

Trygve Martinsen

Avanseundersøkelse for detaljhandel

Rapporter

I denne serien publiseres statistiske analyser, metode- og modellbeskrivelser fra de enkelte forsknings- og statistikkområder. Også resultater av ulike enkeltundersøkelser publiseres her, oftest med utfyllende kommentarer og analyser.

Reports

This series contains statistical analyses and method and model descriptions from the different research and statistics areas. Results of various single surveys are also published here, usually with supplementary comments and analyses.

© Statistisk sentralbyrå, desember 1999
Ved bruk av materiale fra denne publikasjonen,
vennligst oppgi Statistisk sentralbyrå som kilde.

ISBN 82-537-4751-9
ISSN 0806-2056

Emnegruppe

10.90 Metoder, modeller, dokumentasjon

Design: Enzo Finger Design
Trykk: Statistisk sentralbyrå

Standardtegn i tabeller	Symbols in tables	Symbol
Tall kan ikke forekomme	Category not applicable	.
Oppgave mangler	Data not available	..
Oppgave mangler foreløpig	Data not yet available	...
Tall kan ikke offentliggjøres	Not for publication	:
Null	Nil	-
Mindre enn 0,5 av den brukte enheten	Less than 0.5 of unit employed	0
Mindre enn 0,05 av den brukte enheten	Less than 0.05 of unit employed	0,0
Foreløpige tall	Provisional or preliminary figure	*
Brudd i den loddrette serien	Break in the homogeneity of a vertical series	—
Brudd i den vannrette serien	Break in the homogeneity of a horizontal series	
Rettet siden forrige utgave	Revised since the previous issue	r

Sammendrag

Trygve Martinsen

Avanseundersøkelse for detaljhandel

Rapporter 1999/37 • Statistisk sentralbyrå 1999

Bedriftene innenfor detaljhandel hadde en samlet bruttofortjeneste på 22,1 prosent i 1996 sett i forhold til salgsinntektene. Dette er den samme marginen som i en tilsvarende undersøkelse gjennomført i Statistisk sentralbyrå for året 1986. Selv om den samlede bruttofortjenesten er den samme i de to undersøkelsene, har det skjedd betydelige endringer i marginen for mange bransjer og varegrupper. Ulike næringsstandarder og endringer i varegrupperingen gjør det imidlertid vanskelig å sammenligne resultatene i de to undersøkelsene.

Det ble omsatt handelsvarer for 250 milliarder kroner (eksklusive merverdiavgift) innenfor detaljhandel i 1996. Av dette var 73,4 milliarder eller 29,3 prosent nærings- og nytelsesmidler, mens 76,5 milliarder eller 30,6 prosent av omsetningen var kjøretøy og utstyr, drivstoff og brensel. Av næringshovedgruppene var bruttofortjenesten høyest innenfor butikkhandel med brukte varer med en margin på 52,5 prosent, mens bruttofortjenesten var lavest innenfor detaljhandel med motorkjøretøyer, deler og motorsykler med 10,7 prosent. For de definerte varehovedgruppene var bruttofortjenesten størst på bekledningsvarer med 43,0 prosent, mens marginen var lavest for varehovedgruppen kjøretøy og utstyr, drivstoff og brensel med 10,1 prosent.

For motorkjøretøyer og drivstoff har det vært en betydelig nedgang i marginen. For nye personbiler, varebiler og lette lastebiler har bruttofortjenesten gått ned fra 13 prosent i 1986 til 9 prosent i 1996, mens marginen på bensin har gått ned fra 8 prosent til 6 prosent i samme periode. For klesbutikkene og skoforretningene har marginen gått opp. For begge disse næringsundergruppene økte bruttofortjenesten fra 38 prosent i 1986 til 44 prosent i 1996.

Avanseundersøkelsen for detaljhandel viste en samlet bruttofortjeneste for dagligvarebutikkene (inkl. kiosker) på 19 prosent, noe som er identisk med tilsvarende undersøkelse for året 1986. Men for nærings- og nytelsesmidler, som står for 81,7 prosent av omsetningen, har dagligvarebutikkene (inkl. kiosker) redusert marginen fra 20 til 18 prosent, dvs. en nedgang i bruttofortjenesten på 10 prosent fra 1986 til 1996. Størst nedgang i marginen var det på mineralvann og lettøl, mens bruttofortjenesten har økt mest på brød, kaker, boller o.l. konditorvarer. Dagligvarebutikkene (inkl. kiosker) har også økt marginen på andre varer enn nærings- og nytelsesmidler fra 1986 til 1996.

Innhold

1. Innledning	7
1.1. Bakgrunn	7
1.2. Definisjoner	7
2. Datagrunnlaget.....	8
2.1. Bruttoutvalg og nettoutvalg	8
2.2. Revisjon og kontroller.....	8
2.3. Estimering for bedrifter utenfor utvalget og frafallsbedrifter.....	9
2.4. Feilkilder	10
3. Hovedresultater	11
3.1. Samlet fortjenestemargin er den samme som i 1986.....	11
3.2. Høyest bruttfortjeneste for butikkhandel med brukte varer og postordrehandel.....	11
3.3. Nærings- og nytelsesmidler, kjøretøy og drivstoff for 150 milliarder	12
3.4. Dagligvarebutikkens betydning innenfor detaljhandel	13
4. Nærings- og nytelsesmidler	15
4.1. Innledning.....	15
4.2. Nærings- og nytelsesmidler i ulike næringsundergrupper	15
4.3. Dagligvarebutikker (inkl. kiosker).....	16
4.4. Matvarer i spesialforretninger og dagligvarebutikker	17
4.5. Bensinstasjoner har tre ganger så høy bruttfortjeneste på mineralvann	18
4.6. Nærings- og nytelsesmidler i 1996 og 1986	19
5. Bekleddingsvarer og skotøy.....	21
5.1. Bekleddingsvarer.....	21
5.2. Skotøy	21
6. Tekstilvarer.....	22
7. Kjøretøy og utstyr, drivstoff og brensel.....	23
8. Elektriske husholdningsapparater og lamper.....	25
8.1. Elektriske husholdningsapparater	25
8.2. Lamper	26
9. TV, musikkanlegg, video-, satellitt- og kommunikasjonsprodukter, foto utstyr, data og musikk.....	27
10. Byggevarer, fargevarer, beslagvarer og hageredskaper	29
10.1. Omsatte varer for 13,3 milliarder	29
10.2. Butikkhandel med bredt vareutvalg av jern-, farge- og andre byggevarer	29
11. Varer for sport og fritid (unntatt bekleddingsvarer).....	31
12. Kjøkkenutstyr, serviser, pynte- og utstyrsvarer og møbler	33
12.1. Kjøkkenutstyr.....	33
12.2. Serviser, pynte- og utstyrsvarer.....	33
12.3. Møbler.....	33
13. Diverse varer	35
13.1. Blomster, planter og busker	35
13.2. Bøker	35
13.3. Kosmetikk og hygieneprodukter	35
Vedlegg	37
A. Bruttoutvalg, frafall og nettoutvalg etter næringsundergruppe	37
B. Resultater fra avanseundersøkelsen for detaljhandel 1996	38
Tidligere utgitt på emneområdet	54
De sist utgitte publikasjonene i serien Rapporter	55

Figurregister

4. Nærings- og nytelsesmidler	
4.1. Nærings- og nytelsesmidler i ulike næringsundergrupper. 1996. Prosent	16
4.2. Salgsinntekter i dagligvarebutikker (inkl. kiosker), etter varegruppe. 1996. Millioner kroner	16
4.3. Bruttofortjenester i dagligvarebutikker (inkl. kiosker) og i spesialforretninger. 1996. Prosent	18
4.4. Bruttofortjeneste i dagligvarebutikker (inkl. kiosker) og bensinstasjoner. 1996. Prosent	18
5. Bekledningsvarer og skotøy	
5.1. Bekledningsvarer, etter næringsundergruppe og salgsinntekter. 1996. Prosent	21
6. Tekstilvarer	
6.1. Tekstilvarer, etter næringsundergruppe og bruttofortjeneste. 1996. Prosent	22
7. Kjøretøy og utstyr, drivstoff og brensel	
7.1. Motorkjøretøyer og drivstoff, bruttofortjeneste. 1986 og 1996. Prosent	23
8. Elektriske husholdningsapparater og lamper	
8.1. Elektriske husholdningsapparater innenfor næringsundergruppen Butikkhandel med elektriske husholdningsapparater, radio og fjernsyn. 1996	25
9. TV, musikkanlegg, video-, satellitt- og kommunikasjonsprodukter, foto utstyr, data og musikk	
9.1. TV, musikkanlegg, video-, satellitt- og kommunikasjonsprodukter, fotoutstyr, data og musikk. Salgsinntekter, etter næringsundergruppe. 1996	27
10. Byggevarer, fargevarer, beslagvarer og hageredskaper	
10.1. Næringsundergruppen Butikkhandel med bredt vareutvalg av jernvarer, fargevarer og andre byggevarer. Bruttofortjeneste. 1996. Prosent	30
11. Varer for sport og fritid (unntatt bekledningsvarer)	
11.1. Varer for sport og fritid, bruttofortjeneste. 1996. Prosent	31
12. Kjøkkenutstyr, serviser, pynte- og utstysvarer og møbler	
12.1. Kjøkkenutstyr, etter næringsundergruppe og salgsinntekter. 1996. Prosent	33
12.2. Salg av møbler i møbelforretninger. 1996	34
13. Diverse varer	
13.1. Kosmetikk og hygieneartikler, etter næringsundergruppe og salgsinntekter. 1996. Prosent	35

Tabellregister

3. Hovedresultater	
3.1. Salgsinntekter, varekostnad og bruttofortjeneste, etter næringshovedgrupper. 1996	11
3.2. Salgsinntekter, varekostnad og bruttofortjeneste, etter varehovedgrupper. 1996	13
3.3. Salgsinntekter og bruttofortjeneste i dagligvarebutikker (inkl. kiosker), etter ulike vare(hoved)grupper. 1996 ...	14
4. Nærings- og nytelsesmidler	
4.1. Dagligvarebutikker (inkl. kiosker): Bruttofortjeneste, etter varegruppe. 1996	17
4.2. Bruttofortjeneste i dagligvarebutikker (inkl. kiosker) i 1986 og 1996	19
Vedlegg	
A1. Bruttoutvalg, frafall og nettoutvalg etter næringsundergruppe	37
B1. Salgsinntekter, varekostnad og bruttofortjeneste, etter næringsundergrupper	38
B2. Salgsinntekter, varekostnad og bruttofortjeneste, etter varehovedgrupper	40
B3. Salgsinntekter, varekostnad og bruttofortjeneste, etter næringsundergrupper og varegrupper	41

1. Innledning

1.1. Bakgrunn

Bakgrunnen for avanseundersøkelsen for detaljhandel 1996 var behovet for ny informasjon i nasjonalregnskapet om bruttofortjenester og salgsinntekter for ulike handelsvarer. Det var dessuten et sterkt ønske fra Handels- og servicenæringens hovedorganisasjon (HSH) om at det ble gjennomført en ny avanseundersøkelse for detaljhandelen. En tilsvarende undersøkelse ble gjennomført i Statistisk sentralbyrå for referanseåret 1986.

Avanseundersøkelsen for detaljhandel for 1996 viser salgsinntekter, varekostnad og bruttofortjenester for ulike handelsvarer. Undersøkelsen viser dessuten bransjeblandingen innenfor detaljhandelen, dvs. i hvilken grad en bestemt handelsvare selges i ulike næringer. Hovedresultatene fra undersøkelsen ble publisert i Ukens statistikk nr. 46 i 1998.

Denne rapporten vil for det første være en dokumentasjon på datafangst, kontrollrutiner, usikkerhet og metodevalg i undersøkelsen. Videre vil resultatene fra undersøkelsen bli presentert, med hovedvekt på nærings- og nytelsesmidler. Det blir også gjort en del sammenligninger med resultater fra tilsvarende undersøkelse for 1986. Ulike næringsstandarder, og en del avvik i varegrupperingen, gjør det imidlertid vanskelig å sammenligne resultatene i de to undersøkelsene.

1.2. Definisjoner

1.2.1. Handelsvarer

Med handelsvarer menes varer som kjøpes inn og selges videre uten å bli bearbeidet i bedriften. Statistikken omfatter kun handelsvarer som er solgt i eget navn og for egen regning, ikke agenturhandel og kommisjonssalg. Varer som er bearbeidet i bedriften blir regnet som egenproduserte varer og ikke handelsvarer.

1.2.2. Salgsinntekter

Som salgsinntekter regnes all omsetning fra handelsvarer. Salgsinntekter føres brutto, dvs. uten fratrukk for varekostnad og fraktkostnader. Offentlige særavgifter, rabatter og returer er likevel trukket fra, og tilskudd for

salg av handelsvarer er lagt til. Verdien av handelsvarer som er levert til andre bedrifter i samme foretak (internleveranser) er verdsatt til markedspris og inngår i salgsinntektene.

1.2.3. Varekostnad

Med varekostnad menes vareforbruk av innkjøpte handelsvarer. Dette omfatter solgte varers inntakskost og svinn. Innkjøpte varer som ligger på lager er ikke med i bedriftens varekostnad for solgte handelsvarer. Verdien av handelsvarer som er mottatt fra andre bedrifter i samme foretak (internleveranser) er verdsatt til innkjøpspris og inngår i varekostnaden. Varekostnad omfatter også frakt og toll.

1.2.4. Bruttofortjeneste

Bruttofortjeneste er den realiserede avansen ved salg av handelsvarer, og utgjør marginen mellom salgsinntekter og varekostnad for solgte handelsvarer. I prosent viser bruttofortjenesten hvor stor del av salgsprisen (eksklusive merverdiavgift) som detaljistene sitter igjen med ved salg av ulike handelsvarer.

1.2.5. Detaljhandel

Detaljhandel omfatter virksomheter som driver salg av nye og brukte varer i eget navn og for egen regning, vesentlig til personlig bruk eller til private husholdninger, fra fast utsalgssted eller fra torgplass, ved omførsel eller ved postordre. Her grupperes også virksomheter som driver auksjonssalg og kommisjonssalg ellers til privatpersoner og husholdninger, dvs. salg for annens regning, men i eget navn.

Bedriftene innenfor detaljhandel grupperes etter Standard for næringsgruppering (SN94) etter hva slags varer de selger. En bedrift er definert som en lokalt avgrenset funksjonell enhet, hvor det hovedsakelig drives aktiviteter som faller innenfor en bestemt næringsgruppe. I detaljhandelen faller bedrift stort sett sammen med butikk, forretning, utsalgssted e.l. Ofte selger bedriftene varer som hver for seg betinger gruppering i ulike næringsgrupper, og bedriftene grupperes da etter den vare eller varegruppe som har størst omsetning.

2. Datagrunnlaget

2.1. Bruttoutvalg og nettoutvalg

Avanseundersøkelsen for detaljhandel 1996 ble gjennomført som en skjemabasert utvalgsundersøkelse. 4 984 bedrifter fikk tilsendt spørreskjema med spørsmål om salgsinntekter og bruttofortjeneste for solgte handelsvarer. Bedriftene i undersøkelsen hadde oppgaveplikt i henhold til statistikkloven. Utvalget ble trukket slik at det ble fulltelling blant de største bedriftene i hver næring. Videre ble det trukket et utvalg blant mellomstore og små bedrifter. Ved selve trekkingen ble det benyttet et trekkeprogram der populasjonen var inndelt etter næringsundergruppe, alder, bedriftstype og omsetningsstørrelse.

I undersøkelsen ble det trukket et bruttoutvalg på 4 984 bedrifter, dvs. 14 prosent av alle bedriftene innenfor detaljhandel. Samlet dekningsgrad¹ var på 32,8 prosent, med en dekningsgrad på minst 30 prosent for hver av næringsundergruppene. Med et frafall i bruttoutvalget på 32 prosent, ble det endelige utvalget (nettoutvalget) i undersøkelsen på 3 390 bedrifter. Samlet dekningsgrad i nettoutvalget var på 24 prosent, men med store variasjoner mellom de ulike næringsgruppene. For næringsgrupper med stort frafall og lav dekningsgrad er det knyttet størst usikkerhet til resultatene fra undersøkelsen, jf. vedlegg A.

Det relativt store frafallet i utvalget skyldes for det første fordelingsproblemer i bedrifter med bredt vareutvalg og uten elektronisk vareregistrering. 470 bedrifter i utvalget klarte ikke å fordele salgsinntektene og bruttofortjeneste på de ulike varegruppene. Dette var imidlertid ikke overraskende. En pilotundersøkelse gjennomført i forkant av avanseundersøkelsen viste nemlig at 20 prosent av bedriftene ville få problemer med å fordele salgsinntekter og bruttofortjeneste ut på varegrupper.

Med fordeling av bedriftenes totale salgsinntekter på ulike varegrupper, avdekket avanseundersøkelsen at hele 430 av de 4 984 bedriftene i bruttoutvalget var klassifisert i feil næring i henhold til Standard for

næringsgruppering (SN94). Dette var ikke forutsatt, og førte til et større frafall i enkelte næringer enn det som var forventet på forhånd. Av de 430 bedriftene var det 160 bedrifter som skulle ha vært klassifisert i andre næringer enn detaljhandel. Disse bedriftene ble derfor frafallsbedrifter i utvalget, til tross for at oppgavene var besvart tilfredsstillende. De resterende 270 bedriftene kunne likevel inngå i nettoutvalget, men i andre næringsundergrupper enn der de opprinnelig var klassifisert.

I tillegg til frafall som skyldtes fordelingsproblemer og feil næring, var det en del bedrifter som ikke svarte på undersøkelsen til tross for oppgaveplikt og flere purringer. Det var også et visst frafall for bedrifter som var opphørt, overdratt av andre foretak, slått konkurs, etc.

2.2. Revisjon og kontroller

For å sikre kvaliteten på de mottatte oppgavene ble det gjennomført en rekke kontroller, både logiske kontroller og vurderingskontroller.

Logiske kontroller identifiserer direkte feil i datasettet. Sumkontroller mellom underposter og sumposter i spørreskjemaet er et eksempel på logiske kontroller. Bedrifter som hadde logiske feil ble rettet opp maskinelt dersom det var mindre avvik, f.eks. avrundingsfeil eller mindre feil som skyldes anslag. Bedrifter med større avvik i de logiske kontrollene ble gjennomgått manuelt.

Vurderingskontroller skal fange opp verdier som er lite sannsynlige eller mistenkelige. I avanseundersøkelsen for detaljhandel ble det blant annet gjort vurderingskontroller på bedriftens omsetning og bruttofortjeneste for ulike handelsvarer. Bedrifter som hadde verdier ut over et fastsatt intervall, ble listet ut for vurdering. En annen type vurderingskontroll som har blitt gjennomført var næringskontroller basert på fordeling av salgsinntekter på varegrupper i spørreskjemaet. Denne næringskontrollen avdekket en rekke feil i bedriftenes næringskoder (jf. kapittel 2.1.).

¹ Med dekningsgrad menes omsetningen i utvalget i prosent av omsetningen i populasjonen (alle bedrifter).

2.3. Estimering for bedrifter utenfor utvalget og frafallsbedrifter

For bedrifter som ikke var med i utvalget på avanseundersøkelsen, og for frafallsbedrifter i utvalget, ble det estimert tall med utgangspunkt i omsetning fra varehandelsstatistikken for 1996 og nøkler i utvalget i avanseundersøkelsen. Datagrunnlaget i varehandelsstatistikken er Alminnelig næringsoppgave og et spørreskjema for et utvalg av varehandelsforetak, årsregnskap fra Brønnøysundregistrene (kilde: DM-huset AS) og data fra Det sentrale bedrifts- og foretaksregisteret i Statistisk sentralbyrå.

Dersom i = bedrift, j = stratum og d = næring, antok vi følgende sammenheng definert i en modell:

$$Y_{ijd} = \alpha_{jd} * X_{ijd} + \epsilon_{ijd}$$

der:

- Y_{ijd} = salg av handelsvarer
- X_{ijd} = samlet omsetning
- ϵ_{ijd} = tilfeldige feil
- α_{jd} = faktor

En bedrifts salg av handelsvarer ble estimert ved å multiplisere bedriftens totalomsetning med en faktor α som var felles for det aktuelle stratomet. Denne faktoren ble beregnet som forholdet mellom sum salgsinntekter for solgte handelsvarer og sum omsetning til alle bedrifter i utvalget innenfor stratomet.

Vi definerer:

- $Y_{jd} = \sum_i Y_{ijd}$ = salg av handelsvarer i populasjonen
- $X_{jd} = \sum_i X_{ijd}$ = samlet omsetning i populasjonen
- $Y_{jd}^t = \sum_i Y_{ijd}^t$ = salg av handelsvarer i utvalget (observert i spørreskjemaene)
- $x_{jd} = \sum_i x_{ijd}$ = samlet omsetning i utvalget (observert i spørreskjemaene)

Rateestimatoren for Y_{jd} ble definert ved:

$$\hat{Y}_{jd} = \hat{\alpha}_{jd} * X_{jd}, \text{ der } \hat{\alpha}_{jd} = \frac{Y_{jd}}{x_{jd}}$$

På samme måte definerte vi en modell for bedriftens salg av en varegruppe t ved:

$$Y_{ijd}^t = \omega_{jd}^t * Y_{ijd} + \epsilon_{ijd}^t$$

der:

- Y_{ijd}^t = salg av varegruppe t
- Y_{ijd} = samlet salg av handelsvarer
- ϵ_{ijd} = tilfeldige feil
- ω = faktor

En bedrifts salg av en handelsvare ble altså definert som bedriftens totale salg av handelsvarer multiplisert med en faktor ω som var felles for hele stratomet.

Vi definerer:

- $Y_{jd}^t = \sum_i Y_{ijd}^t$ = salg av varegruppe t i populasjonen
- $y_{jd}^t = \sum_i y_{ijd}^t$ = salg av varegruppe t i utvalget (observert i spørreskjemaene)
- $Y_{jd} = \sum_i Y_{ijd}$ = salg av handelsvarer totalt i utvalget (observert i spørreskjemaene)
- $\hat{Y}_{jd} = \sum_i Y_{ijd}$ = salg av handelsvarer totalt i populasjonen (estimert størrelse)

Rateestimatoren for Y_{jd}^t ble definert ved:

$$\hat{Y}_{jd}^t = \hat{\omega}_{jd}^t * \hat{Y}_{jd}, \text{ der } \hat{\omega}_{jd}^t = \frac{y_{jd}^t}{Y_{jd}}$$

Dersom i = bedrift, j = stratum, d = næring og t = varegruppe, ble følgende sammenheng definert i en modell:

$$A_{ijd}^t = B_{jd}^t * Y_{ijd}^t + \epsilon_{ijd}^t$$

der:

- A_{ijd}^t = bruttofortjeneste (i kroner) for vare t
- Y_{ijd}^t = salg av handelsvare t
- ϵ_{ijd}^t = tilfeldige feil
- B_{jd}^t = faktor = bruttofortjeneste (andel av salgsinntekter) for varegruppe t

En bedrifts bruttofortjeneste i kroner for salg av en handelsvare ble altså definert som bedriftens salg av handelsvarer multiplisert med en faktor B_{jd}^t , som var felles for hele stratomet.

Vi definerer:

$$A_{jd}^t = \sum_i A_{ijd}^t = \text{bruttofortjeneste (i kroner) for}$$

varegruppe t i populasjonen

$$Y_{jd}^t = \sum_i Y_{ijd}^t = \text{salg av varegruppe t i populasjonen}$$

$$a_{jd}^t = \sum_i a_{ijd}^t = \text{bruttofortjeneste (i kroner) for}$$

varegruppe t i utvalget (observert i spørreskjemaene)

$$y_{jd}^t = \sum_i y_{ijd}^t = \text{salg av varegruppe t i stratum j i}$$

utvalget (observert i spørreskjemaene)

En estimator for raten B_{jd}^t ble definert ved:

$$\hat{B}_{jd}^t = \frac{A_{jd}^t}{Y_{jd}^t} = \frac{a_{jd}^t}{y_{jd}^t}$$

2.4. Feilkilder

2.4.1. Utvalgsfeil

Utvalgsfeil er ikke feil i vanlig forstand, men et uttrykk for mulige tilfeldige feil, dvs. den usikkerhet en får i resultatene fordi de bygger på opplysninger om bare en del av populasjonen. I alle utvalgsundersøkelser er det knyttet en viss usikkerhet til om utvalget er representativt.

2.4.2. Frafall i utvalget

I avanseundersøkelsen for detaljhandel ble det trukket et bruttoutvalg på 4 984 bedrifter. Nettoutvalget var på 3 390 bedrifter, dvs. et frafall på 1 594 bedrifter eller 32 prosent. Det relativt høye frafallet i avanseundersøkelsen for detaljhandel fører til større usikkerhet omkring resultatene enn det som er vanlig i utvalgsundersøkelser. Dette gjelder spesielt for næringer som har et relativt stort frafall og lav dekningsgrad i nettoutvalget (jf. vedlegg A).

2.4.3. Målings- og bearbeidingsfeil

Resultatene fra en statistisk undersøkelse vil som regel inneholde visse målings- og bearbeidingsfeil. Målingsfeil oppstår ved at oppgavegiveren på grunn av glemsel, misforståelse av spørsmål o.l. gir feil opplysninger. Bearbeidingsfeil er f.eks. feil som oppstår ved overføring av opplysninger fra spørreskjema til maskinlesbart medium, gale vurderinger eller feil i utføring av ulike kontroller i utvalget.

Spørreskjemaet i avanseundersøkelsen for detaljhandel er utformet i nært samarbeid med en rekke bransjeorganisasjoner, og er på forhånd testet ut i en pilotundersøkelse. Likevel er det knyttet en viss usikkerhet til oppgavegiverens tolkning av postene i spørreskjemaet. Med hele 175 varegrupper er det ikke funnet hensiktsmessig å definere de enkelte varegruppene i

rettledningen. Ulike tolkninger av hva slags varer som inngår i hver varegruppe fører derfor til en viss usikkerhet omkring resultatene på varegruppenivå. Det samme gjelder for oppgavegivere som har fordelt salgsinntekter og bruttofortjeneste på varegrupper etter anslag.

Til tross for at det har blitt gjennomført logiske kontroller og vurderingskontroller i utvalget, så kan det likevel forekomme feil i datagrunnlaget, f.eks. feil som ikke har vært mulig å fange opp med de kontrollrutinene som ble benyttet, eller feil som skyldes feilvurderinger fra saksbehandlere i Statistisk sentralbyrå. Det er også knyttet en viss usikkerhet til de maskinelle opprettingene som er gjort i datagrunnlaget.

3. Hovedresultater

3.1. Samlet fortjenestemargin er den samme som i 1986

Bedriftene innenfor detaljhandel solgte for 250 milliarder kroner i handelsvarer (eksklusive merverdiavgift) i 1996. Med 195 milliarder i varekostnad var den samlede bruttofortjenesten på 55 milliarder eller 22,1 prosent sett i forhold til salgsinntektene. Dette er den samme marginen som i en tilsvarende undersøkelse gjennomført i Statistisk sentralbyrå for referanseåret 1986. Selv om den samlede bruttofortjenesten er den samme i de to undersøkelsene, har det skjedd betydelige endringer i marginene for mange bransjer og varegrupper. Ulike næringsstandarder i de to undersøkelsene, og forskjeller i varegrupperingen, gjør det imidlertid vanskelig å sammenligne resultatene i de to undersøkelsene.

Også i dagligvarebutikker (inkl. kiosker) er bruttofortjenesten den samme i de to undersøkelsene, med en samlet margin på 19 prosent både i 1986 og 1996. Men for nærings- og nytelsesmidler, som utgjør 81,7 prosent av salgsinntektene i næringsgruppen, har bruttofortjenesten gått ned fra 20 prosent i 1986 til 18 prosent i 1996, dvs. en nedgang på 10 prosent. Dette betyr også at dagligvarebutikkene (inkl. kiosker) har

økt fortjenestemarginen på salg av andre varer enn nærings- og nytelsesmidler.

Størst nedgang i bruttofortjenesten var det på salg av motorkjøretøyer og drivstoff. For varegruppen nye personbiler, varebiler og lette lastebiler gikk marginen ned fra 13 prosent i 1986 til 9 prosent i 1996, mens bruttofortjenesten på diesel i samme periode gikk ned fra 13 prosent til 6 prosent. Klesbutikkene og skobutikkene hadde størst økning i marginen fra 1986 til 1996, med en økning i bruttofortjenesten fra 38 prosent til 44 prosent i begge disse næringsundergruppene.

3.2. Høyest bruttofortjeneste for butikkhandel med brukte varer og postordrehandel

Av de definerte næringshovedgruppene (jf. tabell 3.1) var bruttofortjenesten høyest innenfor butikkhandel med brukte varer med en fortjenestemargin på hele 52,5 prosent. Med 368 millioner i salgsinntekter, satt bruktbutikkene igjen med 193 millioner i bruttofortjeneste. Bruttofortjenesten var størst innenfor butikkhandel med brukte klær med en fortjenestemargin på hele 77,2 prosent.

Tabell 3.1. Salgsinntekter, varekostnad og bruttofortjeneste, etter næringshovedgrupper. 1996

NACE	Bedrifter	Solgte handelsvarer				
		Salgsinntekter ¹		Varekostnad ¹		Bruttofortjeneste ¹
		1 000 kr	Prosentandel	1 000 kr	1 000 kr	Prosent av salgsinntekter
Detaljhandel i alt.....	40 763	250 053 523	100,00	194 890 416	55 163 107	22,1
50.1-3 ² Detaljhandel med motorkjøretøyer, deler og motorsykler	3 028	54 415 849	21,76	48 577 305	5 838 544	10,7
50.5 Detaljhandel med drivstoff til motorkjøretøyer og motorsykler	2 060	25 961 524	10,38	22 726 368	3 235 156	12,5
52.1 Butikkhandel med bredt vareutvalg	8 057	76 390 052	30,55	61 382 475	15 007 577	19,6
52.2 Butikkhandel med nærings- og nytelsesmidler i spesialforretninger	3 336	9 792 040	3,92	7 826 757	1 965 283	20,1
52.3 Butikkhandel med apotekvarer, sykepleieartikler, kosmetikk og toalettartikler.....	1 423	7 973 906	3,19	5 829 496	2 144 410	26,9
52.4 Butikkhandel med andre nye varer.....	20 676	72 087 839	28,83	46 670 402	25 417 437	35,3
52.5 Butikkhandel med brukte varer	619	367 574	0,15	174 502	193 072	52,5
52.6 Detaljhandel utenom butikk	1 564	3 064 739	1,23	1 703 111	1 361 628	44,4

¹Tallene er eksklusive merverdiavgift.

² NACE 50.102 + 50.302 + 50.402.

Det var også høye bruttofortjenester innenfor detaljhandel utenom butikk, med en samlet margin på solgte handelsvarer på 44,4 prosent i 1996. Postordrebedriftene stod for 2,6 milliarder eller 84 prosent av de totale salgsinntektene i denne næringshovedgruppen. Samlet bruttofortjeneste innenfor postordrehandel var på 45,4 prosent, med størst margin innenfor postordrehandel med belysningsutstyr, kjøkkenutstyr, møbler og innredningsartikler med 71,2 prosent.

Bruttofortjenesten var lavest innenfor detaljhandel med motorkjøretøyer, deler og motorsykler. Av 54,4 milliarder i omsatte handelsvarer, satt bedriftene igjen med 5,8 milliarder eller 10,7 prosent i samlet bruttofortjeneste. Det var imidlertid store variasjoner i fortjenestemarginen innenfor denne næringshovedgruppen. Lavest var bruttofortjenesten innenfor detaljhandel med motorkjøretøyer med 9,2 prosent, mens det var høyest margin innenfor detaljhandel med deler og utstyr til motorkjøretøyer med 31,4 prosent. Det ble solgt for henholdsvis 50,2 milliarder og 3,6 milliarder i disse to næringsundergruppene i 1996. Bedriftene innenfor detaljhandel med motorsykler, deler og utstyr omsatte for 598 millioner, med en samlet bruttofortjeneste på 15,8 prosent.

Også innenfor detaljhandel med drivstoff med drivstoff til motorkjøretøyer og motorsykler var det lave bruttofortjenester. Av totale salgsinntekter på 26 milliarder, hadde bensinstasjonene en samlet fortjenestemargin på 12,5 prosent. Men som det fremkommer av kapittel 7, så er det store forskjeller i bruttofortjenesten mellom varegruppene på bensinstasjonene.

Det ble omsatt for til sammen 76,4 milliarder innenfor butikkhandel med bredt vareutvalg i 1996, med en samlet bruttofortjeneste på 19,6 prosent. Av dette ble 72,2 milliarder solgt i dagligvarebutikker og kiosker (butikkhandel med bredt vareutvalg med hovedvekt på nærings- og nytelsesmidler) og 4,2 milliarder innenfor butikkhandel med bredt vareutvalg ellers. Bruttofortjenesten i disse to næringsgruppene var på henholdsvis 18,7 prosent og 35,4 prosent.

Innenfor butikkhandel med nærings- og nytelsesmidler i spesialforretninger ble det solgt for 9,8 milliarder i handelsvarer i 1996, med en samlet bruttofortjeneste på 20,1 prosent. Størst bruttofortjeneste var det innenfor butikkhandel med kaffe og te med 44,6 prosent, mens fortjenestemarginen var lavest i næringsgruppen butikkhandel med vin og brennevin med 13,3 prosent.

Avanseundersøkelsen for detaljhandel viste en samlet bruttofortjeneste for næringshovedgruppen Butikkhandel med apotekvarer, sykepleieartikler, kosmetikk og toalettartikler på 26,9 prosent. Av til sammen 8 milliarder i salgsinntekter, ble 6,5 milliarder omsatt innenfor butikkhandel med apotekvarer. Mens apotekene hadde en samlet bruttofortjeneste på 24 prosent i 1996, var

marginen 34,6 prosent innenfor butikkhandel med medisinske og ortopediske artikler og 41,4 prosent innenfor butikkhandel med kosmetikk og toalettartikler.

Det ble videre solgt for 72,1 milliarder innenfor butikkhandel med andre nye varer i 1996. Bedriftene i denne næringshovedgruppen, som består av en rekke næringsgrupper og næringsundergrupper, hadde en samlet bruttofortjeneste på 35,3 prosent. Fortjenestemarginen var størst innenfor butikkhandel med reiseeffekter av lær og lærimitasjoner og varer av lær med 46,8 prosent og lavest innenfor butikkhandel med elektriske husholdningsartikler, radio og fjernsyn med 21,2 prosent.

3.3. Nærings- og nytelsesmidler, kjøretøy og drivstoff for 150 milliarder

Av totalt 250 milliarder i omsatte handelsvarer innenfor detaljhandel i 1996, ble det solgt for 73,4 milliarder i nærings- og nytelsesmidler og 76,5 milliarder i kjøretøy og utstyr, drivstoff og brensel (jf. tabell 3.2). Disse to varehovedgruppene stod til sammen for 150 milliarder eller nesten 60 prosent av den samlede omsetningen av handelsvarer. Med 19,2 prosent i bruttofortjeneste på nærings- og nytelsesmidler, og en margin på 10,1 prosent på kjøretøy og utstyr, drivstoff og brensel, stod disse to varehovedgruppene for 39,6 prosent av den samlede marginen innenfor detaljhandel i 1996.

Avanseundersøkelsen for detaljhandel viser at det ble solgt for 17,7 milliarder i bekledningsvarer i 1996, noe som tilsvarer vel 7 prosent av omsatte handelsvarer innenfor detaljhandel. Samlet bruttofortjeneste på bekledningsvarer var på 43 prosent. Det ble videre solgt for 4,5 milliarder i tekstilvarer og 3,3 milliarder i skotøy, med bruttofortjenester på henholdsvis 38,7 prosent og 41,3 prosent for disse varehovedgruppene.

Byggevarer, fargevarer, beslagvarer og hageredskaper stod for 5,3 prosent av solgte handelsvarer i 1996. Med salgsinntekter på 13,4 milliarder satt detaljhandelsbedriftene igjen med en samlet fortjenestemargin på 3,7 milliarder eller 27,8 prosent fra denne varehovedgruppen. Det ble videre omsatt for 4,6 milliarder i varer for sport og fritid (unntatt bekledningsvarer), med en samlet bruttofortjeneste på 33,7 prosent. I 1996 ble det solgt for 1,1 milliarder i kjøkkenutstyr og 3,4 milliarder i serviser, pynte- og utstyrsvarer. Samlet margin på kjøkkenutstyr var 36,5 prosent, mens tilsvarende tall for serviser, pynte- og utstyrsvarer var 41,4 prosent.

Innenfor detaljhandel ble det solgt for 9,3 milliarder i TV, musikkanlegg, video-, satellitt- og kommunikasjonsprodukter, fotoutstyr, data og musikk i 1996, med en samlet margin på 23,1 prosent for denne varehovedgruppen. Det ble videre omsatt elektriske husholdningsapparater for 3,9 milliarder og lamper med tilbehør for nesten 1 milliard. Bruttofortjenesten for disse to varehovedgruppene var på henholdsvis 22,9 prosent og 36,9 prosent.

Tabell 3.2. Salgsinntekter, varekostnad og bruttofortjeneste, etter varehovedgrupper. 1996

Varehovedgrupper	Solgte handelsvarer				
	Salgsinntekter ¹		Varekostnad ¹	Bruttofortjeneste ¹	
	1 000 kr	Prosentandel	1 000 kr	1 000 kr	Prosent av salgsinntekter
Detaljhandel i alt.....	250 053 523	100,00	194 890 416	55 163 107	22,1
110 Nærings- og nytelsesmidler	73 360 446	29,34	59 285 399	14 075 047	19,2
210 Skotøy.....	3 289 447	1,32	1 930 962	1 358 485	41,3
220 Bekledningsvarer.....	17 667 178	7,07	10 077 719	7 589 459	43,0
240 Varer for sport og fritid (unntatt bekledningsvarer)	4 629 697	1,85	3 068 804	1 560 893	33,7
260 Kjøkkenutstyr (unntatt serviser og elektriske husholdningsapparater).....	1 132 998	0,45	719 325	413 673	36,5
270 Serviser, pynte- og utstyrvarer (unntatt kjøkkenutstyr)	3 355 659	1,34	1 965 439	1 390 220	41,4
290 Lamper med tilbehør.....	979 856	0,39	618 065	361 791	36,9
310 Møbler	5 753 490	2,30	3 902 440	1 851 050	32,2
340 Tekstilvarer	4 549 609	1,82	2 790 447	1 759 162	38,7
410 Elektriske husholdningsapparater.....	3 941 136	1,58	3 039 557	901 579	22,9
510 TV, musikkanlegg, video-, satellitt og kommunikasjonsprodukter, fotoutstyr, data og musikk	9 257 502	3,70	7 118 998	2 138 504	23,1
610 Byggevarer, fargevarer, beslagvarer og hageredskaper	13 365 299	5,34	9 649 442	3 715 857	27,8
710 Kjøretøy og utstyr, drivstoff og brensel	76 494 742	30,59	68 736 807	7 757 935	10,1
810 Diverse varer	32 276 464	12,91	21 987 012	10 289 452	31,9

¹Tallene er eksklusive merverdiavgift.

Av totale salgsinntekter på 32,3 milliarder innenfor varehovegruppen diverse varer, ble det omsatt for 6,4 milliarder i apotekvarer og 4,2 milliarder i kosmetikk og hygieneprodukter². Samlet bruttofortjeneste på disse to varegruppene var på henholdsvis 23,8 prosent og 33,3 prosent. Det ble videre solgt for 3 milliarder i blomster, planter og busker, med en samlet margin på 40 prosent. Innenfor detaljhandel ble det dessuten omsatt bøker for om lag 3 milliarder i 1996, med 37,1 prosent i bruttofortjeneste for denne varegruppen.

3.4. Dagligvarebutikkens betydning innenfor detaljhandel

Bedriftene innenfor butikkhandel med bredt vareutvalg med hovedvekt på nærings- og nytelsesmidler, dvs. dagligvarebutikker og kiosker, omsatte for 72,2 milliarder i handelsvarer i 1996. Denne næringsgruppen stod dermed for 28,9 prosent av den totale omsetningen av handelsvarer innenfor detaljhandel (jf. tabell 3.3).

Dagligvarebutikkene (inkl. kiosker) omsatte for 59 milliarder i nærings- og nytelsesmidler i 1996, noe som tilsvarer 80,4 prosent av det samlede salget av disse varene og 81,7 prosent av den totale omsetningen i næringsgruppen. Men det er ikke bare for nærings- og nytelsesmidler at dagligvarebutikker står for det meste av omsetningen innenfor detaljhandel.

Bedriftene i næringsgruppen stod for hele 95,2 prosent av omsetningen av vaske- og rengjøringsartikler og

90,8 prosent av solgte bleier, salver o.l. barneartikler i 1996. Dagligvarebutikkene hadde en margin på 19 prosent for vaske- og rengjøringsartikler og kun 8 prosent på bleier, salver o.l. barneartikler.

Det ble omsatt toalettpapir, servietter og annet husholdningspapir for 1,2 milliarder i dagligvarebutikkene i 1996. Dette tilsvarer 1,6 prosent av omsetningen i næringsgruppen, men hele 93,3 prosent av den samlede omsetningen av disse varene. Dagligvarebutikkene satt igjen med en bruttofortjeneste på 20 prosent for toalettpapir, servietter og annet husholdningspapir.

Bedriftene innenfor butikkhandel med bredt vareutvalg med hovedvekt på nærings- og nytelsesmidler (dagligvarebutikker og kiosker) solgte for 1,5 milliarder i kosmetikk og hygieneprodukter i 1996, og stod dermed for 35,7 prosent av den totale omsetningen av disse varene². Marginen på kosmetikk og hygieneartikler var 24 prosent i denne næringsgruppen.

Dagligvarebutikkene (inkl. kiosker) står også for en betydelig del av omsetningen av aviser, tidsskrifter og blader. Med en omsetning på 1,6 milliarder i 1996, stod denne næringsgruppen for 70,1 prosent av solgte aviser, tidsskrifter og blader. Bruttofortjenesten på disse varene var 18 prosent i dagligvarebutikkene (inkl. kiosker).

Det ble omsatt kjøkkenutstyr for 350 millioner i dagligvarebutikkene i 1996. Denne næringsgruppen står dermed for hele 30,9 prosent av det samlede salget av kjøkkenutstyr. Kjøkkenutstyr står imidlertid for kun 0,5 prosent av omsetningen i dagligvarebutikkene i 1996.

² Omsetning av kosmetikk og hygieneprodukter fra frisører, annen skjønnhetspleie, helsestudio-, massasje- og solstudiovirksomhet vil ikke være med, da denne type virksomhet klassifiseres under personlig tjenesteyting og ikke under detaljhandel.

Tabell 3.3. Salgsinntekter og bruttofortjeneste i dagligvarebutikker (inkl. kiosker), etter ulike vare(hoved)grupper. 1996

Vare(hoved)grupper	Salgsinntekter ¹			Bruttofortjeneste
	1 000 kr	Prosentandel	Næringsgruppens andel innenfor detaljhandel i alt	Prosent av salgsinntekter
I alt	72 225 646	100,0	28,9	19
110 Nærings- og nytelsesmidler	58 975 301	81,7	80,4	18
210 Skotøy	320 000	0,4	9,7	32
220 Bekledningsvarer	618 605	0,9	3,5	30
240 Varer for sport og fritid (unntatt bekledningsvarer).....	517 334	0,7	11,2	23
260 Kjøkkenutstyr (unntatt serviser og el. husholdningsapparat).....	350 065	0,5	30,9	29
270 Serviser, pynte- og utstyrvarer (unntatt kjøkkenutstyr).....	304 344	0,4	9,1	27
290 Lamper med tilbehør.....	46 840	0,1	4,8	34
340 Tekstilvarer	425 446	0,6	9,4	29
410 Elektriske husholdningsapparater	413 123	0,6	10,5	23
510 TV, musikkanlegg, video-, satellitt- og komm.prod., fotoutstyr, data og musikk	628 657	0,9	6,8	14
610 Byggevarer, fargevarer, beslagvarer og hageredskap	1 507 799	2,1	11,3	23
710 Kjøretøy og utstyr, drivstoff og brensel	176 519	0,2	0,2	8
811 Apotekvarer.....	80 874	0,1	1,3	16
813 Bleier, salver, pudder o.l. barneartikler	675 942	0,9	90,8	8
814 Kosmetikk og produkter for personlig hygiene	1 486 455	2,1	35,7	24
816 Skrivemateriell og kontorrekvisita	63 960	0,1	4,7	26
817 Bøker	29 854	0,0	1,0	21
818 Aviser, tidsskrifter, blader	1 571 592	2,2	70,1	18
819 Leker, hobbyartikler, formingsmaterieil	181 316	0,3	13,1	29
820 Toalettpapir, servietter og annet husholdningspapir	1 164 557	1,6	93,3	20
827 Vaske- og rengjøringsartikler	1 451 180	2,0	95,2	19
828 Blomster, planter, busker	348 969	0,5	11,7	23
831 Gjødning og såvarer.....	41 475	0,1	40,0	18
833 Lyspærer, sikringer og batterier	253 346	0,4	61,8	30
Øvrige varer.....	592 093	0,8	1,2	25

¹ Tallene er eksklusive merverdiavgift

Det ble videre omsatt byggevarer, fargevarer, beslagvarer og hageredskaper for 1,5 milliarder i dagligvarebutikkene, noe som tilsvarer 11,3 prosent av den totale omsetningen for denne varehovedgruppen.

Når det gjelder varer for sport og fritid og elektriske husholdningsapparater, står dagligvarebutikkene for henholdsvis 11,2 prosent og 10,5 prosent av omsetningen innenfor detaljhandel. Bedriftene i næringsgruppen har dessuten en andel av skosalget på 9,7 prosent, mens dagligvarebutikkene står for 9,4 prosent av omsetningen av tekstilvarer. Det ble dessuten solgt for 304 millioner i serviser, pynte- og utstyrvarer i dagligvarebutikkene i 1996, noe som tilsvarer 9,1 prosent av den totale omsetningen av disse varene.

Dagligvarebutikkene omsatte for 619 millioner i bekledningsvarer og for 629 millioner i TV, musikk-anlegg, video-, satellitt- og kommunikasjonsprodukter, fotoutstyr, data og musikk i 1996. Bedriftene i næringsgruppen stod for henholdsvis 3,5 og 6,8 prosent av de totale salgsinntektene innenfor disse varehovedgruppene.

Bruttofortjenesten for de ulike varehovedgruppene er gjennomgående lavere i dagligvarebutikkene enn for detaljhandel sett under ett (jf. kapittel 4-12). Dette skyldes blant annet at spesialforretninger vanligvis har et større vareutvalg enn dagligvarebutikkene, som i større grad selger noen få "billigmerker" i store kvanta. Dessuten består den enkelte varehovedgruppe av en rekke ulike produkter, som blir solgt med ulik tyngde i de ulike næringsgruppene.

4. Nærings- og nytelsesmidler

4.1. Innledning

Nærings- og nytelsesmidler blir omsatt både i dagligvarebutikker, kiosker, spesialforretninger, på bensinstasjoner og i en del andre næringsgrupper. Etter Standard for næringsgruppering (SN94) vil dagligvarebutikker, varehus med hovedvekt på nærings- og nytelsesmidler og kiosker med bredt vareutvalg være klassifisert i næringsgruppen 52.110 (Butikkhandel med bredt vareutvalg med hovedvekt på nærings- og nytelsesmidler). I resten av notatet vil vi omtale bedriftene i denne næringsgruppen som dagligvarebutikker (inkl. kiosker). Spesialforretninger som selger nærings- og nytelsesmidler blir klassifisert i næringshovedgruppe 52.2 (Butikkhandel med nærings- og nytelsesmidler i spesialforretninger), som igjen er brutt ned i næringsgrupper og næringsundergrupper. Bensinstasjoner er etter SN94 klassifisert i næringsgruppe 50.500 (Detaljhandel med drivstoff til motorkjøretøyer).

SSB gjennomførte også en tilsvarende avanseundersøkelse for detaljhandel for referanseåret 1986. På grunn av en annen næringsstandard i den undersøkelsen (ISIC Rev. 2), og en del forskjeller i varegrupperingen, vil det for enkelte næringer og varegrupper være vanskelig å sammenligne resultatene i de to undersøkelsene.

Etter ISIC Rev. 2 vil varehus med hovedvekt på nærings- og nytelsesmidler være klassifisert i næringsgruppe 62.11 (Varehushandel med nærings- og nytelsesmidler) og dagligvarebutikker i næringsgruppe 62.22 (Detaljhandel med dagligvarer). Kiosker vil etter ISIC Rev. 2. være klassifisert i en egen næringsgruppe 62.26 (Detaljhandel med tobakk, sjokolade, frukt og iskrem). Disse tre næringsgruppene etter ISIC Rev. 2 er lagt til grunn ved sammenligning av marginer på nærings- og nytelsesmidler i 1986 med resultatene fra 1996 for næringsgruppe 52.110 etter SN94 (Butikkhandel med bredt vareutvalg med hovedvekt på nærings- og nytelsesmidler).

Når det gjelder spesialforretninger, dvs. næringshovedgruppe 52.2 etter SN94, så vil resultatene fra de to undersøkelsene ikke være sammenlignbare.

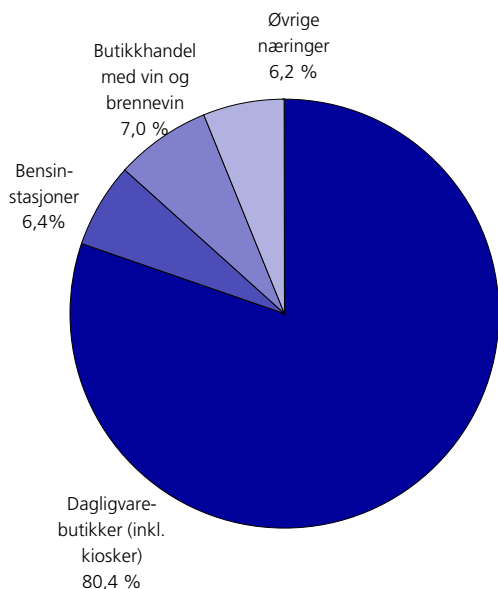
Bensinstasjoner vil etter ISIC Rev. 2 være klassifisert i næringsgruppe 62.72 (Detaljhandel med bensin og smøreoljer) og i næringsgruppe 50.500 (Detaljhandel med drivstoff til motorkjøretøyer) etter SN94. For bensinstasjonene vil det være godt samsvar mellom de to næringsstandardene.

4.2. Nærings- og nytelsesmidler i ulike næringsundergrupper

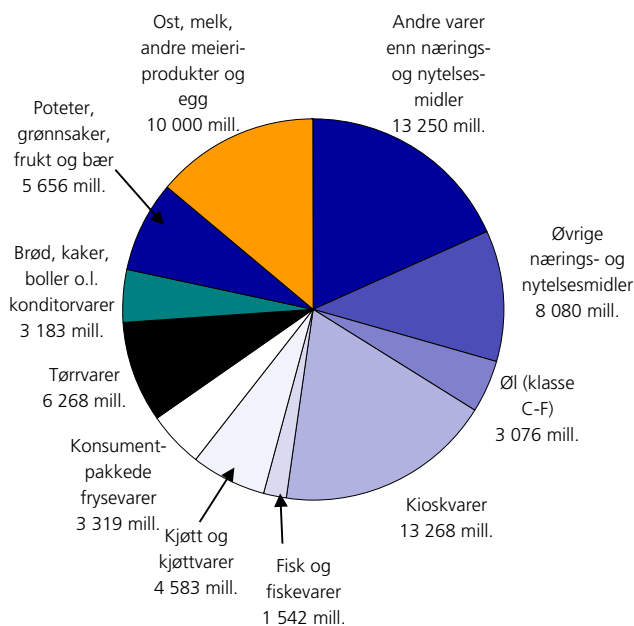
Det ble omsatt for 73,4 milliarder i nærings- og nytelsesmidler i 1996 (ekskl. merverdiavgift), noe som utgjorde 29,3 prosent av de samlede salgsinntektene innen detaljhandel. Av dette ble 59 milliarder eller 80,4 prosent solgt innenfor butikkhandel med bredt vareutvalg med hovedvekt på nærings- og nytelsesmidler, dvs. dagligvarebutikker (inkl. kiosker). Bensinstasjonene omsatte for 4,7 milliarder i nærings- og nytelsesmidler i 1996, og hadde med dette en markedsandel på 6,4 prosent. Enda større var salget innenfor butikkhandel med vin og brennevin, med en omsetning av nærings- og nytelsesmidler på 5,2 milliarder. Dagligvarebutikker (inklusive kiosker), bensinstasjoner og bedrifter innenfor butikkhandel med vin og brennevin stod for 68,9 milliarder eller 93,8 prosent av det samlede salget av nærings- og nytelsesmidler innenfor detaljhandel i 1996 (jf. tabell 4.1).

For detaljhandel sett under ett var den samlede bruttofortjenesten på nærings- og nytelsesmidler 19,2 prosent. Marginen varierer imidlertid mye mellom de enkelte næringene. Dagligvarebutikkene (inkl. kiosker) hadde en samlet fortjenestemargin på 18 prosent på disse varene i 1996. Tilsvarende tall for bensinstasjonene var 30 prosent. Høyest bruttofortjeneste hadde bedriftene i næringsgruppen Butikkhandel med kaffe og te med 45 prosent, mens marginen var lavest innenfor butikkhandel med vin og brennevin med 13 prosent. De store forskjellene i marginen mellom næringene skyldes både ulike bruttofortjenester på de samme varene mellom bransjene, men også forskjeller i varesortimentet innenfor nærings- og nytelsesmidler.

Figur 4.1. Nærings- og nytelsesmidler i ulike næringsundergrupper. 1996. Prosent



Figur 4.2. Salgsinntekter i dagligvarebutikker (inkl. kiosker), etter varegruppe. 1996. Millioner kroner



4.3. Dagligvarebutikker (inkl. kiosker)

4.3.1. Ti milliarder i omsetning fra ost, melk, andre meieriprodukter og egg

Bedriftene innenfor butikkhandel med bredt vareutvalg med hovedvekt på nærings- og nytelsesmidler, dvs. dagligvarebutikker (inkl. kiosker), solgte for 72,2 milliarder i handelsvarer i 1996, hvorav 81,7 prosent var nærings- og nytelsesmidler. 10 milliarder av omsetningen var fra salg av ost, melk, andre meieriprodukter og egg, noe som utgjorde 13,8 prosent av de samlede salgsinntektene (jf. figur 4.2). Det ble videre omsatt for 6,3 milliarder i tørrvarer og 5,7 milliarder i poteter, grønnsaker, frukt og bær. Brød, kaker, boller o.l. konditorvarer stod for 3,2 milliarder eller 4,4 prosent av den totale omsetningen i dagligvarebutikkene (inkl. kiosker) i 1996.

Avanseundersøkelsen viser også at dagligvarebutikkene solgte tre ganger så mye kjøtt og kjøttvarer som fisk og fiskevarer i 1996, med en omsetning på henholdsvis 4,6 milliarder og 1,5 milliarder for disse varegruppene. Det ble videre omsatt for 3,3 milliarder i pizza og andre konsumentpakkede frysevarer.

Kioskvarer stod for hele 18,4 prosent av salgsinntektene innenfor butikkhandel med bredt vareutvalg med hovedvekt på nærings- og nytelsesmidler i 1996. Av omsatte kioskvarer for 13,3 milliarder, ble det solgt for 4,3 milliarder i sjokolade, sukkertøy, potetgull o.l. snacks og for 4 milliarder i mineralvann og lettøl. Videre omsatte bedriftene i denne næringsgruppen for 4,2 milliarder i tobakksvarer og 757 millioner i iskrem. At kiosker med bredt vareutvalg er klassifisert sammen med dagligvarebutikker etter SN94, er en medvirkende årsak til den høye omsetningen av kioskvarer i denne næringsgruppen.

Øl (klasse C-F) har også blitt en stor varegruppe for dagligvarebutikkene. Avanseundersøkelsen viser at bedriftene i næringsgruppen omsatte for 3,1 milliarder i øl i 1996, noe som tilsvarer 4,3 prosent av den samlede omsetningen i næringsgruppen. Dagligvarebutikkene (inkl. kiosker) har også et betydelig salg av andre varer enn nærings- og nytelsesmidler. Med en omsetning på 13,3 milliarder, står disse varene for 18,3 prosent av de samlede salgsinntektene i dagligvarebutikkene, hvorav aviser, tidsskrifter og blader står for 1,6 milliarder av omsetningen.

4.3.2. Store variasjoner i bruttofortjenester mellom varegruppene

Avanseundersøkelsen for detaljhandel viser at dagligvarebutikkene (inkl. kiosker) hadde en samlet bruttofortjeneste på 19 prosent. På nærings- og nytelsesmidler, som står for 81,7 prosent av omsetningen, var marginen 18 prosent. Det er imidlertid store forskjeller i bruttofortjenesten mellom de ulike varegruppene (jf. tabell 4.1).

Av matvarene var bruttofortjenesten høyest på helsekost og diabetikervarer med 24 prosent. Marginen var nesten like høy på dyremat, der bruttofortjenesten var 23 prosent. Men med en relativ lav omsetning, bidrar disse tre varegruppene til kun 1,7 prosent av den samlede bruttofortjenesten i dagligvarebutikkene.

Avanseundersøkelsen for detaljhandel viste at dagligvarebutikkene hadde en margin på 22 prosent på poteter, grønnsaker, frukt og bær (ferskvarer). Også på brød, kaker, boller o.l. konditorvarer var bruttofortjenesten 22 prosent. Disse to varegruppene stod for

Tabell 4.1. Dagligvarebutikker (inkl. kiosker): Bruttofortjeneste, etter varegruppe. 1996

	Bruttofortjeneste		
	1 000 kr ¹	Andel	Prosent av salgsinntekter
I alt	13 533 351	100,0	19
110 Nærings- og nytelsesmidler.....	10 664 707	78,8	18
160 Matvarer	7 787 479	57,5	18
111 Kaffe, te.....	240 618	1,8	14
112 Hermetikk	298 377	2,2	19
113 Tørrvarer	1 227 910	9,1	20
114 Konserver.....	474 668	3,5	23
115 Juice, saft	191 663	1,4	17
116 Helsekost	67 377	0,5	24
117 Diabetikervarer	10 458	0,1	24
118 Barnemat	49 584	0,4	18
119 Dyremat	146 398	1,1	23
120 Ost, melk, andre meieriprodukter og egg.....	1 400 639	10,3	14
121 Poteter, grønnsaker, frukt og bær (ferskvarer).....	1 264 215	9,3	22
122 Brød, kaker, boller o.l. konditorvarer.....	703 063	5,2	22
131 Konsumentpakkede frysevarer og konserver (fisk, kjøtt, grønnsaker, etc.)	540 492	4,0	16
140 Kjøtt og kjøttvarer (unntatt konsumentpakkede frysevarer og konserver)	815 634	6,0	18
150 Fisk og fiskevarer (unntatt konsumentpakkede frysevarer og konserver)	306 283	2,3	20
190 Andre nærings- og nytelsesmidler	50 102	0,4	17
171 Kioskvarer	2 270 779	16,8	17
123 Iskrem	167 339	1,2	22
124 Sjokolade, sukkertøy, potetgull o.l. snacks	980 697	7,2	23
125 Mineralvann og lettøl (klasse A-B).....	580 968	4,3	14
130 Tobakkvarer	541 774	4,0	13
127 Øl (klasse C-F).....	583 603	4,3	19
128 Alkohol frie viner, likør- og spritessenser	22 847	0,2	25
Øvrige varer enn nærings- og nytelsesmidler.....	2 868 644	21,2	22

¹ Tallene er eksklusive merverdiavgift.

12,2 prosent av de samlede salgsinntektene, men bidrog til 14,5 prosent av den samlede marginen i dagligvarebutikkene (inkl. kiosker) i 1996. For varegruppene konserver og tørrvarer var bruttofortjenesten på henholdsvis 23 prosent og 20 prosent i denne næringsgruppen.

Av matvarene var bruttofortjenesten lavest på ost, melk, andre meieriprodukter og egg med 14 prosent. Men med 10 milliarder i salgsinntekter, stod denne varegruppen for 10,3 prosent av den samlede marginen i dagligvarebutikkene i 1996. Bruttofortjenesten var også 14 prosent på kaffe og te, mens marginen på konsumentpakkede frysevarer og juice/saft var på henholdsvis 16 prosent og 17 prosent.

Den samlede marginen på kjøtt og kjøttvarer (unntatt konsumentpakkede frysevarer) var på 18 prosent i 1996. I denne varegruppen var det størst bruttofortjeneste på kjøtt pålegg med 20 prosent, mens marginen var lavest på innmat, deiger og farsler med 13 prosent. For fisk og fiskevarer (unntatt konsumentpakkede frysevarer) hadde bedriftene en samlet bruttofortjeneste på 20 prosent. I denne varegruppen var marginen 21 prosent på fisk, 20 prosent på fiskekaker, fiskeboller, fiskepudding o.l. fiskevarer og 16 prosent på skalldyr.

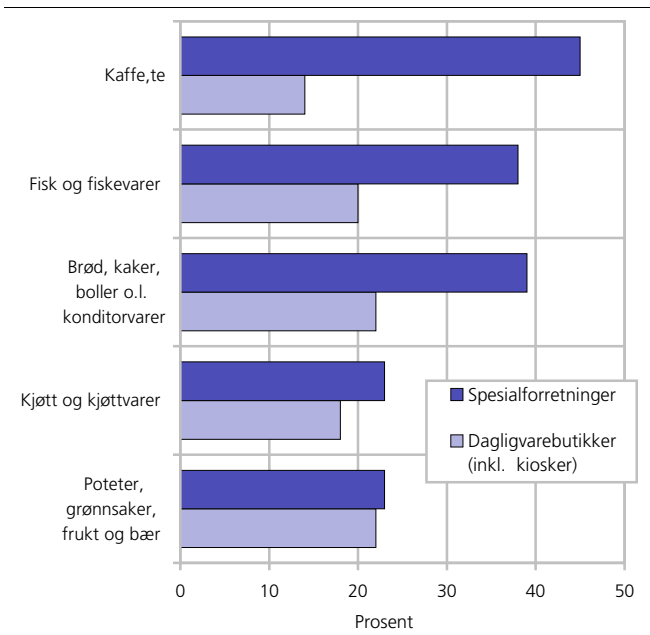
Det var også store forskjeller i bruttofortjenesten på kioskvarer i 1996. Minst påslag tok dagligvarebutikkene

(inkl. kiosker) på tobakkvarer og mineralvann/lettøl. Bruttofortjenesten på disse to varegruppene var på henholdsvis 13 og 14 prosent. På andre kioskvarer var fortjenestemarginen betydelig høyere, med 23 prosent på sjokolade, sukkertøy, potetgull o.l. snacks og 22 prosent på iskrem. Dagligvarebutikkene (inkl. kiosker) solgte for til sammen 13,3 milliarder i kioskvarer i 1996, med en samlet bruttofortjeneste på 17 prosent. Kioskvarer stod for 16,8 prosent av den samlede marginen i dagligvarebutikkene (inkl. kiosker).

4.4. Matvarer i spesialforretninger og dagligvarebutikker

At bruttofortjenesten på matvarer generelt er høyere i spesialforretninger enn i dagligvarebutikkene er ikke spesielt overraskende. Spesialforretninger har vanligvis et større vareutvalg enn dagligvarebutikkene, og selger ofte i mindre kvantum. Avanseundersøkelsen for detaljhandel viser imidlertid at forskjellene i bruttofortjeneste mellom spesialforretninger og dagligvarebutikker (inkl. kiosker) varierer mellom de ulike varegruppene (jf. figur 4.3).

Størst forskjell i bruttofortjenesten var det for kaffe og te. I spesialforretningene (Butikkhandel med kaffe og te) var marginen hele 45 prosent. Dette er over tre ganger så mye som i dagligvarebutikkene, der bruttofortjenesten var 14 prosent. I 1996 ble det omsatt for 32 millioner i kaffe og te i spesialforretninger og 1,7 milliarder i dagligvarebutikker.

Figur 4.3. Bruttofortjenester i dagligvarebutikker (inkl. kiosker) og i spesialforretninger. 1996. Prosent

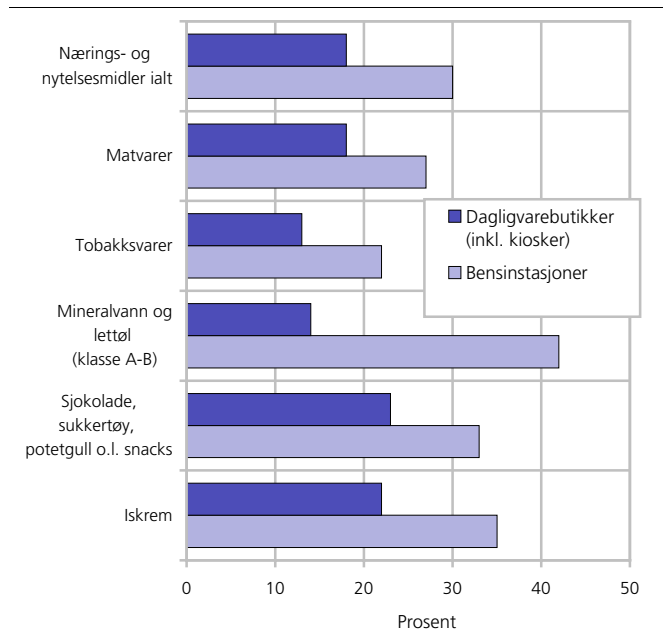
Det var også stor forskjell i marginen på fisk og fiskevarer. I spesialforretningene (Butikkhandel med fisk og skalldyr) var bruttofortjenesten 38 prosent, mens marginen i dagligvarebutikkene var 20 prosent på disse varene. Dagligvarebutikkene omsatte for 1,5 milliarder og spesialforretningene for 274 millioner i fisk og fiskevarer i 1996.

Bakeriene (Butikkhandel med bakervarer og konditorvarer) omsatte for 797 millioner i brød, kaker o.l. konditorvarer i 1996, med 39 prosent i bruttofortjeneste for disse varene. Av omsatte brød, kaker o.l. konditorvarer for 3,2 milliarder, satt dagligvarebutikkene igjen med en margin på 22 prosent.

På kjøtt og kjøttvarer var bruttofortjenesten 18 prosent i dagligvarebutikkene og 23 prosent i spesialforretninger. Det ble omsatt kjøtt og kjøttvarer for 210 millioner i spesialforretninger i 1996, mens dagligvarebutikkene solgte for 4,6 milliarder i kjøtt og kjøttvarer.

For poteter, grønnsaker, frukt og bær var det liten forskjell i bruttofortjenesten, med en margin på 22 prosent i dagligvarebutikker (inkl. kiosker) og en bruttofortjeneste på 23 prosent i spesialforretningene (Butikkhandel med frukt og grønnsaker). Mens dagligvarebutikkene (inkl. kiosker) omsatte for 5,7 milliarder i poteter, grønnsaker, frukt og bær i 1996, solgte spesialforretningene for 188 millioner i disse varene.

Relativt få bedrifter og lave dekningsgrader i nettovalget for næringsgruppene Butikkhandel med kjøtt

Figur 4.4. Bruttofortjeneste i dagligvarebutikker (inkl. kiosker) og bensinstasjoner. 1996. Prosent

og kjøttvarer og Butikkhandel med frukt og grønnsaker gir stor usikkerhet omkring resultatene for disse to næringsgruppene.

4.5. Bensinstasjoner har tre ganger så høy bruttofortjeneste på mineralvann

Bedriftene i næringsgruppen Detaljhandel med drivstoff til motorkjøretøyer, altså bensinstasjoner, hadde 30 prosent i bruttofortjeneste på salg av nærings- og nytelsesmidler i 1996. Dette er nesten dobbelt så mye som i dagligvarebutikkene (inkl. kiosker) der fortjenestemarginen var 18 prosent (jf. figur 4.4).

Størst bruttofortjeneste hadde bensinstasjonene på mineralvann og lettøl med 42 prosent. Dette er tre ganger så mye som i dagligvarebutikkene (inkl. kiosker) der marginen var 14 prosent. Bensinstasjonene hadde videre 35 prosent i bruttofortjeneste på iskrem og 33 prosent på sjokolade, sukkertøy, potetgull o.l. snacks. Tilsvarende tall for dagligvarebutikkene (inkl. kiosker) var på henholdsvis 22 prosent og 23 prosent. I begge næringsgruppene var det lave marginer på tobakksvarer, med 22 prosent på bensinstasjoner og 13 prosent i dagligvarebutikkene (inkl. kiosker).

Bensinstasjonene omsatte for 614 millioner i matvarer og 4,1 milliarder i kioskvarer i 1996. Tilsvarende tall for dagligvarebutikkene (inkl. kiosker) var 42,5 milliarder og 13,3 milliarder. Nærings- og nytelsesmidler stod for 18 prosent av omsatte handelsvarer på bensinstasjonene i 1996.

Tabell 4.2. Bruttofortjeneste i dagligvarebutikker (inkl. kiosker) i 1986 og 1996

	Bruttofortjeneste i prosent av salgsinntekter			
	1986 ¹	1996 ²	Absolutt endring 86-96	Prosentvis endring 86-96
I alt (inkl. andre varer enn nærings- og nytelsesmidler)	19	19	0	0
Nærings- og nytelsesmidler i alt	20	18	-2	-10
Brød, kaker, boller o.l. konditorvarer	19	22	3	16
Sjokolade, sukkertøy, potetgull, o.l. snacks	20	23	3	15
Poteter, grønnsaker, frukt og bær (ferskvarer)	20	22	2	10
Hermetikk, tørrede varer og konserver	20	20	0	0
Iskrem	23	22	-1	-4
Kjøtt og kjøttvarer (unntatt frysevarer og konserver)	19	18	-1	-5
Fisk og fiskevarer (unntatt frysevarer og konserver)	22	20	-2	-9
Juice, saft	20	17	-3	-15
Konsumentpakkede frysevarer	19	16	-3	-16
Ost, melk, andre meieriprodukter og egg	18	14	-4	-22
Kaffe, te	19	14	-5	-26
Tobaksvarer	20	13	-7	-35
Mineralvann og lettøl (klasse A-B)	22	14	-8	-36

¹ Næringsgruppene (62.11+ 62.22+62.26) etter ISIC Rev.2 ligger til grunn

² Næringsundergruppe 52.110 etter SN94 ligger til grunn

4.6. Nærings- og nytelsesmidler i 1996 og 1986

4.6.1. Mange endringer i marginen i dagligvarebutikkene (inkl. kiosker)

En avanseundersøkelse gjennomført i SSB for referanseåret 1986 viser at det ble solgt for til sammen 46,5 milliarder i nærings- og nytelsesmidler dette året. Tilsvarende tall for 1996 var 73,4 milliarder, dvs. en økning i omsetningen på 58 prosent på disse ti årene.

Bedriftene i næringsgruppen 62.11 (Varehushandel med nærings- og nytelsesmidler) omsatte for 3,8 milliarder i nærings- og nytelsesmidler i 1986. Tilsvarende tall for næringsgruppe 62.22 (Detaljhandel med dagligvarer) var 31,2 milliarder. Videre solgte bedriftene i næringsgruppe 62.26 (Detaljhandel med tobakk, sjokolade, frukt og iskrem) for 2,9 milliarder i nærings- og nytelsesmidler i 1986. Disse tre næringsgruppene, som vi senere vil sammenligne med næringsgruppe 52.110 etter SN94, stod for 81,5 prosent av det totale salget av nærings- og nytelsesmidler i 1986. Bedriftene i næringsgruppe 62.27 (Detaljhandel med vin og brennevin) omsatte for 3,7 milliarder i nærings- og nytelsesmidler dette året.

I 1986 var den samlede bruttofortjenesten i dagligvarebutikkene (inkl. kiosker) på 19 prosent. Dette er identisk med resultatet fra den siste avanseundersøkelsen for 1996. For mange varegrupper har det imidlertid skjedd betydelige endringer i marginene i løpet av disse ti årene (jf. tabell 4.2).

Bruttofortjenesten på nærings- og nytelsesmidler har gått ned fra 20 prosent i 1986 til 18 prosent i 1996, dvs. en nedgang i marginen på 10 prosent. Dette betyr også at dagligvarebutikkene (inkl. kiosker) hadde en høyere bruttofortjeneste på andre varer enn nærings- og nytelsesmidler i 1996 enn ti år tidligere.

Med unntak av iskrem, der bruttofortjenesten gikk ned fra 23 prosent i 1986 til 22 prosent i 1996, så har det skjedd betydelige endringer i bruttofortjenesten på kioskarer på disse ti årene. Størst nedgang har det vært på salg av mineralvann og lettøl. Mens dagligvarebutikkene (inkl. kiosker) i 1986 hadde en margin på 22 prosent, var bruttofortjenesten på mineralvann og lettøl kun 14 prosent i 1996. Bedriftene i næringsgruppen har altså redusert marginen på mineralvann og lettøl med hele 36 prosent på ti år, noe som blant annet kan forklares med at mineralvann har blitt en lokkevare for dagligvarebutikkene. Også for tobaksvarer har det vært en betydelig reduksjon i bruttofortjenesten, fra 20 prosent i 1986 til 13 prosent i 1996. Vi kan imidlertid ikke fastslå at bruttofortjenesten generelt har gått ned for kioskarer. Dagligvarebutikkene (inkl. kiosker) har nemlig økt bruttofortjenesten på sjokolade, sukkertøy, potetgull o.l. snacks fra 20 prosent i 1986 til 23 prosent i 1996, dvs. en økning på 15 prosent.

Av matvarene som er sammenlignbare i de to undersøkelsene, så har bruttofortjenesten gått mest opp for brød, kaker, boller o.l. konditorvarer. For denne varegruppen har marginen gått opp fra 19 prosent i 1986 til 22 prosent i 1996, dvs. en økning i bruttofortjenesten på 16 prosent. Dagligvarebutikkene (inkl. kiosker) har også økt den realiserede avansen på salg av poteter, grønnsaker, frukt og bær (ferskvarer), fra 20 prosent til 22 prosent på disse ti årene. Den økte bruttofortjenesten for disse varegruppene kan i en viss grad forklares med et større vareutvalg i butikkene i 1996 sammenlignet med 1986.

Av matvarene var det størst nedgang i bruttofortjenesten på kaffe og te. Fortjenestemarginen i dagligvarebutikkene (inkl. kiosker) har gått ned fra 19 prosent i 1986 til 14 prosent i 1996, dvs. en nedgang på hele 26 prosent. Det har også vært en betydelig

nedgang i marginen på ost, melk, andre meieriprodukter og egg. For disse varene gikk bruttofortjenesten ned fra 18 prosent i 1986 til 14 prosent ti år senere. Også for konsumentpakkede frysevarer, juice og saft, fisk og fiskevarer og kjøtt- og kjøttvarer har bruttofortjenesten gått ned fra 1986 til 1996, mens marginen på hermetikk, tørrede varer og konserver var den samme i de to undersøkelsene.

Tabell 4.2 viser også at det er større forskjeller i bruttofortjenesten mellom varegruppene i 1996 enn i 1986. For de varegruppene vi har sammenlignet, så varierte bruttofortjenesten i dagligvarebutikkene (inkl. kiosker) mellom 18 prosent og 23 prosent i 1986, dvs. innenfor et intervall på 6 prosentpoeng. For de samme varegruppene varierte bruttofortjenesten i 1996 innenfor et intervall på hele 11 prosentpoeng, fra 13 prosent til 23 prosent.

4.6.2. Bensinstasjonene har økt salget av nærings- og nytelsesmidler med 124 prosent på ti år

Bensinstasjonene omsatte for 2,1 milliarder i nærings- og nytelsesmidler i 1986, og hadde med dette en markedsandel på 4,5 prosent. I 1996 solgte bensinstasjonene for 4,7 milliarder, noe som gir en markedsandel på 6,4 prosent. På ti år har altså bensinstasjonene økt omsetningen fra nærings- og nytelsesmidler med hele 124 prosent. Til sammenligning økte totalomsetningen for disse varene med 58 prosent i samme periode.

Bensinstasjonene har økt marginen på nærings- og nytelsesmidler fra 24 prosent i 1986 til 30 prosent i 1996, dvs. en økning på hele 25 prosent. Til sammenligning gikk bruttofortjenesten på nærings- og nytelsesmidler i dagligvarebutikkene ned fra 20 prosent i 1986 til 18 prosent i 1996.

5. Bekledningsvarer og skotøy

5.1. Bekledningsvarer

Av de definerte varehovedgruppene var bruttofortjenesten høyest på bekledningsvarer med 43 prosent. Av en omsetning på 17,7 milliarder i 1996 (eksklusive merverdiavgift), satt detaljhandelsbedriftene igjen med en samlet margin på klær på 7,6 milliarder.

Innenfor butikkhandel med klær (klesbutikkene) ble det solgt for 13,9 milliarder i bekledningsvarer i 1996. Dette tilsvarer 78,7 prosent av den samlede omsetningen av klær innenfor detaljhandel (jf. figur 5.1). Klesbutikkene hadde en samlet bruttofortjeneste på klær på 44 prosent. I en tilsvarende undersøkelse for 1986 var marginen på bekledningsvarer 38 prosent, dvs. at klesbutikkene har økt bruttofortjenesten med 16 prosent på disse varene fra 1986 til 1996. Bruttofortjeneste var størst på undertøy, T-skjorter, sokker, strømper, luer og lignende varer med 52 prosent, mens klesbutikkene hadde lavest margin på bekledningsvarer av pels og skinn med 38 prosent.

Det ble videre omsatt klær for 1,3 milliarder innenfor butikkhandel med bredt vareutvalg ellers og for 359 millioner innenfor butikkhandel med fritidsutstyr, spill og leker, hvorav sports- og fritidsklær stod for henholdsvis 95 prosent og 88 prosent av klesomsetningen i disse næringsundergruppene. Bruttofortjenesten på sports- og fritidsklær var 37 prosent innenfor butikkhandel med bredt vareutvalg ellers og 32 prosent innenfor butikkhandel med fritidsutstyr, spill og leker. De to næringsundergruppene stod for henholdsvis 7,5 prosent og 2 prosent av den totale omsetningen av klær i 1996 (jf. figur 5.1).

Innenfor postordrehandel ble det solgt bekledningsvarer for 1,1 milliarder i 1996, med en margin på disse varene på 41 prosent. Postordrebedriftene stod for 6,1 prosent av den totale omsetningen av klær innenfor detaljhandel.

Det ble videre omsatt klær for 619 millioner i dagligvarebutikker i 1996, noe som tilsvarer 0,9 prosent av de totale salgsinntektene i næringsgruppen. Dagligvarebutikkene stod for 3,5 prosent av den samlede

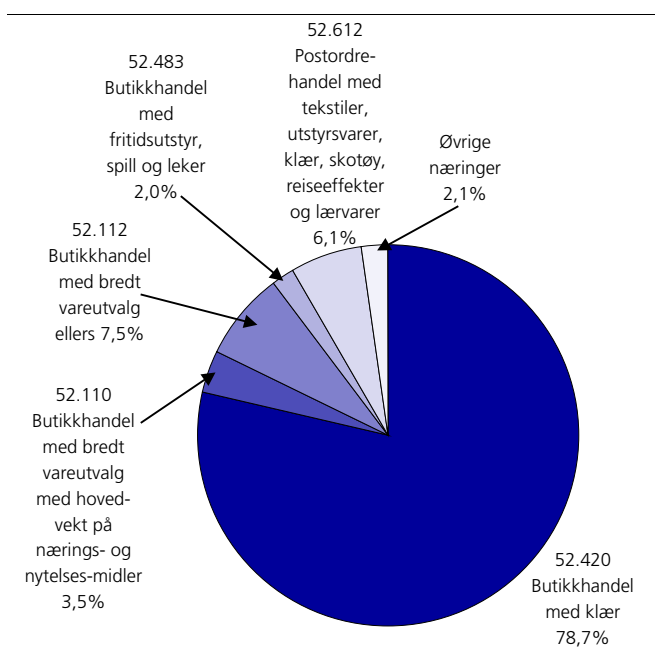
omsetningen av klær, og hadde en margin på disse varene på 30 prosent.

5.2. Skotøy

Innenfor detaljhandel ble det omsatt skotøy for 3,3 milliarder i 1996. Den samlede marginen på skotøy var på 41,3 prosent. Skoforretningene stod for 72 prosent av omsetningen. I denne næringsundergruppen var bruttofortjenesten på sko 44 prosent. Dette er en økning på 16 prosent sammenlignet med 1986, da marginen var på 38 prosent i skoforretningene.

Dagligvarebutikkene omsatte for 320 millioner i skotøy i 1996, med en margin på 32 prosent for denne varegruppen. Det ble videre solgt sko for 184 millioner innenfor butikkhandel med bredt vareutvalg ellers og for 202 millioner innenfor butikkhandel med klær. Bruttofortjenesten på skotøy i disse to næringsgruppene var på henholdsvis 36 prosent og 35 prosent.

Figur 5.1. Bekledningsvarer, etter næringsundergruppe og salgsinntekter. 1996. Prosent



6. Tekstilvarer

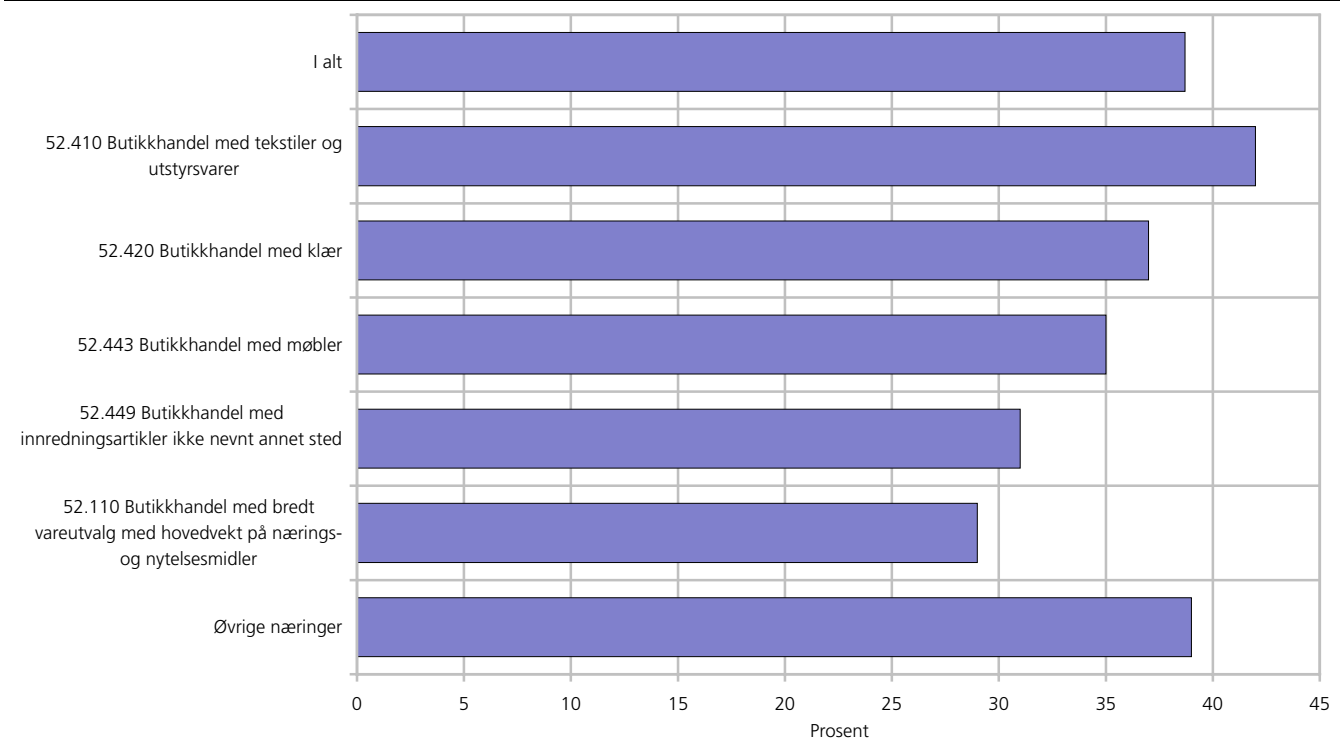
I 1996 ble det solgt tekstilvarer for 4,5 milliarder kroner innenfor detaljhandel (eksklusive merverdiavgift), med en samlet margin på 38,7 prosent. Om lag 2,3 milliarder eller 51 prosent av tekstilvarene ble omsatt innenfor butikkhandel med tekstiler og utstyrsvarer. Bedriftene i denne næringsgruppen hadde en samlet margin på tekstilvarer på 42 prosent (jf. figur 6.1). Av tekstilvarene var marginen høyest på stoffer til klær og utstyrsvarer (metervare) med 45 prosent, mens bruttofortjenesten var lavest på gulvtepper og løpere med 39 prosent.

Innenfor butikkhandel med klær var marginen på tekstilvarer 37 prosent, mens møbelforretningene

hadde 35 prosent i bruttofortjeneste på disse varene i 1996. Det ble omsatt for henholdsvis 194 millioner og 667 millioner i tekstilvarer i disse to næringsundergruppene i 1996.

Dagligvarebutikkene solgte tekstilvarer for 425 millioner i 1996, noe som tilsvare 9,4 prosent av den samlede omsetningen av tekstilvarer. Det ble videre omsatt tekstilvarer for 180 millioner innenfor butikkhandel med innredningsartikler ikke nevnt annet sted. Bruttofortjenesten på tekstilvarer i disse næringsundergruppene var på henholdsvis 29 prosent og 31 prosent.

Figur 6.1. Tekstilvarer, etter næringsundergruppe og bruttofortjeneste. 1996. Prosent



7. Kjøretøy og utstyr, drivstoff og brensel

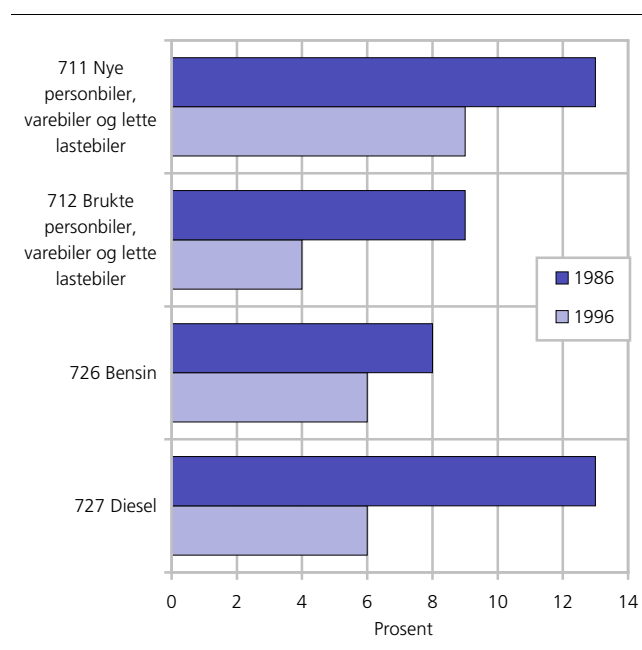
Av de definerte varehovedgruppene var bruttofortjenesten lavest på salg av kjøretøy og utstyr, drivstoff og brensel, med en samlet bruttofortjeneste på 10,1 prosent. Med en omsetning på 76,5 milliarder (eksklusive merverdiavgift), satt detaljhandelsbedriftene igjen med en samlet margin på 7,8 milliarder på denne varehovedgruppen. Innenfor detaljhandel står kjøretøy og utstyr, drivstoff og brensel for hele 30,6 prosent av den totale omsetningen av handelsvarer i 1996, men bidrar kun til 14,1 prosent av den samlede bruttofortjenesten.

Det har vært en betydelig nedgang i marginen på motor- og kjøretøyer sammenlignet med tilsvarende undersøkelse for 1986 (jf. figur 7.1). På nye personbiler, varebiler og lette lastebiler har bruttofortjenesten i bilforretningene gått ned fra 13 prosent i 1986 til 9 prosent i 1996, dvs. en nedgang på 31 prosent. På brukte personbiler, varebiler og lette lastebiler har marginen blitt mer enn halvert siden 1986, med en nedgang i bruttofortjenesten fra 9 prosent i 1986 til 4 prosent ti år senere. Innenfor detaljhandel med motor- og kjøretøyer ble det omsatt for 29,2 milliarder i nye personbiler, varebiler og lette lastebiler og 15,5 milliarder i brukte personbiler, lastebiler og lette lastebiler i 1996.

Bensinstasjonenes samlede bruttofortjeneste har gått ned fra 14 prosent i 1986 til 12 prosent i 1996, dvs. en nedgang i den samlede marginen på 14 prosent. Størst nedgang i bruttofortjenesten har bensinstasjonene hatt på diesel, der marginen har blitt mer enn halvert siden 1986. Mens bensinstasjonene hadde 13 prosent i bruttofortjeneste på diesel i 1986, var marginen kun 6 prosent i 1996. Også på bensin har det vært en betydelig nedgang i bruttofortjenesten. Bensinstasjonene har redusert marginen fra 8 prosent i 1986 til 6 prosent i 1996, dvs. en nedgang i bruttofortjenesten på bensin på 25 prosent på disse ti årene.

Nærings- og nytelsesmidler har blitt et satsingsområde for bensinstasjonene. Mens disse varene stod for 16 prosent av den totale omsetningen i 1986, utgjorde nærings- og nytelsesmidler 18 prosent av omsatte handelsvarer i 1996. I samme periode har bensinstasjonene økt marginen på nærings- og nytelsesmidler fra 24 prosent i 1986 til 30 prosent ti år senere. I 1996

Figur 7.1. Motor- og kjøretøyer og drivstoff, bruttofortjeneste, 1986 og 1996. Prosent



stod nærings- og nytelsesmidler for hele 43 prosent av bensinstasjonenes samlede bruttofortjenesten. Dette er en betydelig økning sammenlignet med 1986, da nærings- og nytelsesmidler stod for 27 prosent av den samlede marginen.

I motsetning til motor- og kjøretøyer, bensin og diesel, er det relativt høye marginer på deler og rekvisita til motor- og kjøretøyer. Innenfor detaljhandel med motor- og kjøretøyer (bilforretninger) var marginen 31 prosent på disse varene i 1996. Med en omsetning på 3,2 milliarder, stod deler og rekvisita til motor- og kjøretøyer for 22 prosent av den samlede bruttofortjenesten hos bilforretningene. Innenfor detaljhandel med deler og utstyr til motor- og kjøretøyer var bruttofortjenesten 33 prosent på deler og rekvisita til motor- og kjøretøyer, mens bensinstasjonene satt igjen med en margin på 32 prosent på denne varegruppen. Også for dekk til motor- og kjøretøyer og motor- og smøremidler var det relativt høye bruttofortjenester i disse næringsundergruppene.

Innenfor detaljhandel med motorsykler, deler og utstyr ble det omsatt for 598 millioner i handelsvarer i 1996. Bedriftene i denne næringsgruppen hadde en samlet bruttofortjeneste på 16 prosent. Motorsykkelforretningene solgte motorsykler og mopeder for 312 millioner, hvorav bedriftene satt igjen med en margin på 9 prosent. Det ble videre omsatt deler og rekvisita til motorkjøretøyer for 167 millioner. Med 34 prosent i bruttofortjeneste, stod denne varegruppen for nesten 60 prosent av den samlede bruttofortjenesten innenfor detaljhandel med motorsykler, deler og utstyr.

Det ble videre omsatt kjøretøy og utstyr, drivstoff og brensel for 583 millioner innenfor butikkhandel med fritidsutstyr, spill og leker. Bedriftene i denne næringsundergruppen solgte for 211 millioner i fritidsbåter og 93 millioner i påhengsmotorer og andre båtmotorer, med 13 prosent i bruttofortjeneste for begge disse varegruppene. Innenfor butikkhandel med fritidsutstyr, spill og leker ble det dessuten omsatt båtutstyr for 160 millioner. Marginen på båtutstyr var 28 prosent i denne næringsundergruppen.

8. Elektriske husholdningsapparater og lamper

8.1. Elektriske husholdningsapparater

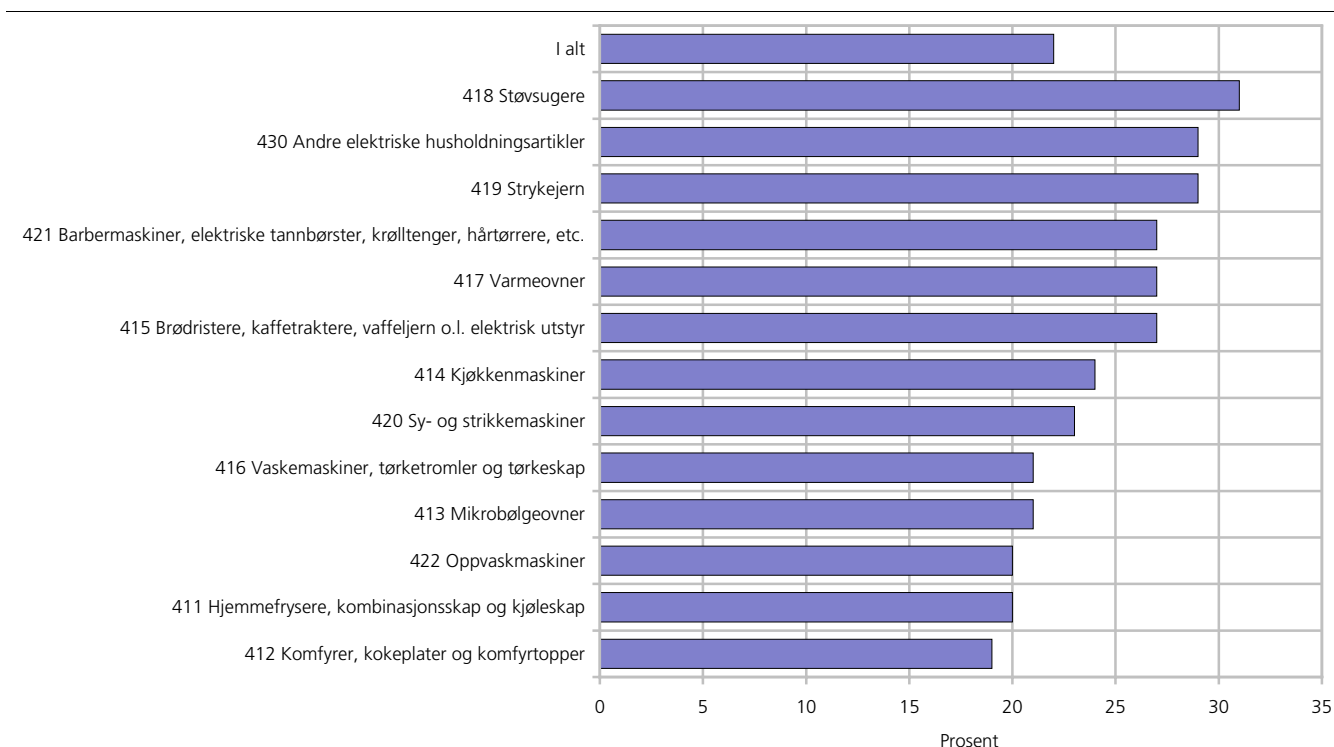
Det ble omsatt for 3,9 milliarder i elektriske husholdningsapparater innenfor detaljhandel i 1996 (eksklusive merverdiavgift). Samlet bruttofortjeneste for denne varehovedgruppen var på 22,9 prosent.

Bedriftene innenfor butikkhandel med elektriske husholdningsapparater, radio og fjersyn solgte for 3,3 milliarder i elektriske husholdningsapparater i 1996, og stod med dette for 85 prosent av den samlede omsetningen av disse varene. Den samlede marginen på elektriske husholdningsapparater var 22 prosent i denne næringsundergruppen. Dette er en nedgang på 12 prosent sammenlignet med tilsvarende undersøkelse i 1986, da marginen på elektriske husholdningsapparater var på 25 prosent. Innenfor butikkhandel med bredt vareutvalg med hovedvekt på

nærings- og nytelsesmidler (dagligvarebutikker) var bruttofortjenesten 23 prosent. Dagligvarebutikkene omsatte for 413 millioner i elektriske husholdningsapparater i 1996.

Innenfor butikkhandel med elektriske husholdningsapparater, TV og radio var bruttofortjenesten høyest på støvsugere med 31 prosent (jf. figur 8.1). Videre var marginen 29 prosent både på strykejern og for varegruppen andre elektriske husholdningsartikler. Bruttofortjenesten var lavest på komfyrer, kokeplater og komfyrtopper med 19 prosent, mens bedriftene i næringsundergruppen satt igjen med en margin på 20 prosent på hjemmefrysere, kombinasjonsskap og kjøleskap. Også på oppvaskmaskiner var bruttofortjenesten 20 prosent.

Figur 8.1. Elektriske husholdningsapparater innenfor næringsundergruppen Butikkhandel med elektriske husholdningsapparater, radio og fjersyn. 1996. Prosent



Bedriftene innenfor butikkhandel med elektriske husholdningsapparater, TV og radio solgte for 752 millioner i vaskemaskiner, tørketromler og tørkeskap i 1996. Det ble videre omsatt for 605 millioner i hjemmefrysere, kombinasjonsskap og kjøleskap, 481 millioner i komfyrer, kokeplater og komfyrtopper og 306 millioner i oppvaskmaskiner. Disse fire varegruppene stod for 66 prosent av den samlede omsetningen av elektriske husholdningsapparater i næringsundergruppen.

8.2. Lamper

Det ble omsatt for 980 millioner i lamper og tilbehør innenfor detaljhandel i 1996, med en samlet bruttofortjeneste for denne varehovedgruppen på 36,9 prosent. Bedriftene innenfor butikkhandel med belysningsutstyr solgte lamper og tilbehør for 492 millioner i 1996, mens møbelforretningene (butikkhandel med møbler) omsatte for 283 millioner. Bruttofortjenesten på lamper og tilbehør i disse to næringsundergruppene var på henholdsvis 40 prosent og 35 prosent.

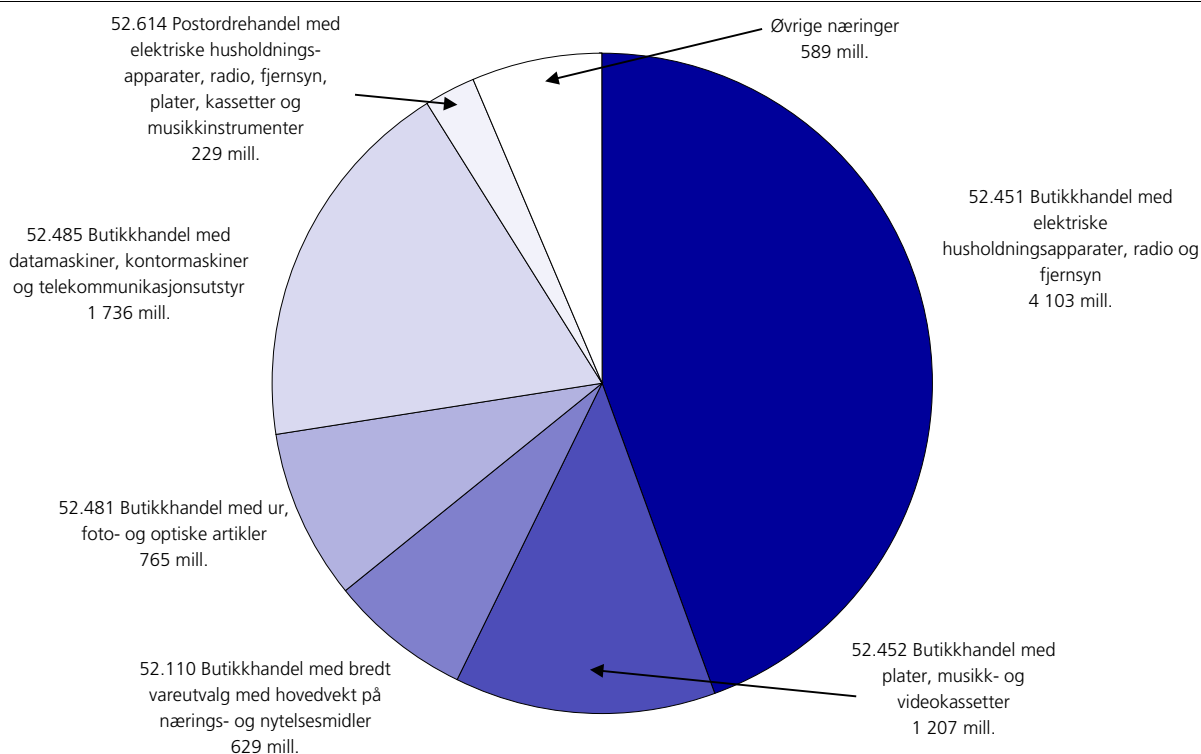
9. TV, musikkanlegg, video-, satellitt- og kommunikasjonsprodukter, foto-utstyr, data og musikk

I 1996 ble det omsatt for 9,3 milliarder i TV, musikk-anlegg, video-, satellitt- og kommunikasjonsprodukter, fotoutstyr, data og musikk (eksklusive merverdiavgift). Samlet bruttofortjeneste for disse varene var på 23,1 prosent. Som det fremkommer av navnet, består varehovedgruppen av en rekke forskjellige produkter, som blir solgt med ulik tyngde i de ulike næringsgruppene. Sammenligninger av marginer mellom ulike næringsundergrupper vil derfor ha begrenset verdi, da varene som sammenlignes er lite homogene.

Bedriftene innenfor butikkhandel med elektriske husholdningsapparater, radio og fjernsyn stod for 4,1 milliarder eller 44,3 prosent av den samlede omsetningen av TV, musikkanlegg, video-, satellitt- og kommunika-

sjonsprodukter, fotoutstyr, data og musikk i 1996 (jf. figur 9.1), med en samlet bruttofortjeneste på 20 prosent på disse varene. I denne næringsundergruppen ble det solgt for 1,1 milliarder i datamaskiner med utstyr og programvare og for 1 milliard i TV-apparater. Bruttofortjenesten på disse varegruppene var på henholdsvis 15 prosent og 20 prosent. Det ble videre omsatt for 468 millioner i stereoanlegg og 361 millioner i videospillere, med marginer på henholdsvis 22 prosent og 19 prosent. Bruttofortjenesten var størst på mobiltelefoner og utstyr med 36 prosent. I 1996 ble det solgt mobiltelefoner og utstyr for 155 millioner innenfor butikkhandel med elektriske husholdningsapparater, radio og fjernsyn.

Figur 9.1. TV, musikkanlegg, video-, satellitt- og kommunikasjonsprodukter, fotoutstyr, data og musikk. Salgsinntekter, etter næringsundergruppe. 1996



Det ble videre omsatt TV, musikkanlegg, video-, satellitt- og kommunikasjonsprodukter, fotoutstyr, data og musikk for 1,7 milliarder innenfor butikkhandel med datamaskiner, kontormaskiner og telekommunikasjon og for 1,2 milliarder i plateforretningene (butikkhandel med plater, musikk- og videokassetter). Disse to næringsundergruppene stod for henholdsvis 18,8 prosent og 13,1 prosent av den samlede omsetningen av denne varehovedgruppen.

Innenfor butikkhandel med datamaskiner, kontormaskiner og telekommunikasjonsutstyr ble det omsatt for 921 millioner i datamaskiner med tilbehør og programvare og for 394 millioner i mobiltelefoner med utstyr. Bruttofortjenesten for disse to varegruppene var på henholdsvis 19 prosent og 32 prosent. Av 193 millioner i omsetning fra kopimaskiner med utstyr, satt bedriftene i næringsundergruppen igjen med en margin på 18 prosent. Et relativt stort frafall og lav dekningsgrad i nettoutvalget medfører en betydelig usikkerhet omkring resultatene for denne næringsundergruppen.

Musikkforretningene (butikkhandel med plater, musikk- og videokassetter) omsatte for 1 178 millioner i CD-plater, musikk- og videokassetter, filmer og lydbånd i 1996, noe som utgjør om lag 88 prosent av den totale omsetningen i musikkforretningene. Bedriftene i denne næringsundergruppen satt igjen med en margin på CD-plater, musikk- og videokassetter på 30 prosent.

Innenfor butikkhandel med ur, foto og optiske artikler ble det solgt for 765 millioner i TV, musikkanlegg, video-, satellitt- og kommunikasjonsprodukter, fotoutstyr, data og musikk i 1996. Den samlede marginen på disse varene var 30 prosent i denne næringsundergruppen. Kamera og utstyr for fotografering stod for 582 millioner av salgsinntektene innenfor butikkhandel med ur, foto og optiske artikler, med en bruttofortjeneste på 31 prosent for denne varegruppen.

Det ble videre omsatt TV, musikkanlegg, video-, satellitt- og kommunikasjonsprodukter, fotoutstyr, data og musikk for 629 millioner i dagligvarebutikker og kiosker (butikkhandel med bredt vareutvalg med hovedvekt på nærings- og nytelsesmidler) og for 229 millioner innenfor postordrehandel med elektriske husholdningsapparater, radio, fjernsyn, plater, kassetter og musikkinstrumenter. Bruttofortjenesten for disse varene var 14 prosent i dagligvarebutikkene (inkl. kiosker) og 35 prosent i postordrebedriftene.

10. Byggevarer, fargevarer, beslagvarer og hageredskaper

10.1. Omsatte varer for 13,3 milliarder

Det ble omsatt for til sammen 13,4 milliarder i byggevarer, fargevarer, beslagvarer og hageredskaper innenfor detaljhandel i 1996 (eksklusive merverdiavgift), med en samlet bruttofortjeneste på 27,8 prosent. Bedriftene innenfor butikkhandel med bredt vareutvalg av jernvarer, fargevarer og andre byggevarer stod for 6,6 milliarder av omsetningen av disse varene, med en bruttofortjeneste i denne næringsundergruppen på 26 prosent.

Det ble videre solgt byggevarer, fargevarer, beslagvarer og hageredskaper for 709 millioner innenfor butikkhandel med jernvarer, med en samlet margin for disse varene på 29 prosent. I denne næringsundergruppen ble det omsatt for 248 millioner i beslagvarer. Bruttofortjenesten på beslagvarer var 35 prosent innenfor butikkhandel med jernvarer.

Innenfor butikkhandel med fargevarer ble det omsatt for 1,6 milliarder i byggevarer, fargevarer, beslagvarer og hageredskaper i 1996, hvorav vel 1 milliard var maling og lakkprodukter. Mens den samlede bruttofortjenesten for varehovedgruppen var på 33 prosent, hadde bedriftene i denne næringsundergruppen en margin på maling og lakkprodukter på 32 prosent.

Trelastbedriftene solgte for 1,2 milliarder i byggevarer, fargevarer, beslagvarer og hageredskaper i 1996, med en samlet bruttofortjeneste på disse varene på 25 prosent. For trelast, som stod for 575 millioner av omsetningen, var bruttofortjenesten 23 prosent i denne næringsundergruppen.

Det ble videre omsatt byggevarer, fargevarer, beslagvarer og hageredskaper for 456 millioner innenfor butikkhandel med byggevarer ikke nevnt annet sted. Den samlede bruttofortjenesten på disse varene var 29 prosent. Bedriftene i næringsundergruppen omsatte for 147 millioner i keramiske fliser, med en fortjenestemargin på 39 prosent.

Også dagligvarebutikkene selger byggevarer, fargevarer, beslagvarer og hageredskaper. Bedriftene i denne næringsgruppen omsatte for hele 1,5 milliarder i

disse varene i 1996. Dagligvarebutikkenes samlede bruttofortjeneste på byggevarer, fargevarer, beslagvarer og hageredskaper var på 23 prosent.

10.2. Butikkhandel med bredt vareutvalg av jern-, fargevarer og andre byggevarer

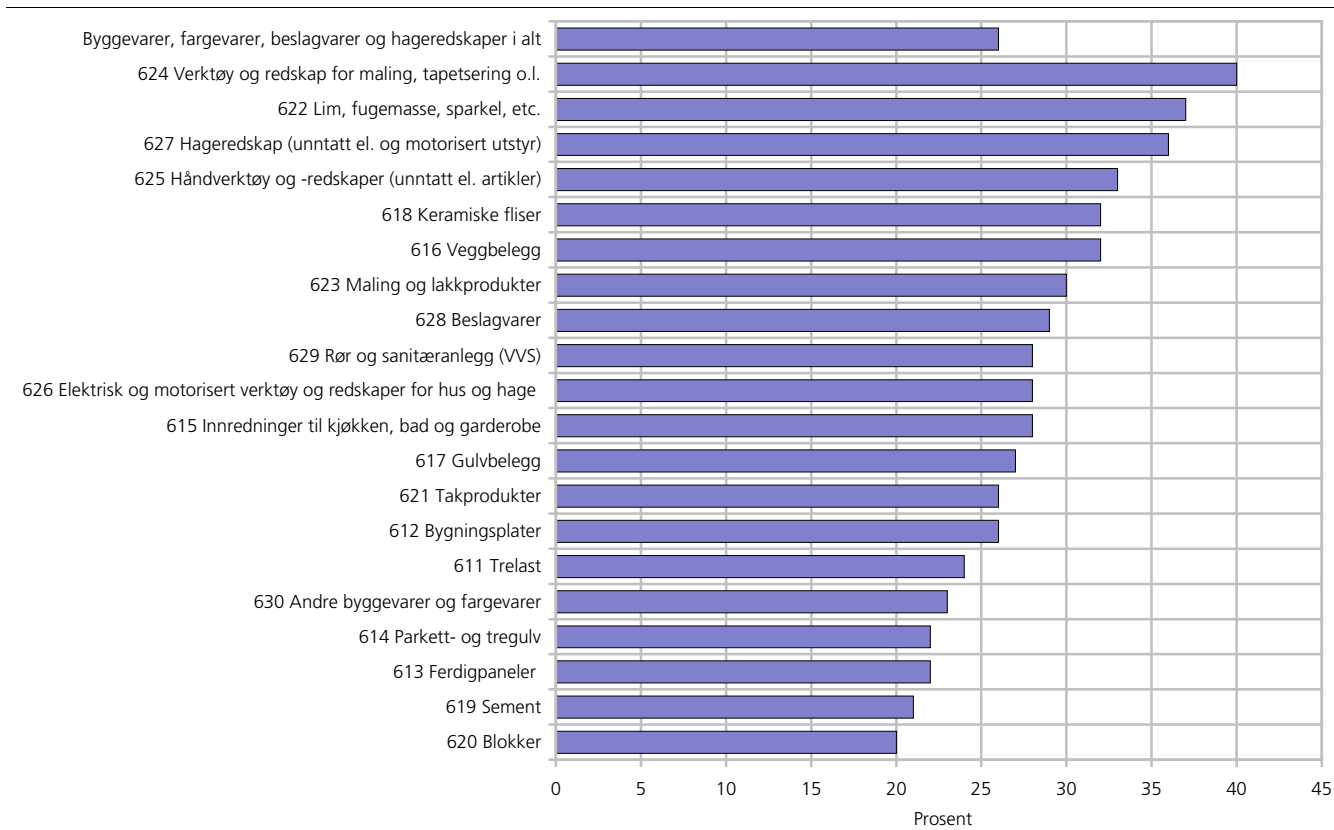
Innenfor butikkhandel med bredt vareutvalg av jernvarer, fargevarer og andre byggevarer var det store variasjoner i bruttofortjenesten mellom varegruppene (jf. figur 10.1). Mens den samlede marginen på byggevarer, fargevarer, beslagvarer og hageredskaper var 26 prosent i denne næringsundergruppen, varierte bruttofortjenesten mellom de ulike varegruppene fra 20 prosent til 40 prosent.

Bruttofortjenesten var størst på verktøy og redskaper for maling og tapetsering med 40 prosent. Det var også høye marginer på lim, fugemasse, sparkel, etc. og for hageredskaper (unntatt elektrisk og motorisert utstyr), med bruttofortjenester på henholdsvis 37 prosent og 36 prosent for disse varegruppene. Bedriftene i næringsundergruppen hadde lavest margin på blokker med 20 prosent og på sement med 21 prosent. Videre var marginen 22 prosent på ferdigpaneler og for parkett- og tregulv.

Av de definerte varegruppene var det størst omsetning på trelast. Bedriftene innenfor butikkhandel med bredt vareutvalg av jernvarer, fargevarer og andre byggevarer solgte for 1,2 milliarder i trelast i 1996, med en margin på 24 prosent. Til sammenligning omsatte trelastforretningene (butikkhandel med trelast) for 575 millioner i trelast i 1996, med en bruttofortjeneste på 23 prosent.

Innenfor butikkhandel med bredt vareutvalg av jernvarer, fargevarer og andre byggevarer ble det videre omsatt for 713 millioner i beslagvarer og 654 millioner i bygningsplater. Marginen på disse to varegruppene var på henholdsvis 29 prosent og 26 prosent. Til sammenligning ble det solgt for 248 millioner i beslagvarer innenfor butikkhandel med jernvarer, hvorav bedriftene satt igjen med en bruttofortjeneste på 35 prosent.

Figur 10.1. Næringsundergruppen Butikkhandel med bredt vareutvalg av jernvarer , fargevarer og andre byggevarer. Bruttofortjeneste. 1996. Prosent



Det ble solgt maling og lakkprodukter for 484 millioner innenfor butikkhandel med bredt vareutvalg av jernvarer, fargevarer og andre byggevarer i 1996, og for 1 044 millioner innenfor butikkhandel med fargevarer. Bruttofortjenesten på maling og lakkprodukter i disse to næringsundergruppene var på henholdsvis 30 prosent og 32 prosent.

11. Varer for sport og fritid (unntatt bekleidningsvarer)

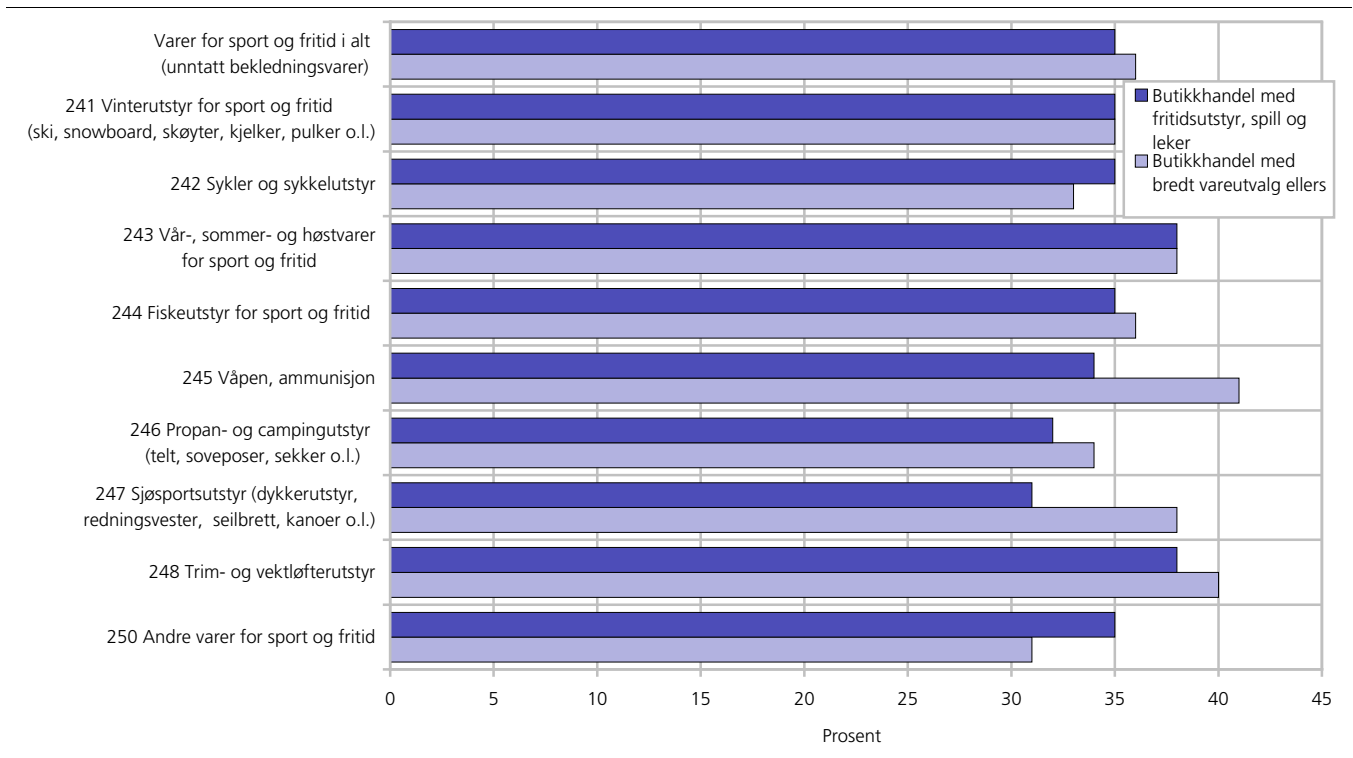
Innenfor detaljhandel ble det solgt for 4,6 milliarder i varer for sport og fritid (unntatt bekleidningsvarer) i 1996. Bedriftene hadde en samlet margin på 33,7 prosent for denne varehovedgruppen.

Innenfor butikkhandel med bredt vareutvalg ellers ble det omsatt for 2,3 milliarder i varer for sport og fritid i 1996 (eksklusive merverdiavgift), mens det innenfor butikkhandel med fritidsutstyr, spill og leker ble solgt for 1,2 milliarder. Bruttofortjenesten i disse to næringsundergruppene var på henholdsvis 36 prosent og 35 prosent (jf. figur 11.1). Det ble videre omsatt varer for sport og fritid for 517 millioner i dagligvarebutikker (butikkhandel med bredt vareutvalg med hovedvekt på

nærings- og nytelsesmidler). Bruttofortjenesten i dagligvarebutikkene på disse varene var 23 prosent.

Innenfor butikkhandel med bredt vareutvalg ellers var bruttofortjenesten størst på våpen/ammunisjon og trim- og vektløfterutstyr. Disse to varegruppene hadde marginer på henholdsvis 41 prosent og 40 prosent. Bruttofortjenesten var videre 38 prosent på vår-, sommer- og høstvarer (ikke nevnt annet sted) og for sjøsportsutstyr, mens bedriftene i næringsgruppen satt igjen med en margin på 36 prosent på fiskeutstyr for sport og fritid. Bruttofortjenesten var lavest for varegruppen andre varer for sport og fritid med 31 prosent.

Figur 11.1. Varer for sport og fritid, bruttofortjeneste. 1996. Prosent



Innenfor butikkhandel med fritidsutstyr, spill og leker var bruttofortjenesten høyest på vår-, sommer- og høstvarer (ikke nevnt annet sted) og for trim- og vektløfterutstyr. For begge disse varegruppene satt bedriftene igjen med en margin på 38 prosent. I denne næringsundergruppen var det lavest marginer på sjøsportsutstyr og for propan- og campingutstyr. Bruttofortjenesten på disse to varegruppene var på henholdsvis 31 prosent og 32 prosent.

Det ble solgt sykler og sykkelutstyr for 525 millioner innenfor butikkhandel med bredt vareutvalg ellers og for 545 millioner innenfor butikkhandel med fritidsutstyr, spill og leker. Bruttofortjenesten på sykler og sykkelutstyr var på henholdsvis 33 prosent og 35 prosent i disse næringsundergruppene.

Bedriftene innenfor butikkhandel med bredt vareutvalg ellers omsatte for 623 millioner i vinterutstyr i 1996. Det ble videre omsatt vinterutstyr for 281 millioner innenfor butikkhandel med fritidsutstyr, spill og leker. Disse to næringsundergruppene solgte dessuten for henholdsvis 587 millioner og 143 millioner i vår-, sommer- og høstvarer (ikke nevnt annet sted).

12. Kjøkkenutstyr, serviser, pynte- og utstyrsvarer og møbler

12.1. Kjøkkenutstyr

I 1996 ble omsatt for vel 1,1 milliarder i kjøkkenutstyr (unntatt serviser og elektriske husholdningsapparater) innenfor detaljhandel. Av dette ble 377 millioner eller 33,3 prosent solgt innenfor butikkhandel med kjøkkenutstyr, glass og steintøy (jf. figur 12.1). Videre ble det omsatt for 350 millioner i dagligvarebutikkene (butikkhandel med bredt vareutvalg med hovedvekt på nærings- og nytelsesmidler), mens møbelforretningene (butikkhandel med møbler) stod for 142 millioner eller 12,5 prosent av omsatt kjøkkenutstyr i 1996.

Den totale bruttofortjenesten på kjøkkenutstyr var 36,5 prosent i 1996. Bedriftene innenfor butikkhandel med kjøkkenutstyr, glass og steintøy hadde størst margin med 42 prosent, mens bruttofortjenesten på kjøkkenutstyr var 29 prosent i dagligvarebutikkene og 37 prosent i møbelforretningene.

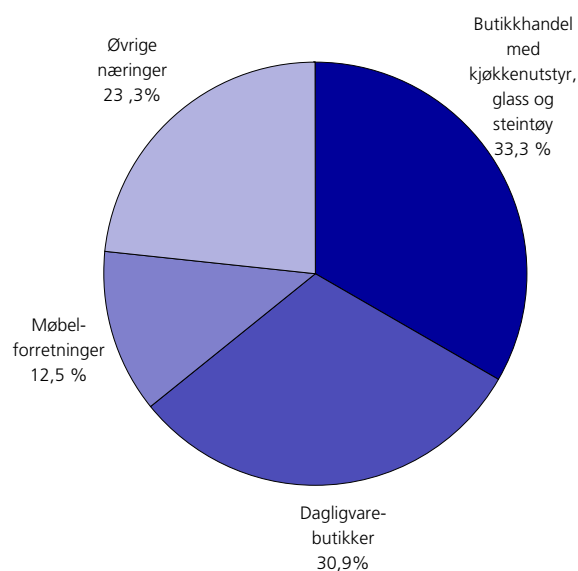
12.2. Serviser, pynte- og utstyrsvarer

Detaljhandelsbedriftene solgte for til sammen 3,4 milliarder i serviser, pynte- og utstyrsvarer (unntatt kjøkkenutstyr) i 1996, med en samlet bruttofortjeneste på 41,4 prosent. Om lag 1,3 milliarder ble omsatt innenfor butikkhandel med kjøkkenutstyr, glass og steintøy, 447 millioner i møbelforretninger, 304 millioner i dagligvarebutikker og 252 millioner innenfor butikkhandel med innredningsartikler ikke nevnt annet sted.

Bedriftene innenfor butikkhandel med kjøkkenutstyr, glass og steintøy hadde en samlet bruttofortjeneste på serviser, pynte- og utstyrsvarer på 44 prosent. I denne næringsundergruppen var bruttofortjenesten størst på merkevarer av keramikk, porselen og steintøy med 47 prosent, mens marginen var lavest på "billigvarer" av keramikk, porselen og steintøy med 35 prosent. Videre var bruttofortjenesten 43 prosent på glass, 40 prosent på jule- og påskeartikler og 46 prosent for varegruppen andre serviser, pynte- og utstyrsvarer.

I møbelforretningene var bruttofortjenesten 36 prosent på salg av serviser, pynte- og utstyrsvarer i 1996, mens tilsvarende tall for dagligvarebutikkene var 27 prosent. Innenfor butikkhandel med innredningsartikler ikke

Figur 12.1. Kjøkkenutstyr, etter næringsundergruppe og salgsinntekter. 1996. Prosent



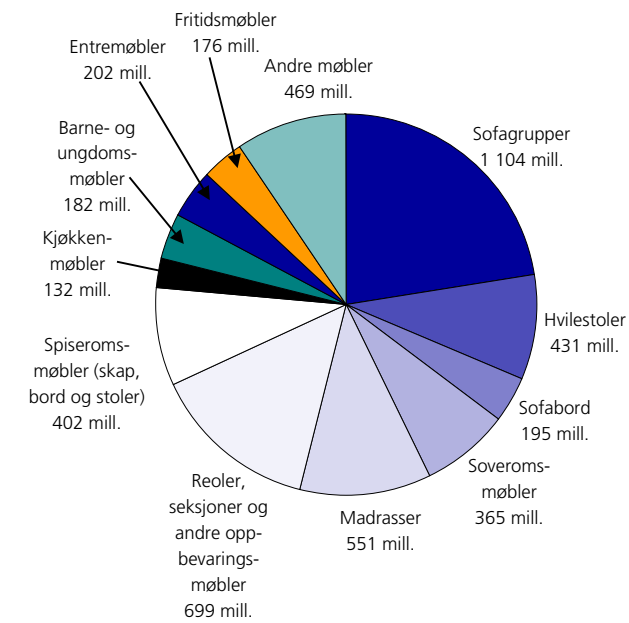
nevnt annet sted var marginen på serviser, pynte- og utstyrsvarer 40 prosent.

12.3. Møbler

Det ble omsatt møbler for nesten 5,8 milliarder innenfor detaljhandel i 1996 (eksklusive merverdiavgift), med en samlet bruttofortjeneste på 32,2 prosent. Møbelforretningene (butikkhandel med møbler) stod for 4,9 milliarder eller 85,3 prosent av den samlede omsetningen av møbler, og hadde en samlet bruttofortjeneste på møbler på 32 prosent. Møbelsalget utgjorde 67,2 prosent av møbelforretningenes samlede omsetning i 1996.

I møbelforretningene ble det omsatt sofagrupper for 1,1 milliarder og reoler, seksjoner og andre oppbevaringsmøbler for 699 millioner (jf. figur 12.2). Disse to varegruppene stod for 36,7 prosent av møbelsalget og 24,7 prosent av omsetningen i møbelforretningene i 1996. Det ble videre solgt madrasser for 551 millioner, soveroms møbler for 365 millioner, hvilestoler for 431 millioner og spiseroms møbler for 402 millioner i denne næringsundergruppen.

Figur 12.2. Salg av møbler i møbelforretninger. 1996



Det var relativt små variasjoner i bruttofortjenesten på ulike typer møbelgrupper i møbelforretningene, noe som blant annet skyldes at enkelte av de største bedriftene hadde identiske påslag for alle møbler i 1996. Avanseundersøkelsen for detaljhandel viser at møbelbedriftene hadde en margin på 32 prosent både på sofagrupper, sofabord, reoler/seksjoner/andre oppbevaringsmøbler, barne- og ungdomsmøbler og for varegruppen andre møbler. Bruttofortjenesten var størst på madrasser med 37 prosent, mens det var lavest margin på spiseromsmøbler med 29 prosent.

13. Diverse varer

13.1. Blomster, planter og busker

Det ble omsatt for nesten 3 milliarder i blomster, planter og busker innenfor detaljhandel i 1996, (eksklusive merverdiavgift) hvorav 2,6 milliarder eller 85,8 prosent ble solgt innenfor butikkhandel med blomster og planter (blomsterforretninger). Videre ble det omsatt blomster, planter og busker for 349 millioner i dagligvarebutikker og kiosker (butikkhandel med bredt vareutvalg med hovedvekt på nærings- og nytelsesmidler) og 43 millioner i møbelforretningene (butikkhandel med møbler).

Avanseundersøkelsen for detaljhandel viser en samlet bruttofortjeneste på blomster, planter og busker på 40 prosent. Mens marginen var 43 prosent i blomsterforretningene, var bruttofortjenesten på blomster, planter og busker 23 prosent i dagligvarebutikkene (inkl. kiosker) og 21 prosent i møbelforretningene.

13.2. Bøker

Bruttofortjenesten på bøker var dobbelt så høy i postordrebedriftene som hos bokhandlerne i 1996. Mens bedriftene innenfor postordrehandel med bøker, papir, aviser og blader hadde en margin på bøker på hele 70 prosent, var bruttofortjenesten 35 prosent innenfor butikkhandel med bøker og papir. Samlet bruttofortjeneste på bøker innenfor detaljhandel var på 37,1 prosent.

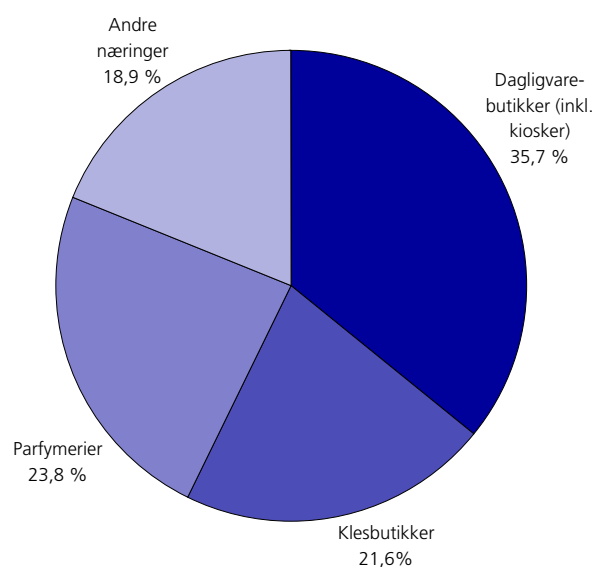
Det ble omsatt for til sammen 3 milliarder i bøker i 1996. Av dette stod bedriftene innenfor butikkhandel med bøker og papir (bokhandlerne) for 2,6 milliarder eller 88,8 prosent. Postordrebedriftene solgte bøker for 234 millioner i 1996, dvs. 7,9 prosent av den samlede omsetningen.

13.3. Kosmetikk og hygieneprodukter

I 1996 ble det solgt for 4,2 milliarder i kosmetikk og hygieneprodukter innenfor detaljhandel³, med en samlet bruttofortjeneste for disse varene på 33,3 prosent. Dagligvarebutikkene (butikkhandel med bredt

³ Omsetning av kosmetikk og hygieneprodukter fra frisører, annen skjønnhetspleie, helsestudio-, massasje- og solstudiovirksomhet vil ikke være med, da denne type virksomhet klassifiseres under personlig tjenesteyting og ikke under detaljhandel.

Figur 13.1. Kosmetikk og hygieneartikler, etter næringsundergruppe og salgsinntekter. 1996. Prosent



vareutvalg med hovedvekt på nærings- og nytelsesmidler, klesbutikkene (butikkhandel med klær) og parfymeriene (butikkhandel med kosmetikk og toalettartikler) stod for til sammen 81,1 prosent av omsatt kosmetikk og hygieneprodukter i 1996 (jf. figur 13.1).

Dagligvarebutikker (inklusive kiosker) solgte for 1,5 milliarder i kosmetikk og hygieneprodukter i 1996. Dette tilsvarer 2,1 prosent av omsatte handelsvarer i næringsgruppen og 35,7 prosent av det samlede salget av kosmetikk og hygieneprodukter. Det ble videre omsatt for 990 millioner i kosmetikk og hygieneprodukter fra parfymier i 1996, noe som utgjør 23,8 prosent av den samlede omsetningen av disse varene. Med salgsinntekter på 899 millioner, står dessuten klesforretningene for 21,6 prosent av den samlede omsetningen av kosmetikk og hygieneprodukter. Denne varegruppen stod for 5,8 prosent av den samlede omsetningen i klesforretningene i 1996.

Bruttofortjenesten på kosmetikk og hygieneprodukter var betydelig høyere i parfumerier og klesbutikker enn i dagligvarebutikkene. Parfumeriene satt igjen med en margin på 42 prosent på kosmetikk og hygieneprodukter, mens klesbutikkene hadde en margin på 40 prosent på disse varene. I dagligvarebutikkene var bruttofortjenesten 24 prosent på kosmetikk og hygieneprodukter.

Den store forskjellen i bruttofortjenesten på kosmetikk og hygieneprodukter i parfumerier og klesbutikker sammenlignet med dagligvarebutikker, kan blant annet forklares med at parfumerier og klesbutikker vanligvis har et bredt vareutvalg med mange merkevarer, mens dagligvarebutikkene ofte selger noen få "billigmerker" i store kvanta.

Vedlegg A

Bruttoutvalg, frafall og nettoutvalg etter næringsundergruppe

Næringsundergruppe (SN94)	Brutto- utvalg	Frafall	Nettoutvalg	
	Antall bedrifter	Antall bedrifter	Antall bedrifter	Deknings- grad ¹
Detaljhandel i alt.....	4984	1594	3390	24
50.102 Detaljhandel med motorkjøretøyer.....	243	45	198	28
50.302 Detaljhandel med deler og utstyr til motorkjøretøyer	95	37	58	15
50.401 Detaljhandel med motorsykler, deler og utstyr.....	17	2	15	33
50.500 Detaljhandel med drivstoff til motorkjøretøyer og motorsykler	335	79	256	22
52.110 Butikkhandel med bredt vareutvalg med hovedvekt på nærings- og nytelsesmidler	802	376	426	18
52.120 Butikkhandel med bredt vareutvalg ellers	128	56	72	19
52.210 Butikkhandel med frukt og grønnsaker	48	32	16	12
52.220 Butikkhandel med kjøtt og kjøttvarer	26	19	7	5
52.230 Butikkhandel med fisk og skaldyr	29	11	18	31
52.241 Butikkhandel med bakervarer og konditorvarer	80	33	47	17
52.242 Butikkhandel med sjokolade og drops.....	148	99	49	11
52.251 Butikkhandel med vin og brennevin	20	0	20	29
52.252 Butikkhandel med drikkevarer ellers	22	3	19	27
52.260 Butikkhandel med tobakksvarer	28	17	11	15
52.271 Butikkhandel med helsekost	42	5	37	27
52.272 Butikkhandel med kaffe og te	15	4	11	53
52.279 Butikkhandel med nærings- og nytelsesmidler ikke nevnt annet sted.....	21	13	8	14
52.310 Butikkhandel med apotekvarer	68	8	60	26
52.320 Butikkhandel med medisinske og ortopediske artikler	15	7	8	23
52.330 Butikkhandel med kosmetikk og toalettartikler	118	58	60	15
52.410 Butikkhandel med tekstiler og utstysvarer	157	47	110	22
52.420 Butikkhandel med klær	498	47	451	25
52.431 Butikkhandel med skotøy	92	15	77	26
52.432 Butikkhandel med reiseeffekter av lær og lærimitasjoner og varer av lær	27	1	26	30
52.441 Butikkhandel med belysningsutstyr	30	17	13	16
52.442 Butikkhandel med kjøkkenutstyr, glass og steintøy	59	8	51	24
52.443 Butikkhandel med møbler.....	68	12	56	37
52.449 Butikkhandel med innredningsartikler ikke nevnt annet sted	62	38	24	14
52.451 Butikkhandel med elektriske husholdningsapparater, radio og fjernsyn.....	112	24	88	25
52.452 Butikkhandel med plater, musikk- og videokassetter.....	60	23	37	20
52.453 Butikkhandel med musikkinstrumenter og noter.....	23	5	18	34
52.461 Butikkhandel med bredt vareutvalg av jernvarer, fargevarer og andre byggevarer	48	-11	59	33
52.462 Butikkhandel med jernvarer	22	8	14	22
52.463 Butikkhandel med fargevarer	54	19	35	16
52.464 Butikkhandel med trelast.....	42	30	12	20
52.469 Butikkhandel med byggevarer ikke nevnt annet sted	17	4	13	28
52.471 Butikkhandel med bøker og papir.....	81	11	70	28
52.472 Butikkhandel med aviser og blader ²	17	17	0	0
52.481 Butikkhandel med ur, foto- og optiske artikler	161	19	142	24
52.482 Butikkhandel med gull- og sølvvarer.....	80	7	73	26
52.483 Butikkhandel med fritidsutstyr, spill og leker.....	122	7	115	28
52.484 Butikkhandel med blomster og planter.....	181	37	144	21
52.485 Butikkhandel med datamaskiner, kontormaskiner og telekommunikasjonsutstyr.....	104	62	42	7
52.486 Butikkhandel med tapeter og gulvbelegg	18	3	15	29
52.487 Butikkhandel tepper	16	7	9	36
52.489 Butikkhandel ikke nevnt annet sted	277	135	142	17
52.501 Butikkhandel med antikviteter	26	10	16	42
52.502 Butikkhandel med brukte klær.....	18	11	7	10
52.509 Butikkhandel med brukte varer ellers	39	14	25	26
52.611 Postordreh. med bredt vareutvalg	19	15	4	31
52.612 Postordreh. med tekstiler, utstysvarer, klær, skotøy, reiseeffekter og lærvarer	17	4	13	88
52.613 Postordreh. med belysningsutstyr, kjøkkenutstyr, møbler og innredningsartikler	13	10	3	72
52.614 Postordreh. med elektriske husholdningsapparater, radio, fjernsyn, plater, kassetter og musikkinstrumenter.....	17	9	8	77
52.615 Postordreh. med bøker, papir, aviser og blader.....	15	4	11	90
52.619 Postordreh. med annet spesialisert vareutvalg	22	2	20	55
52.620 Torghandel	20	10	10	24
52.630 Detaljhandel utenom butikk ellers.....	50	9	41	41

¹ Dekningsgraden viser omsetningen i bedriftene i forhold til omsetningen for alle bedrifter i populasjonen.² På grunn av det store frafallet er det ikke publisert tall for denne næringsgruppen.

Vedlegg B

Resultater fra avanseundersøkelsen for detaljhandel 1996

Tabell B1. Salgsinntekter, varekostnad og bruttfortjeneste, etter næringsundergrupper

NACE	Bedrifter	Solgte handelsvarer				
		Salgsinntekter ¹		Varekostnad ¹		Bruttfortjeneste ¹
		1 000 kr	Prosent- andel	1 000 kr	1 000 kr	Prosent av salgs- inntekter
Detaljhandel i alt	40 763	250 053 523	100,00	194 890 416	55 163 107	22,1
50 Detaljhandel med motorkjøretøyer, motorsykler og drivstoff	4 239	80 377 373	32,14	71 303 673	9 073 700	11,3
50.102 Detaljhandel med motorkjøretøyer	2 048	50 239 664	20,09	45 618 314	4 621 350	9,2
50.302 Detaljhandel med deler og utstyr til motorkjøretøyer ..	849	3 578 355	1,43	2 455 828	1 122 527	31,4
50.402 Detaljhandel med motorsykler, deler og utstyr	131	597 830	0,24	503 163	94 667	15,8
50.5 Detaljhandel med drivstoff til motorkjøretøyer og motorsykler	2 060	25 961 524	10,38	22 726 368	3 235 156	12,5
52 Detaljhandel med handelsvarer, unntatt med motor- kjøretøyer og motorsykler	35 675	169 676 150	67,86	123 586 743	46 089 407	27,2
52.1 Butikkhandel med bredt vareutvalg	8 057	76 390 052	30,55	61 382 475	15 007 577	19,6
52.11 Butikkhandel med bredt vareutvalg med hovedvekt på nærings- og nytelsesmidler	7 069	72 225 646	28,88	58 692 295	13 533 351	18,7
52.12 Butikkhandel med bredt vareutvalg ellers	988	4 164 406	1,67	2 690 180	1 474 226	35,4
52.2 Butikkhandel med nærings- og nytelsesmidler i spesialforretninger	3 336	9 792 040	3,92	7 826 757	1 965 283	20,1
52.21 Butikkhandel med frukt og grønnsaker	300	332 421	0,13	266 484	65 937	19,8
52.22 Butikkhandel med kjøtt og kjøttvarer	160	274 753	0,11	213 835	60 918	22,2
52.23 Butikkhandel med fisk og skalldyr	218	286 370	0,11	177 137	109 233	38,1
52.24 Butikkhandel med bakervarer, konditorvarer, sjokolade og drops	1 639	1 988 447	0,80	1 359 793	628 654	31,6
52.241 Butikkhandel med bakervarer og konditorvarer	618	830 241	0,33	508 319	321 922	38,8
52.242 Butikkhandel med sjokolade og drops	1 021	1 158 206	0,46	851 474	306 732	26,5
52.25 Butikkhandel med drikkevarer	267	6 127 540	2,45	5 267 288	860 252	14,0
52.251 Butikkhandel med vin og brennevin	121	5 691 881	2,28	4 936 935	754 946	13,3
52.252 Butikkhandel med drikkevarer ellers	146	435 659	0,17	330 353	105 306	24,2
52.26 Butikkhandel med tobakksvarer	197	245 095	0,10	182 645	62 450	25,5
52.27 Butikkhandel med nærings- og nytelsesmidler ellers ..	555	537 414	0,21	359 575	177 839	33,1
52.271 Butikkhandel med helsekost	400	395 396	0,16	264 475	130 921	33,1
52.272 Butikkhandel med kaffe og te	39	32 644	0,01	18 097	14 547	44,6
52.279 Butikkhandel med nærings- og nytelsesmidler ikke nevnt annet sted	116	109 374	0,04	77 003	32 371	29,6
52.3 Butikkhandel med apotekvarer, sykepleieartikler, kosmetikk og toalettartikler	1 423	7 973 906	3,19	5 829 496	2 144 410	26,9
52.31 Butikkhandel med apotekvarer	381	6 537 993	2,61	4 969 201	1 568 792	24,0
52.32 Butikkhandel med medisinske og ortopediske artikler ..	89	279 160	0,11	182 658	96 502	34,6
52.33 Butikkhandel med kosmetikk og toalettartikler	953	1 156 753	0,46	677 637	479 116	41,4
52.4 Butikkhandel med andre nye varer	20 676	72 087 839	28,83	46 670 402	25 417 437	35,3
52.41 Butikkhandel med tekstiler og utstyrsvarer	1 438	2 791 014	1,12	1 650 314	1 140 700	40,9
52.42 Butikkhandel med klær	4 253	15 620 098	6,25	8 796 895	6 823 203	43,7
52.43 Butikkhandel med skotøy, reiseeffekter av lær og lærvarer	937	2 865 708	1,15	1 602 462	1 263 246	44,1
52.431 Butikkhandel med skotøy	731	2 404 253	0,96	1 356 908	1 047 345	43,6
52.432 Butikkhandel med reiseeffekter av lær og lærimitasjoner og varer av lær	206	461 455	0,18	245 554	215 901	46,8
52.44 Butikkhandel med belysningsutstyr, kjøkkenutstyr, møbler og innredningsartikler	1 998	10 632 548	4,25	6 886 853	3 745 695	35,2
52.441 Butikkhandel med belysningsutstyr	233	582 679	0,23	350 870	231 809	39,8
52.442 Butikkhandel med kjøkkenutstyr, glass og steintøy	583	1 944 899	0,78	1 122 520	822 379	42,3
52.443 Butikkhandel med møbler	622	7 301 364	2,92	4 889 599	2 411 765	33,0
52.449 Butikkhandel med innredningsartikler ikke nevnt annet sted	560	803 606	0,32	523 864	279 742	34,8

¹Tallene er eksklusive merverdiavgift.

Tabell B1 (forts.). Salgsinntekter, varekostnad og bruttfortjeneste, etter næringsundergrupper

NACE	Bedrifter	Solgte handelsvarer					
		Salgsinntekter ¹		Varekostnad ¹	Bruttfortjeneste ¹		
		1 000 kr	Prosent- andel	1 000 kr	1 000 kr	Prosent av salgs- inntekter	
52.45	Butikkhandel med elektriske husholdningsapparater, radio, fjernsyn, plater, kassetter og musikkinstrumenter.....	1 790	9 191 410	3,68	7 075 478	2 115 932	23,0
52.451	Butikkhandel med elektriske husholdningsapparater, radio og fjernsyn	1 081	7 560 015	3,02	5 953 728	1 606 287	21,2
52.452	Butikkhandel med plater, musikk- og videokassetter .	527	1 339 156	0,54	924 384	414 772	31,0
52.453	Butikkhandel med musikkinstrumenter og noter	182	292 239	0,12	197 366	94 873	32,5
52.46	Butikkhandel med jernvarer, fargevarer og andre byggevarer	1 629	11 203 074	4,48	8 118 762	3 084 312	27,5
52.461	Butikkhandel med bredt utvalg av jernvarer, fargevarer og andre byggevarer	605	6 825 103	2,73	5 023 712	1 801 391	26,4
52.462	Butikkhandel med jernvarer	194	867 183	0,35	612 064	255 119	29,4
52.463	Butikkhandel med fargevarer	506	1 773 119	0,71	1 194 731	578 388	32,6
52.464	Butikkhandel med trelast	172	1 244 451	0,50	936 432	308 019	24,8
52.469	Butikkhandel med byggevarer ikke nevnt annet sted .	152	493 218	0,20	351 823	141 395	28,7
52.47	Butikkhandel med bøker, papir, aviser og blader	769	3 917 365	1,57	2 510 970	1 406 395	35,9
52.471	Butikkhandel med bøker og papir	769	3 917 365	1,57	2 510 970	1 406 395	35,9
52.48	Butikkhandel ellers	7 862	15 866 622	6,35	10 028 668	5 837 954	36,8
52.481	Butikkhandel med ur, foto- og optiske artikler	1 212	2 546 393	1,02	1 435 740	1 110 653	43,6
52.482	Butikkhandel med gull- og sølvvarer	562	1 567 938	0,63	852 802	715 136	45,6
52.483	Butikkhandel med fritidsutstyr, spill og leker	1 135	3 282 121	1,31	2 176 074	1 106 047	33,7
52.484	Butikkhandel med blomster og planter	1 545	2 777 044	1,11	1 598 406	1 178 638	42,4
52.485	Butikkhandel med datamaskiner, kontormaskiner og telekommunikasjonsutstyr	824	2 167 232	0,87	1 598 580	568 652	26,2
52.486	Butikkhandel med tapeter og gulvbelegg	102	521 111	0,21	323 123	197 988	38,0
52.487	Butikkhandel med tepper	71	158 408	0,06	93 765	64 643	40,8
52.489	Butikkhandel ikke nevnt annet sted	2 411	2 846 375	1,14	1 950 178	896 197	31,5
52.5	Butikkhandel med brukte varer	619	367 574	0,15	174 502	193 072	52,5
52.501	Butikkhandel med antikviteter	209	128 040	0,05	67 586	60 454	47,2
52.502	Butikkhandel med brukte klær	92	82 298	0,03	18 738	63 560	77,2
52.509	Butikkhandel med brukte varer ellers	318	157 236	0,06	88 178	69 058	43,9
52.6	Detaljhandel utenom butikk	1 564	3 064 739	1,23	1 703 111	1 361 628	44,4
52.61	Postordrehandel	347	2 573 597	1,03	1 405 575	1 168 022	45,4
52.611	Postordreh. med bredt vareutvalg	48	213 551	0,09	96 678	116 873	54,7
52.612	Postordreh. med tekstiler, utstyrsvarer, klær, skotøy, reiseeffekter og lærvarer	100	1 337 992	0,54	812 233	525 759	39,3
52.613	Postordreh. med belysningsutstyr, kjøkkenutstyr, møbler og innredningsartikler	10	75 169	0,03	21 622	53 547	71,2
52.614	Postordreh. med elektriske husholdningsapparater, radio, fjernsyn, plater, kassetter og musikkinstrumenter	48	237 581	0,10	155 714	81 867	34,5
52.615	Postordreh. med bøker, papir, aviser og blader	29	256 888	0,10	86 492	170 396	66,3
52.619	Postordreh. med annet spesialisert vareutvalg	112	452 416	0,18	232 836	219 580	48,5
52.62	Torghandel	165	102 501	0,04	62 123	40 378	39,4
52.63	Detaljhandel utenom butikk ellers	1 052	388 641	0,16	235 413	153 228	39,4

¹Tallene er eksklusive merverdiavgift.

Tabell B2. Salgsinntekter, varekostnad og bruttfortjeneste, etter varehovedgrupper

Varehovedgrupper	Solgte handelsvarer				
	Salgsinntekter ¹		Varekostnad ¹	Bruttfortjeneste ¹	
	1 000 kr	Prosentandel	1 000 kr	1 000 kr	Prosent av salgsinntekter
Detaljhandel i alt	250 053 523	100,0	194 890 416	55 163 107	22,1
110 Nærings- og nytelsesmidler.....	73 360 446	29,34	59 285 399	14 075 047	19,2
210 Skotøy	3 289 447	1,32	1 930 962	1 358 485	41,3
220 Bekledningsvarer	17 667 178	7,07	10 077 719	7 589 459	43,0
240 Varer for sport og fritid (unntatt bekledningsvarer)	4 629 697	1,85	3 068 804	1 560 893	33,7
260 Kjøkkenutstyr (unntatt serviser og elektriske husholdningsapparater).....	1 132 998	0,45	719 325	413 673	36,5
270 Serviser, pynte- og utstysvarer (unntatt kjøkkenutstyr)	3 355 659	1,34	1 965 439	1 390 220	41,4
290 Lamper med tilbehør	979 856	0,39	618 065	361 791	36,9
310 Møbler	5 753 490	2,30	3 902 440	1 851 050	32,2
340 Tekstilvarer	4 549 609	1,82	2 790 447	1 759 162	38,7
410 Elektriske husholdningsapparater	3 941 136	1,58	3 039 557	901 579	22,9
510 TV, musikkanlegg, video-, satelitt- og kommunikasjonsprodukter, fotoutstyr, data og musikk	9 257 502	3,70	7 118 998	2 138 504	23,1
610 Byggevarer, fargevarer, beslagvarer og hageredskaper	13 365 299	5,34	9 649 442	3 715 857	27,8
710 Kjøretøy og utstyr, drivstoff og brensel.....	76 494 742	30,59	68 736 807	7 757 935	10,1
810 Diverse varer	32 276 464	12,91	21 987 012	10 289 452	31,9
811 Apotekervarer	6 431 685	2,57	4 897 879	1 533 805	23,8
812 Ortopedisk utstyr og sykepleieartikler	302 901	0,12	201 978	100 924	33,3
813 Bleier, salver, pudder o.l. barneartikler.....	744 145	0,30	670 791	73 354	9,9
814 Kosmetikk og produkter for personlig hygiene	4 162 814	1,66	2 775 062	1 387 752	33,3
815 Utstyr for småbarn (barnevogner, stellebord, etc.).....	260 645	0,10	186 985	73 660	28,3
816 Skrivemateriell og kontorrekvisita	1 354 352	0,54	823 553	530 800	39,2
817 Bøker	2 966 018	1,19	1 866 287	1 099 731	37,1
818 Aviser, tidsskrifter og blader.....	2 243 038	0,90	1 839 172	403 866	18,0
819 Leker, hobbyartikler og formingsmateriell.....	1 379 054	0,55	844 395	534 658	38,8
820 Toalettpapir, servietter og annet hush.papir.....	1 247 586	0,50	985 316	262 270	21,0
821 Ur, lenker og remmer	538 634	0,22	309 904	228 729	42,5
822 Brillor og andre optiske artikler.....	1 209 405	0,48	570 445	638 960	52,8
823 Gull- og sølvvarer, smykke o.l.....	1 544 686	0,62	838 687	705 998	45,7
825 Antikviteter	114 354	0,05	69 459	44 896	39,3
826 Vesker, mapper, lommebøker, koffertor, etc.....	572 854	0,23	310 885	261 969	45,7
827 Vaske- og rengjøringsartikler.....	1 525 008	0,61	1 233 616	291 392	19,1
828 Blomster, planter og busker	2 981 440	1,19	1 788 939	1 192 500	40,0
829 Kjæledyr og artikler for kjæledyr	197 816	0,08	127 164	70 651	35,7
830 Frimerker, mynter o.l.	140 713	0,06	89 611	51 102	36,3
831 Gjødning og såvarer	103 705	0,04	71 617	32 087	30,9
832 Musikkinstrumenter og noter.....	408 494	0,16	263 067	145 427	35,6
833 Lyspærer, sikringer og batterier.....	410 120	0,16	276 048	134 072	32,7
850 Varer ikke nevnt annet sted	1 436 998	0,57	946 152	490 846	34,2

¹Tallene er eksklusive merverdiavgift.

Tabell B3. Salgsinntekter, varekostnad og bruttofortjeneste, etter næringsundergrupper og varegrupper

Varegrupper	Salgsinntekter ¹		Solgte handelsvarer		Bruttofortjeneste ¹	Prosent av salgsinntekter
	1 000 kr	Prosentandel	Varekostnad ¹	1 000 kr		
Næring 50.102: Detaljhandel med motorkjøretøyer						
I alt	50 239 664	100,0	45 618 314	4 621 350	9	
510TV, musikkanlegg, video-, satellitt- og kommunikasjonsprodukter, fotoutstyr, data og musikk	72 192	0,1	55 232	16 960	23	
517Bilsteroutstyr (radio, kassettspiller, CD-spiller, høyttalere etc.)	72 139	0,1	55 193	16 946	23	
Øvrige varer og utstyr til radio, video, satellitt- og kommunikasjonsprodukter, foto, data og musikk.....	53	0,0	39	14	26	
710Kjøretøy og utstyr, drivstoff og brensel	50 147 229	99,8	45 547 882	4 599 347	9	
711Nye personbiler, stasjonsvogner, varebiler og lette lastebiler (under ca. 3 500 kg totalvekt)	29 210 841	58,1	26 514 545	2 696 296	9	
712Brukte personbiler, stasjonsvogner, varebiler og lette lastebiler (under ca. 3 500 kg totalvekt)	15 513 003	30,9	14 860 551	652 452	4	
713Lastebiler og busser (over ca. 3 500 kg totalvekt)	1 223 351	2,4	1 132 039	91 312	7	
716Dekk til motorkjøretøy	205 024	0,4	154 857	50 167	24	
717Motor- og girsmøremidler	70 028	0,1	49 489	20 539	29	
718Deler og rekvisita til motorkjøretøyer	3 243 562	6,5	2 248 126	995 436	31	
719Tilhengere med utstyr og deler	20 739	0,0	16 169	4 570	22	
720Campingvogner med utstyr og deler	399 037	0,8	340 316	58 721	15	
726Bensin	82 704	0,2	76 194	6 510	8	
Øvrige kjøretøy, drivstoff og brensel	178 940	0,4	155 596	23 344	13	
Næring 50.302: Detaljhandel med deler og utstyr til motorkjøretøyer						
I alt	3 578 355	100,0	2 455 828	1 122 527	31	
710Kjøretøy og utstyr, drivstoff og brensel	3 505 752	98,0	2 406 302	1 099 450	31	
716Dekk til motorkjøretøy	1 013 624	28,3	730 164	283 460	28	
717Motor- og girsmøremidler	45 517	1,3	28 343	17 174	38	
718Deler og rekvisita til motorkjøretøyer	2 376 390	66,4	1 594 590	781 800	33	
Øvrige kjøretøy, drivstoff og brensel	70 221	2,0	53 205	17 016	24	
Øvrige varer	72 603	2,0	49 526	23 077	32	
Næring 50.402: Detaljhandel med motorsykler, deler og utstyr						
I alt	597 830	100,0	503 163	94 667	16	
710Kjøretøy og utstyr, drivstoff og brensel	593 026	99,2	499 556	93 470	16	
715Motorsykler, mopeder	312 156	52,2	284 243	27 913	9	
718Deler og rekvisita til motorkjøretøyer	166 543	27,9	110 240	56 303	34	
Øvrige kjøretøy, drivstoff og brensel	114 327	19,1	105 073	9 254	8	
Øvrige varer	4 804	0,8	3 607	1 197	25	
Næring 50.5: Detaljhandel med drivstoff til motorkjøretøyer og motorsykler						
I alt	25 961 524	100,0	22 726 368	3 235 156	12	
110Nærings- og nytelsesmidler	4 674 528	18,0	3 288 511	1 386 017	30	
160Matvarer	613 552	2,4	445 635	167 917	27	
171Kioskvarer	4 060 976	15,6	2 842 876	1 218 100	30	
123Iskrem	107 598	0,4	69 604	37 994	35	
124Sjokolade, sukkertøy, potetgull o.l. snacks	1 352 542	5,2	906 547	445 995	33	
125Mineralvann og lettøl (klasse A-B)	819 978	3,2	474 891	345 087	42	
130Tobakkvarer	1 780 858	6,9	1 391 834	389 024	22	
240Varer for sport og fritid (unntatt bekleddingsvarer)	90 719	0,3	63 808	26 911	30	
510TV, musikkanlegg, video-, satellitt- og kommunikasjonsprodukter, fotoutstyr, data og musikk	135 914	0,5	103 807	32 107	24	
523CD-plater, musikk- og videokassetter, filmer og lydbånd	122 919	0,5	93 980	28 939	24	
Øvrige varer og utstyr til radio, video, satellitt- og kommunikasjonsprodukter, foto, data og musikk	12 995	0,1	9 827	3 168	24	

¹ Tallene er eksklusive merverdiavgift.

Tabell B3 (forts.). Salgsinntekter, varekostnad og bruttofortjeneste, etter næringsundergrupper og varegrupper

Varehovedgrupper	Solgte handelsvarer				
	Salgsinntekter ¹		Varekostnad ¹	Bruttofortjeneste ¹	
	1 000 kr	Prosentandel	1 000 kr	1 000 kr	Prosent av salgsinntekter
710 Kjøretøy og utstyr, drivstoff og brensel.....	20 401 522	78,6	18 730 471	1 671 051	8
716 Dekk til motorkjøretøy.....	269 874	1,0	223 978	45 896	17
717 Motor- og girsmøremidler.....	302 636	1,2	190 698	111 938	37
718 Deler og rekvisita til motorkjøretøyer.....	1 024 298	3,9	696 701	327 597	32
719 Tilhengere med utstyr og deler.....	10 234	0,0	7 205	3 029	30
725 Fyringsolje og -parafin.....	109 996	0,4	97 076	12 920	12
726 Bensin.....	14 276 944	55,0	13 373 208	903 736	6
727 Diesel.....	4 294 542	16,5	4 044 410	250 132	6
Øvrige kjøretøy, drivstoff og brensel.....	112 998	0,4	97 195	15 803	14
817 Bøker.....	41 271	0,2	35 761	5 510	13
818 Aviser, tidsskrifter, blader.....	514 886	2,0	437 674	77 212	15
819 Leker, hobbyartikler, formingsmateriell.....	12 910	0,0	7 629	5 281	41
820 Toalettpapir, servietter og annet husholdningspapir.....	7 288	0,0	5 438	1 850	25
827 Vaske- og rengjøringsartikler.....	5 038	0,0	3 601	1 437	29
833 Lyspærer, sikringer og batterier.....	2 447	0,0	1 769	678	28
Øvrige varer.....	82 289	0,3	53 337	28 952	35
Næring 52.110: Butikkhandel med bredt vareutvalg med hovedvekt på nærings- og nytelsesmidler					
I alt.....	72 225 646	100,0	58 692 295	13 533 351	19
110 Nærings- og nytelsesmidler.....	58 975 301	81,7	48 310 594	10 664 707	18
160 Matvarer.....	42 540 893	58,9	34 753 414	7 787 479	18
111 Kaffe, te.....	1 718 479	2,4	1 477 861	240 618	14
112 Hermetikk.....	1 567 384	2,2	1 269 007	298 377	19
113 Tørrvarer.....	6 268 195	8,7	5 040 285	1 227 910	20
114 Konserver.....	2 071 633	2,9	1 596 965	474 668	23
115 Juice, saft.....	1 104 042	1,5	912 379	191 663	17
116 Helsekost.....	277 779	0,4	210 402	67 377	24
117 Diabetikervarer.....	43 590	0,1	33 132	10 458	24
118 Barnemat.....	282 716	0,4	233 132	49 584	18
119 Dyremat.....	626 787	0,9	480 389	146 398	23
120 Ost, melk, andre meieriprodukter og egg.....	9 999 562	13,8	8 598 923	1 400 639	14
121 Poteter, grønnsaker, frukt og bær (ferskvarer).....	5 656 157	7,8	4 391 942	1 264 215	22
122 Brød, kaker, boller o.l. konditorvarer.....	3 183 345	4,4	2 480 282	703 063	22
131 Konsumentpakkede frysevarer og konserver (fisk, kjøtt, grønnsaker, etc.).....	3 319 073	4,6	2 778 581	540 492	16
140 Kjøtt og kjøttvarer (unntatt konsumentpakkede frysevarer og konserver).....	4 583 115	6,3	3 767 481	815 634	18
141 Kjøtt av storfe, vilt og hval.....	1 137 686	1,6	938 819	198 867	17
142 Kylling og fjørfekjøtt ellers.....	298 361	0,4	251 906	46 455	16
143 Innmat, deiger og farsar.....	496 730	0,7	433 797	62 933	13
144 Pøsepålegg og annet kjøttpålegg.....	628 657	0,9	502 380	126 277	20
145 Middagspølser, wienerpølser o.l. pølser.....	722 921	1,0	596 081	126 840	18
149 Annet kjøtt og kjøttvarer.....	1 298 760	1,8	1 044 500	254 260	20
150 Fisk og fiskevarer (unntatt konsumentpakkede frysevarer og konserver).....	1 542 222	2,1	1 235 939	306 283	20
151 Fersk, frossen, saltet, røkt eller tørket fisk.....	488 598	0,7	384 431	104 167	21
152 Fiskekaker, fiskeboller, fiskepudding, etc.....	537 208	0,7	428 264	108 944	20
153 Skalldyr (ferske og frosne).....	309 102	0,4	258 246	50 856	16
159 Annen fisk og fiskevarer.....	207 313	0,3	164 997	42 316	20
190 Andre nærings- og nytelsesmidler.....	296 813	0,4	246 711	50 102	17
171 Kioskvarer.....	13 267 944	18,4	10 997 165	2 270 779	17
123 Iskrem.....	756 810	1,0	589 471	167 339	22
124 Sjokolade, sukkertøy, potetgull o.l. snacks.....	4 256 058	5,9	3 275 361	980 697	23
125 Mineralvann og lettøl (klasse A-B).....	4 010 170	5,6	3 429 202	580 968	14
130 Tobakksvarer.....	4 244 905	5,9	3 703 131	541 774	13
127 Øl (klasse C-F).....	3 075 578	4,3	2 491 975	583 603	19
128 Alkoholfrie viner, likør- og spritessenser.....	90 886	0,1	68 039	22 847	25

¹ Tallene er eksklusive merverdiavgift.

Tabell B3 (forts.). Salgsinntekter, varekostnad og bruttfortjeneste, etter næringsundergrupper og varegrupper

Varehovedgrupper	Solgte handelsvarer				
	Salgsinntekter ¹		Varekostnad ¹	Bruttfortjeneste ¹	
	1 000 kr	Prosentandel	1 000 kr	1 000 kr	Prosent av salgsinntekter
210Skotøy	320 000	0,4	217 198	102 802	32
220Bekledningsvarer	618 605	0,9	434 924	183 681	30
240Varer for sport og fritid (unntatt bekledningsvarer).....	517 334	0,7	397 857	119 477	23
260Kjøkkenutstyr (unntatt serviser og elektriske husholdningsapparater)	350 065	0,5	247 129	102 936	29
270Serviser, pynte- og utstyrvarer (unntatt kjøkkenutstyr).....	304 344	0,4	223 031	81 313	27
290Lamper med tilbehør.....	46 840	0,1	30 867	15 973	34
340Tekstilvarer	425 446	0,6	300 899	124 547	29
410Elektriske husholdningsapparater	413 123	0,6	319 938	93 185	23
510TV, musikkanlegg, video-, satellitt- og kommunikasjonsprodukter, fotoutstyr, data og musikk	628 657	0,9	543 008	85 649	14
610Byggevarer, fargevarer, beslagvarer og hageredskaper	1 507 799	2,1	1 166 850	340 949	23
710Kjøretøy og utstyr, drivstoff og brensel	176 519	0,2	162 483	14 036	8
811Apotekervarer	80 874	0,1	67 572	13 302	16
813Bleier, salver, pudder o.l. barneartikler	675 942	0,9	621 182	54 760	8
814Kosmetikk og produkter for personlig hygiene.....	1 486 455	2,1	1 131 709	354 746	24
816Skrivemateriell og kontorrekvisita	63 960	0,1	47 196	16 764	26
817Bøker	29 854	0,0	23 470	6 384	21
818Aviser, tidsskrifter, blader.....	1 571 592	2,2	1 284 168	287 424	18
819Leker, hobbyartikler, formingsmateriell	181 316	0,3	128 688	52 628	29
820Toalett-papir, servietter og annet husholdningspapir	1 164 557	1,6	927 179	237 378	20
827Vaske- og rengjøringsartikler.....	1 451 180	2,0	1 180 903	270 277	19
828Blomster, planter, busker	348 969	0,5	267 177	81 792	23
831Gjødning og såvarer	41 475	0,1	33 995	7 480	18
833Lyspærer, sikringer og batterier	253 346	0,4	177 543	75 803	30
Øvrige varer	592 093	0,8	446 735	145 358	25
Næring 52.120: Butikkhandel med bredt vareutvalg ellers					
I alt	4 164 406	100,0	2 690 180	1 474 226	35
210Skotøy	183 775	4,4	117 455	66 320	36
220Bekledningsvarer	1 333 846	32,0	840 746	493 100	37
222 Undertøy, T-skjorter, sokker, strømper, luer, votter, etc.....	37 773	0,9	24 448	13 325	35
225 Sports- og fritidsklær	1 260 532	30,3	793 007	467 525	37
Øvrige bekledningsvarer	35 541	0,9	23 291	12 250	34
240Varer for sport og fritid (unntatt bekledningsvarer).....	2 253 158	54,1	1 446 155	807 003	36
241 Vinterutstyr for sport og fritid (ski, snowboard, skøyter, kjelker, pulker o.l.).....	623 307	15,0	402 284	221 023	35
242 Sykler og sykkelutstyr.....	524 677	12,6	351 864	172 813	33
243 Vår-, sommer- og høstvarer for sport og fritid (ikke nevnt annet sted).....	586 516	14,1	364 977	221 539	38
244 Fiskeutstyr for sport og fritid (stenger, sneller, teiner, garn o.l.)	142 691	3,4	91 107	51 584	36
245 Våpen, ammunisjon.....	141 791	3,4	83 907	57 884	41
246 Propan- og campingutstyr (telt, soveposer, sekker, o.l.).....	97 013	2,3	64 325	32 688	34
247 Sjøsportutstyr (dykkerutstyr, redingsvester, seilbrett, kanoer o.l.)	24 044	0,6	14 916	9 128	38
248 Trim- og vektløfterutstyr	56 350	1,4	33 587	22 763	40
250 Andre varer for sport og fritid	56 770	1,4	39 189	17 581	31
Øvrige varer	393 627	9,5	285 824	107 803	27
Næring 52.210: Butikkhandel med frukt og grønnsaker					
I alt	332 421	100,0	266 484	65 937	20
110Nærings- og nytelsesmidler	309 239	93,0	247 320	61 919	20
121 Poteter, grønnsaker, frukt og bær (ferskvarer)	187 616	56,4	144 275	43 341	23
Øvrige nærings- og nytelsesmidler	121 623	36,6	103 045	18 578	15
Øvrige varer	23 182	7,0	19 164	4 018	17

¹ Tallene er eksklusive merverdiavgift.

Tabell B3 (forts.). Salgsinntekter, varekostnad og bruttofortjeneste, etter næringsundergrupper og varegrupper

Varehovedgrupper	Solgte handelsvarer				
	Salgsinntekter ¹		Varekostnad ¹	Bruttofortjeneste ¹	
	1 000 kr	Prosentandel	1 000 kr	1 000 kr	Prosent av salgsinntekter
Næring 52.220: Butikkhandel med kjøtt og kjøttvarer					
I alt	274 753	100,0	213 835	60 918	22
110 Nærings- og nytelsesmidler	274 753	100,0	213 835	60 918	22
140 Kjøtt og kjøttvarer (unntatt konsumentpakke- frysevarer og konserver)	210 091	76,5	161 317	48 774	23
Øvrige nærings- og nytelsesmidler	64 662	23,5	52 518	12 144	19
Næring 52.230: Butikkhandel med fisk og skalldyr					
I alt	286 370	100,0	177 137	109 233	38
110 Nærings- og nytelsesmidler	286 370	100,0	177 137	109 233	38
150 Fisk og fiskevarer (unntatt konsumentpakke- og konserver)	273 956	95,7	169 590	104 366	38
151 Fersk, frossen, saltet, røkt eller tørket fisk	179 342	62,6	110 945	68 397	38
152 Fiskekaker, fiskeboller, fiskepudding, etc.	38 841	13,6	20 948	17 893	46
153 Skalldyr (ferske og frosne)	31 919	11,1	21 684	10 235	32
159 Annen fisk og fiskevarer	23 854	8,3	16 014	7 840	33
Øvrige nærings- og nytelsesmidler	12 414	4,3	7 547	4 867	39
Næring 52.241: Butikkhandel med bakervarer og konditorvarer					
I alt	830 241	100,0	508 319	321 922	39
110 Nærings- og nytelsesmidler	827 743	99,7	506 407	321 336	39
122 Brød, kaker, boller o.l. konditorvarer	796 965	96,0	483 100	313 865	39
123 Iskrem	6 306	0,8	4 652	1 654	26
125 Mineralvann og lettøl (klasse A-B)	10 784	1,3	8 099	2 685	25
Øvrige nærings- og nytelsesmidler	13 688	1,6	10 556	3 132	23
Øvrige varer	2 498	0,3	1 912	586	23
Næring 52.242: Butikkhandel med sjokolade og drops					
I alt	1 158 206	100,0	851 474	306 732	26
110 Nærings- og nytelsesmidler	1 103 794	95,3	808 245	295 549	27
A171 Kioskvarer	1 086 343	93,8	795 430	290 913	27
123 Iskrem	26 937	2,3	18 344	8 593	32
124 Sjokolade, sukkertøy, potetgull o.l. snacks	738 672	63,8	537 035	201 637	27
125 Mineralvann og lettøl (klasse A-B)	93 302	8,1	60 383	32 919	35
130 Tobakkvarer	227 431	19,6	179 668	47 763	21
Øvrige nærings- og nytelsesmidler	17 451	1,5	12 815	4 636	27
818 Aviser, tidsskrifter, blader	42 914	3,7	34 272	8 642	20
Øvrige varer	11 498	1,0	8 957	2 541	22
Næring 52.251: Butikkhandel med vin og brennevin					
I alt	5 691 881	100,0	4 936 935	754 946	13
110 Nærings- og nytelsesmidler	5 180 032	91,0	4 527 595	652 437	13
127 Øl (klasse C-F)	38 620	0,7	29 721	8 899	23
128 Alkoholfrie viner, likør- og spritessenser	6 071	0,1	4 775	1 296	21
129 Vin, brennevin	4 752 152	83,5	4 198 919	553 233	12
Øvrige nærings- og nytelsesmidler	383 189	6,7	294 180	89 009	23
Øvrige varer	511 849	9,0	409 340	102 509	20
Næring 52.252: Butikkhandel med drikkevarer ellers					
I alt	435 659	100,0	330 353	105 306	24
110 Nærings- og nytelsesmidler	417 832	95,9	316 077	101 755	24
125 Mineralvann og lettøl (klasse A-B)	73 839	16,9	57 684	16 155	22
127 Øl (klasse C-F)	326 780	75,0	244 998	81 782	25
Øvrige nærings- og nytelsesmidler	17 213	4,0	13 395	3 818	22
Øvrige varer	17 827	4,1	14 276	3 551	20

¹Tallene er eksklusive merverdiavgift.

Tabell B3 (forts.). Salgsinntekter, varekostnad og bruttfortjeneste, etter næringsundergrupper og varegrupper

Varehovedgrupper	Solgte handelsvarer				
	Salgsinntekter ¹		Varekostnad ¹	Bruttfortjeneste ¹	
	1 000 kr	Prosent- andel	1 000 kr	1 000 kr	Prosent av salgs- inntekter
Næring 52.260: Butikkhandel med tobakksvarer					
I alt	245 095	100,0	182 645	62 450	25
110 Nærings- og nytelsesmidler	229 574	93,7	170 273	59 301	26
124 Sjokolade, sukkertøy, potetgull o.l. snacks	48 067	19,6	33 717	14 350	30
125 Mineralvann og lettøl (klasse A-B)	8 147	3,3	5 357	2 790	34
130 Tobakksvarer	157 067	64,1	119 815	37 252	24
Øvrige nærings- og nytelsesmidler	16 293	6,6	11 384	4 909	30
818 Aviser, tidsskrifter, blader	13 639	5,6	11 384	2 255	17
Øvrige varer	1 882	0,8	988	894	48
Næring 52.271: Butikkhandel med helsekost					
I alt	395 396	100,0	264 475	130 921	33
110 Nærings- og nytelsesmidler	390 244	98,7	261 055	129 189	33
116 Helsekost	364 004	92,1	241 307	122 697	34
Øvrige nærings- og nytelsesmidler	26 240	6,6	19 748	6 492	25
Øvrige varer	5 152	1,3	3 420	1 732	34
Næring 52.272: Butikkhandel med kaffe og te					
I alt	32 644	100,0	18 097	14 547	45
111 Kaffe, te	31 503	96,5	17 459	14 044	45
Øvrige varer	1 141	3,5	638	503	44
Næring 52.279: Butikkhandel med nærings- og nytelsesmidler ikke nevnt annet sted					
I alt	109 374	100,0	77 003	32 371	30
Næring 52.310: Butikkhandel med apotekerverer					
I alt	6 537 993	100,0	4 969 201	1 568 792	24
811 Apotekerverer	6 347 647	97,1	4 828 443	1 519 204	24
812 Ortopedisk utstyr og sykepleieartikler	65 666	1,0	46 829	18 837	29
813 Bleier, salver, pudder o.l. barneartikler	45 159	0,7	34 703	10 456	23
814 Kosmetikk og produkter for personlig hygiene	69 659	1,1	52 119	17 540	25
Øvrige varer	9 862	0,2	7 107	2 755	28
Næring 52.320: Butikkhandel med medisinske og ortopediske artikler					
I alt	279 160	100,0	182 658	96 502	35
812 Ortopedisk utstyr og sykepleieartikler	232 858	83,4	152 269	80 589	35
Øvrige varer	46 302	16,6	30 389	15 913	34
Næring 52.330: Butikkhandel med kosmetikk og toalettartikler					
I alt	1 156 753	100,0	677 637	479 116	41
814 Kosmetikk og produkter for personlig hygiene	990 308	85,6	574 903	415 405	42
826 Vesker, mapper, lommebøker, koffertter og andre reiseeffekter	73 554	6,4	40 007	33 547	46
Øvrige varer	92 891	8,0	62 727	30 164	32

¹Tallene er eksklusive merverdiavgift.

Tabell B3 (forts.). Salgsinntekter, varekostnad og bruttofortjeneste, etter næringsundergrupper og varegrupper

Varehovedgrupper	Solgte handelsvarer				
	Salgsinntekter ¹		Varekostnad ¹	Bruttofortjeneste ¹	
	1 000 kr	Prosentandel	1 000 kr	1 000 kr	Prosent av salgsinntekter
Næring 52.410: Butikkhandel med tekstiler og utstysvarer					
I alt	2 791 014	100,0	1 650 314	1 140 700	41
310 Møbler	343 741	12,3	228 694	115 047	33
340 Tekstilvarer	2 326 285	83,3	1 345 936	980 349	42
341 Møbeltekstiler	4 796	0,2	2 853	1 943	41
342 Garn, sytråd, broderiartikler o.l.	273 524	9,8	161 453	112 071	41
343 Sengetøy, dyner, håndklær, duker o.l. utstysvarer	957 555	34,3	562 761	394 794	41
344 Tepper (gulv), løpere	162 707	5,8	99 402	63 305	39
345 Stoffer til klær og utstysvarer (metervare)	247 268	8,9	135 409	111 859	45
346 Gardiner, dekorasjonsstoffer	570 156	20,4	320 608	249 548	44
347 Husflidstekstiler	70 475	2,5	40 475	30 000	43
350 Andre tekstilvarer	39 804	1,4	22 976	16 828	42
410 Elektriske husholdningsapparater	16 902	0,6	10 461	6 441	38
420 Sy- og strikkemaskiner	16 902	0,6	10 461	6 441	38
Øvrige varer	104 086	3,7	65 223	38 863	37
Næring 52.420: Butikkhandel med klær					
I alt	15 620 098	100,0	8 796 895	6 823 203	44
210 Skotøy	202 002	1,3	131 802	70 200	35
220 Beklekningsvarer	13 900 151	89,0	7 730 633	6 169 518	44
221 Beklekningsvarer av pels og skinn	314 264	2,0	194 660	119 604	38
222 Undertøy, T-skjorter, sokker, strømper, luer, votter, etc.	1 531 087	9,8	739 049	792 038	52
223 Barneklær	2 327 250	14,9	1 274 088	1 053 162	45
224 Ungdomsklær	1 039 244	6,7	574 926	464 318	45
225 Sports- og fritidsklær	379 227	2,4	227 736	151 491	40
226 Dameklær	5 099 567	32,6	2 920 700	2 178 867	43
227 Herreklær	2 794 499	17,9	1 576 513	1 217 986	44
230 Andre beklekningsvarer	415 014	2,7	222 962	192 052	46
270 Serviser, pynte- og utstysvarer (unntatt kjøkkenutstyr)	60 078	0,4	35 866	24 212	40
340 Tekstilvarer	193 515	1,2	122 178	71 337	37
342 Garn, sytråd, broderiartikler o.l.	60 153	0,4	38 823	21 330	35
343 Sengetøy, dyner, håndklær, duker o.l. utstysvarer	53 310	0,3	34 402	18 908	35
346 Gardiner, dekorasjonsstoffer	48 089	0,3	29 989	18 100	38
Øvrige tekstilvarer	31 963	0,2	18 964	12 999	41
814 Kosmetikk og produkter for personlig hygiene	899 229	5,8	537 728	361 501	40
Øvrige varer	365 123	2,3	238 688	126 435	35
Næring 52.431: Butikkhandel med skotøy					
I alt	2 404 253	100,0	1 356 908	1 047 345	44
210 Skotøy	2 377 795	98,9	1 341 745	1 036 050	44
Øvrige varer	26 458	1,1	15 163	11 295	43
Næring 52.432: Butikkhandel med reiseeffekter av lær og lærimitasjoner og varer av lær					
I alt	461 455	100,0	245 554	215 901	47
826 Vesker, mapper, lomdebøker, koffertter og andre reiseeffekter	435 202	94,3	231 121	204 081	47
Øvrige varer	26 253	5,7	14 433	11 820	45
Næring 52.441: Butikkhandel med belysningsutstyr					
I alt	582 679	100,0	350 870	231 809	40
290 Lamper med tilbehør	491 617	84,4	293 480	198 137	40
Øvrige varer	91 062	15,6	57 390	33 672	37

¹ Tallene er eksklusive merverdiavgift.

Tabell B3 (forts.). Salgsinntekter, varekostnad og bruttfortjeneste, etter næringsundergrupper og varegrupper

Varehovedgrupper	Solgte handelsvarer				
	Salgsinntekter ¹		Varekostnad ¹	Bruttfortjeneste ¹	
	1 000 kr	Prosentandel	1 000 kr	1 000 kr	Prosent av salgsinntekter
Næring 52.442: Butikkhandel med kjøkkenutstyr, glass og steintøy					
I alt	1 944 899	100,0	1 122 520	822 379	42
260 Kjøkkenutstyr (unntatt serviser og elektriske husholdningsapparater)	377 272	19,4	220 061	157 211	42
270 Serviser, pynte- og utstyrvarer (unntatt kjøkkenutstyr)	1 280 358	65,8	721 812	558 546	44
271 Keramikk, porselen, steintøy - merkevarer	302 072	15,5	161 548	140 524	47
272 Keramikk, porselen, steintøy - billigvarer	148 636	7,6	96 274	52 362	35
273 Glass (munnbåst, håndlaget, prefabrikert, resirkulert)	410 481	21,1	232 039	178 442	43
274 Jule- og påskeartikler	69 693	3,6	41 510	28 183	40
280 Andre serviser, pynte- og utstyrvarer	349 478	18,0	190 442	159 036	46
310 Møbler	52 881	2,7	34 562	18 319	35
321 Fritidsmøbler	52 881	2,7	34 562	18 319	35
610 Byggevarer, fargevarer, beslagvarer og hageredskaper	26 000	1,3	17 841	8 159	31
820 Toalettpapir, servietter og annet husholdningspapir	24 839	1,3	15 054	9 785	39
833 Lyspærer, sikringer og batterier	12 975	0,7	7 763	5 212	40
Øvrige varer	170 574	8,8	105 427	65 147	38
Næring 52.443: Butikkhandel med møbler					
I alt	7 301 364	100,0	4 889 599	2 411 765	33
260 Kjøkkenutstyr (unntatt serviser og elektriske husholdningsapparater)	142 067	1,9	89 226	52 841	37
270 Serviser, pynte- og utstyrvarer (unntatt kjøkkenutstyr)	447 388	6,1	285 132	162 256	36
271 Keramikk, porselen, steintøy - merkevarer	1 380	0,0	1 142	238	17
272 Keramikk, porselen, steintøy - billigvarer	62 545	0,9	43 219	19 326	31
273 Glass (munnbåst, håndlaget, prefabrikert, resirkulert)	35 808	0,5	24 392	11 416	32
274 Jule- og påskeartikler	38 375	0,5	25 507	12 868	34
280 Andre serviser, pynte- og utstyrvarer	309 280	4,2	190 872	118 408	38
290 Lamper med tilbehør	283 008	3,9	184 107	98 901	35
310 Møbler	4 908 039	67,2	3 325 456	1 582 583	32
311 Sofagrupper	1 103 582	15,1	754 821	348 761	32
312 Hvilestoler	430 571	5,9	287 858	142 713	33
313 Sofabord	194 672	2,7	133 104	61 568	32
314 Soveroms møbler	365 496	5,0	255 112	110 384	30
315 Madrasser	550 988	7,5	347 812	203 176	37
316 Reoler, seksjoner og andre oppbevaringsmøbler	698 894	9,6	472 966	225 928	32
317 Spiseroms møbler (skap, bord, stoler)	402 037	5,5	287 012	115 025	29
318 Kjøkkenmøbler	132 352	1,8	86 436	45 916	35
319 Barne- og ungdomsmøbler	182 665	2,5	124 279	58 386	32
320 Entremøbler	202 092	2,8	140 685	61 407	30
321 Fritidsmøbler	176 069	2,4	119 008	57 061	32
330 Andre møbler	468 620	6,4	316 362	152 258	32
340 Tekstilvarer	667 021	9,1	435 704	231 317	35
343 Sengetøy, dyner, håndklær, duker o.l. utstyrvarer	218 457	3,0	151 477	66 980	31
344 Teppet (gulv), løpere	236 220	3,2	150 468	85 752	36
346 Gardiner, dekorasjonsstoffer	69 668	1,0	43 345	26 323	38
Øvrige tekstilvarer	142 676	2,0	90 414	52 262	37
610 Byggevarer, fargevarer, beslagvarer og hageredskaper	407 207	5,6	251 335	155 872	38
828 Blomster, planter, busker	43 091	0,6	34 136	8 955	21
833 Lyspærer, sikringer og batterier	47 839	0,7	27 684	20 155	42
Øvrige varer	355 704	4,9	256 819	98 885	28
Næring 52.449: Butikkhandel med innredningsartikler ikke nevnt annet sted					
I alt	803 606	100,0	523 864	279 742	35
270 Serviser, pynte- og utstyrvarer (unntatt kjøkkenutstyr)	251 536	31,3	149 884	101 652	40
340 Tekstilvarer	179 847	22,4	123 352	56 495	31
610 Byggevarer, fargevarer, beslagvarer og hageredskaper	179 234	22,3	115 721	63 513	35
Øvrige varer	192 989	24,0	134 907	58 082	30

¹Tallene er eksklusive merverdiavgift.

Tabell B3 (forts.). Salgsinntekter, varekostnad og bruttofortjeneste, etter næringsundergrupper og varegrupper

Varehovedgrupper	Solgte handelsvarer				
	Salgsinntekter ¹		Varekostnad ¹	Bruttofortjeneste ¹	
	1 000 kr	Prosentandel	1 000 kr	1 000 kr	Prosent av salgsinntekter
Næring 52.451: Butikkhandel med elektriske husholdningsapparater, radio og fjernsyn					
I alt	7 560 015	100,0	5 953 728	1 606 287	21
290 Lamper med tilbehør	73 199	1,0	52 686	20 513	28
410 Elektriske husholdningsapparater	3 261 776	43,1	2 530 346	731 430	22
411 Hjemmefryser, kombinasjonsskap og kjøleskap	604 565	8,0	485 308	119 257	20
412 Komfyrer, kokeplater og komfyrtopper	480 568	6,4	386 998	93 570	19
413 Mikrobølgeovner	100 448	1,3	78 913	21 535	21
414 Kjøkkenmaskiner	117 505	1,6	89 626	27 879	24
415 Brødrister, kaffetraktere, vaffeljern o.l. elektrisk kjøkkenutstyr	197 242	2,6	144 667	52 575	27
416 Vaskemaskiner, tørketromler og tørkeskap	751 803	9,9	597 284	154 519	21
417 Varmeovner	150 950	2,0	110 646	40 304	27
418 Støvsugere	225 230	3,0	154 801	70 429	31
419 Strykejern	36 096	0,5	25 762	10 334	29
420 Sy- og strikkemaskiner	3 083	0,0	2 368	715	23
421 Barbermaskiner, elektriske tannbørster, krølltenger, hårtørrere	136 182	1,8	99 349	36 833	27
422 Oppvaskmaskiner	306 490	4,1	246 628	59 862	20
430 Andre elektriske husholdningsartikler	151 615	2,0	107 997	43 618	29
510 TV, musikkanlegg, video-, satellitt- og kommunikasjonsprodukter, fotoutstyr, data og musikk	4 102 750	54,3	3 285 855	816 895	20
511 TV-apparater	1 020 927	13,5	818 886	202 041	20
512 Stereoanlegg	467 648	6,2	363 543	104 105	22
513 Bærbar radio, kassettspiller, CD-spiller o.l.	247 777	3,3	189 214	58 563	24
514 Høytalere (unntatt bilhøytalere)	75 125	1,0	55 875	19 250	26
515 Videospillere	360 724	4,8	291 926	68 798	19
516 Antenner, forsterkere og annet tilleggsutstyr til radio, TV, video etc.	99 724	1,3	73 905	25 819	26
517 Bilstereo-utstyr (radio, kassettspiller, CD-spiller, høytalere etc.)	49 237	0,7	38 671	10 566	21
518 Videokamera med utstyr	112 169	1,5	89 888	22 281	20
519 Satellittprodukter med utstyr	65 838	0,9	53 110	12 728	19
520 Kamera og utstyr for fotografering, fotofilm	17 014	0,2	13 570	3 444	20
521 Datamaskiner med tilbehør, programvare	1 098 238	14,5	932 357	165 881	15
523 CD-plater, musikk- og videokassetter, filmer og lydbånd	52 107	0,7	38 470	13 637	26
526 Telefoner med utstyr (unntatt trådløse telefoner og mobiltelefoner)	66 821	0,9	56 640	10 181	15
527 Trådløse telefoner, telefonsvarere og personsøkere med utstyr	68 862	0,9	58 401	10 461	15
528 Mobiltelefon med utstyr	155 382	2,1	99 275	56 107	36
529 Telefaks med utstyr	41 298	0,5	35 246	6 052	15
530 Kopimaskiner med utstyr	782	0,0	683	99	13
540 Andre produkter for TV, musikkanlegg, video, satellitt, kommunikasjon, foto, data og musikk	103 078	1,4	76 196	26 882	26
833 Lyspærer, sikringer og batterier	52 831	0,7	37 311	15 520	29
Øvrige varer	69 459	0,9	47 530	21 929	32
Næring 52.452: Butikkhandel med plater, musikk- og videokassetter					
I alt	1 339 156	100,0	924 384	414 772	31
510 TV, musikkanlegg, video-, satellitt- og kommunikasjonsprodukter, fotoutstyr, data og musikk	1 207 337	90,2	845 950	361 387	30
523 CD-plater, musikk- og videokassetter, filmer og lydbånd	1 177 661	87,9	823 529	354 132	30
Øvrige varer og utstyr til radio, video, satellitt- og kommunikasjonsprodukter, foto, data og musikk	29 676	2,2	22 421	7 255	24
Øvrige varer	131 819	9,8	78 434	53 385	40
Næring 52.453: Butikkhandel med musikkinstrumenter og noter					
I alt	292 239	100,0	197 366	94 873	32
832 Musikkinstrumenter, noter	267 992	91,7	180 749	87 243	33
Øvrige varer	24 247	8,3	16 617	7 630	31

¹ Tallene er eksklusive merverdiavgift.

Tabell B3 (forts.). Salgsinntekter, varekostnad og bruttfortjeneste, etter næringsundergrupper og varegrupper

Varehovedgrupper	Solgte handelsvarer				
	Salgsinntekter ¹		Varekostnad ¹	Bruttfortjeneste ¹	
	1 000 kr	Prosent- andel	1 000 kr	1 000 kr	Prosent av salgs- inntekter
Næring 52.461: Butikkhandel med bredt vareutvalg av jernvarer, fargevarer og andre byggevarer					
I alt	6 825 103	100,0	5 023 712	1 801 391	26
260Kjøkkenutstyr (unntatt serviser og elektriske husholdningsapparater)	23 818	0,3	16 575	7 243	30
410Elektriske husholdningsapparater	52 834	0,8	41 245	11 589	22
610Byggevarer, fargevarer, beslagvarer og hageredskaper	6 577 046	96,4	4 840 142	1 736 904	26
611Trelast	1 205 944	17,7	911 172	294 772	24
612Bygningsplater	653 996	9,6	483 216	170 780	26
613Ferdigpaneler (baderomspanel, tynnpaneler o.l.)	88 811	1,3	68 957	19 854	22
614Parkett- og tregulv	343 058	5,0	268 835	74 223	22
615Innredninger til kjøkken, bad, garderobe	470 007	6,9	340 263	129 744	28
616Veggbelegg (vinyl, papir, tekstil, overmalbar tapet, etc.)	137 184	2,0	93 410	43 774	32
617Gulvbelegg (vinyl, linoleum, kork, etc.)	83 203	1,2	60 959	22 244	27
618Keramiske fliser	112 966	1,7	76 750	36 216	32
619Sement	223 641	3,3	177 220	46 421	21
620Blokker	200 324	2,9	159 826	40 498	20
621Takprodukter	295 004	4,3	219 106	75 898	26
622Lim, fugemasse, sparkel, etc.	124 388	1,8	77 831	46 557	37
623Maling og lakkprodukter	483 866	7,1	339 276	144 590	30
624Verktøy og redskap for maling, tapetsering o.l.	52 063	0,8	31 276	20 787	40
625Håndverktøy og -redskaper (unntatt elektriske artikler)	212 201	3,1	143 040	69 161	33
626Elektrisk og motorisert verktøy og redskaper for hus og hage	303 564	4,4	220 067	83 497	28
627Hageredskap (unntatt elektrisk og motorisert utstyr)	66 941	1,0	42 819	24 122	36
628Beslagvarer	713 430	10,5	507 588	205 842	29
629Rør og sanitæranlegg (VVS)	72 234	1,1	51 933	20 301	28
630Andre byggevarer, fargevarer, beslagvarer og hageredskaper	734 220	10,8	566 598	167 622	23
Øvrige varer	171 405	2,5	125 750	45 655	27
Næring 52.462: Butikkhandel med jernvarer					
I alt	867 183	100,0	612 064	255 119	29
610Byggevarer, fargevarer, beslagvarer og hageredskaper	708 594	81,7	501 186	207 408	29
622Lim, fugemasse, sparkel, etc.	10 186	1,2	7 198	2 988	29
625Håndverktøy og -redskaper (unntatt elektriske artikler)	81 717	9,4	58 909	22 808	28
626Elektrisk og motorisert verktøy og redskaper for hus og hage	49 033	5,7	33 995	15 038	31
627Hageredskap (unntatt elektrisk og motorisert utstyr)	41 630	4,8	30 583	11 047	27
628Beslagvarer	247 598	28,6	161 544	86 054	35
Øvrige byggevarer, fargevarer, beslagvarer og hageredskaper	278 430	32,1	208 957	69 473	25
Øvrige varer	158 589	18,3	110 878	47 711	30
Næring 52.463: Butikkhandel med fargevarer					
I alt	1 773 119	100,0	1 194 731	578 388	33
340Tekstilvarer	106 719	6,0	69 062	37 657	35
344Tepper (gulv), løpere	34 417	1,9	21 781	12 636	37
346Gardiner, dekorasjonsstoffer	54 897	3,1	35 023	19 874	36
Øvrige tekstilvarer	17 405	1,0	12 258	5 147	30
610Byggevarer, fargevarer, beslagvarer og hageredskaper	1 641 847	92,6	1 108 220	533 627	33
616Veggbelegg (vinyl, papir, tekstil, overmalbar tapet, etc.)	175 667	9,9	115 904	59 763	34
617Gulvbelegg (vinyl, linoleum, kork, etc.)	164 540	9,3	119 281	45 259	28
618Keramiske fliser	18 933	1,1	13 623	5 310	28
622Lim, fugemasse, sparkel, etc.	57 335	3,2	38 239	19 096	33
623Maling og lakkprodukter	1 043 834	58,9	706 140	337 694	32
624Verktøy og redskap for maling, tapetsering o.l.	63 751	3,6	39 684	24 067	38
628Beslagvarer	28 052	1,6	17 692	10 360	37
Øvrige byggevarer, fargevarer, beslagvarer og hageredskaper	89 737	5,1	57 658	32 079	36
Øvrige varer	24 553	1,4	17 449	7 104	29

¹Tallene er eksklusive merverdiavgift.

Tabell B3 (forts.). Salgsinntekter, varekostnad og bruttofortjeneste, etter næringsundergrupper og varegrupper

Varehovedgrupper	Solgte handelsvarer				
	Salgsinntekter ¹		Varekostnad ¹	Bruttofortjeneste ¹	
	1 000 kr	Prosentandel	1 000 kr	1 000 kr	Prosent av salgsinntekter
Næring 52.464: Butikkhandel med trelast					
I alt	1 244 451	100,0	936 432	308 019	25
610 Byggevarer, fargevarer, beslagvarer og hageredskaper	1 200 251	96,4	905 081	295 170	25
611 Trelast	575 060	46,2	442 957	132 103	23
Øvrige byggevarer, fargevarer, beslagvarer og hageredskaper	625 191	50,2	462 124	163 067	26
Øvrige varer	44 200	3,6	31 351	12 849	29
Næring 52.469: Butikkhandel med byggevarer ikke nevnt annet sted					
I alt	493 218	100,0	351 823	141 395	29
610 Byggevarer, fargevarer, beslagvarer og hageredskaper	456 242	92,5	325 076	131 166	29
618 Keramiske fliser	147 203	29,8	90 323	56 880	39
629 Rør og sanitærlegg (VVS)	52 364	10,6	38 617	13 747	26
Øvrige byggevarer, fargevarer, beslagvarer og hageredskaper	256 675	52,0	196 136	60 539	24
Øvrige varer	36 976	7,5	26 747	10 229	28
Næring 52.471: Butikkhandel med bøker og papir					
I alt	3 917 365	100,0	2 510 970	1 406 395	36
270 Serviser, pynte- og utstysvarer (unntatt kjøkkenutstyr)	20 005	0,5	10 976	9 029	45
310 Møbler	24 568	0,6	19 248	5 320	22
510 TV, musikkanlegg, video-, satellitt- og kommunikasjonsprodukter, fotoutstyr, data og musikk	48 160	1,2	32 441	15 719	33
816 Skrivemateriell og kontorrekvisita	952 592	24,3	570 760	381 832	40
817 Bøker	2 632 852	67,2	1 719 955	912 897	35
818 Aviser, tidsskrifter, blader	75 462	1,9	51 145	24 317	32
819 Leker, hobbyartikler, formingsmaterieill	84 142	2,1	52 278	31 864	38
820 Toalettpapir, servietter og annet husholdningspapir	28 733	0,7	21 422	7 311	25
826 Vesker, mapper, lommebøker, koffertter og andre reiseeffekter	9 990	0,3	5 660	4 330	43
Øvrige varer	40 861	1,0	27 085	13 776	34
Næring 52.481: Butikkhandel med ur, foto- og optiske artikler					
I alt	2 546 393	100,0	1 435 740	1 110 653	44
270 Serviser, pynte- og utstysvarer (unntatt kjøkkenutstyr)	34 595	1,4	19 666	14 929	43
510 TV, musikkanlegg, video-, satellitt- og kommunikasjonsprodukter, fotoutstyr, data og musikk	765 001	30,0	537 517	227 484	30
511 TV-apparater	3 769	0,1	3 163	606	16
512 Stereoanlegg	4 408	0,2	3 537	871	20
513 Bærbar radio, kassettspiller, CD-spiller o.l.	3 155	0,1	2 386	769	24
514 Høytalere (unntatt bilhøytalere)	317	0,0	254	63	20
515 Videospillere	1 174	0,0	1 011	163	14
516 Antenner, forsterkere og annet tilleggsutstyr til radio, TV, video etc.	321	0,0	253	68	21
517 Bilstereoutstyr (radio, kassettspiller, CD-spiller, høytalere etc.)	956	0,0	769	187	20
518 Videokamera med utstyr	49 103	1,9	35 347	13 756	28
520 Kamera og utstyr for fotografering, fotofilm	582 319	22,9	401 218	181 101	31
521 Datamaskiner med tilbehør, programvare	6 373	0,3	4 847	1 526	24
523 CD-plater, musikk- og videokassetter, filmer og lydband	26 043	1,0	21 291	4 752	18
526 Telefoner med utstyr (unntatt trådløse telefoner og mobiltelefoner)	2 468	0,1	1 808	660	27
527 Trådløse telefon, telefonsvarer og personsøker med utstyr	581	0,0	472	109	19
528 Mobiltelefon med utstyr	3 267	0,1	2 365	902	28
540 Andre produkter for TV, musikkanlegg, video, satellitt, kommunikasjon, foto, data og musikk	80 748	3,2	58 798	21 950	27
821 Ur, lenker og remmer	457 432	18,0	263 067	194 365	42
822 Brillere andre optiske artikler	1 195 785	47,0	561 038	634 747	53
Øvrige varer	93 580	3,7	54 452	39 128	42

¹Tallene er eksklusive merverdiavgift.

Tabell B3 (forts.). Salgsinntekter, varekostnad og bruttfortjeneste, etter næringsundergrupper og varegrupper

Varehovedgrupper	Solgte handelsvarer				
	Salgsinntekter ¹		Varekostnad ¹	Bruttfortjeneste ¹	
	1 000 kr	Prosentandel	1 000 kr	1 000 kr	Prosent av salgsinntekter
Næring 52.482: Butikkhandel med gull- og sølvvarer					
I alt	1 567 938	100,0	852 802	715 136	46
821 Ur, lenker og remmer	58 590	3,7	32 732	25 858	44
823 Gull- og sølvvarer, smykker o.l.	1 470 064	93,8	796 102	673 962	46
Øvrige varer	39 284	2,5	23 968	15 316	39
Næring 52.483: Butikkhandel med fritidsutstyr, spill og leker					
I alt	3 282 121	100,0	2 176 074	1 106 047	34
210 Skotøy	89 311	2,7	58 366	30 945	35
220 Beklekningsvarer	358 652	10,9	242 090	116 562	33
222 Undertøy, T-skjorter, sokker, strømper, luer, votter, etc.	38 786	1,2	25 105	13 681	35
225 Sports- og fritidsklær	315 783	9,6	214 547	101 236	32
Øvrige beklekningsvarer	4 083	0,1	2 438	1 645	40
240 Varer for sport og fritid (unntatt beklekningsvarer)	1 209 668	36,9	784 457	425 211	35
241 Vinterutstyr for sport og fritid (ski, snowboard, skøyter, kjelker, pulker o.l.)	280 598	8,5	183 173	97 425	35
242 Sykler og sykkelutstyr	544 757	16,6	353 441	191 316	35
243 Vår-, sommer- og høstvarer for sport og fritid (ikke nevnt annet sted)	142 568	4,3	87 785	54 783	38
244 Fiskeutstyr for sport og fritid (stenger, sneller, teiner, garn o.l.)	44 258	1,3	28 666	15 592	35
245 Våpen, ammunisjon	26 950	0,8	17 683	9 267	34
246 Propan- og campingutstyr (telt, soveposer, sekker, o.l.)	59 546	1,8	40 259	19 287	32
247 Sjøsportutstyr (dykkerutstyr, redningsvester, seilbrett, kanoer o.l.)	42 621	1,3	29 442	13 179	31
248 Trim- og vektløfterutstyr	11 463	0,3	7 062	4 401	38
250 Andre varer for sport og fritid	56 907	1,7	36 946	19 961	35
710 Kjøretøy og utstyr, drivstoff og brensel	582 574	17,7	463 405	119 169	20
722 Fritidsbåter	211 098	6,4	183 816	27 282	13
723 Båttutstyr	160 058	4,9	115 181	44 877	28
724 Påhengsmotorer og andre båtmotorer	93 072	2,8	80 530	12 542	13
Øvrige kjøretøy og utstyr, drivstoff og brensel	118 346	3,6	83 878	34 468	29
819 Leker, hobbyartikler, formingsmateriell	751 765	22,9	437 474	314 291	42
Øvrige varer	290 151	8,8	190 282	99 869	34
Næring 52.484: Butikkhandel med blomster og planter					
I alt	2 777 044	100,0	1 598 406	1 178 638	42
270 Serviser, pynte- og utstysvarer (unntatt kjøkkenutstyr)	81 906	2,9	46 039	35 867	44
828 Blomster, planter, busker	2 559 299	92,2	1 469 963	1 089 336	43
831 Gjødning og såvarer	57 524	2,1	33 779	23 745	41
Øvrige varer	78 315	2,8	48 625	29 690	38
Næring 52.485: Butikkhandel med datamaskiner, kontormaskiner og telekommunikasjonsutstyr					
I alt	2 167 232	100,0	1 598 580	568 652	26
510 TV, musikkanlegg, video-, satellitt- og kommunikasjonsprodukter, fotoutstyr, data og musikk	1 736 428	80,1	1 325 760	410 668	24
521 Datamaskiner med tilbehør, programvare	920 676	42,5	749 139	171 537	19
528 Mobiltelefoner med utstyr	393 963	18,2	268 639	125 324	32
529 Telefaks med utstyr	54 683	2,5	44 554	10 129	19
530 Kopimaskiner med utstyr	193 172	8,9	158 135	35 037	18
Øvrige varer og utstyr til radio, video, satellitt- og kommunikasjonsprodukter, foto, data og musikk	173 934	8,0	105 293	68 641	39
816 Skrivemateriell og kontorrekvisita	317 079	14,6	191 834	125 245	39
Øvrige varer	113 725	5,2	80 986	32 739	29

¹ Tallene er eksklusive merverdiavgift.

Tabell B3 (forts.). Salgsinntekter, varekostnad og bruttofortjeneste, etter næringsundergrupper og varegrupper

Varehovedgrupper	Solgte handelsvarer				
	Salgsinntekter ¹		Varekostnad ¹	Bruttofortjeneste ¹	
	1 000 kr	Prosentandel	1 000 kr	1 000 kr	Prosent av salgsinntekter
Næring 52.486: Butikkhandel med tapeter og gulvbelegg					
I alt	521 111	100,0	323 123	197 988	38
340 Tekstilvarer	174 207	33,4	102 405	71 802	41
344 Tepper (gulv), løpere	139 130	26,7	81 571	57 559	41
Øvrige tekstilvarer	35 077	6,7	20 834	14 243	41
610 Byggevarer, fargevarer, beslagvarer og hageredskaper	344 409	66,1	219 094	125 315	36
614 Parkett- og tregulv	69 785	13,4	47 907	21 878	31
616 Veggbelegg (vinyl, papir, tekstil, overmalbar tapet, etc.)	31 922	6,1	20 986	10 936	34
617 Gulvbelegg (vinyl, linoleum, kork, etc.)	118 897	22,8	68 637	50 260	42
622 Lim, fugemasse, sparkel, etc.	7 642	1,5	4 517	3 125	41
623 Maling og lakkprodukter	101 548	19,5	67 804	33 744	33
624 Verktøy og redskap for maling, tapetsering o.l.	8 059	1,5	4 867	3 192	40
Øvrige byggevarer, fargevarer, beslagvarer og hageredskaper	6 556	1,3	4 376	2 180	33
Øvrige varer	2 495	0,5	1 624	871	35
Næring 52.487: Butikkhandel med tepper					
I alt	158 408	100,0	93 765	64 643	41
340 Tekstilvarer	105 578	66,6	61 601	43 977	42
344 Tepper (gulv), løpere	100 438	63,4	58 477	41 961	42
Øvrige tekstilvarer	5 140	3,2	3 124	2 016	39
610 Byggevarer, fargevarer, beslagvarer og hageredskaper	51 000	32,2	30 796	20 204	40
Øvrige varer	1 830	1,2	1 368	462	25
Næring 52.489: Butikkhandel ikke nevnt annet sted					
I alt	2 846 375	100,0	1 950 178	896 197	31
110 Nærings- og nytelsesmidler	18 644	0,7	13 558	5 086	27
220 Bekleddingsvarer	174 788	6,1	88 544	86 244	49
240 Varer for sport og fritid (unntatt bekleddingsvarer)	304 066	10,7	207 140	96 926	32
260 Kjøkkenutstyr (unntatt serviser og elektriske husholdningsapparater)	39 525	1,4	25 217	14 308	36
270 Serviser, pynte- og utstyrvarer (unntatt kjøkkenutstyr)	419 947	14,8	239 385	180 562	43
340 Tekstilvarer	150 273	5,3	98 497	51 776	34
610 Byggevarer, fargevarer, beslagvarer og hageredskaper	75 547	2,7	48 681	26 866	36
710 Kjøretøy og utstyr, drivstoff og brensel	882 375	31,0	758 062	124 313	14
725 Fyringsolje og -parafin	698 107	24,5	601 337	96 770	14
Øvrige kjøretøy og utstyr, drivstoff og brensel	184 268	6,5	156 725	27 543	15
819 Leker, hobbyartikler, formingsmateriell	102 209	3,6	64 897	37 312	37
829 Kjæledyr og artikler for kjæledyr	173 792	6,1	111 965	61 827	36
Øvrige varer	505 209	17,7	294 232	210 977	42
Næring 52.501: Butikkhandel med antikviteter					
I alt	128 040	100,0	67 586	60 454	47
825 Antikviteter	68 049	53,1	44 015	24 034	35
Øvrige varer	59 991	46,9	23 571	36 420	61
Næring 52.502: Butikkhandel med brukte klær					
I alt	82 298	100,0	18 738	63 560	77
210 Skotøy	2 955	3,6	689	2 266	77
220 Bekleddingsvarer	73 593	89,4	17 580	56 013	76
Øvrige varer	5 750	7,0	469	5 281	92
Næring 52.509: Butikkhandel med brukte varer ellers					
I alt	157 236	100,0	88 178	69 058	44
310 Møbler	27 872	17,7	16 196	11 676	42
817 Bøker	6 582	4,2	3 048	3 534	54
825 Antikviteter	35 477	22,6	19 204	16 273	46
Øvrige varer	87 305	55,5	49 730	37 575	43

¹Tallene er eksklusive merverdiavgift.

Tabell B3 (forts.). Salgsinntekter, varekostnad og bruttfortjeneste, etter næringsundergrupper og varegrupper

Varehovedgrupper	Solgte handelsvarer				
	Salgsinntekter ¹		Varekostnad ¹	Bruttfortjeneste ¹	
	1 000 kr	Prosentandel	1 000 kr	1 000 kr	Prosent av salgsinntekter
Næring 52.611: Postordrehandel med bredt vareutvalg					
I alt	213 551	100,0	96 678	116 873	55
Næring 52.612: Postordrehandel med tekstiler, utstysvarer, klær, skotøy, reiseeffekter og lærvarer					
I alt	1 337 992	100,0	812 233	525 759	39
220Bekledningsvarer	1 079 870	80,7	641 762	438 108	41
Øvrige varer	258 122	19,3	170 471	87 651	34
Næring 52.613: Postordrehandel med belysningsutstyr, kjøkkenutstyr, møbler og innredningsartikler					
I alt	75 169	100,0	21 622	53 547	71
Næring 52.614: Postordrehandel med elektriske husholdningsapparater, radio, fjernsyn, plater, kassetter og musikkinstrumenter					
I alt	237 581	100,0	155 714	81 867	34
510TV, musikkanlegg, video-, satelitt- og kommunikasjonsprodukter, fotoutstyr, data og musikk	228 629	96,2	149 097	79 532	35
Øvrige varer	8 952	3,8	6 617	2 335	26
Næring 52.615: Postordrehandel med bøker, papir, aviser og blader					
I alt	256 888	100,0	86 492	170 396	66
817Bøker	233 900	91,1	70 979	162 921	70
Øvrige varer	22 988	8,9	15 513	7 475	33
Næring 52.619: Postordrehandel med annet spesialisert vareutvalg					
I alt	452 416	100,0	232 836	219 580	49
Næring 52.620: Torghandel					
I alt	102 501	100,0	62 123	40 378	39
Næring 52.630: Detaljhandel utenom butikk ellers					
I alt	388 641	100,0	235 413	153 228	39
110Nærings- og nytelsesmidler	169 820	43,7	117 499	52 321	31
Øvrige varer	218 821	56,3	117 914	100 907	46

¹Tallene er eksklusive merverdiavgift.

Tidligere utgitt på emneområdet*Previously issued on the subject***Norges offisielle statistikk (NOS)**

- B 695 Varehandelsstatistikk 1985.
- B 782 Varehandelsstatistikk 1986.
- B 857 Varehandelsstatistikk 1987.
- B 925 Varehandelsstatistikk 1988.
- B 982 Varehandelsstatistikk 1989.
- B 84 Varehandelsstatistikk 1990.
- B 103 Varehandelsstatistikk 1991.
- C 177 Varehandelsstatistikk 1992.
- C 267 Varehandelsstatistikk 1993.
- C 336 Varehandelsstatistikk 1994.
- C 423 Varehandelsstatistikk 1995.
- C 531 Varehandelsstatistikk 1996.
- B 441 Regnskapsstatistikk. Engroshandel 1982.
- B 521 Regnskapsstatistikk. Engroshandel 1983.
- B 601 Regnskapsstatistikk. Engroshandel 1984.
- B 675 Regnskapsstatistikk. Engroshandel 1985.
- B 758 Regnskapsstatistikk. Engroshandel 1986.
- B 422 Regnskapsstatistikk. Detaljhandel 1981.
- B 554 Regnskapsstatistikk. Detaljhandel 1982-1983.
- B 606 Regnskapsstatistikk. Detaljhandel 1984.
- B 688 Regnskapsstatistikk. Detaljhandel 1986.
- B 770 Regnskapsstatistikk. Detaljhandel 1986.
- B 873 Regnskapsstatistikk. Industri og varehandel. 1987.
- B 924 Regnskapsstatistikk. Industri og varehandel. 1988.
- B 967 Regnskapsstatistikk. Industri og varehandel. 1989.
- C 21 Regnskapsstatistikk. Industri og varehandel. 1990.
- C 80 Regnskapsstatistikk. Industri og varehandel. 1991.
- C 171 Regnskapsstatistikk. Industri og varehandel. 1992.
- C 249 Regnskapsstatistikk. Industri og varehandel. 1993.
- C 322 Regnskapsstatistikk. Industri og varehandel. 1994.
- C 416 Regnskapsstatistikk. Industri og varehandel. 1995.
- C 480 Regnskapsstatistikk. Industri og varehandel. 1996.

Rapporter (RAPP)

- 81/20 Knut Fredrik Strøm: Konkurs i industri og varehandel. Utvikling, hyppighet og omfang.
- 83/31 Knut Fredrik Strøm: Varestrømmer i engros- og detaljhandel.
- 95/35 Magne Sten Bjerckseth: Engroshandelen i Norge. 1985-1992.

Statistiske analyser (SA)

- 27 Omsetning og varefortjeneste mv. i varehandelen. 1976.
- 34 Innkjøp og omsetning i engroshandelen. 1978.
- 41 Regnskapsanalyse. Dagligvarehandel. 1979.

De sist utgitte publikasjonene i serien Rapporter

Recent publications in the series Reports

Merverdiavgift på 23 prosent kommer i tillegg til prisene i denne oversikten hvis ikke annet er oppgitt

- | | | | |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 99/13 | D. Juvkam: Historisk oversikt over kommune- og fylkesinndelingen. 1999. 90s. 140 kr inkl. mva. ISBN 82-537-4684-9 | 99/24 | T. Bye, J. Larsson og Ø. Døhl: Klimagasskvoter i kraftintensive næringer: Konsekvenser for utslipp av klimagasser, produksjon og sysselsetting. 1999. 34s. 125 kr inkl. mva. ISBN 82-537-4719-5 |
| 99/14 | J.-A. Jørgensen, B. Strøm og T. Åvitsland: Effektive satser for næringsstøtte 1996. 1999. 51s. 140 kr inkl. mva. ISBN 82-537-4685-7 | 99/25 | S. Todsen: Kvartalsvis nasjonalregnskap - dokumentasjon av beregningsopplegget. 1999. 81s. 140 kr inkl. mva. ISBN 82-537-4720-9 |
| 99/15 | J. Lyngstad og I. Øyangen: Sjung om studentens lykkelige dar: Studenters levekår 1998. 1999. 98s. 140 kr inkl. mva. ISBN 82-537-4690-3 | 99/26 | B. Bye, E. Holmøy og B. Strøm: Virkninger på samfunnsøkonomisk effektivitet av en flat skattereform: Betydningen av generelle likevektseffekter. 1999. 40s. 125 kr inkl. mva. ISBN 82-537-4721-7 |
| 99/16 | B. Aardal, H. Valen og I. Opheim: Valgundersøkelsen 1997: Dokumentasjonsrapport. 1999. 109s. 165 kr inkl. mva. ISBN 82-537-4699-7 | 1999/27 | H.K. Reppen og E. Rønning: Barnefamiliers tilsynsordninger, yrkesdeltakelse og bruk av kontantstøtte våren 1999: Kommentert tabellrapport. 1999. 132s. 165 kr inkl. mva. ISBN 82-537-4726-8 |
| 99/17 | A. Benedictow: Norsk eksport av metaller. 1999. 47s. 125 kr inkl. mva. ISBN 82-537-4701-2 | 1999/28 | A.K. Enge: Kvalitetsendring i byggearealstatistikken - årsaker og konsekvenser. 1999. 31s. 125 kr inkl. mva. ISBN 82-537-4727-6 |
| 99/18 | F. Gundersen: Produksjon av svalbardstatistikk: Begrensninger og muligheter. 1999. 34s. 125 kr inkl. mva. ISBN 82-537-4702-0 | 1999/29 | M.V. Dysterud, E. Engelién og P. Schøning: Tettstedsavgrensning og arealdekke innen tettsteder: Metode og resultater. 1999. 81s. 140 kr inkl. mva. ISBN 82-537-4734-9 |
| 99/19 | P. Rees, L. Østby, H. Durham og M. Kupiszewski: Internal Migration and Regional Population Dynamics in Europe: Norway Case Study. 1999. 60s. 140 kr inkl. mva. ISBN 82-537-4703-9 | 1999/32 | A. Bruvoll og K. Ibenholt: Framskrivning av avfallsmengder og miljøbelastninger knyttet til sluttbehandling av avfall. 1999. 34s. 125 kr inkl. mva. ISBN 82-537-4740-3 |
| 99/20 | B.K. Wold og J. Grave: Poverty Alleviation Policy in Angola, Pursuing Equity and Efficiency. 1999. 94s. 140 kr inkl. mva. ISBN 82-537-4704-7 | 1999/33 | J.-E. Lystad: Nordmenns ferievaner 1998. 1999. 62s. 140 kr inkl. mva. ISBN 82-537-4741-1 |
| 99/21 | T.N. Evensen: Turismens betydning for norsk økonomi: Satellittregnskap for turisme 1988-1995. 1999. 64s. 140 kr inkl. mva. ISBN 82-537-4707-1 | 1999/34 | Ø. Andresen: Organisasjonsdeltakelse i Norge fra 1983 til 1997. 1999. 52s. ISBN 82-537-4743-8 |
| 99/22 | A.C. Bøeng og R. Nesbakken: Energibruk til stasjonære og mobile formål per husholdning 1993, 1994 og 1995: Gjennomsnittstall basert på forbruksundersøkelsen. 1999. 59s. 140 kr inkl. mva. ISBN 82-537-4710-1 | 1999/35 | J. Lyngstad: Studenters inntekt og økonomiske levekår. 1999. 37s. ISBN 82-537-4746-2 |
| 99/23 | T. Eika og K. Moum: Aktivitetsregulering eller stabil valutakurs: Om pengepolitikens rolle i den norske oljeøkonomien. 1999. 42s. 125 kr inkl. mva. ISBN 82-537-4709-8 | | |