1998-2005**

	Verslun	Allar atv.greinar
Heildarframleiðni	6,80%	1,50%
Framleiðni fjármagns	10,90%	1,30%
Framleiðni vinnuafis	5,30%	3,80%

## 2

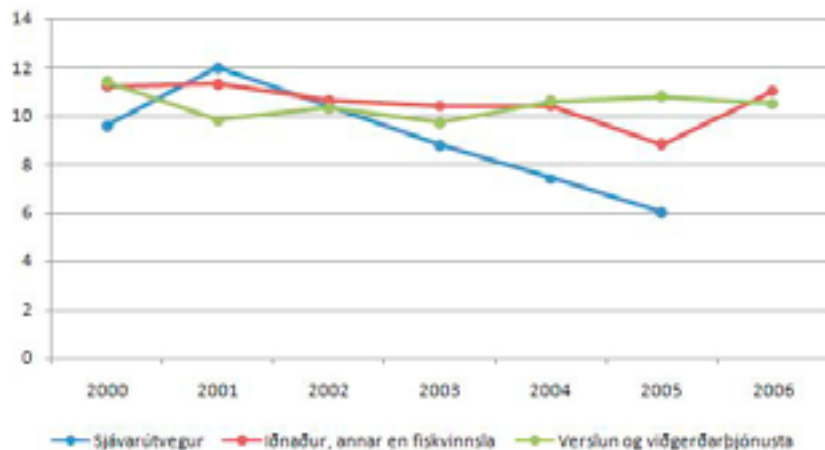
# Umfang íslenskrar verzlunar

## 2.1 Framlag verzlunar til landsframleiðslu

Á árinu 2000 nam hlutur verzlunar og viðgerðarþjónustu í landsframleiðslu 11,4%, sem er heldur meira en framlag alls iðnaðar, annars en fiskvinnslu, þetta sama ár. Sjávarútvegur svaraði þá til 9,6% af landsframleiðslu. Á næstu þremur árum var hlutur verzlunar og viðgerðarþjónustu í landsframleiðslu í kringum 10% en hefur síðan hækkað nokkuð og var árið 2006 10,5%. Hlutur iðnaðar var þá 11% og hafði aukist verulega frá árinu áður er hann mældist 8,8%. Vægi sjávarútvegs í landsframleiðslu hefur aftur á móti farið lakkandi hin síðustu ár og var komið í 6% árið 2005.

Mynd 2.1 **Hlutur atvinnugreina í landsframleiðslu**

Figure 2.1 – GDP by industries, percentage breakdown (%)



Eining: Hlutfall (%). Heimild: Hagstofa Íslands

## 2.2 Velta smásöluverslunar

Heildarvelta í smásöluverslun árið 2006 var 247,3 milljarðar kr. án virðisaukaskatts og jókst um næstum 11% frá árinu áður. Stærstur hluti smásöluverslunar er í dagvöruverslun, 42% af heildarveltunni, eða sem nam 103,8 milljörðum kr. árið 2006. Næst kemur byggingarvöruverslun, sem nam 18% af heildarsmásöluverslun, eða 45 milljörðum kr. árið 2006, og í þriðja sæti er sala áfengis með rúmlega 7% heildarveltu smásöluverslunar, eða 17,8 milljarða kr. Hafa ber í huga að smásala á bensínstöðvum er ekki innifalin í þessum tölum, en hún nam tæpum 6 milljörðum kr. árið 2006. Sala á bílum og vara- og fylgihlutum flokkast undir heildsölu og er því ekki innifalin í þessum tölum. Bílasala nam 65,7 milljörðum kr. árið 2006 sem jafngildir næstum tveimur þriðju hluta veltu í dagvöruverslun.

Tafla 2.1 **Velta í smásöluverslun eftir tegundum skv. Vsk.skýrslum**

	2001	2002	2003	2004	2006	2007	%
Bl.smásala mest m.mat,drykk oph.	70.148	72.788	72.821	74.878	80.075	87.262	24,4%
Stórmarkaðir	40.108	44.824	56.477	61.098	62.127	71.609	78,5%
Matvöruverslanir undir 400 m <sup>2</sup>	25.184	22.746	11.184	8.574	12.105	9.197	-63,5%
Söluturnar	4.855	5.218	5.159	5.205	5.842	6.456	33,0%
Smás.á járn-,byggingavöru oph.	19.138	18.543	20.318	26.743	36.298	45.003	135,1%
Áfengisverslun	13.338	14.413	15.212	15.410	16.651	17.784	33,3%
Smásla á tölvum, reiðhjólum o.fl.	11.642	11.811	11.546	11.650	12.938	13.938	19,7%
Fataverslun	8.681	8.864	9.644	10.612	12.294	13.170	51,7%
Smás.með húsgögn, teppi ofl	7.875	7.836	8.913	9.701	12.113	12.528	59,1%
Apótek	10.197	11.551	12.321	13.689	13.345	12.513	22,7%
Smásala á blómum, gjafavöru og fl.	6.960	7.762	8.026	9.264	9.978	11.655	67,5%
Önnur blönduð smásala	8.634	9.986	10.098	11.131	9.339	9.881	14,4%
Bóka- og ritfangaverslun	4.909	4.794	5.142	5.511	5.655	6.322	28,8%
Smás.á heimilist.,útvörpum oph.	6.307	5.948	6.400	7.134	5.376	5.884	-6,7%
Önnur smásala á mat oph. í sérv.	2.753	3.117	2.953	3.220	4.028	5.280	91,8%
Skó- og leðurvöruverslun	660	692	706	834	1.283	1.649	149,8%
Fiskbúðir	783	789	762	801	1.018	1.327	69,5%
Vefnaðarvöruverslun	899	815	701	688	754	781	-13,1%
Snyrtivöru- og sápuverslun	627	687	675	711	705	683	8,9%
Önnur smás. utan verslana	274	324	374	409	463	651	137,6%
Póstverslun og ö. fjarversl.	461	454	428	480	541	479	3,9%
Markaðir	80	90	92	132	342	416	420,0%
Smás. með notaða muni	58	52	70	93	89	90	55,2%

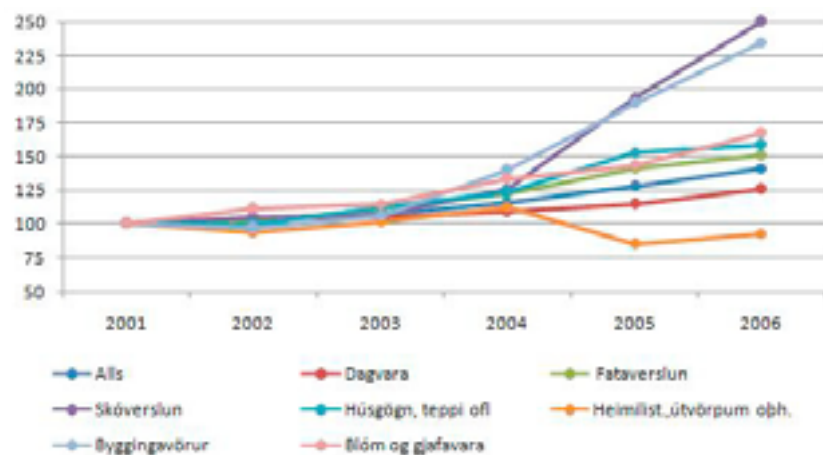
Heimild: Hagstofa Íslands



Mikill vöxtur hefur verið í smásöluverslun á undanförunum árum eins og kemur fram í töflunni. Af einstökum tegundum smásöluverslunar var mestur vöxtur í skóverslun á þessum tíma, eða um 150 %. Vöxtur í byggingarvöruverslun er þó sennilega meira lýsandi fyrir þróun efnahagslífsins á undanförunum árum. Sala í byggingarvöruverslun jókst um 135% á þessu tímabili, sem er í takt við miklar byggingarframkvæmdir á síðustu árum. Mun meiri vöxtur var í fataverslun og gjafavöruverslun á þessu tímabili en í dagvöruverslun, fataverslun jókst um næstum 52% og gjafavöruverslun um tæp 68%. Þegar lagðir eru saman þeir flokkar verslunar sem falla undir dagvöruverslun<sup>1</sup> kemur í ljós að hún hefur aukist um 42% á tímabilinu 2001–2006. Athyglisvert er hins vegar að sala á heimilis- og raftækjum dróst saman um næstum 7% á tímabilinu.<sup>2</sup>

## Mynd 2.2 Velta vörutegunda í smásöluverslun

Figure 2.2 – Retail turnover by product group (index)



Eining: Vísitala. Heimild: Hagstofa Íslands

## 2.3 Fjöldi og dreifing verslana

Mikil samþjöppun hefur orðið á smásölumarkaði hér á landi líkt og annars staðar á Norðurlöndunum. Talið er að þrjú fyrirtæki, Hagar, Kaupás og Samkaup ráði um 80% af dagvörumarkaðinum hér á landi. Svipuð þróun hefur átt sér stað á sérvörumarkaði, til dæmis í fata- og skóverslun, raftækjaverslun, húsgagnaverslun, bóka- og ritfangaverslun og byggingarvöruverslun. Of mikil samþjöppun í einni atvinnugrein getur leitt til

<sup>1</sup> Dagvöruverslun felur í sér eftirtalda flokka samkvæmt atvinnugreinaflokkun Hagstofu: Blönduð smásala mest m. mat, drykk o.þ.h., Önnur blönduð smásala, Fiskbúðir og Blönduð smásala mest m. mat, drykk o.þ.h.

<sup>2</sup> Veltutölurnar eru allar miðaðar við breytilegt verðlag en þá er miðað við þá krónutölu sem er í gangi hvert sinn og mælt er óháð öllum öðrum áhrifum.

verðsamráðs en að mati Samkeppniseftirlits, sem hefur fylgst með þróun þessara mála, er verðsamkeppni virk þrátt fyrir færri og stærri fyrirtæki en áður. Kosturinn við þessa þróun er meðal annars að stærri fyrirtæki geta gert hagkvæmari magninnkaup og lækkað flutningskostnað. Ókosturinn er hins vegar sá að með aukinni samþjöppun er hætta á ónógri samkeppni og að litlar verslanir eigi erfitt uppdráttar, nema þær hafi einhverja þá sérstöðu sem stóru keðjurnar hafa ekki.

Þrátt fyrir aukna samþjöppun á eignarhaldi á smásölumarkaði hefur verslunum fjölgað jafnt og þétt á undanförunum árum hér á landi og um leið hefur verslunarmynstrið breyst. Sem dæmi má nefna að í stað verslana sem kenndar voru við „kaupmanninn á horninu“ eru nú komnar svokallaðar þægindaverslanir (sumar þeirra eru einnig kallaðar „klukkuverslanir“) og hefur þeim fjölgað töluvert á undanförunum árum. Þessar verslanir eru gjarna í íbúðahverfum á höfuðborgarsvæðinu og hafa einnig haslað sér völl um allt land. Um mitt árið 2007 ráku Hagar 79 dagvöru- og sérvöruverslanir, Norvik 54 dagvöru- og sérvöruverslanir (Kaupás, Byko (13 verslanir) og Elko eru meðal fyrirtækja í eigu Norvikur) og Samkaup 26 dagvöruverslanir. Þá rak NTC 15 fataverslanir, Árdegi 20 fata-, tölvu- og hljómflutningsverslanir (þar á meðal BT-tölvur), Húsasmiðjan rekur 21 byggingarvöru- og blómaverslun (Blómaval), Föt & Skór reka 5 fata- og skóverslanir (Herragarðinn, Boss o.fl.), Dressmann rekur 4 herrafataverslanir, Rúmfatalagerinn rekur 4 verslanir og Europris 5 verslanir, Penninn-Eymundsson rekur 15 bóka- ritfanga og húsgagnaverslanir og Oddi skrifstofuvörur 3 verslanir.

Tafla 2.2 **Fjöldi fyrirtækja í eigu nokkura fyrirtækja**

Nafn fyrirtækis	fjöldi verslana
Hagar	<b>79</b>
Norvik	<b>54</b>
ÁTVR	<b>46</b>
Húsasmiðjan	<b>21</b>
Samkaup	<b>24</b>
Árdegi	<b>20</b>
NTC	<b>15</b>
Penninn-Eymundsson	<b>15</b>
Föt & skór	<b>5</b>
Europris	<b>5</b>
Dressmann	<b>4</b>
Rúmfatalagerinn	<b>4</b>
Oddi skrifstofuvörur	<b>3</b>

Erfitt er að meta nákvæman fjölda verslana hér á landi út frá skráðum fyrirtækjum hjá Hagstofunni. Ástæðan er sú að einstakar verslanakeðjur eru oft skráðar sem eitt fyrirtæki þótt þær reki í raun fjölda verslana. Í töflunni sem hér fylgir er leitast við að nálgast fjölda verslana með því að nota fjölda þeirra samkvæmt skráum Hagstofunnar og bæta við fjölda verslana samkvæmt því sem verslanakeðjurnar gefa sjálfar upplýsingar um. Þannig ber að hafa nokkurn fyrirvara á nákvæmni þessara upplýsinga. Flokkunin er samkvæmt ISAT 95, atvinnugreinaflokkun Hagstofunnar.

Mest hefur fjölgunin orðið í verslunum sem selja matvæli. Þá hefur þeim verslunum sem selja gjafavörur, leikföng, úr, skartgripni, gleraugu o.fl. fjölgað næstmest. Fataverslanir eru í þriðja sæti yfir fjölgun verslana á þessu tímabili. Athyglisvert er að bókaverslunum hefur ekki fjölgað, sem ræðst hugsanlega af því að bækur eru í auknum mæli seldar í dagvöruverslunum. Á það sérstaklega við um sölu svokallaðra jólabóka. Þá hefur vefnaðarvöruverslunum fjölgað lítið, sem hugsanlega skýrist af því að minna er um það en áður að landsmenn saumi sjálfir föt og aðra vefnaðarvöru sem á þarf að halda. Einnig er athyglisvert að heimilis- og hljómtækjaverslunum hefur fækkað en væntanlega hafa þær um leið stækkað.

Tafla 2.3 **Fjöldi verslana 2002-2006 og breytingar á tímabilinu**

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	fjöldi	%
Matvöruverslanir og stórmarkaðir	236	237	235	239	241	261	276	40	17%
Söluturnar og blönduð smásala	168	183	211	233	260	271	276	108	64%
Smásala í mat og sérvöru	64	69	81	86	100	100	112	48	75%
Áfengisverslun	39	39	40	42	44	45	46	7	18%
Lyfja- og lækninga- og snyrtivörur	84	82	86	81	73	73	72	-12	-14%
Vefnaðarvörur	59	60	63	62	62	63	63	4	7%
Fatnaður	238	253	279	282	287	314	319	81	34%
Skór og leðurvörur	31	30	33	39	38	43	41	10	32%
Húsgögn og innbú	88	91	97	102	101	107	116	28	32%
Heimilistæki, hljómtæki o.fl.	58	57	55	57	58	53	55	-3	-5%
Byggingavörur	85	85	87	98	105	112	112	27	32%
Bækur og ritföng	66	62	67	70	73	73	74	8	12%
Gleraugu, ljósmyndavörur, leikföng, úr og skart, blóm og gjafavara	278	287	330	349	376	397	394	116	42%
Gæludýr, listmunir, tjaldvagnar, reiðhjól og ýmisfl.	127	126	137	151	156	174	194	67	53%
Notaðir munir	13	13	14	16	14	14	14	1	8%
Ýmislegt	53	61	73	83	94	97	106	53	100%
<b>Samtals</b>	<b>1687</b>	<b>1735</b>	<b>1888</b>	<b>1990</b>	<b>2082</b>	<b>2197</b>	<b>2269</b>	<b>582</b>	<b>34%</b>

## 2.4 Fjöldi starfandi við verslun 2000–2006

Árið 2006 störfuðu alls um 23.600 manns við verslun á Íslandi, eða rúmlega 14% af heildarvinnuafli þjóðarinnar. Verslun er önnur fjölmennasta atvinnugreinin á Íslandi samkvæmt atvinnugreinaflokkun með um 14% vinnuaflsins árið 2006. Fjölmennasta atvinnugreinin var heilbrigðis- og félagsþjónusta með um 14,5% vinnuaflsins og þriðja fjölmennasta atvinnugreinin er iðnaður með um 9,5% vinnuaflsins.

Tafla 2.4 **Fjöldi starfsmanna 2000-2006**

Atvinnugrein	2000	2006	% af heild árið 2006	Breyting 2000-06
Landbúnaður	6900	6400	3,8%	-7,2%
Fiskveiðar	6100	4300	2,5%	-29,5%
<i>Framleiðslustarfsemi alls</i>	35900	36300	21,4%	1,1%
Fiskiðnaður	6700	4100	2,4%	-38,8%
Annar iðnaður	17500	16100	9,5%	-8,0%
Veitur	1300	1500	0,9%	15,4%
Mannvirkjagerð	10500	14700	8,7%	40,0%
<i>Þjónustustarfsemi alls</i>	107400	122500	72,2%	14,1%
Verslun og viðgerðarþjónusta	21900	23600	13,9%	7,8%
Hótel- og veitingahúsarekstur	6400	6100	3,6%	-4,7%
Samgöngur og flutningar	10600	12000	7,1%	13,2%
Fjármálaþjónusta og tryggingar	6600	7300	4,3%	10,6%
Fasteignaviðsk. og ýmis þjón.	13000	15100	8,9%	16,2%
Opinber stjórnsýsla	7000	10100	6,0%	44,3%
Fræðslustarfsemi	9800	12500	7,4%	27,6%
Heilbrigðis- og félagsþjónusta	20600	24600	14,5%	19,4%
Önnur samfélagsleg þjónusta o.fl.	11400	11300	6,7%	-0,9%
<b>Alls</b>	<b>156400</b>	<b>169600</b>	<b>100%</b>	<b>8,4%</b>

Heimild: Hagstofa Íslands

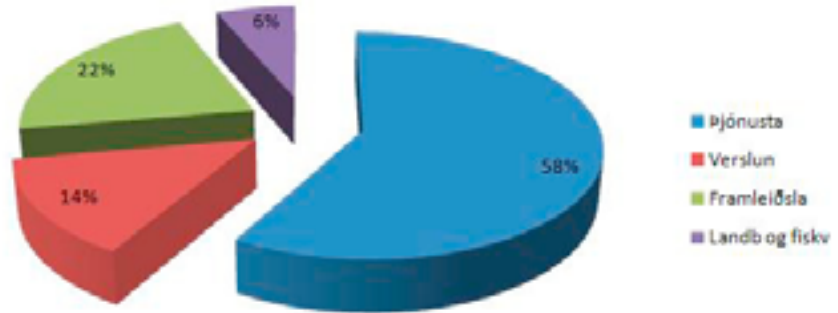
### Verslun og þjónusta í mestum vexti

Rúmlega 72% Íslendinga starfa við þjónustu, ýmist á vegum opinberra aðila eða hjá einkaaðilum. Í einkarekna þjónustugeiranum starfa flestir við verslunarstörf. Þetta endurspeglar þær breytingar sem hafa orðið á atvinnulífinu undanfarin ár og áratugi. Starfsmönnum í þeim atvinnugreinum sem gjarnan eru nefndar samkeppnisgreinar hefur fækkað. Þetta á við um almennan iðnað, fiskveiðar, fiskvinnslu og landbúnað, á sama tíma og fjölgað hefur í þjónustugreinum. Þó svo að starfsmönnum við mannvirkjagerð hafi fjölgað um rúmlega 40% hefur starfsmönnum í framleiðslugreinum

aðeins fjölgað um 1% í heildina en starfsmönnum í þjónustugreinum fjölgaði um 14% á sama tímabili.

Mynd 2.3 **Skipting starfsmanna milli atvinnugreina árið 2006**

Figure 2.3 – Employed persons by economic activity in 2006 (%)



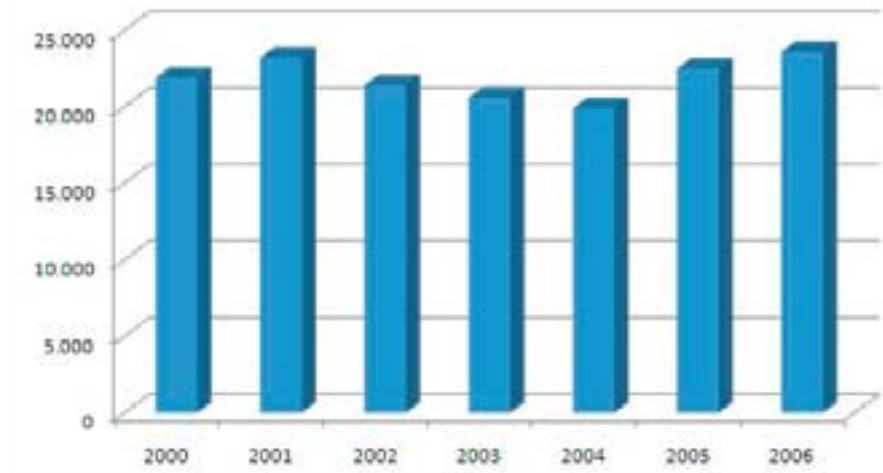
Eining: Hlutfall (%). Heimild: Hagstofa Íslands

**Framleiðniaukning í verslun**

Þrátt fyrir að starfsmönnum verslana hafi fjölgað um næstum 8% á tímabilinu 2000–2006 hefur skortur á starfsmönnum verið viðvarandi vandamál í rekstri verslana á undanförunum árum. Þessi starfsmannaskortur hefur haft áhrif á framleiðni vinnuaflsins því að framleiðni hefur aukist mun meira á hvern starfsmann í verslun á undanförunum árum en í öðrum starfsgreinum að meðaltali. Á tímabilinu 1998–2005 nam framleiðniaukning vinnuafls í verslun 5,3% en 3,8% að meðaltali í öðrum greinum á sama tíma<sup>4</sup>. Ein af ástæðum þessarar miklu framleiðniaukningar í verslun má rekja til þess að mikill vöxtur hefur verið í greininni en jafnframt hefur starfsfólk skort þannig að framleiðni á hvern einstakling hefur verið meiri en í öðrum starfsgreinum.

**Mikil fjölgun starfsmanna 2005**

Þrátt fyrir að starfsmönnum í verslun hafi fjölgað mikið árið 2005 miðað við árið þar á undan virðist það ekki nægja til að fullnægja vinnuafspörfinni í verslun. Á árunum 2001–2004 fækkaði starfsmönnum í verslun um 3.300 manns. Árið 2005 snerist þessi þróun við og það ár fjölgaði starfsmönnum í verslun um 2.600 manns frá árinu áður og árið 2006 fjölgaði þeim áfram og nam fjölgunin 2006 1.100 starfsmönnum. Þessi fjölgun starfsmanna endurspeglar þann mikla vöxt sem varð í verslun á þessum tíma og vafalaust hefði fjölgunin orðið enn meiri ef framboð á vinnuafli hefði verið meira.

**Mynd 2.4 Fjöldi starfandi við verslun***Figure 2.4 – Employed persons in retail**Eining: Fjöldi, Heimild: Hagstofa Íslands***Flestir starfa í dagvöruverslunum**

Þegar horft er til fjölda starfa í smásöluverslun kemur í ljós að álíka margir starfa í dagvöruverslunum og allir þeir sem starfa í öðrum tegundum smásöluverslana samanlagt. Álíka mörg ný störf hafa orðið til í heildverslun með mat og drykkjarvöru og smásölu með sömu vörutegundir. Þannig hafa um 1.250 ný störf orðið til í verslun með mat og drykkjarvöru frá 1998 til 2005. Hlutfallslega hefur þó störfum í heildverslun með mat og drykk fjölgað mest á tímabilinu 1998 til 2005, eða um 81,5%.

**Hlutastörf algeng í verslun**

Algengara er að starfsmenn verslana séu í hlutastörfum en í flestum öðrum starfsgreinum. Afgreiðslutími verslana hefur lengst og starfsdögum fjölgað og því henta hlutastörf mjög vel samhliða heilds dagsstörfum. Ekki hafa verið teknar saman tölur um þetta hér á landi en þetta er staðfest í ýmsum evrópskum rannsóknum og upplýsingum frá stjórnendum verslana hér á landi.

**Verslunarstörf flytjast til höfuðborgarsvæðisins**

Athyglisvert er að á tímabilinu 2000–2006 fjölgaði störfum í verslun á höfuðborgarsvæðinu um tæplega 13% á meðan þeim fækkaði um 5% utan höfuðborgarsvæðisins. Þetta endurspeglar þá þróun sem orðið hefur í uppbyggingu á höfuðborgarsvæðinu. Verslanir á landsbyggðinni eru um leið orðnar færri og stærri.

Tafla 2.5 **Fjöldi starfsmanna í heildsölu og smásölu 1998 og 2006**

	1998	2005	Störf	Breyting %
Bílasala, viðhald; bensínsala	2810	2950	140	5,0%
<b>Umbosviðskipti, ekki bílar og vélhjól</b>	6170	7060	890	14,4%
Umboðsverslun gegn þóknun	890	670	-220	-24,7%
Heildverslun með efni úr landbún. og dýr	50	40	-10	-20,0%
Heildverslun með mat, drykk og tóbak	810	1470	660	81,5%
Heildverslun með föt og heimilisvöru	1470	1580	110	7,5%
Heildverslun með efni, ekki úr landbún.	1610	1690	80	5,0%
Heildverslun með vélar, tæki og íhluti	870	960	90	10,3%
Önnur heildverslun	480	650	170	35,4%
<b>Smásala og viðgerðir einkamuna</b>	11310	12540	1230	10,9%
Blönduð smásala	4830	5440	610	12,6%
Smásala á mat oph. í sérverslunum	520	500	-20	-3,8%
Smásala lyfja og snyrtivöru	630	640	10	1,6%
Önnur smásala í sérverslunum	4950	5650	700	14,1%
Smásala með notaða muni	10	10	0	0,0%
Smásala utan verslana	100	150	50	50,0%
Viðgerðir á einkamunum	260	170	-90	-34,6%

Heimild: Hagstofa Íslands

Tafla 2.6 **Kynjaskipting í verslunarstörfum frá 2000 til 2006**

		2000	2006	fjöldi	Breyting %
<b>Allt landið</b>	Karlar og konur	21900	23600	1700	7,8%
	Karlar	11500	13600	2100	18,3%
	Konur	10400	10000	-400	-3,8%
<b>Höfuðborgarsvæði</b>	Karlar og konur	15900	17900	2000	12,6%
	Karlar	8800	10800	2000	22,7%
	Konur	7100	7100	0	0,0%
<b>Utan höfuðborgar</b>	Karlar og konur	6000	5700	-300	-5,0%
	Karlar	2700	2800	100	3,7%
	Konur	3300	2900	-400	-12,1%

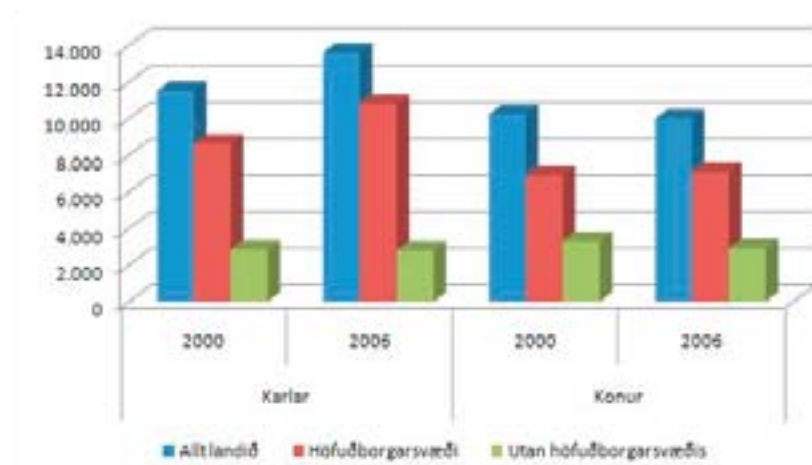
Heimild: Hagstofa Íslands

### Karlar í meirihluta í verslunarstörfum

Verslunarstörf eru að meirihluta til skipuð körlum ef horft er til landsins alls. Konur eru þó örlítið fleiri en karlar í verslunarstörfum utan höfuðborgarsvæðisins. Árið 2006 störfuðu 13.600 karlar í verslun á landinu og 10.000 konur. Körlum fjölgað um 2.100 í verslunarstörfum á tímabilinu 2000–2006 en konum fækkaði á sama tíma um 400. Óljóst er hver skýringin er á þessu er en hún gæti þó tengst flutningi verslunarstarfa frá landsbyggðinni til höfuðborgarsvæðisins.

### Mynd 2.5 Kynjaskipting í verslunarstörfum

Figure 2.5 – Employed persons in retail by gender and region



Eining: Fjöldi. Heimild: Hagstofa Íslands

### Eldri borgarar í verslunarstörfum

Mikill áhugi er hjá verslunum að ráða til sín eldri borgara til starfa, bæði vegna manneklu og vegna þess að þessir starfsmenn eru oft reynslumiklir og öruggari starfskraftur en yngsti starfsmannahópurinn. Jafnframt telja flestir þeirra sem komnir eru á eftirlaun og kjósa að vinna að verslunarstörf henti þeim vel. Þetta sýnir niðurstaða könnunar sem Rannsóknasetur verslunarinnar lét framkvæma meðal stjórnenda í verslun og meðal eldri borgara. Einnig kom fram í rannsókninni að eldri borgarar kjósa hlutastörf frekar en fullt starf. Eftir að settar voru nýjar reglur í upphafi árs um að launatekjur ellilífeyrirþega skerði lífeyri þeirra minna en verið hefur, reyndist mun auðveldara fyrir verslanir að ráða til sín eldri borgara til starfa.



## 2.5 Laun í verslun

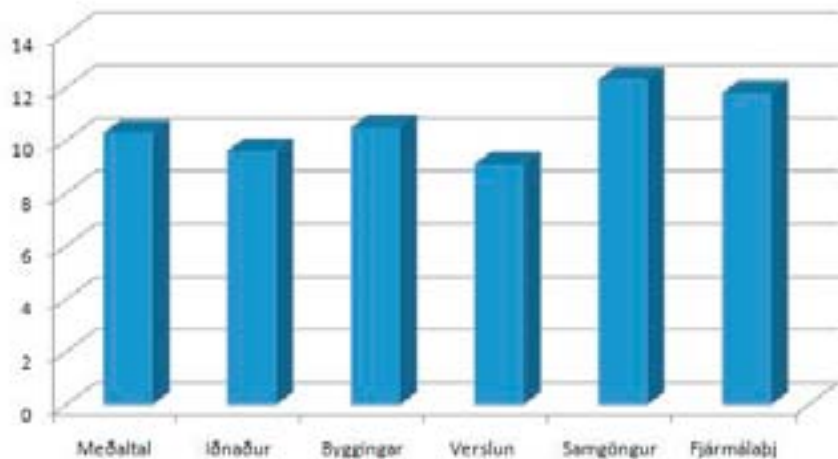
Meðallaun í verslun hækkuðu um 9,1% frá árinu 2005 til ársins 2006 samkvæmt mælingum Hagstofu Íslands. Árslaun í verslun árið 2005 voru að meðaltali 4.071 þús. kr. og hækkuðu í 4.441 þús. kr. árið 2006. Laun hækkuðu minna á þessu tímabili hjá verslunarmönnum en hjá öðrum starfsstéttum.

Reyndar kemur fram í launakönnun VR árið 2006 að laun afgreiðslufólks í sérvöru- og matvöruverslun hafi hækkað mest meðal allra starfshópa innan VR, eða um 27% hvað varðar heildarlaun frá árinu 2005 til ársins 2006 en laun félagsmanna VR hækkuðu að meðaltali á sama tíma um 8%.

Þegar horft er yfir lengra tímabil virðist sem meðalatvinnutekjur þeirra sem starfa við verslun hafi haldið nokkurn veginn í við aðra starfshópa. Árið 2000 voru meðaltekjur verslunarfólks 0,7% lægri en meðaltekjur í öðrum þjónustugreinum og árið 2005 voru þær 1% lægri.

Mynd 2.6 **Hækkun launa frá 2005 til 2006 eftir starfsgreinum**

Figure 2.6 – Wage increase from 2005 to 2006 by economic activity (%)



Eining: Hlutfall (%). Heimild: Hagstofa Íslands

## 2.6 Stærð og verð verslunarhúsnæðis

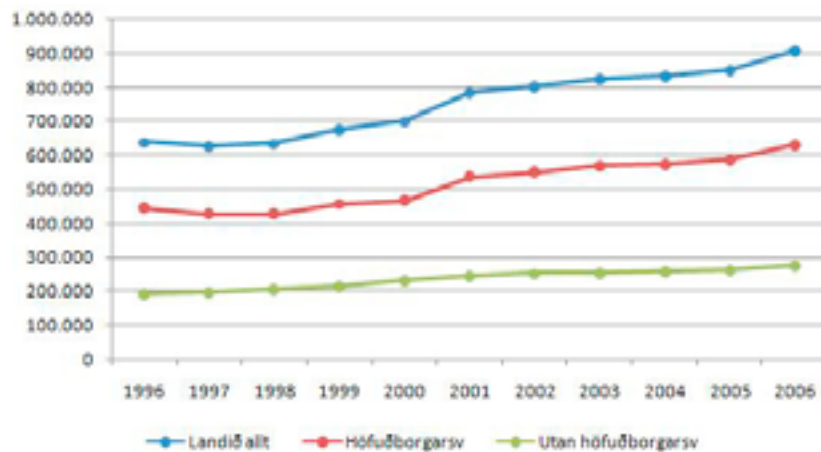
### Verslunarhúsnæði stækkar hlutfallslega meira á landsbyggðinni

Fermetrafjöldi verslunarhúsnæðis jókst um rúmlega 42% á tíu ára tímabili frá 1996–2006, eða úr 638.545 fermetrum í 907.773 fermetra. Aukningin varð hlutfallslega meiri utan höfuðborgarsvæðisins en á því, eða 44% á landsbyggðinni en 41% á höfuðborgarsvæðinu. Þetta er athyglisvert þegar horft er til þess að verslunarstörfum hefur fækkað utan höfuðborgarsvæðisins. Hugsanleg skýring á þessu er að verslanir á landsbyggðinni hafa orðið færri og stærri en áður og þurfa því ekki jafnmarga starfsmenn og áður.

Um 70% flatarmáls alls verslunarhúsnæðis er á höfuðborgarsvæðinu. Þar hafa orðið mun meiri sveiflur í fjölda fermetra. Árið 2001, þegar verslunarmiðstöðin Smáralind var opnuð, jókst verslunarrými á höfuðborgarsvæðinu um 15%, eða um 70 þús. fermetra. Þá fjölgaði fermetrum verslunarhúsnæðis einnig 2006 um rúmlega 43 þús. fermetra á höfuðborgarsvæðinu, en það ár opnaði meðal annars IKEA nýja verslun, sem mun vera sú stærsta hér á landi. Gera má ráð fyrir að verslunarrými muni aukast enn frekar á næstu árum því að töluvert er um að verið sé að reisa byggingar sem ætlaðar eru sem nýtt verslunarhúsnæði.

### Mynd 2.7 Fermetrafjöldi verslunarhúsnæðis

Figure 2.7 – Retail property in square meters by region (m<sup>2</sup>)



Eining: Fermetrar. Heimild: Fasteignamat ríkisins

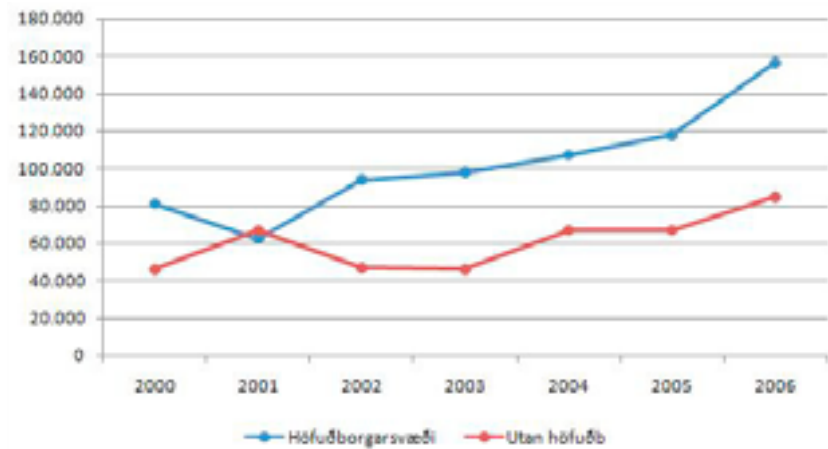
### Verslunarhúsnæði tvöfaldast í verði

Á árunum 2000–2006 næstum tvöfaldaðist fermetraverð verslunarhúsnæðis á höfuðborgarsvæðinu. Árið 2000 var fermetraverð verslunarhúsnæðis á höfuðborgarsvæðinu að meðaltali 81 þús. kr. en árið 2006 var það 157 þús. kr. Á landsbyggðinni var fermetraverð verslunarhúsnæðis að

meðaltali svipað á árið 2006 og það var á höfuðborgarsvæðinu sex árum áður. Á umræddu sex ára tímabili hækkaði fermetraverð verslunarhúsnæðis á landsbyggðinni úr að jafnaði 46 þús. kr. í 85 þús. kr., eða um 85%. Mikilvægt er að hafa allan fyrirvara á að draga of miklar ályktanir af verði á verslunarhúsnæði á landsbyggðinni því að mun færri kaupsamningar liggja að baki upplýsingunum en á höfuðborgarsvæðinu og fermetraverð í hverju tilviki getur numið helmingsmismun. Þannig geta örfáir kaupsamningar haft veruleg áhrif á þessa niðurstöðu.

### Mynd 2.8 **Fermetraverð verslunarhúsnæðis**

Figure 2.8 – Retail property price per square meter by region (ISK)



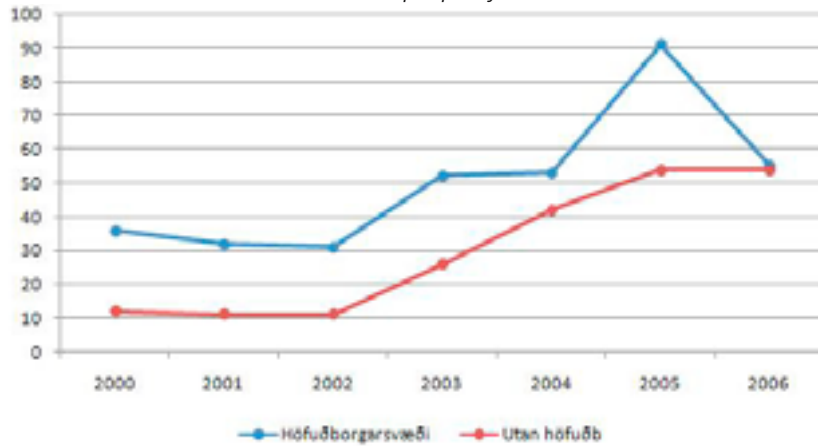
Eining: Krónur. Heimild: Fasteignamat ríkisins

### **Margir kaupsamningar árið 2005**

Á tímabilinu 2000–2006 voru gerðir að jafnaði 46 kaupsamningar á ári með verslunarhúsnæði á höfuðborgarsvæðinu og 30 utan höfuðborgarsvæðisins. Kaupsamningum fjölgaði mikið árið 2005. Þá var 91 kaupsamningur skráður hjá Fasteignamati ríkisins vegna verslunarhúsnæðis á höfuðborgarsvæðinu og 54 kaupsamningar vegna verslunarhúsnæðis á landsbyggðinni.

**Mynd 2.9 Fjöldi kaupsamninga fyrir verslunarhúsnæði**

Figure 2.9 – Number of sales contracts for retail property



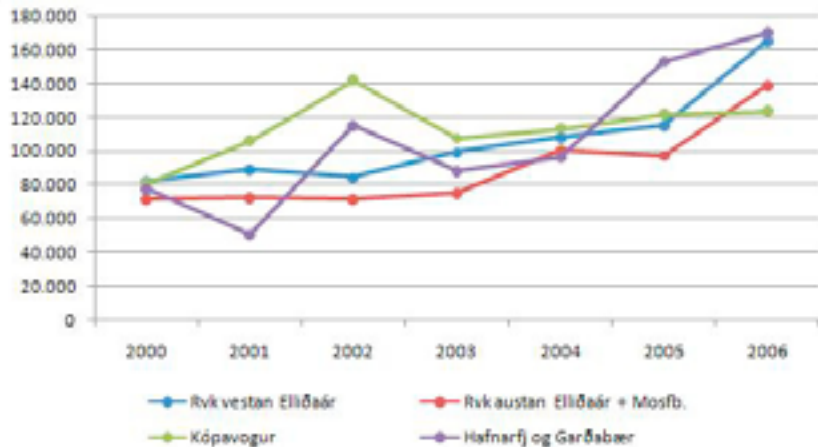
Eining: Fjöldi. Heimild: Fasteignamat ríkisins

**Verð á verslunarhúsnæði innan höfuðborgarinnar**

Erfitt er að greina þróun verðlags á verslunarhúsnæði eftir einstökum hlutum höfuðborgarsvæðisins út frá gögnum Fasteignamats ríkisins um verð í kaupsamningum. Bæði er verslunarhúsnæði mjög mismunandi innan hvers svæðis og mjög mismunandi er hversu margir kaupsamningar liggja að baki meðaltalinu á hverju ári. Þar sem mjög fáir samningar eru gerðir getur hver þeirra fengið óeðlilega mikið vægi. Þó virðist sem fermetraverð verslunarhúsnæðis á höfuðborgarsvæðinu hafi næstum tvöfaldast á tímabilinu 2000–2006, farið úr 80 þús. kr. á fermetrann í 160 þús. kr. Verslunarhúsnæði sem er á svæðunum um miðja Reykjavík og í Kópavogi virðist mun dýrara en á svæðinu austan Elliðaána og í Hafnarfirði og Garðabæ. Þá er athyglisvert að um það leyti sem Smáralind var opnuð seinni hluta árs 2001 hækkaði verð á verslunarhúsnæði í Kópavogi töluvert en lækkaði svo aftur 2003.

**Mynd 2.10 Fermetraverð verslunarhúsnæðis innan höfuðborgarsvæðisins**

Figure 2.10 – Retail property price in the greater capital area (ISK)



Eining: Krónur. Heimild: Fasteignamat ríkisins

## 3

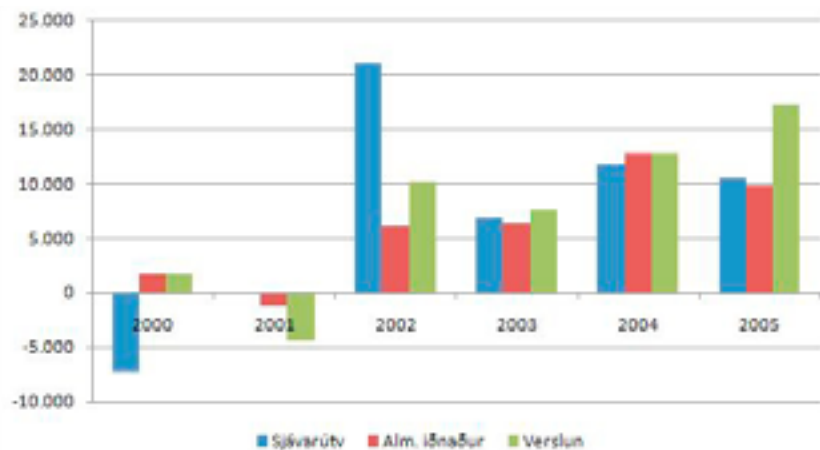
# Afkoma verslunar

### 3.1 Hagnaður verslana

Hagnaður verslunarfyrirtækja hefur farið vaxandi undanfarin ár, eða allt frá 2001. Síðan þá hafa skilyrði í efnahagslífinu verið hagstæð, mikill hagvöxtur og vaxandi einkaneysla. Árið 2001 nam tap á rekstri verslunarfyrirtækja 4.388 millj. kr. en fimm árum síðar, árið 2005, hafði dæmið snúist við og hreinn hagnaður verslunarfyrirtækja fyrir skatta nam 17.260 millj. kr. Ef horft er til hreins hagnaðar fyrirtækja eftir atvinnugreinum árið 2005 var mun meiri hagnaður í verslun en sjávarútvegi og iðnaði. Ef hins vegar miðað er við hreinan hagnað fjármálafyrirtækja árið 2005 var hagnaður þeirra næstum níu sinnum meiri en hagnaður verslunarfyrirtækja.

Mynd 3.1 **Hreinn hagnaður fyrirtækja fyrir skatta eftir atvinnugreinum**

Figure 3.1 – Enterprise proPt after tax by sector (Mill. ISK)



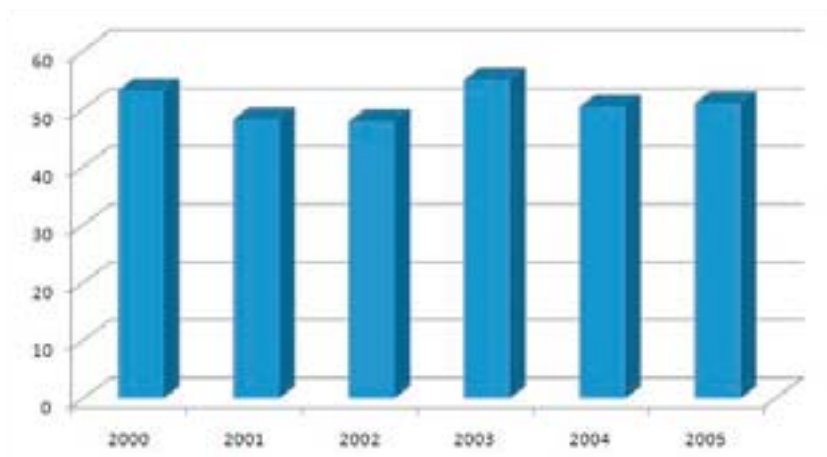
Eining: Millj. kr.. Heimild: Hagstofa Íslands

### 3.2 Álagning smásöluverslana

Álagning í smásöluverslunum á tímabilinu 2000 til 2005 var að meðaltali um 50% ef miðað er við hlutfall vörunotkunar af sölu ((rekstrartekjur/ hráefnisnotkun)-1) samkvæmt ársreikningum smásöluverslana sem Hagstofan birtir árlega. Þó er mikilvægt að undirstrika að álagning er mjög mismunandi og varasamt er að draga of miklar ályktanir af samantekt á ársreikningum fyrirtækjanna. Álagning er annars vegar misjöfn eftir tegundum verslana, þjónustustigi, staðsetningu o.fl. og hins vegar er hún breytileg á milli tímabila. Þannig kemur fyrir að verslanir selja vörur undir kostnaðarverði til að mæta samkeppni í ákveðinn tíma.

#### Mynd 3.2 **Álagningarhlutfall smásöluverslana**

Figure 3.2 – Retail markup (%)



Eining: Hlutfall (%)

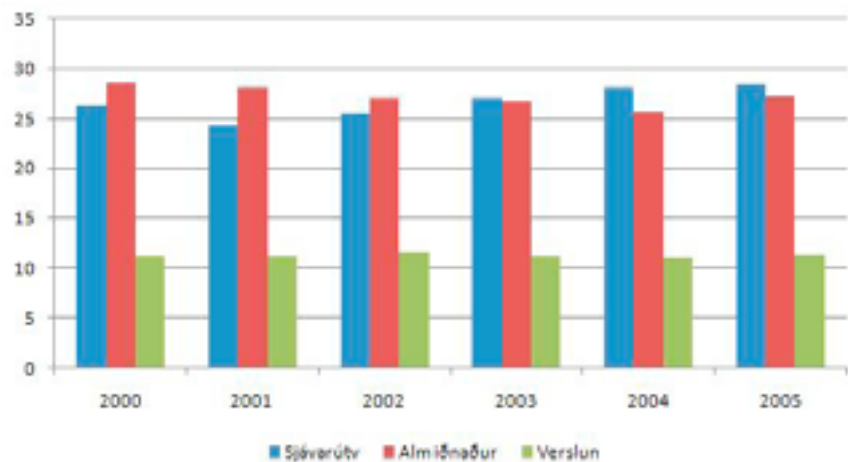
### 3.3 Laun og annar rekstrarkostnaður

Próun launakostnaðar í verslun hefur verið í takt við laun í öðrum starfsgreinum undanfarin ár þótt vísitöluhækkun launa hafi verið heldur minni í verslun en öðrum fjölmenum atvinnugreinum. Frá árinu 1998 hefur heildarlaunakostnaður tvöfaldast í fjölmennustu atvinnugreinum á almennum vinnumarkaði. Auk launahækkana hefur tryggingagjald áhrif og hækkandi greiðslur í lífeyrissjóði.

Hlutfall launa og launatengdra gjalda af veltu í verslun hefur verið um 11% undanfarin ár. Þetta hlutfall er mun lægra en til dæmis í sjávarútvegi og iðnaði þar sem hlutfallið hefur verið um 27% undanfarin ár. Í þessum samanburði er mikilvægt að hafa í huga að eðli verslunar er mikil velta fjármuna sem er ekki eins ríkur þáttur í sjávarútvegi og iðnaði þar sem laun og annar rekstrarkostnaður er mun herra hlutfall af veltu.

Mynd 3.3 **Laun og launatengd gjöld sem hlutfall af veltu**

Figure 3.3 – Wages as share of turnover (%)

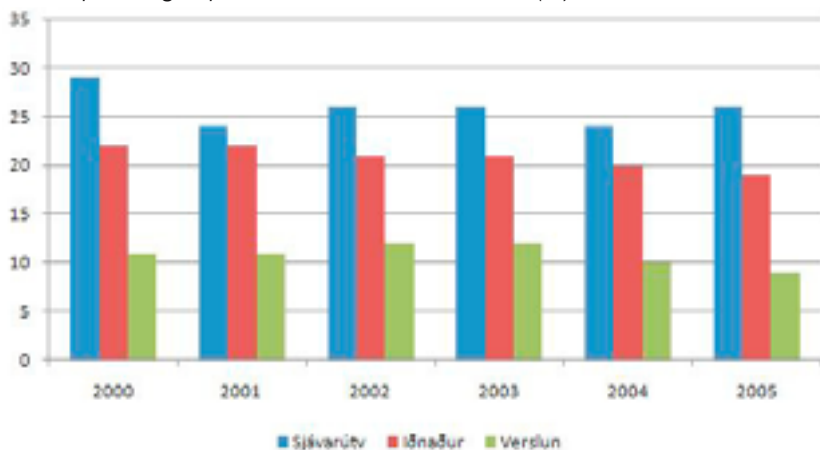


Eining: Hlutfall (%). Heimild: Hagstofa Íslands

Hlutfall annars rekstrarkostnaðar en launa af veltu er einnig mun lægra í verslun en sjávarútvegi og iðnaði og það skýrist m.a. af eðli mikillar veltu í verslunarrekstri. Árið 2005 var hlutfall annars rekstrarkostnaðar í verslun 9% af veltu en 19% í iðnaði og 26% í sjávarútvegi. Einn af þeim þáttum sem kunna að hafa áhrif á þetta er að æ algengara hefur orðið að fyrirtæki í smásöluverslun eigi ekki sjálf húsnæðið þar sem starfsemin fer fram heldur sé það í eigu sjálfstæðra fasteignafélaga.

Mynd 3.4 **Önnur rekstrargjöld sem hlutfall af veltu**

Figure 3.4 – Other operating expenses as share of turnover (%)



Eining: Hlutfall (%). Heimild: Hagstofa Íslands

## Verzlun eftir landsvæðum

---

Víða hefur reynst erfitt að halda uppi verzlun á landsbyggðinni á undanförunum áratugum, sérstaklega í fámennum byggðarlögum. Algennt er að íbúar þeirra fari reglulega í innkaupaferðir þangað sem næsta lágvörungsverzlun er. Sennilega hefur eitthvað dregið úr þessu eftir því sem lágvörungsverzlunum hefur fjölgað á landsbyggðinni en þær bjóða flestar sama verð hvar sem er á landinu.

Hér er yfirlit yfir þróun verzlunar á tímabilinu 2000 til 2006 eftir landsvæðum. Tilgangurinn er að auðvelda verzlunareigendum að meta grundvöll fyrir verzlunarrekstri á viðkomandi svæði. Miklu skiptir hver mannfjöldapróun er á hverju svæði, aldurssamsetning, kaupgeta og hver velta verzlunar er á viðkomandi svæði. Hér er stuðst við kjördæmaskipunina eins og hún var fyrir breytingar á kosningalögum. Ástæðan er sú að tiltæk gögn skiptast eftir þessum svæðum. Mikilvægt er þó að átta sig á að einstaka bæjarfélög innan svæðisins geta skorið sig úr því meðaltali sem hér er lýst.

Á tímabilinu 2000–2006 fjölgaði landsmönnum um 9%, sem er sama hlutfallslega fjölgun og varð á höfuðborgarsvæðinu þessum tíma. Í öðrum landshlutum breyttist fólksfjöldi hins vegar verulega mismunandi mikið eftir svæðum. Þar er um að ræða allt frá 8% fækkun á Vestfjörðum og upp í 30% fjölgun á Austurlandi.



Tafla 4.1 **Íbúafjöldi eftir landsvæðum 2000 til 2006**

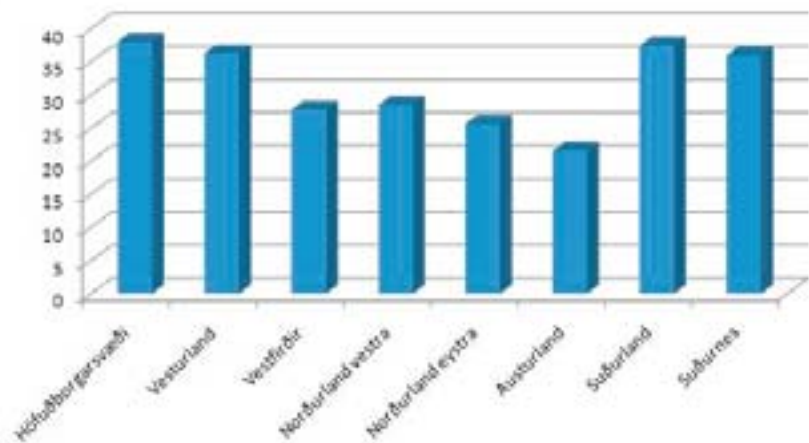
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	Breyting 2000-06
Höfuðborgarsvæði	175.000	178.030	179.781	181.888	183.990	187.105	191.612	9%
Suðurnes	16.491	16.725	16.793	16.932	17.092	17.899	18.880	14%
Vesturland	14.263	14.449	14.495	14.431	14.418	14.863	15.025	5%
Vestfirðir	8.150	8.012	7.930	7.835	7.698	7.546	7.470	-8%
Norðurland vestra	7.873	7.800	7.757	7.713	7.598	7.526	7.452	-5%
Norðurland eystra	28.158	28.255	28.331	28.355	28.376	28.448	28.555	1%
Austurland	11.791	11.678	11.641	11.783	12.326	13.614	15.350	30%
Suðurland	21.119	21.326	21.473	21.553	21.793	22.403	22.917	9%
Allt landið	282.845	286.275	288.201	290.490	293.291	299.404	307.261	9%

Heimild: Hagstofa Íslands

*Velta í verslun eftir landsvæðum er hér miðuð við að hún skiptist jafnt eftir starfsmannafjölda í verslun á hverju landsvæði. Byggt er á upplýsingum um veltu verslana samkvæmt virðisaukaskattsuppgjörsskrám Hagstofunnar. Hvert verslunarfyrirtæki gerir upp virðisaukaskatt sem ein eining og þannig er ekki hægt að sjá í skránni hversu mikil veltan er í einstökum landshlutum eða í einstökum verslunum. Sú aðferð sem hér er beitt, að skipta veltunni eftir starfsmannafjölda í verslun á hverju svæði, gefur ekki nákvæma mynd af ástandinu. Til dæmis má gera ráð fyrir að meiri velta sé í sumum sérverslunum á höfuðborgarsvæðinu á hvern starfsmann en byggðarlögum þar sem lítið er um slíkar verslanir. Þessi aðferð er hins vegar viðurkennd innan hagfræðinnar og henni hefur meðal annars verið beitt við svipaða rannsókn hjá Hagfræðistofnun Háskóla Íslands og hún er einnig notuð annars staðar á Norðurlöndunum. Allar veltutölur eru án virðisaukaskatts.*

Mynd 4.1 **Aukning veltu verslunar eftir landssvæðum 2000 til 2005**

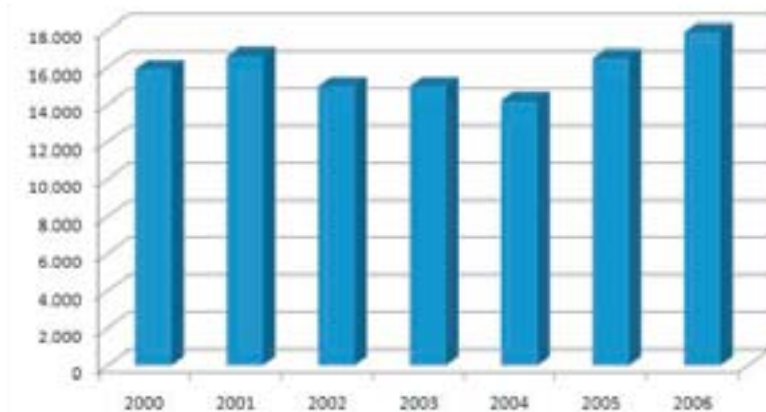
Figure 4.1 – Turnover growth from 2000 to 2005 by region (%)



Eining: Hlutfall (%). Heimild: Hagstofa Íslands

Mynd 4.2 **Fjöldi starfandi við verslun á höfuðborgarsvæðinu**

Figure 4.2 – Employed persons in retail in the greater capital area



Eining: Fjöldi. Heimild: Hagstofa Íslands

**Starfsmannafjöldi í verslun eftir landshlutum**

Mest hefur verslunarstörfum fjölgað á höfuðborgarsvæðinu á tímabilinu 2000 til 2005, eða um 820 starfsmenn, sem er 8,3% fjölgun. Á landinu öllu fjölgaði starfsmönnum í verslun heldur minna, eða um 790 starfsmenn. Ástæðan er sú að á sumum svæðum hefur starfsmönnum í verslun fækkað. Þannig er athyglisvert að á Austurlandi hefur starfsmönnum í verslunum fækkað hlutfallslega mest á landinu, eða um 7,2%, þrátt fyrir að þar hefur íbúum fjölgað hlutfallslega mest á landinu vegna framkvæmda sem þar hafa staðið yfir. Á Suðurlandi fjölgaði starfsmönnum í verslun næstmest, eða um 4,8%. Hugsanlegt er að skýringin á því sé að sumarhúsaeigendum á Suðurlandi sem sækja verslun í nágrenninu fjölgað. Eðlilegt er að starfsmönnum í verslun á Vestfjörðum og Norðurlandi vestra hafi fækkað þar sem fólksfækkun hefur orðið. Verslunarstarfsmönnum á Norðurlandi eystra hefur fækkað þrátt fyrir að fjölgun íbúa. Ein skýringin á því gæti verið að á Akureyri og fleiri þéttbýlisstöðum hefur verslunum fækkað og þær orðið stærri. Það hefur í för með sér færri starfsmenn á hverja einingu.

Tafla 4.2 **Fjöldi starfandi í verslun 2000–2005 eftir landsvæðum og breytingar á tímabilinu**

	2000	2005	Störf	Breyting %
Höfuðborgarsvæði	15520	16340	820	5,3%
Vesturland	760	790	30	3,9%
Vestfirðir	400	390	-10	-2,5%
Norðurland vestra	510	500	-10	-2,0%
Norðurland eystra	1460	1400	-60	-4,1%
Austurland	690	640	-50	-7,2%
Suðurland	1240	1300	60	4,8%
Suðurnes	1070	1110	40	3,7%

Heimild: Hagstofa Íslands

## 4.1 Höfuðborgarsvæðið

### Íbúar

Um 62% landsmanna bjuggu á höfuðborgarsvæðinu 1. desember 2006 og hafði borgarbúum fjölgað um 2,4% frá árinu áður, eða um 4.507 manns. Mest hefur íbúum á höfuðborgarsvæðinu fjölgað undanfarin ár þótt íbúum í sumum öðrum landshlutum hafi fjölgað hlutfallslega meira.

### Tekjur

Meðaltekjur á íbúa eru hærrí á höfuðborgarsvæðinu en í öðrum landshlutun. Vísitala launa á höfuðborgarsvæðinu var 106 árið 2005 en enginn annar landshluti náði 100 stigum í meðallaunum.

Tafla 4.3 Höfuðborgarsvæðið, mannfjöldi og tekjur

Íbúafjöldi		Fjöldi íbúa eftir aldri 2006					Tekjur*
2006	Breyting '05-'06	0 - 17	18 - 24	25 - 44	45 - 64	65+	2005
191.612	2,4%	48.754	18.885	57.613	44.677	21.989	106

\* Miðað er við meðaltekjur landsins alls = 100

Tafla 4.4 Höfuðborgarsvæðið, velta í smásöluverslun\* (millj. kr.)

2000	2001	2002	2003	2004	2005	2000-05
118.078	125.471	131.045	135.285	148.731	162.930	38,0%

\* Hlutfall heildarveltu í landinu miðað við starfsmannafjölda á höfuðborgarsvæðinu

### Velta í smásöluverslun

Velta í smásöluverslun á höfuðborgarsvæðinu jókst um 38% frá 2000 til 2005 á höfuðborgarsvæðinu. Enginn vafi er á því að verslun hefur vaxið mest á því svæði. Bæði hafa komið til nýjar verslanir, verslanir hafa stækkað og þeim fjölgað og kaupgeta almennings hefur aukist á tímabilinu. Margar sérverslanir, eins og tískufataverslanir, sem eru í Reykjavík þjóna öllu landinu og því nýtur verslun á höfuðborgarsvæðinu góðs af staðsetningunni.

Ef fram fer sem horfir mun þessi vöxtur í verslun á höfuðborgarsvæðinu halda áfram því mikið af nýju verslunarhúsnæði er í byggingu.

(Hlutfall starfsmanna í verslun á hverju landsvæði, þ.e. starfsmenn á landsvæði deilt með heildarfjölda starfsmanna á landinu. Það er í raun sama og hlutfall verslunar á viðkomandi svæði. Til að finna veltutöluna á hverju svæði er heildarvelta verslunar á landinu margfölduð með hlutfalli (%) starfsmanna á viðkomandi svæði. (Ef veltan á landinu er 1 millj. kr. og 25% starfsmanna störfuðu á Suðurlandi væri það 1 millj. kr.  $\times 0,25 = 250$  þús. kr.). Í töflunni er íbúafjöldi á svæðinu einnig sýndur. )

### Fjórðungsfjölgun starfsmanna á tveimur árum

Starfsmönnum á höfuðborgarsvæðinu hefur fjölgað mjög mikið á undanförunum árum. Þeim fjölgaði næstum um 13% frá 2000 til 2006. Á tveggja ára tímabili frá 2004 til 2006 fjölgaði starfsmönnum verslana um meira en fjórðung, eða um 26%. Samt sem áður hefur þetta tímabil einkennst af miklum skorti á starfsmönnum í verslun og hafa erlendir starfsmenn verið ráðnir þar í vinnu í auknum mæli.

## 4.2 Vesturland

### Íbúar

Í desember 2006 bjuggu um 5% landsmanna á Vesturlandi og hefur fólki á svæðinu fjölgað nokkuð minna en að meðaltali á landsvísu. Frá árinu 2000 fjölgaði íbúum um 762, eða um 5,3%. Fjölgunin hefur helst verið bundin við þéttbýlissvæðin í grennd við höfuðborgina. Til að mynda fjölgaði íbúum Akraness um 3,3% árið 2006, heldur minna fjölgaði í Borgarnesi en á nær öllum öðrum svæðum fjórðungsins fækkaði íbúum.

### Tekjur

Meðaltekjur íbúa á Vesturlandi voru um 8% undir landsmeðaltali árið 2005. Hafa verður í huga að nokkur hluti íbúa Vesturlands starfar á höfuðborgarsvæðinu, sér í lagi eftir að Hvalfjarðargöngin voru opnuð árið 1998. Því er hugsanlegt að meðaltekjur innan svæðisins séu mismunandi, t.d. ef Akranes væri borið saman við sveitarfélög á Snæfellsnesi.

### Velta í smásöluverslun

Frá árinu 2000 til ársins 2005 jókst velta í smásölu á Vesturlandi um 36%, litlu minna en hún gerði á höfuðborgarsvæðinu, þrátt fyrir að fólksfjölgun hafi ekki haldið í við landsmeðaltalið. Það virðist því vera góður gangur í rekstri verslana á svæðinu. Gott gengi í greininni má hugsanlega að einhverju leyti rekja til blómlegrar sumarhúsa- og frístundabyggingar í landshlutanum, sem kallar á aukna þjónustu.

Tafla 4.5 **Vesturland, mannfjöldi og tekjur**

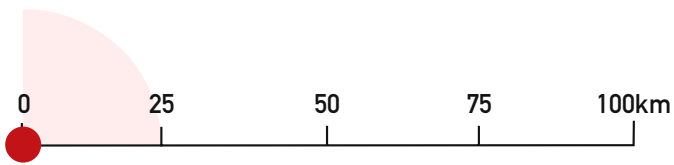
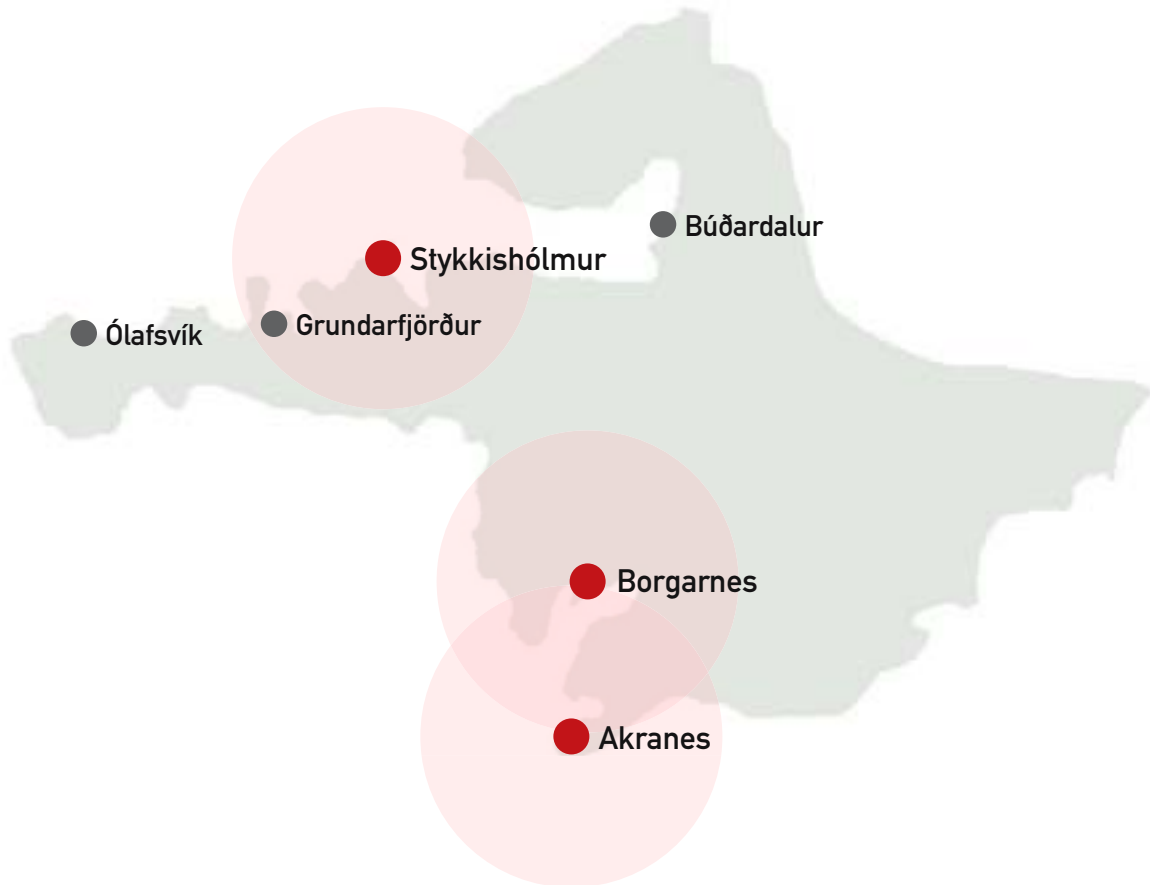
Íbúafjöldi		Fjöldi íbúa eftir aldri 2006					Tekjur*
2006	Breyting '05-'06	0 - 17	18 - 24	25 - 44	45 - 64	65+	2005
15.025	1,1%	4.136	1.577	4.046	3.475	1.791	92

\* Miðað er við meðaltekjur landsins alls = 100

Tafla 4.6 **Vesturland, velta í smásöluverslun\* (millj. kr.)**

2000	2001	2002	2003	2004	2005	2000-05
5.782	6.246	6.390	6.604	7.092	7.877	36,2%

\* Hlutfall heildarveltu í landinu miðað við starfsmannafjölda á Vesturlandi



Þéttbýliskjarni með lágvöruserslun og 25 km radíus út frá honum.

### Lágvöruverðsverslanir á Vesturlandi

Á myndinni eru sýndir þeir staðir þar sem finna má lágvöruverðsverslanir á Vesturlandi (í ágúst 2007). Til að átta sig betur á hvaða svæði verslanirnar þjóna hefur verið litað svæði umhverfis viðkomandi byggðalag. Ljósli liturinn sýnir svæði u.þ.b. 25 km. frá staðsetningu lágvöruverðsverslunar. Hringirnir út frá byggðalögnum gefa þó skekka mynd því vegir á milli staða eru misgreiðfærir og krókóttir. Undir lágvöruverðsverslanir flokkast Bónus, Krónan, Nettó og Kaskó.



## 4.3 Vestfirðir

### Íbúar

Á Vestfjörðum bjuggu rúm 2% landsmanna þann 1. desember árið 2006 og hefur íbúum svæðisins fækkað umtalsvert frá árinu 2000. Samkvæmt tölum frá Hagstofu Íslands hafa hlutfallslega fleiri flutt frá Vestfjörðum en nokkru öðru landsvæði á ári hverju allt frá 1993.

### Tekjur

Meðaltekjur íbúa á Vestfjörðum voru um 87% af meðaltekjum landsmanna árið 2005 og þegar meðalatvinnutekjur í verslun og þjónustu eftir landshlutum eru skoðaðar mælast þær alltaf í lægri kantinum á Vestfjörðum. Árið 2005 voru þær t.d. 7% lægri en á því svæði sem næst kom (Norðurland vestra) og 15% lægri en á höfuðborgarsvæðinu.

### Velta í smásöluverslun

Velta í smásölu á Vestfjörðum jókst um 28% frá árinu 2000 til 2005 þrátt fyrir flutninga fólks frá svæðinu í kjölfar samdráttar í fiskveiðum. Einn af þeim þáttum sem vegur á móti fækkun íbúa á svæðinu er þó nokkur fjölgun ferðamanna. Frá árinu 2000 til 2006 ríflega tvöfaldaðist gistináttafjöldi erlendra ferðamanna á Vestfjörðum og er það meiri vöxtur en á öðrum svæðum landsins. Þessar tölur benda til þess að Vestfirðir séu að sækja á sem viðkomustaður erlendra gesta.

Tafla 4.7 **Vestfirðir, mannfjöldi og tekjur**

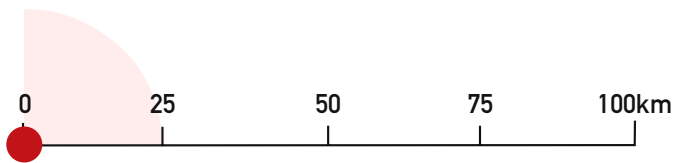
Íbúafjöldi		Fjöldi íbúa eftir aldri 2006					Tekjur*
2006	Breyting '05-'06	0 - 17	18 - 24	25 - 44	45 - 64	65+	2005
7.470	-1,0%	1.924	806	1.974	1.801	965	87

\* Miðað er við meðaltekjur landsins alls = 100

Tafla 4.8 **Vestfirðir, velta í smásöluverslun\* (millj. kr.)**

2000	2001	2002	2003	2004	2005	2000-05
3.043	3.363	3.408	3.570	3.642	3.889	27,8%

\* Hlutfall heildarveltu í landinu miðað við starfsmannafjölda á Vestfjörðum



Þéttbýliskjarni með lágvöruserslun og 25 km radíus út frá honum.

### Lágvöruverðsverslanir á Vestfjörðum

Á myndinni eru sýndir þeir staðir þar sem finna má lágvöruverðsverslanir á Vestfjörðum (í ágúst 2007). Til að átta sig betur á hvaða svæði verslanirnar þjóna hefur verið litað svæði umhverfis viðkomandi byggðalag. Ljósi liturinn sýnir svæði u.þ.b. 25 km. frá staðsetningu lágvöruverðsverslunar. Hringirnir út frá byggðalögnum gefa þó skekka mynd því vegir á milli staða eru misgreiðfærir og krókóttir. Undir lágvöruverðsverslanir flokkast Bónus, Krónan, Nettó og Kaskó.





## 4.4 Norðurland vestra

### Íbúar

Á Norðurlandi vestra voru íbúar 7.452 þann 1. desember 2006, litlu færri en á Vestfjörðum. Svipaða sögu er að segja af þessum tveimur landsvæðum, fólki hefur fækkað lítillega ár frá ári og frá árinu 2000 til 2006 fækkaði íbúum Norðurlands vestra um rúmlega 5%.

### Tekjur

Meðaltekjur íbúa Norðurlands vestra voru 17% lægri en meðaltekjur á landsvísu og svæðið rekur lestina hvað þennan þátt varðar. Í skýrslu Byggingastofnunar og Hagfræðistofnunar Háskóla Íslands, Hagvöxtur landshluta 1998-2005, kemur fram að á tímabilinu 1998 til 2005 var hagvöxtur á landinu í heild 40%. Vestfirðir og Norðurland vestra skera sig úr með samdrátt í tekjum (-3% á Vestfjörðum og -9% á Norðurlandi vestra) og eru einu svæðin þar sem hagvöxtur er neikvæður á umræddu tímabili. Sú þensla sem ríkt hefur á landinu undanfarin ár virðist því ekki hafa náð til þessara svæða.

### Velta í smásöluverslun

Velta í smásölu á Norðurlandi vestra jókst um 28% frá árinu 2000 til 2005. Vöxturinn er nokkuð undir meðallagi og hefur landshlutinn dregist nokkuð aftur úr enda hefur hagvöxtur á svæðinu verið neikvæður undanfarin ár.

Tafla 4.9 **Norðurland vestra, mannfjöldi og tekjur**

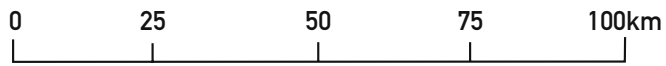
Íbúafjöldi		Fjöldi íbúa eftir aldri 2006					Tekjur*
2006	Breyting '05-'06	0 - 17	18 - 24	25 - 44	45 - 64	65+	2005
7.452	-1,0%	1.939	774	1.827	1.803	1.109	83

\* Miðað er við meðaltekjur landsins alls = 100

Tafla 4.10 **Norðurland vestra, velta í smásöluverslun\* (millj. kr.)**

2000	2001	2002	2003	2004	2005	2000-05
3.880	4.084	4.431	4.551	4.600	4.986	28,5%

\* Hlutfall heildarveltu í landinu miðað við starfsmannafjölda á Norðurlandi vestra



## 4.5 Norðurland eystra

### Íbúar

Norðurland eystra er fjölmennasti landshlutinn að höfuðborgarsvæðinu undanskildu en þar bjuggu 28.555 manns þann 1. desember 2006, eða rúm 9% landsmanna. Fólki hefur fjölgað hægt á svæðinu og ekki haldið í við landsmeðaltal.

### Tekjur

Meðalatvinnutekjur á Norðurlandi eystra voru rúmum 9% lægri en meðaltekjur á landinu öllu árið 2005 samkvæmt tölum Hagstofu Íslands.

### Velta í smásöluverslun

Velta í smásölu á Norðurlandi eystra jókst um 26% frá árinu 2000 til 2005 og hefur landshlutinn þannig dregist lítillega aftur úr hvað þetta varðar. Á sama tíma fækkaði þeim sem starfa í verslun úr 1460 í 1400. Ætla má að þróunin sé nokkuð misjöfn innan landshlutans. Til að mynda fjölgaði íbúum svæðisins um 1% frá 2000 til 2006 en þar af fjölgaði íbúum Akureyrar um 9%, eða um 1.426 manns, en íbúum annarra svæða landshlutans fækkaði á sama tíma um 8%, eða um 1.029.

Tafla 4.11 **Norðurland eystra, mannfjöldi og tekjur**

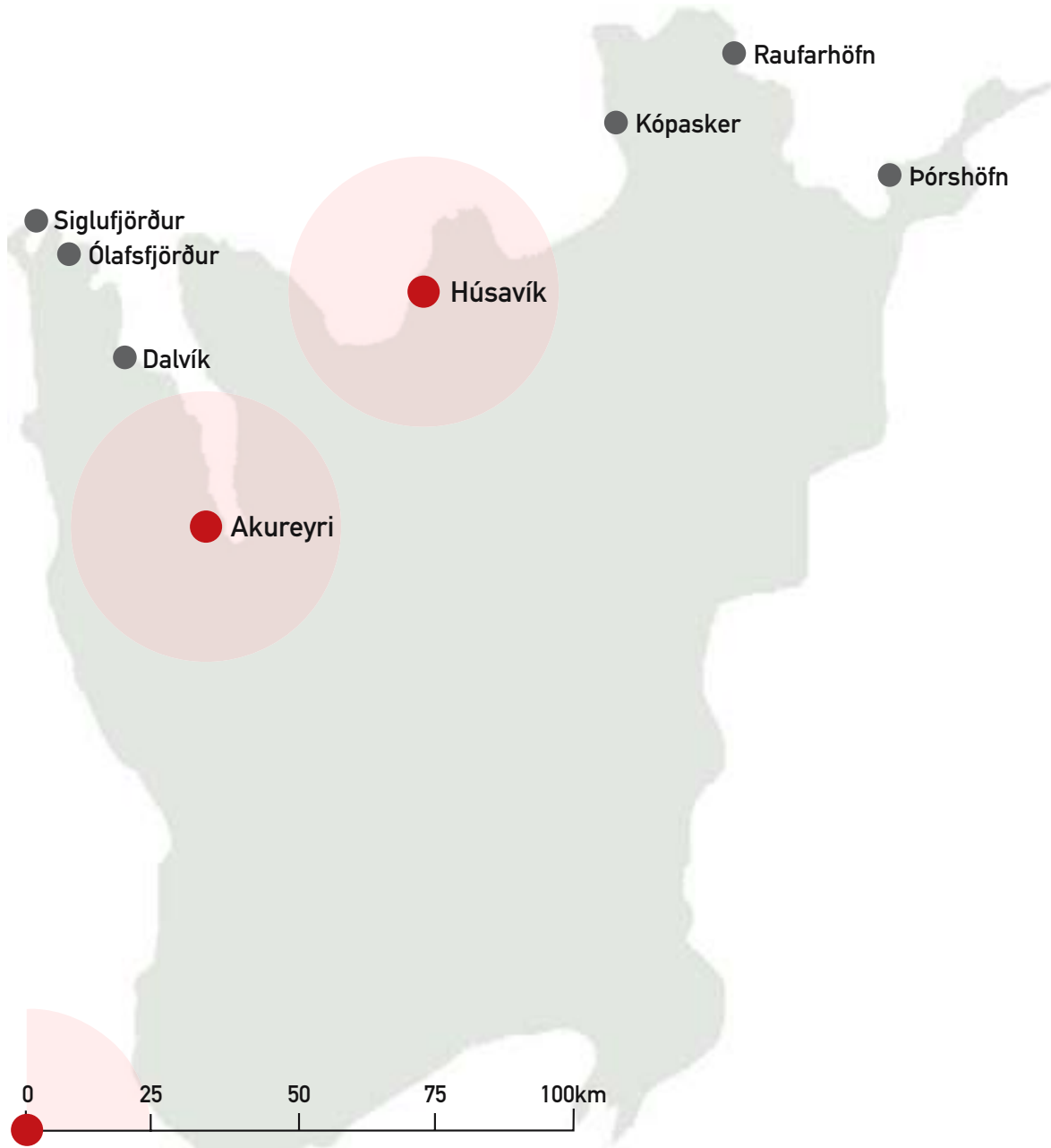
Íbúafjöldi		Fjöldi íbúa eftir aldri 2006					Tekjur*
2006	Breyting '05-'06	0 - 17	18 - 24	25 - 44	45 - 64	65+	2005
28.555	0,4%	7.747	2.874	7.464	6.671	3.799	91

\* Miðað er við meðaltekjur landsins alls = 100

Tafla 4.12 **Norðurland eystra, velta í smásöluverslun\* (millj. kr.)**

2000	2001	2002	2003	2004	2005	2000-05
11.108	11.610	11.588	12.226	13.129	13.960	25,7%

\* Hlutfall heildarveltu í landinu miðað við starfsmannafjölda á Norðurlandi eystra



Þéttbýliskjarni með lágvöruserslun og 25 km radíus út frá honum.

### Lágvöruverðsverslanir á Norðurland eystra

Á myndinni eru sýndir þeir staðir þar sem finna má lágvöruverðsverslanir á Norðurlandi eystra (í ágúst 2007). Til að átta sig betur á hvaða svæði verslanirnar þjóna hefur verið litað svæði umhverfis viðkomandi byggðalag. Ljósi liturinn sýnir svæði u.þ.b. 25 km. frá staðsetningu lágvöruverðsverslunar. Hringirnir út frá byggðalögum gefa þó skekka mynd því vegir á milli staða eru misgreiðfærir og krókóttir. Undir lágvöruverðsverslanir flokkast Bónus, Krónan, Nettó og Kaskó.



## 4.6 Austurland

### Íbúar

Íbúum á Austurlandi hefur fjölgað hratt síðustu ár samhlíða álvers- og virkjanaframkvæmdum, hraðar en í nokkrum öðrum landshluta. Þann 1. desember 2006 voru íbúar Austurlands 15.350 talsins og hafði þeim fjölgað um 30% frá byrjun ársins 2000.

### Tekjur

Meðaltekjur á Austurlandi voru 1% undir landsmeðaltali árið 2005 en þær voru þó þær hæstu utan höfuðborgarsvæðisins. Ef aðeins er litið til starfa í verslun og viðgerðarþjónustu voru tekjurnar þó talsvert undir meðallagi, eða 74% af meðallaunum á landsvísu.

### Velta í smásöluverslun

Velta í smásölu á Austurlandi jókst um 22% frá árinu 2000 til 2005 og hefur fólksfjöldunin því enn ekki skilað sér í auknum tekjum til verslunarinnar. Þróun íbúafjölda á svæðinu tengist vissulega þeim framkvæmdum sem unnið hefur verið að undanfarin ár, bæði á Reyðarfirði og við Kárahnjúka. Stór hluti aðfluttra íbúa eru erlendir starfsmenn verktaka á svæðunum sem dvelja þar tímabundið og eftirspurn þessa fólks eftir vörum og þjónustu litast af því. Hugsanlega verður breyting á þegar starfsemi þessarar stóriðju kemst í fast horf og aðfluttur setjast að á svæðinu til lengri tíma.

Tafla 4.13 **Austurland, mannfjöldi og tekjur**

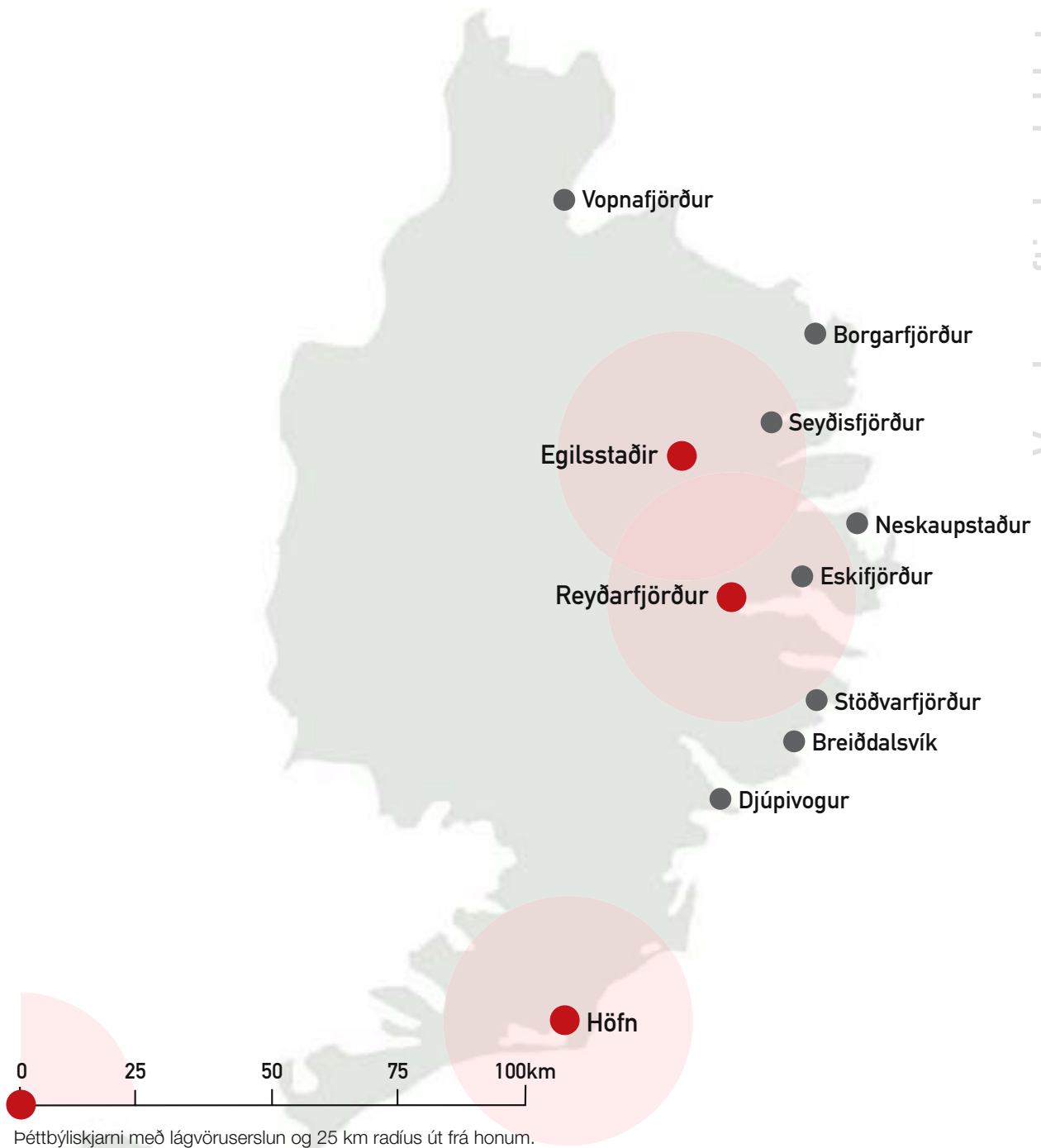
Íbúafjöldi		Fjöldi íbúa eftir aldri 2006					Tekjur*
2006	Breyting '05-'06	0 - 17	18 - 24	25 - 44	45 - 64	65+	2005
15.350	12,8%	3.243	1.317	5.014	4.281	1.495	99

\* Miðað er við meðaltekjur landsins alls = 100

Tafla 4.14 **Austurland, velta í smásöluverslun\* (millj. kr.)**

2000	2001	2002	2003	2004	2005	2000-05
5.250	5.605	5.197	5.265	5.846	6.382	21,6%

\* Hlutfall heildarveltu í landinu miðað við starfsmannafjölda á Austurlandi



### Lágvöruverðsverslanir á Austurlandi

Á myndinni eru sýndir þeir staðir þar sem finna má lágvöruverðsverslanir á Austurlandi (í ágúst 2007). Til að átta sig betur á hvaða svæði verslanirnar þjóna hefur verið litað svæði umhverfis viðkomandi byggðalag. Ljósli liturinn sýnir svæði u.þ.b. 25 km. frá staðsetningu lágvöruverðsverslunar. Hringirnir út frá byggðalögum gefa þó skekka mynd því vegir á milli staða eru misgreiðfærir og krókóttir. Undir lágvöruverðsverslanir flokkast Bónus, Krónan, Nettó og Kaskó.



## 4.7 Suðurland

### Íbúar

Íbúar Suðurlands voru 22.917 þann 1. desember 2006 og hafði þeim fjölgað um 9% frá árinu 2000. Íbúar fjórðungsins voru þá um 7,5% landsmanna. Fjölgunin síðustu ár hefur fyrst og fremst verið bundin við þéttbýliskjarnana í nágrenni höfuðborgarsvæðisins, Hveragerði og Selfoss. Í Vestmannaeyjum hefur íbúum til að mynda fækkað undanfarin ár, t.d. um 2,1% árið 2006.

### Tekjur

Meðaltekjur íbúa Suðurlands árið 2005 voru um 16,5% undir landsmeðaltali og aðeins á Norðurlandi vestra mældust tekjur lægri. Frá árinu 1998 til 2003 hélt hagvöxtur á svæðinu að mestu í við landsmeðaltal og tekjur jukust helst í þjónustugreinum. Eftir þann tíma tók Suðurland að dragast aftur úr og stóð nánast í stað árið 2004 á sama tíma og talsverður uppgangur var í atvinnulífi ef litið er á landið í heild. Árið 2005 kom betur út en hugsanlega mun þessi þróun hafa áhrif á fólksflutninga.

### Velta í smásöluverslun

Velta í smásölu á Suðurlandi jókst um 37% frá árinu 2000 til 2006 og er það litlu minni aukning en á höfuðborgarsvæðinu. Suðurlandið er vinsæll áfangastaður ferðamanna, jafnt innlendra sem erlendra, og aðeins á höfuðborgarsvæðinu hafa gistinætur verið fleiri undanfarin ár. Nær helmingur sumarhúsa landsmanna er á Suðurlandi og fyrirtæki og félagasamtök hafa reyst þar fjölmargar orlofshúsabyggingar svo að eftirspurn eftir verslun og þjónustu er þar mikil og er ekki eingöngu bundin við þéttbýliskjarna svæðisins.

Tafla 4.15 **Suðurland, mannfjöldi og tekjur**

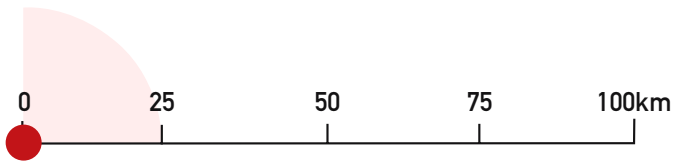
Íbúafjöldi		Fjöldi íbúa eftir aldri 2006					Tekjur*
2006	Breyting '05-'06	0 - 17	18 - 24	25 - 44	45 - 64	65+	2005
22.917	2,3%	6.269	2.387	6.042	5.440	2.779	84

\* Miðað er við meðaltekjur landsins alls = 100

Tafla 4.16 **Suðurland, velta í smásöluverslun\* (millj. kr.)**

2000	2001	2002	2003	2004	2005	2000-05
9.434	9.849	10.480	10.530	11.596	12.963	37,4%

\* Hlutfall heildarveltu í landinu miðað við starfsmannafjölda á Suðurlandi



Þéttbýliskjarni með lágvöruserslun og 25 km radíus út frá honum.

### Lágvöruverðsverslanir á Suðurlandi

Á myndinni eru sýndir þeir staðir þar sem finna má lágvöruverðsverslanir á Suðurlandi (í ágúst 2007). Til að átta sig betur á hvaða svæði verslanirnar þjóna hefur verið litað svæði umhverfis viðkomandi byggðalag. Ljósli liturinn sýnir svæði u.þ.b. 25 km. frá staðsetningu lágvöruverðsverslunar. Hringirnir út frá byggðalögnum gefa þó skekkta mynd því vegir á milli staða eru misgreiðfærir og krókóttir. Undir lágvöruverðsverslanir flokkast Bónus, Krónan, Nettó og Kaskó.





## 4.8 Suðurnes

### Íbúar

Á Suðurnesjum bjuggu 18.880 manns þann 1. desember 2006 og hefur fólksfjölgun á svæðinu verið nokkuð yfir meðallagi frá árinu 2000, sér í lagi síðustu tvö ár. Fjölgunin nemur 14,5% frá árinu 2000 og þar af um 10,5% frá árinu 2004.

### Tekjur

Meðalatvinnutekjur íbúa á Suðurnesjum mældust 7% undir landsmeðaltali árið 2005. Íbúar Suðurnesja starfa í talsverðum mæli á höfuðborgarsvæðinu og lyftir það meðalatvinnutekjum svæðisins líklega nokkuð upp á við.

### Velta í smásöluverslun

Velta í smásölu á Suðurnesjum jókst um 36% frá árinu 2000 til 2005, litlu minna en hún gerði á höfuðborgarsvæðinu. Landshlutarnir sem umkringja höfuðborgarsvæðið, Suðurnes, Suðurland og Vesturland njóta greinilega góðs af staðsetningunni því að vöxtur í verslun á þessum svæðum hefur verið umtalsvert meiri en í öðrum landshlutum. Á Suðurnesjum er Flugstöð Leifs Eiríkssonar einnig starfrækt en um hana fer langstærstur hluti fólks á leið til og frá Íslandi. Fjöldi farþega árið 2006 náði yfir tvær milljónir, fjölgunin hefur verið ör undanfarin ár og umsvif verslunar í flugstöðinni að sama skapi vaxið.

Tafla 4.17 **Suðurnes, mannfjöldi og tekjur**

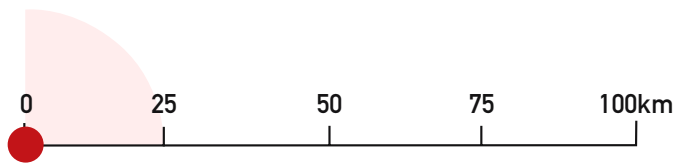
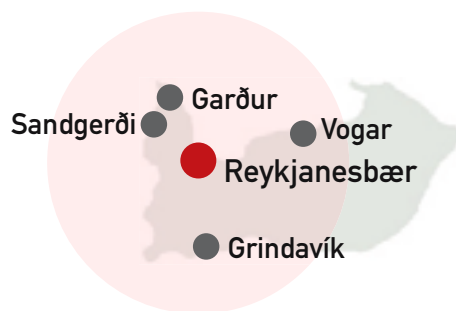
Íbúafjöldi		Fjöldi íbúa eftir aldri 2006					Tekjur*
2006	Breyting '05-'06	0 - 17	18 - 24	25 - 44	45 - 64	65+	2005
18.880	5,5%	5.353	2.028	5.534	4.215	1.750	93

\* Miðað er við meðaltekjur landsins alls = 100

Tafla 4.18 **Suðurnes, velta í smásöluverslun\* (millj. kr.)**

2000	2001	2002	2003	2004	2005	2000-05
8.141	8.888	9.373	9.727	8.912	11.068	36,0%

\* Hlutfall heildarveltu í landinu miðað við starfsmannafjölda á Suðurnesjum



Péttylískjarni með lágvöruserslun og 25 km radíus út frá honum.

### Lágvöruverðsverslanir á Suðurnes

Á myndinni eru sýndir þeir staðir þar sem finna má lágvöruverðsverslanir á Suðurnesjum (í ágúst 2007). Til að átta sig betur á hvaða svæði verslanirnar þjóna hefur verið litað svæði umhverfis viðkomandi byggðalag. Ljós liturinn sýnir svæði u.þ.b. 25 km. frá staðsetningu lágvöruverðsverslunar. Hringirnir út frá byggðalögum gefa þó skekka mynd því vegir á milli staða eru misgreiðfærir og krókóttir. Undir lágvöruverðsverslanir flokkast Bónus, Krónan, Nettó og Kaskó.





# *Viðauki*

1. Tíu staðreyndir um framtíð verslunar
2. Skilgreiningar á ýmsum tegundum verslana
3. Comparison of the retailing sector in the Nordic countries

---

## 1. Tíu staðreyndir um framtíð verslunar

Mikilvægt er fyrir þróun verslunar að almenn hagsæld sé í landinu, góð rekstrarskilyrði, reglu- og lagasetning sé hagstæð fyrir greinina, örar tækninýjungar auðveldi reksturinn og allt rekstrarumhverfið sé jákvætt. Nauðsynlegt er fyrir þá sem reka verslanir að fylgjast með öllum þessum þáttum og taka tillit til þeirra í rekstri sínum.

Allar breytingar á neysluvenjum almennings skipta verulegu máli fyrir þá sem reka verslun. Þannig eru nýir straumar og stefnur eru ekki síður mikilvæg en utanaðkomandi rekstrarskilyrði. Hér eru tíu staðreyndir um nýjar og breyttar neysluvenjur sem hafa áhrif á þróun verslunar á næstu árum.

### 1. Meira fer í munað

Með aukningu kaupmáttar fer sífellt lægra hlutfall ráðstöfunartekna í nauðsynjavörur. Neytendur ráðstafa meira fé til menningar og tómsunda og láta eftir sér meiri munað en áður.

### 2. Góðri heilsu gert hærra undir höfði

Fólk er meðvitað um mikilvægi góðrar heilsu og er tilbúið að greiða hærra verð en áður fyrir holla fæðu. Sala á heilsuvörum, íþróttafatnaði og -búnaði og þjónustu líkamsræktarstöðva fer vaxandi.

### 3. Engu eytt í óþarfa

Þó að tekjur hafi aukist hratt undanfarin ár og neytendur veiti sér meiri munað en áður hugsar fólk samt vel um budduna og kys að versla þar sem verð er hagstæðast, eins og sést t.d. á vali neytenda á matvælaverslunum. Lágvöruverðsverslanir hafa mikla markaðshlutdeild á kostnað þægindaverslana sem bjóða betri þjónustu sem neytendur telja sig ekki þurfa öllum stundum. Með því að hagræða í innkaupum á nauðsynjavörum verður jú meira eftir til að eyða í munaðarvarning.

---

#### 4. Tími er sama og peningar

Tíminn er verðmætur og neytendur vilja nýta hann sem best. Þeir eru því tilbúnir að greiða hærra verð en ella fyrir vörur sem spara þeim tíma og fyrirhöfn. Dæmi um þetta eru tilbúnir réttir sem hægt er að kaupa í matvöruverslunum og tækni sem gerir afgreiðslu í verslunum hraðvirkari. Almenn farsímaeign og útbreiðsla þráðlausra nettenginga eru einnig dæmi um þjónustu sem sparar fólki tíma.

#### 5. Ekkert mál að aka í innkaupaferð

Stórir verslanakjarnar og miðstöðvar halda áfram að rísa og þeim er ætlað að þjóna stórum svæðum og draga fólk víðs vegar að. Veitinga- og afþreyingarþjónusta fylgir gjarnan verslun svo að kosturinn við að versla á tilteknum stað sé ákjósanlegur þrátt fyrir að vegalengd á staðinn geti verið þó nokkur. Verslunarferðir verða því um leið afþreying.

#### 6. Milljón möguleikar fyrir neytendur

Með tilkomu Netsins hefur valmöguleikum neytenda fjölgað og aðgengi að upplýsingum gjörbreyst. Fyrirtækin kynna vörur sínar og þjónustu á Netinu og ákvörðunin um kaup á vöru er í síauknum mæli tekin án þessa að viðskiptavinurinn stígi fæti inn í verslun. Verslun með bækur, tónlist, frístundavörur og fatnað fer í sífellt meiri mæli fram á Netinu og skiptir þá fjarlægð frá verslun litlu máli.

#### 7. Tilfinningar ráða töluverðu um kaup

Þegar vöruframboð er jafn mikið og raun ber vitni er það oftast en ekki vörumerkið sem ræður úrslitum. Miklu skiptir að byggja upp vörumerkið, skapa því sérstöðu og tengja það ímynd eða lífsstíl sem viðskiptavininum er að skapi. Þróun er því sú að verslanir bjóða upp á fá og vel valin vörumerki, frekar en að vörur úr öllum áttum séu í hillunum.

---

## 8. Neytendur vilja njóta traustra ráðgjafa

Neytendur vilja fá ráðgjöf og þjónustu þegar þeir stíga inn í verslun. Með því að sinna viðskiptavininum og svara þeim spurningum sem vakna verður upplifun þeirra ánægjulegri og þeir festa frekar kaup á þeim vörum sem vekja áhuga.

## 9. Mikil fjölgun eldri borgara

Þjóðin er að eldast og sífellt stærrí hópur fólks hefur lokið starfsævinni og komið sér vel fyrir. Eldri borgarar kjósa gjarnan að sækja menningarviðburði og njóta veitinga- og ferðaþjónustu frekar en að eltast við nýttískufatnað, húsgögn eða nýjustu rafmagnstækin.

## 10. Menningarstraumarnir verða margbreytilegri

Fjölmenningsamfélaginu sem við lifum í fylgir mikil fjölbreytni framboðs á vörum og þjónustu. Neytendur taka fjölbreytninni fagnandi og finnst ómissandi að borða á ítölskum veitingastöðum, kaupa húsgögn hönnuð í Skandinavíu og kaffi frá Suður-Ameríku. Fólk er spennt fyrir nýjungum og vill fá að kynnast öðrum menningarheimum.

## 2. Skilgreiningar á ýmsum tegundum verslana

### Dagvöruverslun (e. Grocery store)

Smásöluverslun aðallega með matvöru. Í dagvöruverslun eru einnig seldar hreinlætisvörur og aðra nauðsynjar fyrir heimili. Með lítilli dagvöruverslun er átt við að hún sé með minna en 400m<sup>2</sup> sölurými.

### Lágvöruverðsverslun (e. Discount store)

Smásöluverslun sem einbeitt sér að sölu hraðseljanlegrar dagvöru eða sér-  
vöru. Neytendur sækja þessar verslanir einkum vegna hins lága verðlags.

### Ofurlágvöruverslun (e. Hard discount store)

Dagvöruverslun sem býður lægra vöruverð en hefðbundnar lágvöruverslanir. Vöruvalið er mjög takmarkað og lágmarksþjónusta er í boði.

### Þægindaverslun (e. Convenience store)

Lítill verslun með takmarkað úrval matvöru, tilbúinna rétta, sælgæti, tóbak, tímarit o.fl. Þessar verslanir hafa gjarnan lengri afgreiðslutíma en hefðbundnar dagvöruverslanir og eru stundum kallaðar „klukkubúðir“ hér á landi.

### Sérverslun

Þetta á við um fjölmargar tegundir sérhæfðra verslana með sérhæft vöruval sem býður viðskiptavinum vandaðar upplýsingar og þjónustu. Flestar tegundir verslana, aðrar en dagvöruverslanir, gætu flokkast sem sérverslun.

### Sérvöruverslun (e. Specialty store)

Venjulega lítill verslun með sérhæft vöruframboð. Í boði er staðbundið, breitt og djúpt vöruval, með öflugum neytendaupplýsingum og þjónustu. Verðlag er venjulega allt frá því að vera miðlungshátt og þar fyrir ofan. Dæmi um sérvöruverslanir eru málningarbúðir og heimilisvöruverslanir.



---

### **Sjálfsafgreiðsluheildsala –Gripið & greitt (e. Self-service wholesale – Cash & Carry)**

Gripið & greitt er heildverslun sem býður smásölum og iðn- og þjónustufyrirtækjum í vörugemymslu sinni mikið úrval matvara, drykkjarvara og annars varnings til endursölu eða endanlegrar notkunar. Vörurnar eru bornar beint af viðskiptavininum (gripið) og greiddar strax (greitt).

### **Stórmarkaður (e. Hypermarket)**

Þetta er smásöluverslun með sölurými sem er a.m.k. 5.000 m<sup>2</sup> og venjulega staðsett utan við miðborgarsvæði. Einkum með sjálfsafgreiðslu og býður upp á matvöru, svo og mikið úrval annarrar neytendavöru og varnings fyrir skammtíma, meðaltíma og langtíma þarfir.

### **Stórverslun (e. Superstore)**

Þetta er smásöluverslun með sölurými sem er a.m.k. 1.500 m<sup>2</sup>. Þetta er sjálfsafgreiðsluverslun sem selur aðallega matvörur, aðrar almennar neysluvörur og varning fyrir skammtíma-, meðaltíma- eða langtímaþarfir.

### **Verksmiðjuútsala (e. Factory Outlet)**

Þetta eru meðalstórar eða stórar verslanir með mjög einföldum innréttingum þar sem birgjar selja einkum beint annars flokks varning, umframbirgðir og vörum sem hefur verið skilað. Verksmiðjuútsölur eru venjulega staðsettar nærri framleiðslustað og bjóða upp á auðvelt aðgengi og sjálfsafgreiðslu.

### **Verslunarmiðstöðvar (e. Shopping centres)**

Vegna miðlægrar staðsetningar eru verslunarmiðstöðvar meiri háttar þjónustustöðvar fyrir skammtíma, meðaltíma og langtíma þarfir neytenda. Einkenni þeirra eru:

- mikið samansafn af smásöluverslunum, veitingastöðum og þjónustu af mismunandi stærðum,
- fjöldi sérverslana af mismunandi gerðum, venjulega ásamt einni eða fleirum stórverslunum (vöruhús, almenn verslun eða stórmarkaður),
- mikill fjöldi bílastæða ,
- miðlæg yfirstjórn eða markaðsráð,
- allir leigjendur takast sameiginlega á hendur ákveðnar fyrirfram ákveðnar skyldur (t.d. auglýsingar)

Verslunarmiðstöðvar bjóða venjulega upp á sölurými sem er meira en 10.000 m<sup>2</sup> . Ef stórverslun er ekki byggingarlega og/eða lagalega hluti af verslunarmiðstöðinni, en myndar hluta af henni í augum neytandans,

---

Þá er litið á hana sem hluta verslunarmiðstöðvarinnar. Hótel, íbúðir og skrifstofuhúsnæði er ekki talin vera hluti verslunarmiðstöðvar.

Til viðbótar sölurými verslana eru oft viðbótarleigurými til ráðstöfunar í verslunarmiðstöðvum fyrir aðra atvinnustarfsemi.

Gólfrymi sem ætlað er fyrir veitingaþjónustu þarf að skilgreina aðgreint frá þeim gólfleti sem ætlaður er undir aðrar tegundir þjónustu (bankar, ferðaskrifstofur, kvikmyndahús, líkamsrækt o.s.frv.).

Heildarflötur verslunarmiðstöðvar innifelur þjónustufleti, bílastæði og umferðargötur, gólfleti sem yfirstjórn hefur til umráða og jafnframt snyrtiherbergi.

### **Vöruhús (e.Department store)**

Vöruhús er smásöluverslun með miðlæga staðsetningu og mikið vöruval, einkum í fatnaði, vefnaðarvöru, húsbúnaðarvörur til ýmissa nota og jafnframt matvörur auk veitingaaðstöðu þar sem viðskiptavinurinn getur m.a. prófað þá vöru sem hann vill kaupa.

### **Netverslun (e.E-commerce)**

Með netverslun er átt við þegar vara eða þjónusta er pöntuð eða keypt um pöntunareyðublað á vefsíðu söluaðila. Umfang slíkra viðskipta getur verið mjög mismunandi.

## 3. Comparison of the retailing sector in the Nordic countries

### Introduction

The Nordic retail market has been characterised by good results and high growth in recent years. The combined retail sales for the 100 largest Nordic retailers reached \$168.2 billion in the fiscal year 2005 (July 2005 through June 2006). The top ten on the list, including companies such as IKEA, Baugur Group, ICA and H&M, accounted for 62% of the total retail sales. The survey revealed that 36 of the top 100 companies originated from Sweden, 31 from Norway, followed by Denmark and Finland with 16 and 15 companies respectively. Iceland is represented on the list by two companies, Baugur Group and Norvik. The two Icelandic retailers sit atop of the list of fastest growing companies in the region with Baugur Group leading both regionally and even globally. Its annual growth rate of 106.2% is impressive, compared with the average of 9.8% for the list as a whole.

### Population

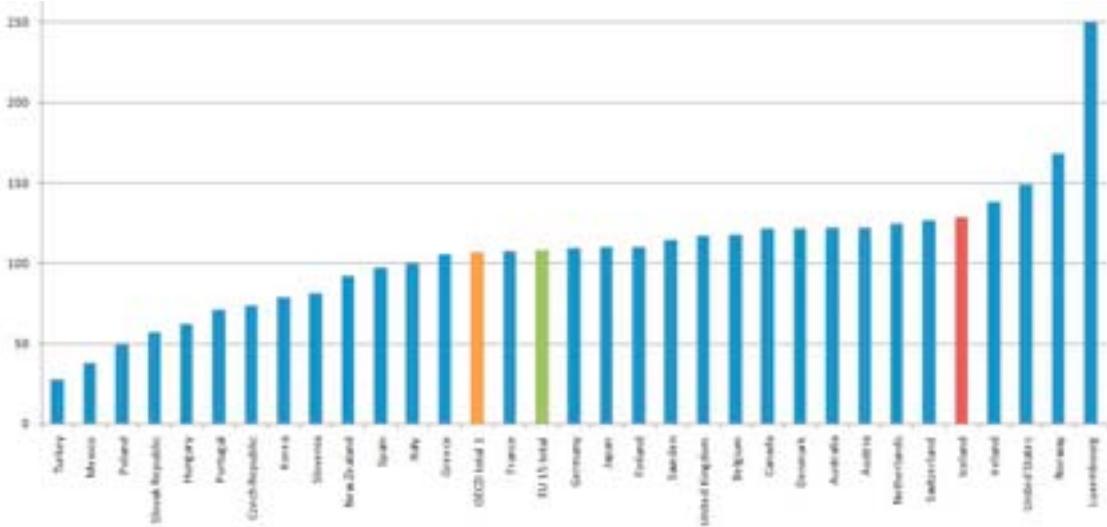
The five Nordic countries are among the wealthiest countries in the world, despite their relatively small populations. Sweden had around 9 million inhabitants in January 2006, Denmark, Finland and Norway followed with around 5 million each, while Iceland has a significantly smaller population of approximately 300 thousand.

### Income and price level

National income in the year 2005 (measured as gross domestic product (GDP) per capita in purchasing power parities (PPP)) ranked them from 2nd to 15th in the list of wealthiest countries of the world, all of them above the OECD and EU-15 averages. Luxembourg's considerable lead stems from the fact that numerous people work in Luxembourg but live in the neighbouring countries, so they contribute to its national income but not its population. When price levels are compared across OECD states the Nordic countries rank even higher, with the five of them occupying the top seven spots alongside Ireland and Switzerland.

Figure 5.1 **GDP per capita in PPP, 2005**

Figure 5.1 – GDP per capita in PPP, 2005



Unit: US dollars and PPPs. Source: OECD Factbook 2007: Economic, Environmental and Social Statistics

**The Nordic Retail Market**

The retail sector has grown more rapidly in Iceland than in the other Nordic countries. In constant prices the retail trade grew by 38% from 1998 to 2004 compared to 19% in Denmark, 25% in Norway and Finland and 33% in Sweden. Food and non-alcoholic beverages account for 12-18% of final expenditures of households in the Nordic countries. In Iceland this percentage is 12, 9% and is decreasing year by year. Expenditures on alcohol and tobacco range in average from 4-6% in the Nordic countries while in Iceland this account for 3%. Clothing and footwear accounts for in average 5-6% in the Nordic countries, while in Iceland it accounts for 4, 8%.

The structure of the range of grocery stores differs within the region. In Denmark, Finland and Sweden hypermarkets (shops larger than 2.500m<sup>2</sup>) have a considerable market share. In Iceland and Norway on the other hand, approximately 70% of the turnover is accounted for by shops smaller then 1.000m<sup>2</sup>. Local authorities in the Nordic countries have increasingly taken into account the importance of the retail sector when it comes to urban planning.

The grocery market in Iceland and other Nordic countries is concentrated in few retail chains in each country. In Denmark and Sweden for example, three grocery store chains hold a market share of 91%. Concentration is less in Norway, Finland and Iceland, where the market share of the three largest chains is around 80%. Measures of market concentration are significantly higher than in neighbouring countries, such as Germany, France and the United Kingdom.

## Heimildaskrá

Hagstofa Íslands (2007. Janúar – ágúst). Fyrirtæki og velta.

Sótt af vefsíðu <http://www.hagstofa.is/Pages/69>

Hagstofa Íslands (2007. Janúar – ágúst). Laun tekjur og vinnumarkaður.

Sótt af vefsíðu <http://www.hagstofa.is/Hagtolur/Laun,-tekjur-og-vinnumarkadur>

Hagstofa Íslands (2007. Janúar – ágúst). Verðlag og neysla.

Sótt af vefsíðu <http://www.hagstofa.is/Hagtolur/Verdlag-og-neysla>

Hagstofa Íslands (2007. Janúar – ágúst). Þjóðhagsreikningar og fjármál hins opinbera.

Sótt af vefsíðu <http://www.hagstofa.is/Hagtolur/Thjodhagsreikningar>

Hagstofa Íslands (2007. Janúar – ágúst). Hagvísar.

Sótt af vefsíðu <http://www.hagstofa.is/Pages/935>

Fasteignamat ríkisins (2007. Júní). Samantekt á fjölda kaupsamninga með verslunarhúsnæði og fermetrafjölda verslana, eftir landssvæðum.

Unnið fyrir Rannsóknasetur verslunarinnar.

Handeln i Sverige – en etableringsguide. (2006). Market, Forma Publishing Group og Handels Utredningsinstitut

Launakönnun VR 2006. (2006). Sótt af vefsíðu <http://www.vr.is/index.aspx?Groupid=476376>

Ríkisskattstjóri. (2007. Janúar – ágúst). Sótt af vefsíðu <http://www.rsk.is>

Framleiðnimæling og ávinningur af aukinni atvinnuþátttöku eldri borgara og öryrkja. (2007). Skýrsla gefin út af Rannsóknasetri verslunarinnar, Háskólanum á Bifröst

Fólk og fyrirtæki – Um búsetu og starfsskilyrði á landsbyggðinni. (2003).

Hagfræðistofnun Háskóla Íslands og Bygðarannsóknastofnun

Nordic Powers of Retailing 2007 – Who is the gratest of them all? (2007).

Skýrsla gefin út af Deloitte AB

The Retail Sector in the Nordic Countries – A Comparative Analysis. (2007).

Dr. Águst Einarsson. Tímarit um félagsvísindi. Háskólinn á Bifröst

Einnig var stuðst við upplýsingar á heimasíðum eftirtalinna fyrirtækja:

Hagar: <http://www.hagar.is>

Norvik: <http://www.norvik.is>

Samkaup: <http://www.samkaup.is>

Árdegi: <http://www.ardegi.is/Ardegi/>

NTC: <http://www.ntc.is>



Icelandic centre for retail studies  
Háskólinn á Bifröst/Bifrost University  
311 Borgarnes • Iceland  
Sími: 433 3086 • [www.rsv.bifrost.is](http://www.rsv.bifrost.is)