



| Rapport 2018/09 | Sandnes kommune



Handelsanalyse. Sandnes kommune

Kunnskapsgrunnlag for ny kommune- og byplan

Hanne Toftdahl, Jens Furuholmen, Oscar Haavardsholm, Tor Homleid

Dokumentdetaljer

Tittel	Handelsanalyse Sandnes kommune
Rapportnummer	VA-rapport 2018/09 978-82-8126-362-8
Forfattere	Hanne Toftdahl, Jens Furuholmen, Tor Homleid, Oscar Haavardsholm
Prosjektleder	Hanne Toftdahl
Oppdragsgiver	Sandnes kommune
Dato for ferdigstilling	070318
Kvalitetssikrer	John Magne Skjelvik
Nøkkelord	Handelsanalyse, senterstruktur

Om Vista Analyse

Vista Analyse AS er et samfunnsfaglig analyseselskap med hovedvekt på økonomisk forskning, utredning, evaluering og rådgivning. Vi utfører oppdrag med høy faglig kvalitet, uavhengighet og integritet. Våre sentrale temaområder omfatter klima, energi, samferdsel, næringsutvikling, byutvikling og velferd.

Våre medarbeidere har meget høy akademisk kompetanse og bred erfaring innenfor konsulentvirksomhet. Ved behov benytter vi et velutviklet nettverk med selskaper og ressurspersoner nasjonalt og internasjonalt. Selskapet er i sin helhet eiet av medarbeiderne.

Forord

Denne rapporten er en handelsanalyse gjennomført på oppdrag for Sandnes kommune. Analysen skal være et faktagrunnlag for kommunen i arbeidet med ny kommune- og sentrumsplan for Sandnes. Kunnskapsgrunnlaget omfatter lokalisering av handel sammensetting av handelstilbud og rammer for fremtidig arealbehov. Norstat har levert spørreundersøkelsen som underleverandør.

Arbeidet har vært gjennomført med to møter i Sandnes, befaringer og kommunen har delt statistikk og faktagrunnlag om Sandnes.

Kontaktperson i Sandnes kommune har vært Ragnhild Njå. Hanne Toftdahl, Partner i Vista Analyse har vært prosjektleder.

Oslo 12.02.18

Hanne Toftdahl
Partner, prosjektleder
Vista Analyse AS

Innholdsfortegnelse

Sammendrag.....	8
1 Innledning	12
1.1 Problemstilling og avgrensning	12
1.2 Organisering av rapporten	12
2 Metode.....	13
2.1 Metodiske valg ved handelsanalyser	13
2.2 Statistiske databaser og verktøy	14
2.3 Spørreundersøkelse	15
2.4 Dialog og befaring i felt	15
3 Makroøkonomisk analyse	16
3.1 Utvikling i husholdningenes konsum i Norge	16
3.2 Utviklingen videre mot 2030 – hva vil påvirke konsum, varehandel og tjenesteproduksjon	20
3.3 Helserelaterte tjenester	21
4 Planmessige rammer for handel	23
4.1 Sentrale føringer fra departementene	23
4.2 Planmessige rammer Rogaland	25
4.3 Planmessige føringer for Sandnes	26
4.4 Utbyggingsplaner i Sandnes sentrum	27
4.5 Blå-grønn akse gjennom byen	28
5 Befolkning og bosetting	30
5.1 Svært høy befolkningsvekst	30
5.2 Høy inntektsvekst før oljeprisfallet	31
5.3 Utdanningsnivå som snitt for landet	32
5.4 Høy bostedsattraktivitet og med gode fritidstilbud	33
5.5 Service- senterstruktur	33
6 Senterstruktur – tilstand og utvikling	34
6.1 Bydelene	34
7 Trender og utviklingstrekk i varehandel og forbruk	43
7.1 Hva påvirker handelstilbudet og kundedadferden?	43
7.2 Bransjeendringer og forbruksendringer	44
7.3 Handel, handleadferd og byutvikling	46
8 Fakta om Sandnes.....	50
8.1 Utvikling i varehandelen	50
8.2 Import av kjøpekraft	53
9 Næringsstrukturen i Sandnes.....	56
9.1 Utviklingen i næringsstrukturen	56
9.2 Næringsstruktur	57
9.3 Pendling	60
10 Handleadferd og handlemønster i Sandnes.....	61
10.1 Resultater fra spørreundersøkelsen	61

11	Kommunens utfordringer	70
11.1	Planmessige utfordringer av flere eldre	70
11.2	Planmessige utfordringer av høyere kompetanse i befolkningen	70
11.3	Planmessige utfordringer av ung flukt fra sentrum	72
11.4	Planmessige utfordringer av høy bilbruk	73
11.5	Planmessige utfordringer av å tilfredsstille unge kunder	73
11.6	Reise og parkering	74
	Referanser	75
	Vedlegg.....	76
A	Spørreundersøkelsen.....	77
B	Levekårsindeksen	82
C	Vistavare	83

Figurer

Figur 2-1 Eksempler på faktorer som påvirker handlemønster og handleatferd.....	13
Figur 2-2 Vista Analyses statistiske databaser og verktøy.	15
Figur 3-1 Vare- og tjenestekonsum i faste priser. Sesongkorrigert i 10 000-2015-kroner.	17
Figur 3-2 Husholdningenes gjeldsbelastning, rentebelastning og gjeldsbetjeningsgrad. Prosent. 1.kvartal 1983 - 2.kvartal 2017	19
Figur 3-3 Norges befolkningen framskrevet til 2040 i henhold til SSBs middelalternativt. Fordelt på tre aldersgrupper	21
Figur 3-4 Andel av samlet sysselsetting. Utvalgte næringer fra nasjonalregnskapet. 1995 – 2014. Næringer med over 5 prosent av sysselsettingen.....	22
Figur 4-1 Sentrumsplan Sandnes kommune.	27
Figur 4-2 Utbyggingsplaner i Sandnes sentrum.	28
Figur 4-3 Planlagt sammenhengende blå-grønn struktur i Sandnes sentrum.....	29
Figur 5-1 Befolkningsvekst på Jæren	30
Figur 5-2 Prosentvis befolkningsendring, 2008-2017	30
Figur 5-3 Andel av befolkningen over 50 år i regionen.....	31
Figur 5-4 Inntekt gjennomsnitt, utvalgte kommuner og landet, 2008-2015. Prisjustert (2015 kroner).....	32
Figur 5-5 Andel av personer 16 år og eldre, Utdanningsnivå, utvalgte kommuner og landet, 2008 og 2016	33
Figur 6-1 Befolkning 2015 - utvalgte bydeler i Sandnes	34
Figur 6-2 Kart over levekår status Sandnes kommune. Etter soner.....	35
Figur 6-3 Levekårsindeks – bydeler Sandnes – Indeks 1-48	35
Figur 6-4 Framskrivning av befolkningsvekst og boligbygging i Hana bydel 2007 til 2035	36
Figur 6-5 Folketall Sentrum	36
Figur 6-6 Levekårsindeks Sentrum.....	36
Figur 6-7 Framskrivning av befolkningsvekst og boligbygging i Hana bydel 2007 til 2035	37
Figur 6-8 Folketall Hana/Vatnekrossen	37
Figur 6-9 Levekårsindeks Hana.....	38
Figur 6-10 Framskrivning av befolkningsvekst og boligbygging i Lura bydel 2007 til 2035	38
Figur 6-11 Folketall Lura	38
Figur 6-12 Levekårsindeks Lura.....	39
Figur 6-13 Framskrivning av befolkningsvekst og boligbygging i Ganddal bydel 2007 til 2035.....	39
Figur 6-14 Folketall Ganddal	39
Figur 6-15 Levekårsindeks Ganddal.....	40
Figur 6-16 Framskrivning av befolkningsvekst og boligbygging i Ganddal bydel 2007 til 2035.....	40
Figur 6-17 Folketall Figgjo	40
Figur 6-18 Levekårsindeks Figgjo	41
Figur 6-19 Folketall Riska (Hommersåk)	41
Figur 6-20 Levekårsindeks Riska (Hommersåk).....	42
Figur 7-1 Ulike kategorier handelstilbud	43
Figur 7-2 Ulike handelskategorier.....	44
Figur 7-3 Samspill mellom ulike delområder i sentrum.....	46
Figur 7-4 Faktorer som påvirker folks bruk av by- og tettstedssentrum.	47
Figur 7-5 Faktorer som påvirker handleatferd og etterspørsel.....	47
Figur 7-6 By- og tettstedsutvikling gjennom de siste tiårene og den moderne fremtidsbyen.....	48
Figur 8-1 Omsetning per innbygger av ulike varegrupper i Norge. Prisjustert 2016. Utvikling 2008-2016.....	51
Figur 8-2 Omsetning per innbygger av «detaljhandel totalt - minus drivstoff til motorvogn». Prisjustert 2016.....	51
Figur 8-3 Omsetning av «detaljhandel totalt - minus drivstoff til motorvogn» for utvalgte kommuner. Prisjustert 2016.	52
Figur 8-4 Omsetning kjøpesentre Sandnes. Prisjustert 2016. I mill. kr.....	52

Figur 8-5 Omsetning av «detaljhandel - minus drivstoff til motorvogn» per innbygger per kommune i forhold til landsgjennomsnittet. (dekningsgrad) 2015	53
Figur 8-6 Omsetning per innbygger av ulike varegrupper i Sandnes. Prisjustert 2016. Utvikling 2008-2016	54
Figur 8-7 Omsetning per innbygger av ulike varegrupper i Klepp. Prisjustert 2016. Utvikling 2008-2016	55
Figur 8-8 Omsetning per innbygger av ulike varegrupper i Gjesdal. Prisjustert 2016. Utvikling 2008-2016	55
Figur 9-1 Antall sysselsatte fordelt på næringer i hver kommune. 2015	58
Figur 9-2 Andel sysselsatte fordelt på næringer i hver kommune. 2015	58
Figur 9-3 Andel sysselsatte (2015) og endring i antall sysselsatte i arealkrevende handel og service 2008-2015.	59
Figur 9-4 Andel sysselsatte (2015) og endring i antall sysselsatte i kundeintensiv handel og service 2008-2015.	59
Figur 9-5 Andel sysselsatte (2015) og endring i antall sysselsatte i kunnskapsbedrifter 2008-2015	60
Figur 9-6 Pendling Nord-Jæren	60
Figur 10-1 Informanter som jobber i Sandnes sentrum. Reisemiddelvalg til jobb	61
Figur 10-2 Reisemiddelvalg til jobb etter alder.	62
Figur 10-3 Handlested dagligvarer blant innbyggerne i Sandnes. Etter kjønn.	62
Figur 10-4 Handlested dagligvarer blant innbyggerne i Sandnes. Etter alder	63
Figur 10-5 Reisemiddelvalg ved handlereiser dagligvarer. Etter kjønn.	63
Figur 10-6 Reisemiddelvalg ved handlereiser dagligvarer. Etter alder.	64
Figur 10-7 Hvilke av følgende handlesteder pleier du vanligvis å besøke når du handler andre varer enn dagligvarer? Etter kjønn	64
Figur 10-8 Hvilke av følgende handlesteder pleier du vanligvis å besøke når du handler andre varer enn dagligvarer? Etter alder	65
Figur 10-9 Hvilket av de overnevnte handlestedene besøker du oftest? Etter alder.	65
Figur 10-10 Hvilket av de overnevnte handlestedene besøker du oftest? Etter kjønn og alder	66
Figur 10-11 Hvor handler du oftest klær og sko. Etter kjønn og alder	66
Figur 10-12 H Vor stor betydning har det at handelstilbudet har lave priser. Etter kjønn og alder	67
Figur 10-13 Hvor stor betydning har det at handelstilbudet har gode parkeringsmuligheter?	68
Figur 10-14 Hvor ofte er du i sentrum for å handle eller utføre andre gjøremål – utenom jobb? Etter kjønn og alder	69
Figur 11-1 «Trekanten» øst for Elvegata har potensiale til å bli en kompetanseklynge	71
Figur 11-2 Boligområdet på sørsiden av Vågen skal suppleres med flere andre boligprosjekter i årene som kommer	71
Figur 11-3 Andelen av de som handler i hhv Kvadrat og sentrum etter alder. Prosent av totalt antall handlende på hhv Kvadrat og sentrum	72
Figur 11-4 Handlested etter alder	73

Tabeller

Tabell 3.1 Utvikling i ulike konsumgrupper som andel av samlet konsum	16
Tabell 3.2 Disponible realinntekter i husholdninger og ideelle organisasjoner.	18

Sammendrag

Innledning

Denne analysen er først og fremst en handelsanalyse, men handel skjer som en følge av den romlige organiseringen og den romlige konteksten som folk bor, jobber og handler under. Derfor er det viktig å vurdere helheten når det arbeides med rammebetingelser for lokalisering av handel og tjenestetilbud. De siste årene har vi sett en endring i folks forbruk fra kjøp av varer til økt kjøp av service og tjenesteyting som kultur, reiser, trening osv. Vi har også de siste tiår sett at i de unge barnefamiliene jobber både mor og far og blant de eldre ser vi økt forbruk som følge av bedre økonomi. Mens barnefamiliene har knapphet på tid, har de eldre god tilgang på tid. Dette virker også inn på handlevaner og handlemønstre. I denne analysen har vi gjennomført en spørreundersøkelse blant innbyggerne i Sandnes kommune og resultatene viste at mens de unge ofte handler på Kvadrat, handler de eldre mye i sentrum. Målet for kommunen er økt bruk av sentrum, og når vi vet at handleadferd påvirkes av bosted, arbeidssted, tid, avstand, utvalg og pris har vi derfor i denne analysen valgt å ikke bare analysere handleadferd, men også sett på helheten i folks hverdag.

Vi har de siste tiårene registrert en sterk tro på handel som en sterk bidragsyter for vitalitet i sentrum blant politikere og planleggere. I utviklingen av bydelssentrene blir det like viktig å se på helheten i tilbudene. Er tilrettelegging for handel det viktigste plangrepet i Hana/Vatnekrossen eller er det andre tilbud, som aktivitetsmuligheter og opplevelser, som kan skape gode bydeler og attraktive møteplasser? De sosiodemografiske forholdene bør påvirke virkemidler og tiltak. Noen av bydelene som denne analysen omfatter har en lokalisering tett opp mot store handelssteder. Det gjelder Hana/Vatnekrossen som har kort avstand til Sandnes sentrum, Lura som har kort avstand til Forus/Kvadrat og Figgjo som har kort avstand til Ålgård i Gjesdal kommune. Ganddal og Hommersåk er derimot i en annen situasjon der begge er lokalisert i større avstand fra store sentra og handelssteder.

Utvikling i Sandnes sentrum

Sandnes sentrum bør utvikles med ambisjon om økt attraksjonskraft mot unge innbyggere. Det kan gjøres gjennom å tilrettelegge for boliger for barnefamilier og ved å styre utbyggingen av kontorarbeidsplasser ved Vågen. Vi anbefaler å styrke næringsprofilen på området der rådhuset bygges i dag og redusere andelen boliger i dette området. Dette begrunnes i klyngeteorien som viser at kompetanseklynger er viktig og at næringslivet søker samlokalisering mot likeartet virksomhet. Kommunen har gjort et svært godt valg ved å lokalisere rådhuset til sentrum. Dette kan bli en viktig drivkraft for etablering av ytterligere kontorvirksomhet.

Dagens tilbud av handel er god og godt lokalisert med Langgata som en attraktiv gågate i en hyggelig bebyggelse og med kjøpesenteret på andre siden av jernbanen. Det eneste som mangler er flere unge til sentrum. Og det er denne oppgaven planarbeidet bør ta utgangspunkt i. Et annet viktig grep kommunen har gjort er etableringen av kulturhus i sentrum. Dette gir også et grunnlag for økt bruk av sentrum.

Erfaringer fra Oslo har vist at tilrettelegging av den blågrønne akse langs Akerselva har bidratt til at gangaksene langs elva fra sentrum og opp til Nydalen fungerer som turområde for de som

bor i sentrum samtidig som det fungerer som gang- og sykkelakse mellom bolig og arbeidsplass. Turveinettet trekker folk fra sentrum opp mot serveringssteder langs Akerselva og har bidratt til et pulserende liv i byen. Det anbefales derfor å realisere planene om å åpne Storåna gjennom sentrum, både for sentrums beboere og for å trekke folk som bor lenger sør i kommunen inn mot sentrum langs denne park-aksen. Det er et viktig mål å trekke flere mennesker inn i sentrum, og ettersom nordmenn er hyppige turgåere er dette en fin måte å stimulere til økt bruk av byen.

Utvikling av bydelssentre

Av bydelene er det Hana som har flest innbyggere, men dette er også en bydel som ligger tett opp til sentrum og dermed har god tilgang til et bredt handels- og tjenestetilbud. Ganddal og Hommersåk er de bydelene som har den tydeligste senterstrukturen. Figgjo har færrest innbyggere og en begrenset senterstruktur, men bydelen har samtidig kort avstand til Ålgård sentrum i Gjesdal kommune. Ålgård har et bredt tilbud av varer gjennom to større kjøpesentre. Lura ligger i kort avstand fra Forus med Kvadrat kjøpesenter.

Anbefaling

Lura ligger så nær Forus og Kvadrat kjøpesenter at en sentrumsutvikling i Lura i liten grad bør baseres på handel. Lura scorer også relativt lav på levkårsundersøkelsen, og det er en indikasjon på at inntektsnivået og dermed forbruket er lavt. Et mindre handelssted i Lura sentrum med tilbud av dagligvarer og tilbud som dekker hverdagsbehov vil være positivt, men det er ikke grunnlag for å forvente at et handelstilbud vil kunne utløses og stimulere til en møteplass i Lura. Vår anbefaling er derfor å tilrettelegge for møteplasser med annet innhold enn handel. Det kan være kombinasjoner av idrett, opplevelser, turområder som kan stimulere til opphold og aktivitet uten kommersielle elementer.

Hana/Vatnekrossen har på samme måte som Lura en lavere score på levkårsundersøkelsen og dermed også et lavere inntektsnivå. En lav score på levkårsindeksen indikerer samtidig et behov for tilrettelegging av attraktive møteplasser og aktivitetsrom for befolkningen som i denne bydelen består av en høyere andel med annen etnisk opprinnelse enn andre bydeler i kommunen. Erfaringer fra Groruddalen i Oslo og Drammen kan være nyttig. Tilrettelegging for handel i form av kjøpesentre kan fort bli et oppholdssted for ungdom som trekker mot kjøpesentret i stedet for annen aktivitet. Dersom det skulle skje, vil et kjøpesenter være mer negativt enn positivt. Hana's befolkning har kort avstand til Sandnes sentrum og bør være en bydel som skal trekkes mot sentrum. Hverdagstilbudene er dekket gjennom tilbud av dagligvarer. Dette tilbudet kan med fordel utvikles til et handelssted med opp mot 4 000m² handel. Vi anbefaler imidlertid at hver enkelt forretning ikke overstiger 800 m² BRA med unntak av dagligvareforretninger. Utover dette er vår anbefaling at det arbeides for tilrettelegging av stedstilpassete møteplasser der det i mindre grad legges vekt på kommersielle tilbud, men i stedet legges vekt på aktiviteter og opplevelser.

Ganddal er i dag et kommunedelssenter med stedegenhet og et tydelig sentrum. Ganddal ligger heller ikke i nærheten av andre store handelssentre og vår anbefaling er derfor at det ikke bør legges begrensninger på handelsutvikling i Ganddal utover et krav om lokalisering rundt togstasjon. Ganddal er et attraktivt boligområde med god kollektiv forbindelse til tog. Styrking av sentrumsområdet vil kunne styrke Ganddal som attraktivt boligområde.

Figgjos innbyggere har kort avstand til Ålgård som de siste årene har utviklet et variert handels-tilbud. Det er få butikker i Figgjo sentrum og det er vår anbefaling å utpeke ett område der det

kan tilrettelegges for møteplasser med flere elementer. Det er nærliggende å utpeke området mellom Figgjo fabrikk med fabrikkutsalg, idrettshus og elvepark til et sentrumsområde. Vår anbefaling er at det åpnes for handel og tjenesteyting. Det behøver ikke å bety at sentrum utvikles med utgangspunkt i et kjøpesenter, og tilbudene kan gjerne omfatte aktivitetstilbud og tjenesteyting. Det kan være utfordrende å trekke aktører med investeringsvilje til et handelssted i Figgjo. Men det bør kunne åpnes for det. Uansett bør annet innhold i sentrum vektlegges, som park, idrett og fritid.

Hommersåk er et kommunedelssenter med tilgang på sommergjester i sommersesongen. Avstanden til Sandnes sentrum er så stor at det ikke bør settes begrensninger på handelsvolum. Det er likevel liten grunn til å anta at mange handelsaktører vil finne området interessant og det er derfor viktig å bygge videre på den havnebaserte virksomheten med blant annet servering og aktiviteter som gjør Hommersåk attraktivt som gjestehavn og sommerdestinasjon. Dette vil igjen gi bedre helårstilbud til bosatte i området.

Sammenfattet

Lura og Hana er bydelssentre med lokalisering tett opp til Sandnes sentrum, og handelstilbudet bør derfor begrenses til å dekke lokale hverdagsbehov. Vi anslår en ramme på 3- 4 000 m² i disse områdene. Det er imidlertid viktig å ikke ha for store forventninger til at handel skal bidra med viktige møteplasser og i stedet samlokalisere handelstilbud med andre møteplasser som idrett, kultur, skole og annen service og tjenesteyting. Begge disse bydelsområdene trenger oppholdsrom for fysisk aktivitet og kulturtilbud som kan bedre levekårene snarere enn å øke de kommersielle tilbudene.

Ganddal er et viktig kommunedelssenter med potensial for utvikling og her bør ny handelsvirksomhet lokaliseres i sentrum og ved togstasjon. Plasskrevende handel kan vurderes lokalisert i ett område i sentrums randsone.

Hommersåk har i dag et begrenset handelstilbud og samtidig er det lokale kundegrunnlaget for lite til at det er mye mer å hente lokalt. Potensialet knytter seg til økt turisttrafikk om sommeren og dette kan stimuleres ved å tilrettelegge for attraktiv gjestehavn, turstier og utbygging av overnattingsenheter (kommersielle og private). Hommersåk trenger flere kunder/gjester og ny kommuneplan bør fokusere på sommerturisme.

Figgjo har et begrenset potensial og her er tilrettelegging for oppholdsrom viktig. Vi anbefaler området mellom Figgjo-fabrikken og idrettshuset.

I den videre planleggingen av sentrum er det viktigere å stimulere til økt bruk av sentrum – særlig for unge innbyggere – og arbeide for å øke attraktiviteten i stedet for å ha tiltro til at en reduksjon av handel i Forus-området vil gi økt omsetning i sentrum. Slik er det ikke.

Reise og parkering

For de fleste typer handelsvirksomhet er tilgjengelighet med bil viktig. Når det skal gjennomføres tiltak med sikte på å dempe bilbruken ved innkjøpsreiser er det derfor viktig å sørge for en balansert virkemiddelbruk slik det legges opp til i transport- og mobilitetsplanen.

- Parkeringsplasser tiltenkt kunder bør reguleres både med tidsbegrensning og parkeringsavgifter. Avgiftene differensieres mellom ulike deler av kommunen og nivå på avgiftene kan økes gradvis for å bidra til at flere velger å gå, sykle eller reise kollektivt.

- Vi anbefaler å bruke kommunens reguleringsmyndighet aktivt til å påvirke utviklingen i ønsket retning: Ikke legge til rette for overflateparkering i reguleringsplaner, stille krav om at kommunen skal kunne fastsette maksimal parkeringstid og holde nivå på parkeringsavgifter.
- Kommunen kan også påvirke fysisk utforming ved å synliggjøre at gående, syklist og kollektivreisende prioriteres: Inngang til handelsvirksomheter bør legges i størst mulig grad mot fortau (gate), parkering kan skje i P-hus eller på baksiden av bygningene slik at fronten blir en del av byrommet.
- Vi anbefaler å legge til rette for utvikling av handelsvirksomhet i Sandnes sentrum og Ganddal der det er god tilgang til kollektive transportmidler.
- Det kan også vurderes å akseptere utvidelser / ombygginger av andre sentra (f.eks. Kvadrat) innenfor arealer som er avsatt til handel i eksisterende planer, dersom dette kan bidra til å redusere andelen av reiser som utføres med bil. Desto mer handelstilbudet er samlokalisert, desto mer reduseres bilbruken.

1 Innledning

1.1 Problemstilling og avgrensning

Denne analysen er utarbeidet som et kunnskapsgrunnlag til bruk i arbeidet med ny kommune- og sentrumsplan i Sandnes kommune. Rapporten omfatter en kartlegging og registrering av situasjonen i sentrum, kommunedelssentrene og andre handelssteder i Sandnes. I tillegg beskrives trender og utviklingstrekk som kan være relevante for Sandnes i arbeidet med ny sentrumsplan. Det gis konkrete anbefalinger til arealplanarbeidet. Analysen omfatter tre delutredninger:

- 1) kartlegging av handel i dag og mulighetsrommet fremover
- 2) kartlegging og anbefalinger i de fem lokalsentrene
- 3) reisemiddel, parkering mv – konsekvenser og virkemidler. Anbefalingene skal være relevante i et framtidig planperspektiv mot 2030.

1.2 Organisering av rapporten

I kapittel 2 gjennomgår vi metode og verktøy. I kapittel 3 trekker vi opp en makroøkonomisk analyse mens vi i kapittel 4 trekker opp de planmessige rammebetingelser fra statlig og regionalt hold. Deretter beskriver vi befolkningen med demografiske og andre variable i kapittel 5, mens vi i kapittel 6 går gjennom senterstrukturen og Sandnes sin plass i en regional sammenheng. I kapittel 7 trekker vi opp trender og utviklingstrekk som er relevant i planleggingen framover. I kapittel 8, 9 og 10 gir vi statistiske analyser av varehandelen i regionen, næringsstrukturen og deretter viser vi resultatene fra en spørreundersøkelse som er gjennomført i Sandnes kommune.

I kapittel 11 trekker vi opp et sett med utfordringer som vi mener kommunen står overfor og i sammendraget foran gir vi en oppsummering av de viktigste resultatene og våre anbefalinger inn i planprosessen.

2 Metode

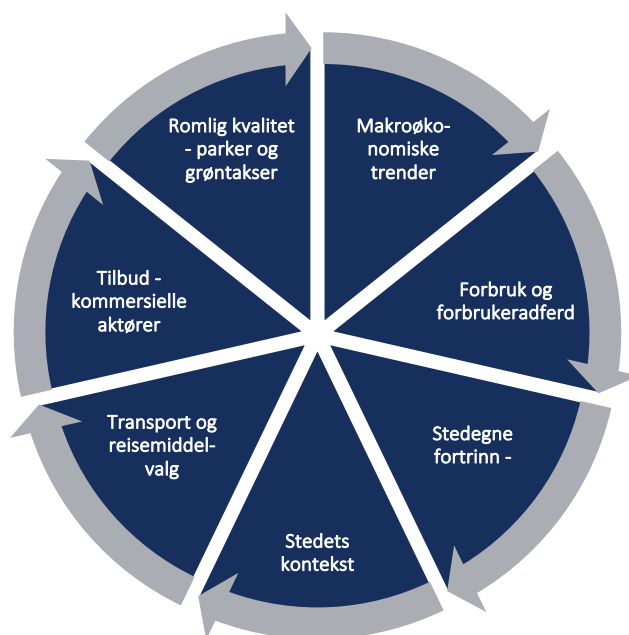
I dette kapitlet gir vi en kort gjennomgang av metodevalg, verktøy og analyseoppsett.

2.1 Metodiske valg ved handelsanalyser

Årsak - virkning

Utgangspunktet for analyser som skal brukes som grunnlag for planarbeid vil alltid være de overordnede politiske føringer fra kommune, region/fylke og fra statlig hold i form av ulike statlige planbestemmelser. Det er sentralt i analyser av handel og dens påvirkning på arealbruk, sentrums attraktivitet og transportmønstre å redegjøre for et sett med årsak-virkningsforhold. Målet vil være å avdekke de kausale sammenhenger i folks adferd. Mange handelsanalyser har et snevert metodisk utgangspunkt, ofte relatert til handlereiser definert som avstand mellom handelssted og bolig. Men det er mange faktorer som påvirker handel, kundens handleatferd og kundens reisemiddelvalg ved handel. Noen av disse faktorene har vi oppsummert i figuren under, men det er mange flere.

Figur 2-1 Eksempler på faktorer som påvirker handlemønster og handleatferd



Kilde Vista Analyse

Metodetriangulering

For å ha et tilstrekkelig bredt grunnlag for å gjennomføre analysen, velger vi triangulering som metode. Det innebærer i prinsippet å vurdere situasjonen fra flere synsvinkler. Først gjennomfører vi en **dokumentanalyse** som avdekker trender og mønstre i handel og handlevaner, handels-trender og kommersielle endringer som for eksempel bransjeglidning og økt bruk av internett. Videre gjennomføres en **makroøkonomisk analyse** for å vurdere trender og økonomisk utvikling

fram mot 2030. Dette innbefatter endringer i forbruk, pris på areal, pris på transport og pris på reisemiddelvalg og gir oss grunnlag for å vurdere arealbehovet og -preferanser fram i tid.

Det er nødvendig å gjennomføre **arealbruksanalyser** som gir en redegjørelse for situasjonen i sentrum og i de enkelte bydelssentrene. Grunnlaget for denne analysen gjøres gjennom befaringsfelt koplet mot statistiske fakta og annen kunnskap om demografi.

Vi benytter våre statistiske databaser til å gjennomføre **statistiske analyser** som gir grunnlag for å beskrive og analysere dagens situasjon og utvikling over tid. I tillegg gjøres framskrivninger fram i tid. Våre **transportfaglige analyser** gjennomføres som et supplement til de øvrige analysene.

Planfaglig kompetanse med kunnskap om **romlige analyser** er sentralt. Gjennom feltbefaringene vil vi vurdere situasjonen i lys av observasjoner. Den romlige konteksten er sentral i denne analysen. Hvilket innhold har sentrum og kommunedelssentrene og hvordan vil dette innholdet gi grunnlag for handel? Den største utfordringen for norske byer er at både boliger og arbeidsplasser er lokalisert utenfor sentrum, noe som reduserer folks bruk av sentrum. Utbygging av boliger i sentrum har vist seg over tid å trekke til seg de eldre aldersgruppene. Dette gir en spesifikk etterspørsel etter varer og tjenester som denne gruppen har behov for.

Det er gjennomført en telefonisk **spørreundersøkelse** for å avdekke innbyggernes handlemønstre, reisemiddelvalg og handelstilbudets attraksjonskraft.

2.2 Statistiske databaser og verktøy

Mye av grunnlaget for denne analysen finner vi i statistiske fakta. Vista Analyse har utviklet en flere databaser og statistiske verktøy som er benyttet i analysen.

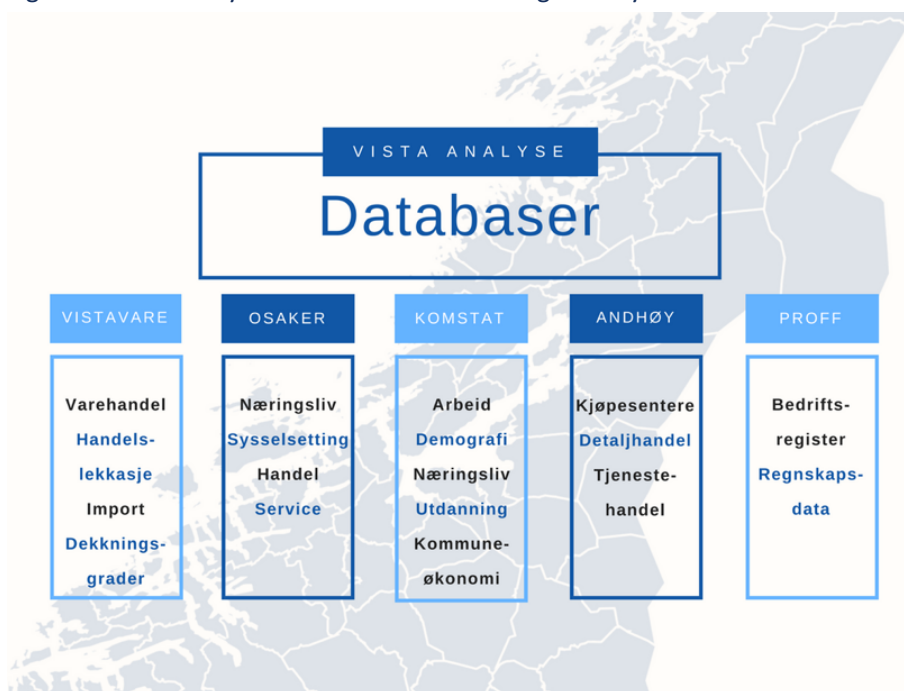
Vi benytter følgende databaser i de statistiske analysene i rapporten.

- *VistaVare – Vistas analyseverktøy for varehandelsutvikling og senterstruktur*
- *Osaker – Vistas analyseverktøy av næringslivets lokaliseringsmønstre etter arealbruk.*
- *KomStat – Vistas analyseverktøy for kommunestatistikk*
- *Andhøys kjøpesenterregister - kjøpesenteromsetning*

I tillegg til disse har vi hatt tilgang til ulike statistikk fra Sandnes kommune:

- Kommunens levekårsundersøkelse
- Kommunedelsstatistikk
- Spørreundersøkelse i lokalsentrene

Figur 2-2 Vista Analyses statistiske databaser og verktøy.



Kilde Vista Analyse

2.3 Spørreundersøkelse

Vista Analyse har samarbeidet med Norstat i gjennomføringen av en spørreundersøkelse blant 500 innbyggere i Sandnes kommune. Undersøkelsen er gjennomført i begynnelsen av desember 2017 etter et intervju skjema som avdekker handlevaner, handlepreferanser, handelsreiser, reisemiddelvalg, preferanser og tilbudenes kvalitet. (Se vedlegg)

Det er også gjennomført samtaleintervjuer med næringsdrivende i sentrum.

2.4 Dialog og befaring i felt

Det er også gjennomført befaring i felt og det er gjennomført to møter med representanter for kommunen. I disse møtene har det vært drøftet ulike utviklingsalternativer, utfordringer og muligheter knyttet til ulike strategiske valg for sentrum og kommunedelssentrene.

3 Makroøkonomisk analyse

I dette kapitlet viser vi noen hovedtrekk i utviklingen i husholdningenes konsum. Konsumet er i sterk endring og i tillegg er handlevaner og handleatferd i endring, ikke minst som følge av økt nettbruk, både til handel og til produktinformasjon.

3.1 Utvikling i husholdningenes konsum i Norge

Langsiktige utviklingstrekk

I tabellen under viser vi langsiktige utviklingstrekk i samlet privat konsum i Norge. Det mest slående med utviklingen er den kraftige veksten i tjenestekonsumets andel.

Tabell 3.1 Utvikling i ulike konsumgrupper som andel av samlet konsum

	1970	1980	1990	2000	2010	2016
Matvarer og alkoholfrie drikkeva-						
	22,8	19,6	16,5	14,4	11,8	11,4
Alkoholrikker og tobakk mv.	5,5	4,8	4,9	4,6	4,1	3,9
Klær og skotøy	9,4	7,8	6,5	5,5	5,3	4,7
Bolig lys og brensel	19,8	20,5	23,2	19,3	21,6	21,8
Møbler og husholdningsartikler	7,2	7,4	6,1	6,2	5,6	5,8
Helsepleie	1,6	1,8	2,3	2,7	2,8	2,9
Transport	12,6	15,1	12,8	15,0	15,2	14,6
Post- og teletjenester	1,3	1,6	2,0	2,6	2,7	2,0
Kultur og fritid	7,0	8,6	9,6	12,5	11,3	10,4
Utdanning	0,4	0,4	0,6	0,5	0,4	0,4
Overnatting/serveringstjenester	3,4	3,7	4,8	6,4	5,6	6,5
Andre varer og tjenester	5,9	6,8	8,9	8,6	10,1	10,3
Nordmenns konsum i utlandet	1,6	3,3	4,0	4,5	6,0	8,5
Utlendingers konsum i Norge	-2,6	-2,6	-2,9	-3,1	-2,7	-3,3
Varekonsum i alt	63,0	62,2	55,1	54,3	50,7	45,8
Tjenester i alt	33,9	35,8	43,3	44,0	45,8	48,9
Herav: Boligtjenester	16,3	16,2	18,7	15,9	16,7	18,1
Andre tjenester	17,6	19,6	24,6	28,1	29,1	30,7

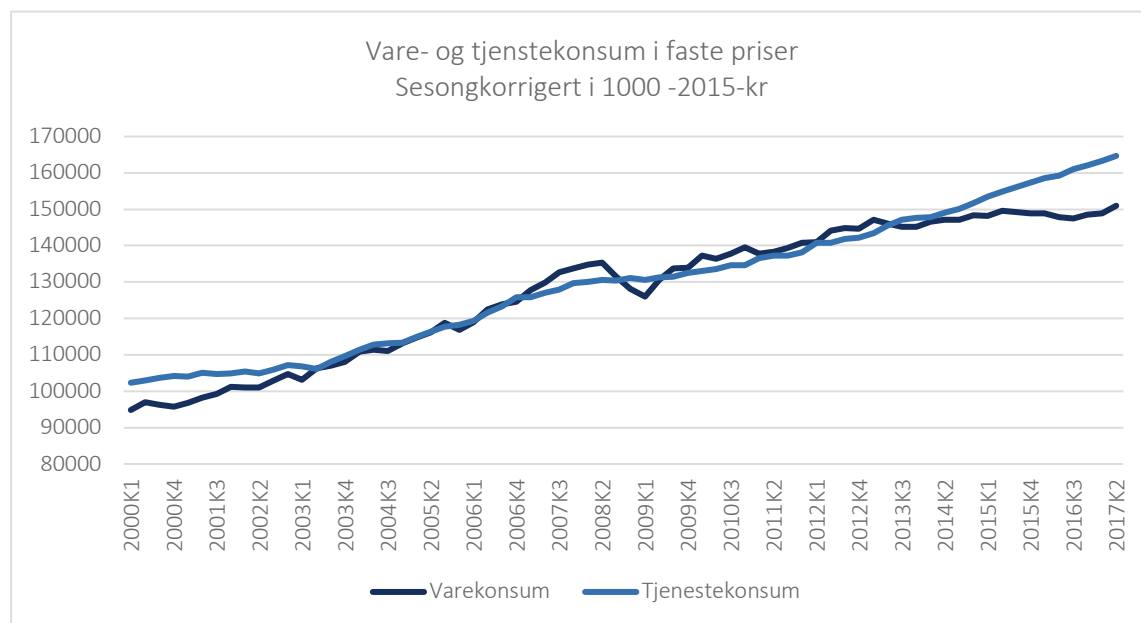
Kilde SSB

Av enkeltgrupper ser vi et velkjent trekk der vi bruker en lavere andel til matvarer etter hvert som vi har blitt mer velstående. Videre ser vi kraftig vekst i kjøp av tjenester som overnatting, servering, kultur og fritid. Ser vi bort fra nordmenns konsum i utlandet der sammensetningen på varer og tjenester er ukjent, så er det i dag slik at for første gang i nasjonens moderne historie er varekonsumet mindre andel enn konsum av tjenester.

Det er grunn til å tro at disse trekkene vil vedvare. Vekstområder for konsumet i Norge i årene fremover er trolig helsepleie, personlig pleie, fritid, reiser og bolig tjenester. Det er viktig å være klar over at boligkonsumet i denne oppstillingen er en avledet teoretisk størrelse, konsum av bolig tjenester. Både nybygg og oppussing av bolig er investeringer i nasjonalregnskapet. Boliginvesteringene til både nybygg og renovering holder seg høyt og påvirker selvsagt markedet for byggevarer av ulik slag. Veksten i boligstandard ser ut til å være trendmessig og sterk.

Figuren under viser utviklingen siden år 2 000 i henholdsvis vare- og tjenestekonsum. Varekonsumet utviklet seg svakt fra slutten av 2013 men har tatt seg litt opp i 2017, blant annet takket være et stort salg av biler.

Figur 3-1 Vare- og tjenestekonsum i faste priser. Sesongkorrigert i 10 000-2015-kroner.



Kilde SSB

Utviklingen i nordmenns konsum i utlandet og utlendingers konsum i Norge viser en langsiktig sterk vekst i ferie- og fritidsreiser i utlandet. I det siste har turismen inn i Norge også tatt seg tydelig opp. Det tilskrives trolig både en relativ endring i Norges attraktivitet som reisemål og selvfølgelig svekket norsk krone i denne perioden.

Utvikling i husholdningenes inntekter og konsummulighet

Etter en relativt svak vekst gjennom første halvår av 2016 tok konsumet i husholdninger seg markert opp gjennom andre halvår i fjor. Oppgangen var bredt basert med særlig høy vekst i kjøp av blant annet møbler og hvitevarer. Et fall i kjøp av transportmidler på 1,5 prosent, herunder biler, dempet imidlertid oppgangen i varekonsumet. Utviklingen i konsumet bestemmes i stor grad av forløpet i husholdningenes inntekter, formue og rentene som de står overfor.

Disponibel realinntekt falt med 1,6 prosent i 2016 etter en økning på hele 5,5 prosent året før. Denne utviklingen henger sammen med en sterk oppgang i utbetalinger av aksjeutbytte i 2015, som trolig var basert på forventninger om økt beskatning av slike inntekter fra og med i fjor. Det er lurt å holde utbetalinger av aksjeutbytte utenfor og målt på den måten økte disponibel realinntekt bare med 0,5 prosent i 2016, mot 2,4 prosent året før. Lønnsinntektene bidro til å trekke veksten i disponibel realinntekt ned i fjor. Også offentlige stønader bidro beskjedent til inntektsveksten. Netto renteinntekter ga heller ikke noe vekstbidrag til inntektsutviklingen av betydning. Lavere skatt på inntekt og formue bidro derimot til å trekke realinntektene noe opp.

Tabell 3.2 Disponible realinntekter i husholdninger og ideelle organisasjoner.

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Totalt	-6,6	6,0	3,4	3,2	2,3	4,1	4,4	3,9	2,9	5,5	-1,6	2,2	2,9	2,8	2,8
Ekskl. aksjeutbytte	4,4	4,8	2,6	3,4	1,8	4,1	4,3	3,8	2,4	2,4	0,5	2,6	3,2	2,6	2,6

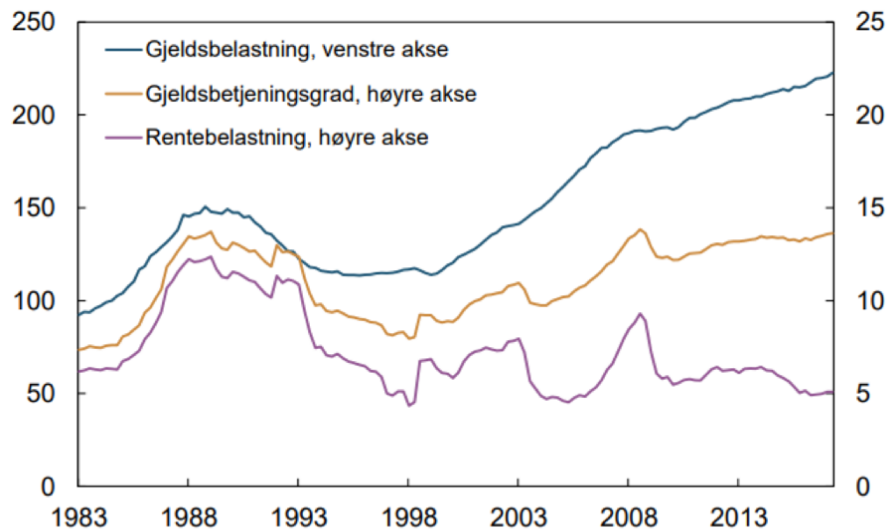
Kilde: Statistisk sentralbyrå.

Tabellen over viser de siste tallene inkludert prognoser fra SSB. Det ser ut til at 2017 blir et mer normalt år enn 2016, men det er stor usikkerhet om utviklingen fremover. Det skyldes følgende faktorer:

- Fall i boligprisene kan komme til å virke tydelig dempende på konsumutviklingen slik at den blir mye lavere enn det SSB legger inn i sine prognoser.
- Sysselsettingsveksten er viktig for å gi grunnlag for inntektsvekst siden lønnsveksten vil fortsette å være lav fremover. Det er da et viktig poeng at vekst i sysselsettingen må komme i den delen av arbeidsstyrken som er bosatt i Norge. I det siste har veksten vært klart sterkere for korttidsengasjerte utlendinger som trolig har mye av sitt konsum i landet de bor i.
- Gjelden i husholdningene er høy og begynner antakelig å bite særlig for aldersgruppen opp til 40 som er den med mest gjeld i forhold til inntekt. Veksten i gjeld er fortsatt høy. Målt ved 12-månedersveksten i kredittindikatoren K2 har den ligget mellom 6,5 og 6,7 prosent i år som er vesentlig høyere enn vekst i løpende (nominell) inntekt.
- Siden finanskrisen har det vært en tendens til økt sparing i finans- og realkapital i husholdningene. Gjennom 2016 falt derimot spareraten og nedgangen fortsatte gjennom første halvår i år. I perioder med svak inntektsutvikling, som i fjor og i årets to første kvartaler, vil husholdningene normalt jevne ut konsumet slik at spareraten faller.

Den regionale fordelingen av konsumveksten er nært knyttet til sysselsettingsutviklingen i landet. Tall fra blant annet SSBs arbeidskraftundersøkelse (AKU) og den registerbaserte sysselsettingsstatistikken, tyder nå på at veksten i sysselsetting er sterkt konsentrert om de større byene, Oslo, Bergen og Trondheim og i noe mindre grad Stavanger og Tromsø.

Figur 3-2 Husholdningenes gjeldsbelastning, rentebelastning og gjeldsbetjeningsgrad. Prosent.
1.kvartal 1983 - 2.kvartal 2017



1) Gjeldsbelastning er lånegjeld i prosent av disponibel inntekt. Rentebelastning er beregnet som renteutgifter som andel av summen av disponibel inntekt og renteutgifter. Gjeldsbetjeningsgrad inkluderer i tillegg til renteutgifter, anslått avdrag på lånegjelden med 18 års nedbetalingstid. Disponibel inntekt er korrigert for anslått reinvestert aksjeutbytte i 1. kv. 2000 – 4. kv. 2005 og nedsettelse av egenkapital i 1. kv. 2006 – 3. kv. 2012. For 1. kv. 2015 – 2. kv. 2017 benyttes disponibel inntekt uten aksjeutbytte.

Kilder: Statistisk sentralbyrå og Norges Bank

Kilde SSB

Oppsummering

Utviklingen i husholdningenes konsum fremover vil trolig ha følgende hovedtrekk:

- Utviklingen i inntektene i husholdningene blir noe bedre enn «kriseåret» 2016 den nærmeste tiden. De fleste prognoser går opp på om lag 2,5 prosent samlet realvekst i disponible inntekter pr år, men nedsiderisiko er nok sterkere enn mulig oppside.
- Spareraten kan være litt på vei ned, noe som også stimulerer konsumveksten.
- Bilavgifter vil kunne sende konsumveksten opp og ned avhengig av hva Stortinget beslutter.
- Risikofaktorene er høy gjeldsgrad i husholdningene, rentenivå, usikkerhet om boligpris og dermed om utviklingen i netto formue og sysselsettingsvekst som ikke har satt seg ennå.
- Tjenestekonsumet vil trolig fortsette å vokse mer enn varekonsum. Nordmenns konsum i utlandet vokser trolig også kraftig fremover.
- De regionale forskjellene i arbeidsmarkedet i Norge er økende. Lavere inntektsvekst i næringsssvake strøk oppveies imidlertid i noen grad av lave boutgifter og mindre gjeldsbelastning for husholdninger i spredtbygde strøk.

3.2 Utviklingen videre mot 2030 – hva vil påvirke konsum, varehandel og tjenesteproduksjon

Under har vi listet opp ett sett av globale demografiske og sosiale utviklingstrekk som det er bred konsensus om vil prege utviklingen de nærmeste tiårene.

Aldrende befolkning forventes i de rikeste landene inkludert Norge – mens det forventes ung befolkning i Afrika, India og Latin-Amerika. Noen land, blant annet de fleste OECD-landene og for eksempel Kina, vil oppleve at andelen av befolkningen i arbeidsdyktig alder vil falle, og at antallet eldre vil øke. I andre utviklingsland vil effekten være motsatt. India vil for eksempel snart ha en femtedel av verdens befolkning i yrkesaktiv alder. Regjeringens perspektivmelding legger meget stor vekt på aldringen i sine framskrivninger. Dette er sterkere effekter i mange distriktskommuner enn i byene i Norge. Mange forskere antar at den eldre befolkningen vil stille økte krav til tjenesteleveranser og være villig til å betale for det. De nye eldre kan også bli mer mobile og ville flytte til områder der det er gode bo- og tjenesteløsninger.

Økte inntektsforskjeller – de rike blir rikere som følge av internasjonalt «overskudd» på arbeidskraft som endrer relative lønninger og fordelingen mellom samlet lønnsinntekt og samlet kapitalinntekt i favør av kapitalinntektene. Det norske inntektssystemet vil trolig bare delvis stå i mot denne utviklingen og vi må trolig regne med økte forskjeller også i vårt land. Det vil påvirke etterspørsmønsteret for varer og tjenester.

Urbaniseringen øker og alle vil bo tettere. Dette er en tydelig utvikling i alle land, også i Norge. De siste ti årene har trolig de fire byområdene Oslo, Bergen, Trondheim og Tromsø hatt en uforholdsmessig stor andel av veksten i sysselsettingen i følge registerbasert sysselsettingsstatistikk. Denne utviklingen er drevet av mange forhold. Trolig blir fornyelse av regionalpolitikken et viktig politisk spørsmål framover.

Det forventes **avtakende husholdningsstørrelse** i gjennomsnitt og mange enslige. Denne utviklingen har pågått lenge og ventes å fortsette. Dette endrer boligbehov i retning av flere leiligheter.

«Millenials» som er benyttet som begrep på generasjonen født etter 1985, forventes å overta samfunnsposisjonene. Denne generasjonen har ny erfaringsbakgrunn. De har vokst opp med svake arbeidsmarkeder, høye eiendomspriser, økte forskjeller, bruk av sosiale media og høy grad av digitalisering.

Nye mønster for husholdningenes forbruk kan gi arealbruksendringer. Med økt grad av netthandel og bruk av sosiale media del kan det forventes at handelstilbudene endrer karakter og i større grad tilpasses den enkelte bruker.

Økende interesse for **helse**, sunnhet inkludert sunn og kortreist mat, kan gi økt interesse for lokale produkter. Det kan stimulere til at småskala produksjon blir enklere med billigere arbeidskraft og mer digitalisering.

Delingsøkonomien vokser og det stimulerer til mer «leie enn eie», noe som forlenger en trend med høyere vekst i tjenester enn i varekonsum.

Teknologiske endringer kan gi endringer i handlemønsteret gjennom økt digitalisering, roboter, bio-teknologi og mer desentralisert produksjon.

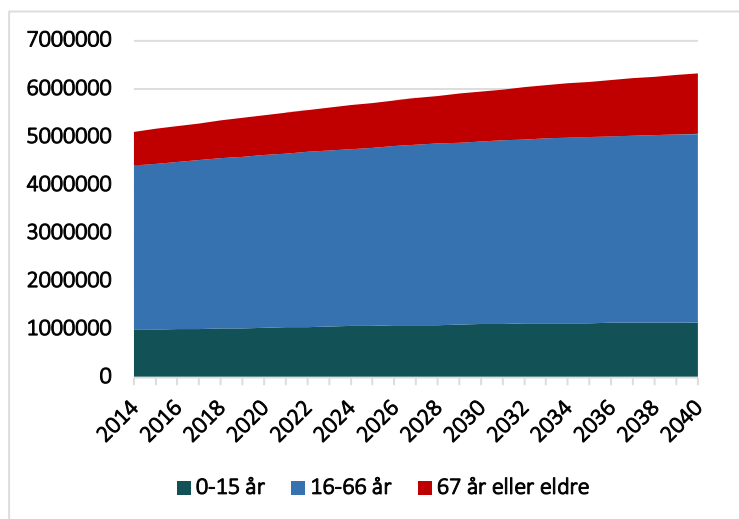
3.3 Helserelaterte tjenester

Vi blir eldre og etterspør mer helse og omsorgstjenester

Sammensetningen av befolkningen påvirker også næringsstrukturen. I Norge, som i de andre OECD-landene, er det særlig aldringen av befolkningen som endrer næringslivet, både ved at eldre etterspør andre varer og tjenester enn yngre, og ved at færre sysselsatte per innbygger tvinger fram arbeidssparende effektiviseringer der hvor det er mulig.

Virkningene av demografiske endringer skjer imidlertid over et mye lengre tidsrom enn hva som følger av globaliseringen og IKT-revolusjonen. Andelen eldre (70 år eller mer) øker fra knapt 11 prosent av befolkningen i 2014 til 19 prosent i 2060, ifølge mellomalternativet til SSBs befolkningsframskrivninger. (SSB, 2014)) De demografiske endringene alene tilsier at stadig flere mennesker vil arbeide innenfor helse- og omsorgsyrkene, enten de er organisert i offentlig eller privat sektor. Veksten i helse og omsorgssektoren må også sees på bakgrunn av at vi, ettersom samfunnet blir rikere, ønsker å bruke mer ressurser på slike tjenester.

Figur 3-3 Norges befolkningen framskrevet til 2040 i henhold til SSBs middelalternativt. Fordelt på tre aldersgrupper

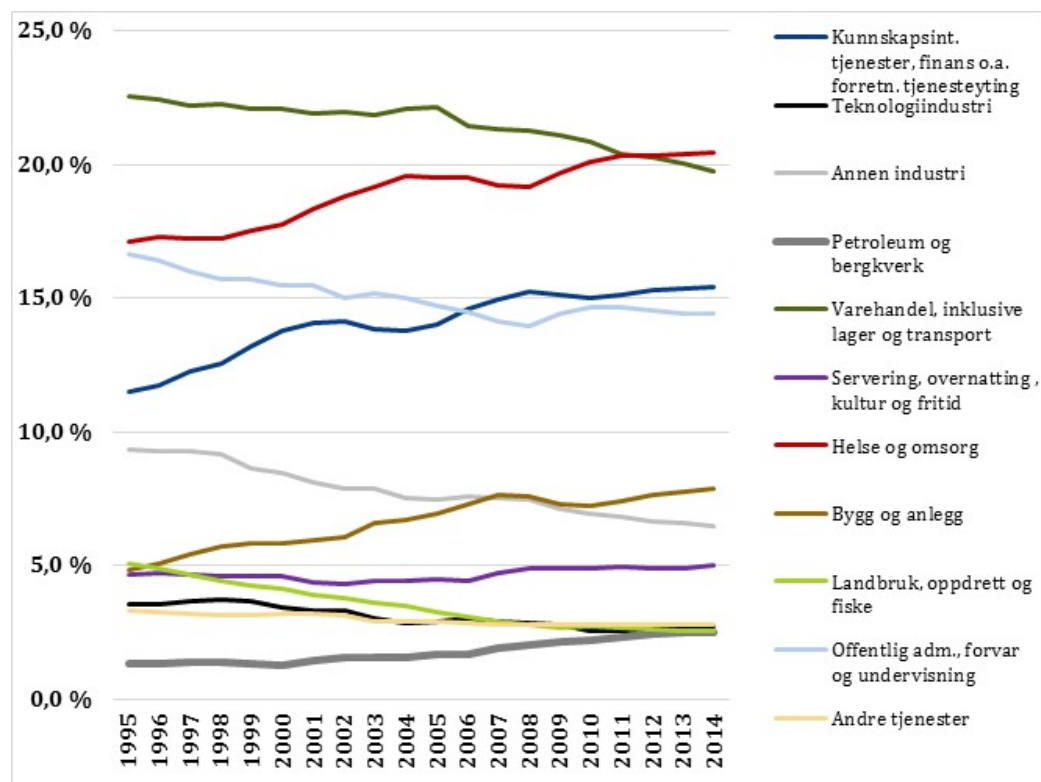


Kilde SSB

I tillegg til at vi blir eldre, har den demografiske utviklingen også vesentlig betydning for tilbudet av arbeidskraft. Selv om befolkningen vokser, vokser ikke arbeidsstyrken i samme takt, både fordi stadig flere går ut av arbeidsstyrken som følge av pensjonering og som følge av uføretrygding. Hovedårsaken til at befolkningen vokser er primært innvandring.

Den eldre delen av befolkningen skal selvfølgelig sees på som en ressurs i seg selv, både som aktive innbyggere og som kilde til etterspørsel etter flere typer personrettede tjenester enn kun helse og omsorg. Eksempelvis er eldre en større bruker av klassiske kulturtjenester enn yngre og en større bruker av helserelaterte tjenester. Dette er også en næring i vekst. Se figuren under.

Figur 3-4 Andel av samlet sysselsetting. Utvalgte næringer fra nasjonalregnskapet. 1995 – 2014.
Næringer med over 5 prosent av sysselsettingen



Kilde SSB

4 Planmessige rammer for handel

I dette kapitlet trekker vi opp de planmessige rammene som har relevans for handel og arealbruk.

4.1 Sentrale føringer fra departementene

Å planlegge for handel har mange implikasjoner, og selv om handelsanalyser kan være kortfattet og konkrete knyttet til handelsomfang og lokalisering, har de politiske prosessene rundt handelsetableringer ofte handlet om byutvikling generelt og reisemiddelvalg spesielt.

Bærekraftig og kompakt byutvikling

Regional utvikling henger nøye sammen med arealplanleggingen. Alle sentrale føringer knytter seg til urban tetthet og kvalitet. Følgende stortingsmeldinger har dette i fokus:

- Rikspolitisk bestemmelse for **handel, service og senterstruktur**. 2008.
- Faglige råd om **bærekraftig byutvikling**
- Den moderne bærekraftige byen. (Miljøverndepartementet, 2013)

Lavere klimagassutslipp – færre biler

Det er et sentralt politisk mål å begrense klimagassutslippene, og en måte å løse dette på er å redusere handlereisene. Det er altså et overordnet mål at folk handler mest mulig der de bor.

Følgende stortingsmeldinger har klima og miljø i fokus:

- St.meld. nr. 26 (2006-2007) Regjeringens miljøvernpolitikk og rikets miljøtilstand
- St. meld. nr. 34 (2006-2007) Norsk klimapolitikk
- St. meld. Nr. 26 (2001-2002) Bedre kollektivtransport
- Rikspolitiske bestemmelser for samordnet areal- og transportplanlegging

Folkehelse blir stadig viktigere

Prioritering av helse er nedfelt i flere meldinger. Folkehelsemeldingen er viktigst.

- St.meld nr 34 (2013-2014) Folkehelsemeldingen. God helse – felles ansvar

Som grunnlag for folkehelsemeldingen har Helsedirektoratet utarbeidet et "Kunnskapsgrunnlag for fysisk aktivitet" (Helsedirektoratet, 2014) som peker på de helsemessige utfordringene ved omfattende bruk av privatbil, hvor det bl.a. står:

"Det er () sentralt at vi i hverdagen kan nå viktige målpunkter som skoler, barnehager, nærservice, leke- og rekreasjonsarealer mv. via gjennomtenkte gang- og sykkelvegsystemer."

I disse føringene ligger mål om reduserte klimagassutslipp, om by- og sentrumsutvikling og vitale byer, om handel som viktig faktor i slik utvikling.

Rikspolitisk bestemmelse (RPB)

Miljøverndepartementet gjorde gjeldene den siste rikspolitiske bestemmelsen for handel i 2008 (Miljøverndepartementet, 2008). Elementer fra den nye bestemmelsen er sitert under: (Kommunal- og moderniseringsdepartementet, 2014)

”Målet med denne politikken er å styrke by- og tettstedene og legge til rette for miljøvennlig transport”. Statsråden, 2008

- *Formålet med denne rikspolitiske bestemmelsen er å legge til rette for en sterkere regional samordning av politikken for etablering og utvidelse av større kjøpesentre. Hensikten er å styrke eksisterende by- og tettstedssentre og bidra til effektiv arealbruk og miljøvennlige transportvalg, dvs. unngå en utvikling som fører til byspredning, bilavhengighet og dårligere tilgjengelighet for dem som ikke disponerer bil. Det langsiktige målet er å oppnå en mer bærekraftig og robust by- og tettstedsutvikling og begrense klimagassutslippene.*
- *Bestemmelsen fastsetter med juridisk bindende virkning at godkjente fylkesplaner og fylkesdelplaner skal legges til grunn for behandling av søknader om etablering eller utvidelse av større kjøpesentre.*

Bestemmelsen gjelder foran eldre reguleringsplaner, bebyggelsesplaner og kommuneplanens arealplan, dersom disse ikke er i samsvar med fylkesplaner eller fylkesdelplaner med retningslinjer for lokalisering av varehandel og andre servicefunksjoner. Den innebærer at fylkesdelplaner som etter hvert har havnet lenger nede i planhierarkiet løftes opp igjen til øverste nivå fra 2008.

I reguleringssaker som omfatter utvidelser av arealer for handel tillegges følgende forhold vekt:

- Størrelse relatert til volum
- Høy arealutnyttelse
- Utvikling av eksisterende byer og tettsteder
- Redusert bilbruk – høy kollektivdekning og redusert parkeringsdekning

Departementet har stort fokus på reduksjon av transportveksten i de store byene, der veksten i bruk av bil skal stanses og bilavhengigheten skal reduseres. Byer og tettsteder skal styrkes og regjeringen har satt opp følgende mål for miljøvennlig og bærekraftig by- og tettstedsutvikling¹:

- Å legge til rette for at en større del av befolkningen bruker kollektivtransport
- Å redusere veksten i biltrafikken
- Å lokalisere videre byvekst innenfor gjeldende byggesoner
- Å stoppe økningen i bilbasert handel utenfor etablerte byer og tettstedssentral

Departementet presiserer at Regjeringen har følgende forventninger til areal- og transportplanleggingen:

- Mer konsentrert utbyggingsmønster rundt kollektivknutepunkter
- Reduserte utslipp og støy fra transport
- Styrket kollektivtransport og økt satsing på sykkelveger
- Aktiv bruk av parkeringspolitikk for å påvirke reisemiddelfordelingen
- Ny handelsvirksomhet skal være ledd i en ønsket senterstruktur

Retningslinjer for den kommunale arealplanleggingen:

- Prinsipper for senterinndeling og senterfunksjoner og for avgrensning av sentrumssoner
- Tilgjengelighet for kollektivtransport, og gående og syklende og felles parkeringspolitikk
- Lokaliseringskriterier handel
- Retningslinjer for utforming av områder for handel mht integrering i by- og tettstedsstrukturene, åpning av kjøpesentre mot eksisterende handlegater, tilpasning til kulturmiljøer, universell utforming mv.

¹ Foredrag av T. Kaldager, Miljøverndepartementet, Telemark Fylkeskommune. Februar 2013

Etter regjeringsskiftet er det lempet noe på flere av retningslinjene og det vektlegges blant annet mulighet for sterkere lokal styring. Disse var:

- Unngå begrepet plasskrevende varer og i stedet se på det totale omfang av handel i forhold til lokalisering
- Handel som ikke kan ligge i sentrum, bør ligge så tett som mulig i randsonen av sentrum

Ansvarsområdet for plan ble senere overført til Kommunal- og moderniseringsdepartementet (Kommunal- og moderniseringsdepartementet, 2014) og departementet signaliserte da justeringer av rammebetingelsene for etablering av handel. Foreløpig har det ikke kommet nye føringer. Sentrale prinsipper fra departementet per 2014 er følgende:

- Mangfoldige byer med variert tilbud (friluftsliv, kultur med mer)
- Grønne byer med god tilgang gjennom gang, sykkel og kollektive transportmidler
- Se sammenheng mellom boligbygging, transport, klimagassutslipp, arealbruk, helse og livskvalitet
- Unngå begrepet plasskrevende varer og i stedet se på det totale omfang av handel i forhold til lokalisering
- Handel som ikke kan ligge i sentrum, bør ligge så tett som mulig i randsonen av sentrum.

4.2 Planmessige rammer Rogaland

De regionale føringene i Rogaland har ligget i Fylkesdelplan for byutvikling på Jæren fra 2001 (FDP-J) (Rogaland fylkeskommune, 2013). FDP-J definerte retningslinjer for utvikling for handel. Stavanger og Sandnes er regionens hovedsentre. Bydelssentrene skulle ha administrative funksjoner for bydelene. Lokalsenter / grendesenter var sentre på lavere nivå under kommunedels- og bydelsnivå. Nærbutikker med dagligvareprofil i eller i tilknytning til boområder kan i følge planen etableres i nærsentra. Regionale målpunkt ble definert som områder utenfor hovedsentra og kommunesentra, som fremstår som tunge målpunkt for regionale reiser. (Regionalt målpunkt som begrep kan i andre fylker være tilsvarende regionalt knutepunkt, avlastningssenter el l.)

I 2012 ble denne planen etterfulgt av et notat om handelslokalisering i Regionalplan for langsiktig byutvikling på Jæren. Innledningsvis beskrives en utvikling der man ikke har lyktes med å styrke handel i by- og tettstedssentra slik intensjonen var. Notatet har fortsatt som hovedmål å få handel inn i sentrum, men peker samtidig på nytten for handelsbedrifter å være samlokalisert. I notatet legges det sterk vekt på at handel skal inn i sentrum og at det ikke skal tilrettelegges for bruk av privatbil.

Rogaland fylkeskommune har definert noen utviklingsprinsipper for attraktive sentre ved stoppestedene langs kollektivaksene. (Rogaland fylkeskommune, 2015). I mulighetsstudien for byvekst står følgende:

"Ved stoppestedene kan det utvikles attraktive og flerfunksjonelle sentre med møteplasser. Fortetting og økende tetthet i tiliggende nabolag gir grunnlag for et mangfoldig lokaltilbud hvor det etableres publikumsrettede funksjoner mot strøgsgater med aktive fasader og offentlige byrom med høy kvalitet. Funksjonsblanding sikrer aktivitet på forskjellige tider gjennom dagen, noe som holder de lokale gatene aktive, trygge, innbyr til gåing og sykling og fremmer et levende menneske miljø hvor folk ønsker å være."

Planmessig utfordring: Mulighetsstudien gir ingen føringer for hvordan det er mulig å oppnå funksjonsblanding og aktive fasader. Erfaringer fra en rekke byer har vist at dette er en vanskelig oppgave. Det er likeartet virksomhet som trekkes mot hverandre – ikke ulikeartet virksomhet. Det skal ligge et betydelig kundegrunnlag til grunn for å etablere strøgsgater med aktive fasader så lenge kjøpesentrene tar så store andeler av handelen. Samlokalisering er svært vanskelig, særlig for næringslivet.

I regional plan for næringsutvikling i Rogaland, trekkes det opp de tunge trendene som vil påvirke samfunns- og næringsutviklingen fremover (Rogaland fylkeskommune, 2011). Med grunnlag i disse er det valgt fem satsingsområder; innovasjon, kompetanse, internasjonalisering, naturressurser og infrastruktur. De tre første av disse satsingsområdene fordrer utvikling av næringsliv i bysentrum. Det bidrar til å trekke flere mennesker inn i sentrum, noe som er positivt for handelen i sentrum.

Regional plan for næringsutvikling gir ingen føringer for lokalisering av denne virksomheten og heller ikke hvilke lokaliseringpreferanser som ligger til grunn for virksomhetenes valg av etableringssted. Næringslivet har tydelige arealpreferanser og dersom disse ikke er til stede vil etableringer utebli.

4.3 Planmessige føringer for Sandnes

Sandnes kommune har om lag 75 000 innbyggere og det forventes en vekst fram mot 2030 på 15 000 nye innbyggere.

Kommunen reviderer sentrumsplanen med formål om å utarbeide langsiktige strategier for utvikling av Sandnes sentrum. (Sandnes kommune, 2017). Sentrumsplanen skal bygge opp omkring målsettinger i kommuneplanens samfunnsdel der det lagt til grunn at sentrum skal være:

- Et levende og attraktivt regionalt senter for kompetansekrevene virksomheter, undervisning, handel, kultur og boliger
- Et levende attraktivt sentrum for kommunens innbyggere og øvrige besøkende

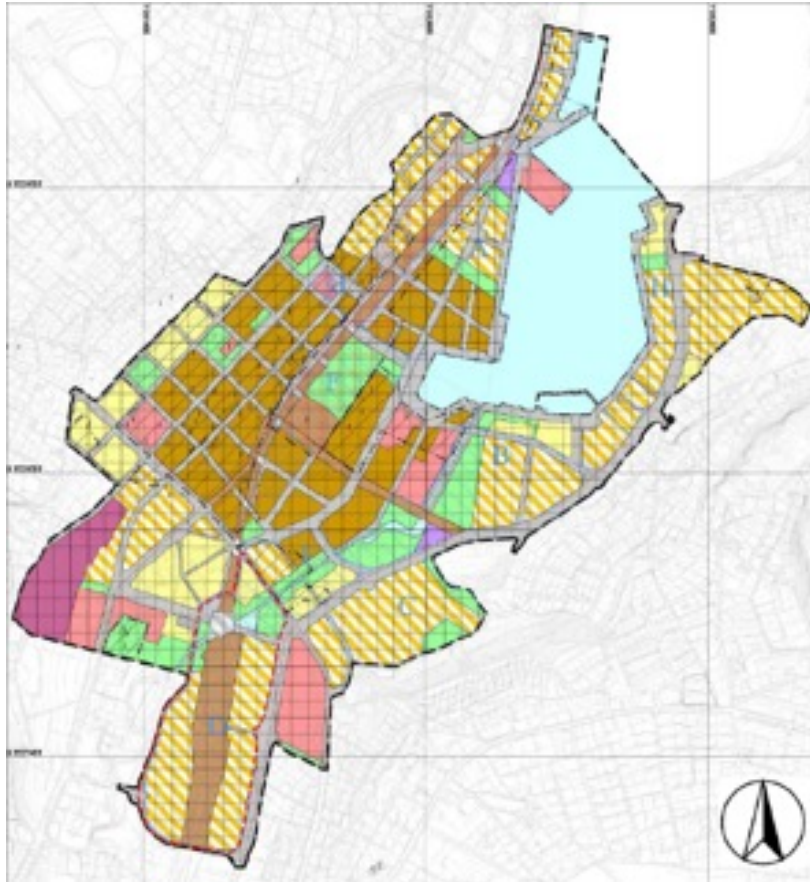
Planprosessen skal i følge planprogrammet omfatte avklaringer og veivalg for mål og visjoner for sentrumsutviklingen. Denne analysen er et bidrag i denne prosessen.

Kommunen arbeider for at sentrum skal være attraktivt for lokal befolkning men også ha en rolle i et regionalt perspektiv. Målet er å utvikle sentrum som en hovedarena for næring, handel, kultur, uteliv og tilrettelegging for boliger. Kommunen er opptatt av funksjonsblanding av bolig, handel og arbeidsplasser. Kommunen peker i planprogrammet for sentrumutvikling på behovet for en kartlegging av potensial og tilrettelegging av et attraktivt miljø for næringslivets utvikling.

Planmessig utfordring: Det er en utfordring at planmyndighetene ikke konkretiserer de næringsspesifikke lokaliseringpreferansene. Det er sjelden vi ser at næringslivet søker lokaler i bygg/miljø med mye boliger. Næringslivet stimuleres av nærhet til andre likeartede bedrifter etter klyngeprinsippene der virksomhetene utveksler arbeidskraft, kunnskap, infrastruktur og marked. Det er derfor svært vanskelig å finne føringer for næringslivslokalisering i kommuners og fylkers planmessige føringer.

Kommunen er opptatt av gode byrom som gjør stedene levende og inkluderende. Kommunen er videre opptatt av blågrønne strukturer som ønskes forsterket gjennom gjennomgående grøntstrukturer og attraktive ferdselsårer.

Figur 4-1 Sentrumsplan Sandnes kommune.



Kilde Sandnes kommune

Det foreligger en mulighetsstudie – muligheter for byvekst – byens potensial, fra Rogaland fylkeskommune (Rogaland fylkeskommune, 2015). Studien har rettet særlig fokus mot boligutviklingen og boligveksten. Boligutbyggingen i Sandnes sentrum (Vågen og kvadraturen) har vært stor de senere år og forventes å øke.

4.4 Utbyggingsplaner i Sandnes sentrum

Det foreligger et stort antall prosjekter på planstadiet i Sandnes sentrum. I figuren under er de store prosjektene illustrert i kart. Prosjektene merket 10, 11 og 12 lokalisert vest for Vågen er følgende:

- 10. Havneparken Masterplan. Bygges av Sandnes Tomteselskap. Reguleres for bolig og blandet formål
- 11. Nytt rådhus. Sandnes kommune
- 12. Havneparken. Bygges av Sandnes Tomteselskap. Formål; bolig, næring, hotell

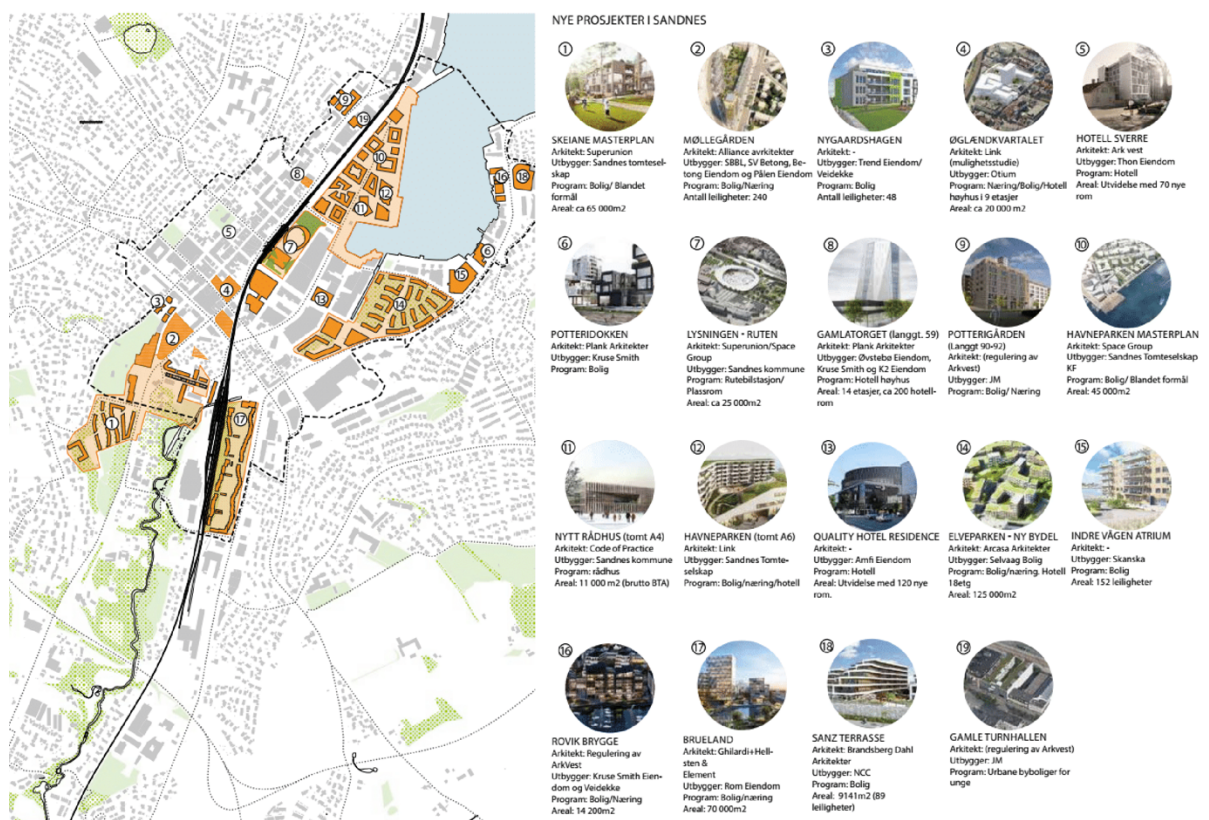
Området som i dag har en forretningsmessig karakter med bank og rådhus, planlegges for utvikling av boliger.

Området sør for Vågen, prosjektene 14, 15, 16, 18 og 6 er følgende:

- 14. Elveparken. Ny bydel. Selvaag Bolig. Formål: bolig/næring, hotell
- 15. Indre Vågen Atrium. Sandnes Tomteselskap. Formål; bolig.
- 16. Rovik brygge. Kruse Smith og Veidekke. Formål; bolig/næring.
- 18. Sanz Terrasse. NCC. Formål; bolig
- 6. Potteridokken. Kruse Smith. Formål; bolig.

Det planlegges med disse planene for et betydelig omfang boliger og svært lite næring/kontor.

Figur 4-2 Utbyggingsplaner i Sandnes sentrum.



Kilde Gilardi Hellsten

4.5 Blå-grønn akse gjennom byen

Kommunen har planlagt en sammenhengende blågrønn struktur gjennom sentrum, slik SLA Oslo har skissert i figuren under. Dette kan utvikles til et attraktivt parkområde for hele befolkningen bosatt langs akse og for de som flytter inn i sentrum. Men det kan også bli en attraktiv akse for arbeidstakere med arbeidsplass i Sandnes sentrum som kan sykle eller gå til jobb langs en attraktiv grøntakse slik vi ser har vært vellykket i andre byer.

Figur 4-3 Planlagt sammenhengende blå-grønn struktur i Sandnes sentrum.



Kilde SLA Oslo.

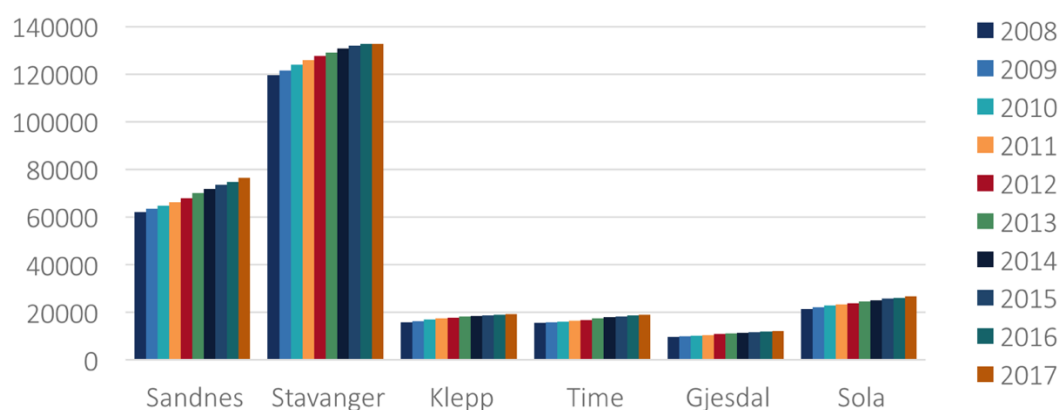
5 Befolkning og bosetting

I dette kapitlet går vi gjennom de viktigste utviklingstrekkene for Sandnes kommune knyttet til bosetting og sysselsetting.

5.1 Svært høy befolkningsvekst

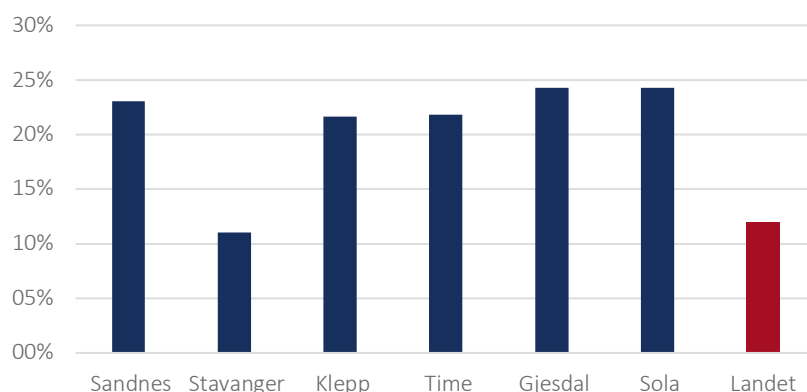
Sandnes har hatt høy befolkningsvekst over en lang periode. Folketallet har økt med 23 prosent fra 2008. Det er dobbelt så høy vekst som landet som helhet. Resten av regionen vokser i takt med Sandnes, med unntak av Stavanger som har tregere vekst. Befolkningsveksten i regionen har avtatt i perioden etter oljeprisfallet i 2014, men den er fortsatt høy. Det gir utfordringer med økende press på /etterspørsel etter areal, som følge av produktivt landbruksareal i hele Jærregionen. Presset gjelder ikke bare på boligareal, men til ulike sentrumsformål, næring og infrastruktur. For handel spesielt gjelder en tydelig økning i utvikling av de arealkrevende handelskonseptene, som særlig legger beslag på areal i sentrums randsoner. Regionplan Jæren gir Sandnes et spesielt ansvar for å ta imot befolkningsveksten ettersom kommunen har mye ledig areal i forhold til de andre kommunene i regionen (Rogaland fylkeskommune, 2013). Figurene under illustrerer den sterke veksten i regionen.

Figur 5-1 Befolkningsvekst på Jæren



Kilde SSB/Vista Analyse

Figur 5-2 Prosentvis befolkningsendring, 2008-2017

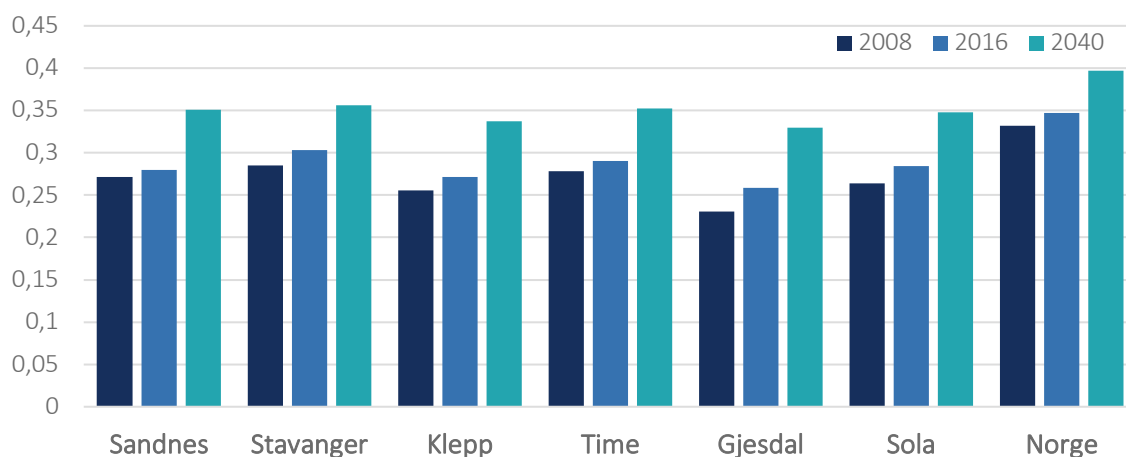


Kilde SSB/Vista Analyse

Ung befolkning - økende andel eldre forventes

Sandnes og Jæren forøvrig har færre eldre enn snittet i landet, jf. [Figur 5-3](#). Dette sparer kommunene for utgifter. Samtidig ser vi at Sandnes ikke unnslipper den generelle aldringen i befolkningen. Det er også verdt å legge merke til at Sandnes vil oppleve en bråere aldring enn snittet for landet, i følge prognoser fra SSB. Det gjør at utfordringene fra den såkalte eldrebølgen blir spesielt store for kommunen. I tillegg til det nødvendige tjenestilbudet fra kommunen, må det legges opp til en sammensetning av boliger som stemmer overens med aldersfordelingen i kommunen.

Figur 5-3 Andel av befolkningen over 50 år i regionen



Kilde SSB/Vista Analyse

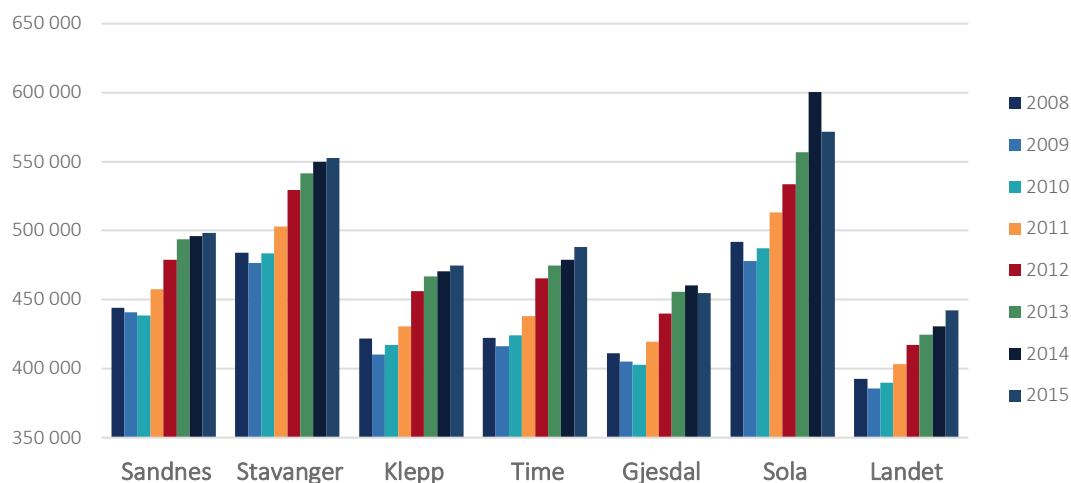
Det forventes at det er de eldste aldersgruppene som relativt sett vil øke mest. Befolkningen over 80 år er forventet å øke med 73 prosent. Det er en dramatisk endring som skyldes store fødselskull etter krigen.

Planmessige utfordringer: Den økte andelen eldre gir utfordringer knyttet til fremtidig utvikling for handel og service. Det er grunn til å forvente økt etterspørsel etter helserelaterte tjenester med økt andel eldre og dette gir også næringsmessige muligheter.

5.2 Høy inntektsvekst før oljeprisfallet

Gjennomsnittsinntekten i Sandnes er høy, men ikke like høy som i Sola og Stavanger. Gjennomsnittsinntekten steg hurtig i starten av dette tiåret, både i Rogaland og resten av landet. Etter oljeprisfallet har inntektsveksten avtatt mer i Sandnes og nabokommunene enn i Norge som helhet. Det skjer som følge av regionens tilknytning til petroleumsindustrien. Når etterspørsel etter arbeidskraft faller i petroleumssektoren vil dette bidra til å dempe lønnspresset. Bedrifter trenger ikke øke lønningene for å tiltrekke seg arbeidskraft. Mange høyt lønnede arbeidsplasser har trolig forsvunnet helt. Det vil igjen dempe etterspørselen etter konsum av varer og tjenester – som i sin tur demper etterspørselen etter arbeidskraft og lønnspresset i næringer som leverer varer og tjenester.

Figur 5-4 Inntekt gjennomsnitt, utvalgte kommuner og landet, 2008-2015. Prisjustert (2015 kroner)



Kilde SSB/Vista Analyse

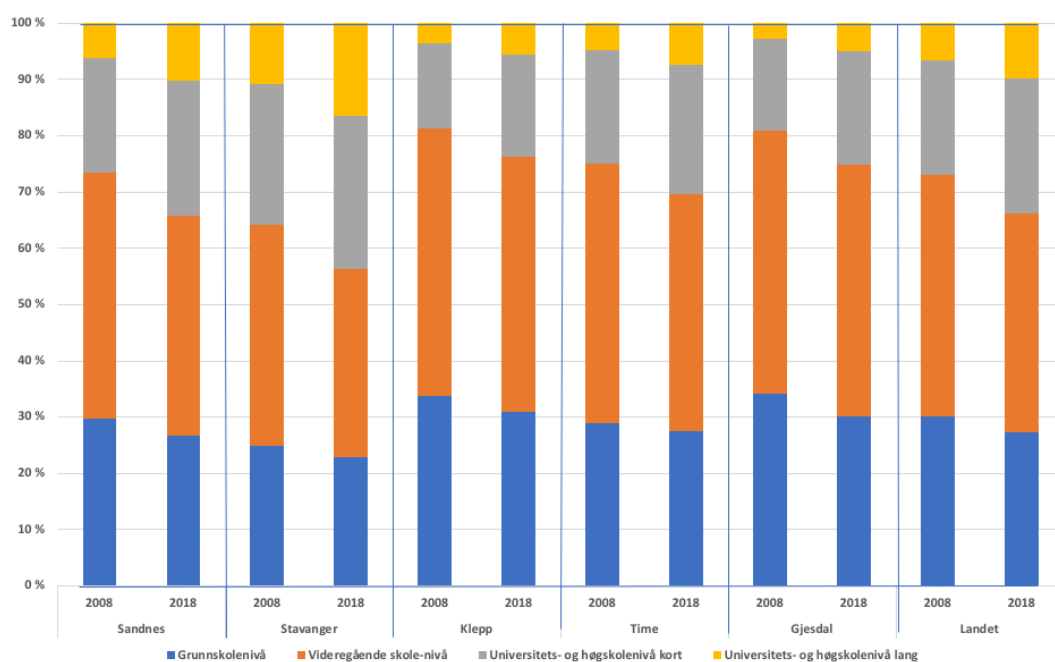
Planmessige utfordringer: Lavere forbruk i form av kjøp av varer er en tendens over hele landet, mens etterspørselen etter tjenester øker. Når inntektsnivået reduseres, må det vurderes nøye om det er tilbud av varer (handel) det skal legges spesielt til rette for, eller om det skal rettes mer oppmerksomhet mot kulturtilbud, helse- og velværetilbud osv. En annen mulighet som kan dempe en mulig nedgang i etterspørsel etter varer og tjenester er samlokalisering og fortetting i urbane miljøer.

5.3 Utdanningsnivå som snitt for landet

Utdanningsnivået i Sandnes er på nivå med snittet for landet. Det er en god del lavere enn i Stavanger, men høyere enn i de mindre kommunene på Jæren. Utdanningsnivået i befolkningen har økt det siste tiåret, men forskjellene mellom kommunene har forblitt det samme. Et generelt trekk på landsbasis er økt kompetansenivå og spesielt økt kompetansenivå i byene ettersom det er her kompetansen bor og arbeider. Utviklingen mot økt kompetanse gjelder også for Sandnes.

Vi ser i figuren under at Sandnes har en relativt høy inntekt i forhold til snittet for landet, mens utdanningsnivået ligger på landssnittet.

Figur 5-5 Andel av personer 16 år og eldre, Utdanningsnivå, utvalgte kommuner og landet, 2008 og 2016



Kilde SSB/Vista Analyse

5.4 Høy bostedsattraktivitet og med gode fritidstilbud

Bostedsattraktiviteten er høy i hele Stavangerregionen og Sandnes har god tilgang både til turområder og til kystområder. Hommersåk har eksempelvis både fritidsboliger og bolighus. Sandnes skiller seg fra flere av Jærkommunene ved tilgang til friområder nær boligfeltene. Generelt for Jæren er at landbruksarealene danner barrierer rundt byene.

I tillegg til friluftsområder i egen kommune er det også kort avstand til kystkommuner med attraktive rekreasjonsområder i sommerhalvåret og til hei- og fjellområder hele året.

Sandnes er den største hyttekommunen i Rogaland med 2 390 fritidsboliger. De fleste ligger i Bersagel, Vier og Høle. Tallet har ikke økt det siste tiåret, og det har vært et mål å ha en «kontrollert og håndterbar vekst». I det man tilrettelegger for handel og annen aktivitet i hytteområder, bør man planlegge spesifikt for å ivareta en potensiell import av kjøpekraft.

5.5 Service- senterstruktur

Senterstrukturen er tydelig med Stavanger sentrum som regionsenter og Sandnes sentrum som byen og kommunesenteret og med syv bydelssentre (Lura, Hana/Vatnekrossen, Ganddal, Figgjo, Hommersåk, Sviland og Høle), som er mer eller mindre utviklet og utformet som tettsteder. Felles for alle bydelssentrene er at de har en svært begrenset sentrumsstruktur og det er dette denne analysen skal vurdere.

I praksis vil også nabokommunenes sentre utgjøre en del av den opplevde senterstrukturen, der både Bryne sentrum og Ålgård sentrum ligger på samme geografiske nivå som Sandnes sentrum.

I tillegg til den formelle strukturen, ligger det en uformell senterstruktur i og med handelsmagneten Kvadrat og handelsområdene på Forus.

6 Senterstruktur – tilstand og utvikling

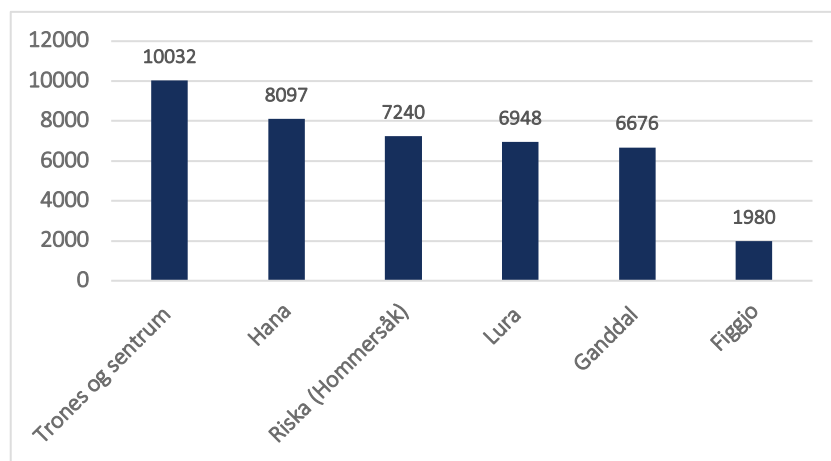
I dette kapitlet ser vi mer i detalj på situasjonen i kommunedelene relatert til situasjonen i Sandnes og landet. Det er begrenset med data på kommunedelsnivå i Sandnes. Befolkningen er relativt stor i kommunedelene, men en særlig utfordring er om det er nok folk til å utvikle et attraktivt handels- og tjenestetilbud. Datagrunnlaget for bydelene er gjort tilgjengelig av Sandnes kommune.

6.1 Bydelene

En av de planmessige utfordringene ved utvikling i bydelssentrene er hvorvidt det er tilstrekkelig antall innbyggere til at det kan utvikles et attraktivt handels- og servicetilbud. All erfaring tilsier at dersom kundegrunnlaget er for lite blir tilbudet dårlig. Et kundegrunnlag på mindre enn 10 000 innbyggere er et relativt begrenset markedsvolum, særlig tatt i betraktning det store tilbudet i sentrum og Forus/Kvadrat. Situasjonen er annerledes for dagligvarer der Norge er et av de landene som tradisjonelt har hatt flest dagligvareforretninger per innbygger. Vi handler gjerne mat der vi bor.

Bydel Hana har flest innbyggere, men dette er også en bydel som ligger tett opp til sentrum. (Sandnes kommune, 2017B). Ganddal og Hommersåk er de bydelene som har den tydeligste senterstrukturen. Figgjo har færrest innbyggere og en begrenset senterstruktur, men har en kort avstand til Ålgård sentrum i Gjesdal kommune. Ålgård har et bredt tilbud av varer gjennom to større kjøpesentre. Lura ligger i kort avstand fra Forus med Kvadrat kjøpesenter.

Figur 6-1 Befolkning 2015 - utvalgte bydeler i Sandnes

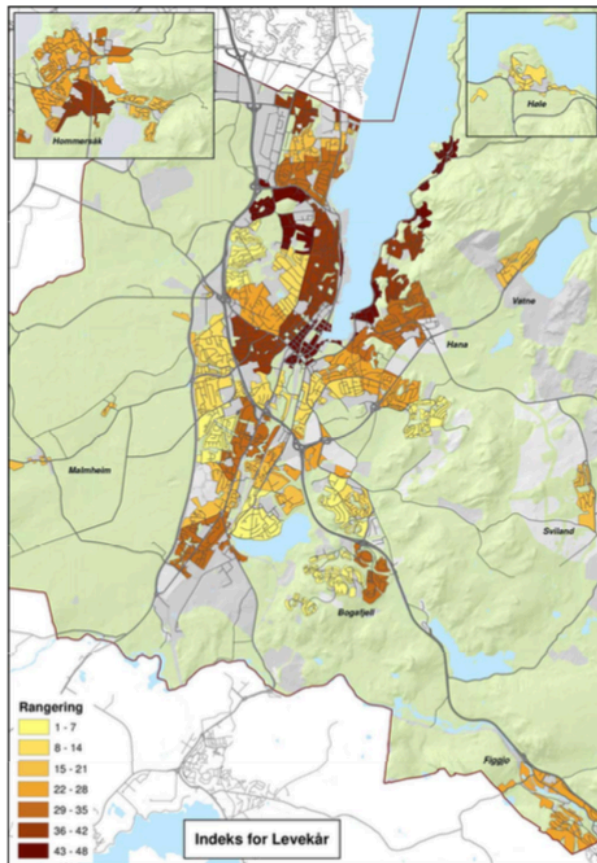


Kilde: Sandnes kommune, 2015

Vi har benyttet resultater fra levekårsundersøkelsen til Sandnes kommune i analysen. (Sandnes kommune, 2015). Levekårsindeksen er laget på bakgrunn av et indikatorsett bestående av registerdata aggregert til sonenivå. Data for de fleste indikatorene er levert av SSB. Det dreier seg om indikatorer for: (1) befolkning; (2) bolig og flytting; (3) utdanning; (4) inntekt og gjeld; (5) helse og sosiale forhold. (Se Vedlegg B for flere detaljer om grunnlaget for undersøkelsen). Score 1 er beste score, men for å oppnå 1 må sonen ha score 1 for alle 21 indikatorene. I praksis får derfor sonene en rangering mellom

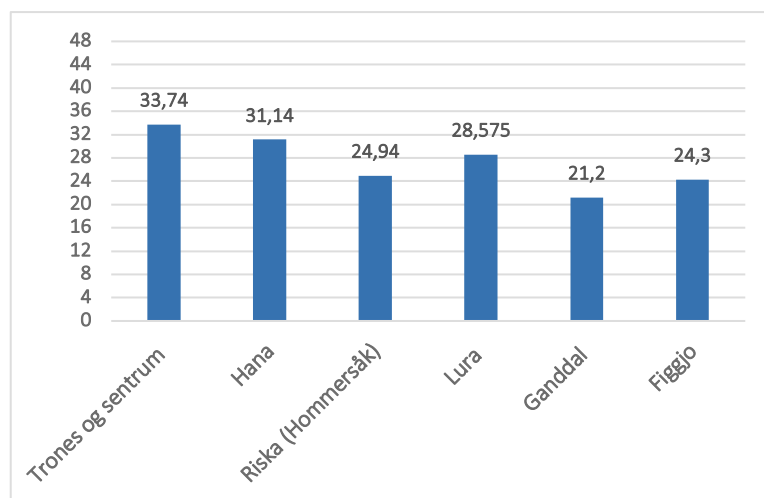
9 som beste rangering og 45 som dårligste. De laveste resultatene finner vi langs Vågen, mens de bydelene med best levekår ligger på høydedragene sør for sentrum. Levekår gir implikasjoner for varehandel. Men det er også viktig å være klar over at handelssentre kan bli møteplasser for unge og uføre/ledige i en hverdag som ut fra et helsemessig perspektiv skulle hatt andre tilbud. Handelssentre kan ikke erstatte aktivitetstilbud og opplevelser.

Figur 6-2 Kart over levekår status Sandnes kommune. Etter soner.



Kilde Sandnes kommune

Figur 6-3 Levekårsindeks – bydeler Sandnes – Indeks 1-48

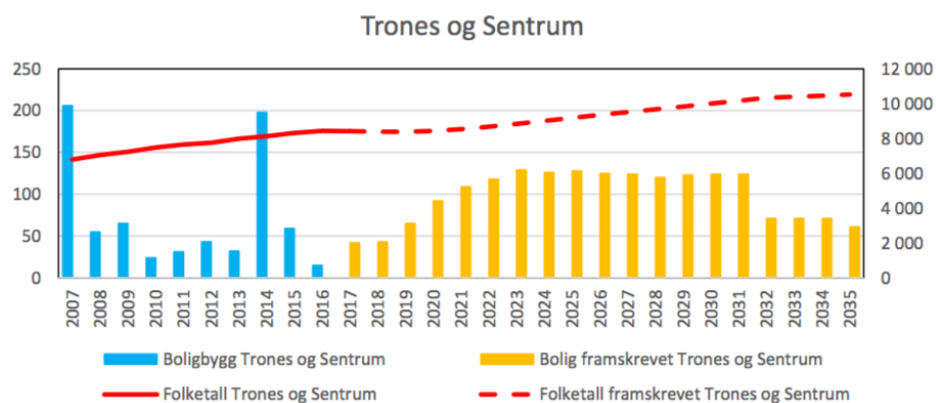


Kilde: Sandnes kommune, 2015

Sentrum

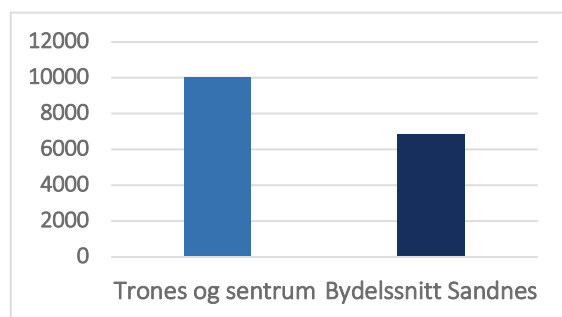
Sentrum har et høyt innbyggertall men lav score på levekårsindeksen. Trones og sentrum er den mest befolkningsrike bydelen i vårt utvalg med 10 032 innbyggere. Det forventes en betydelig økning i boliger i sentrum i årene fram mot 2035 (se figur under). Normalt er det aldersgruppen 60+ som kjøper bolig i sentrum. Det kan forventes en endring på levekårsindeksen når sentrum fylles med flere beboere.

Figur 6-4 Framskriving av befolkningsvekst og boligbygging i Hana bydel 2007 til 2035



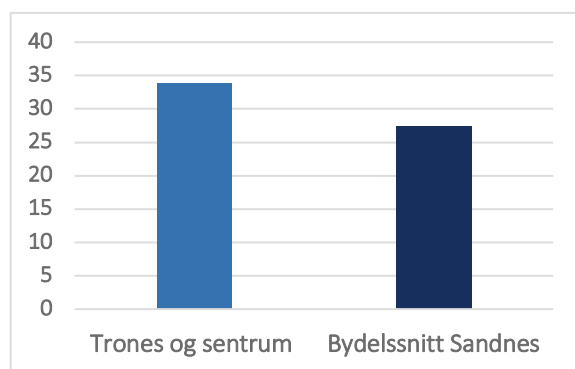
Kilde Sandnes sentrum

Figur 6-5 Folketall Sentrum



Kilde Sandnes kommune

Figur 6-6 Levekårsindeks Sentrum



Kilde Sandnes kommune

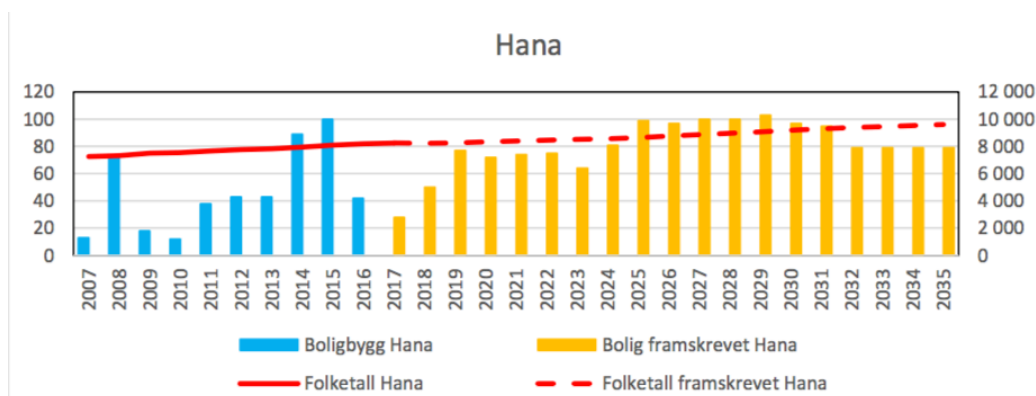
Hana/Vatnekrossen

Hana/Vatnekrossen har over 8 000 innbyggere og scorer noe dårligere enn snittet på leverkårsindeksen. Bydelsområdet ligger tett på sentrum, eksponert mot vest med kveldsol og kort avstand til friluftsområder. Det representerer gode boligvilkår, men bydelsområdet har en høy andel innbyggere med innvandrerbakgrunn. Det er tre forhold det er viktig å være oppmerksom på i planlegging av handelstilbud i slike områder. Disse er:

- Tilrettelegging for tilbud målrettet mot innbyggernes etniske kultur – herunder grønnsaker og interiør
- Tilrettelegging av tilbud som bidrar til fysisk aktivitet på bane, parker og i hall.
- Tilrettelegging for utendørs områder med muligheter for matlaging og opphold.

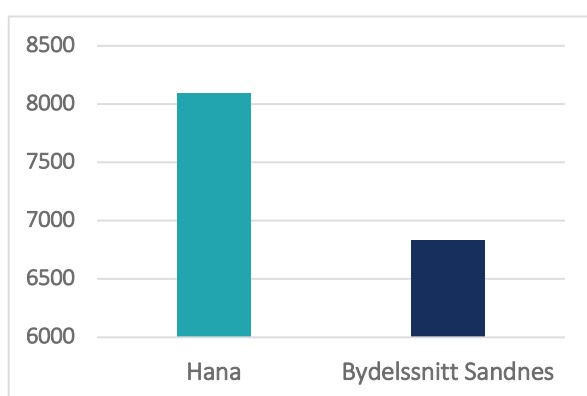
En utfordring med etablering av kjøpesentre i slike områder, har vært at det bidrar til at ungdommen henger på senteret i stedet for å drive fysisk aktivitet i nærmiljøet eller delta i aktiviteter som stimulerer og utvikler.

Figur 6-7 Framskriving av befolkningsvekst og boligbygging i Hana bydel 2007 til 2035



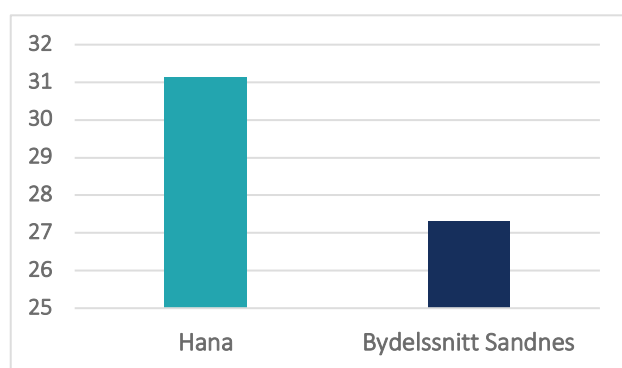
Kilde Sandnes kommune

Figur 6-8 Folketall Hana/Vatnekrossen



Kilde Sandnes kommune

Figur 6-9 Levekårsindeks Hana

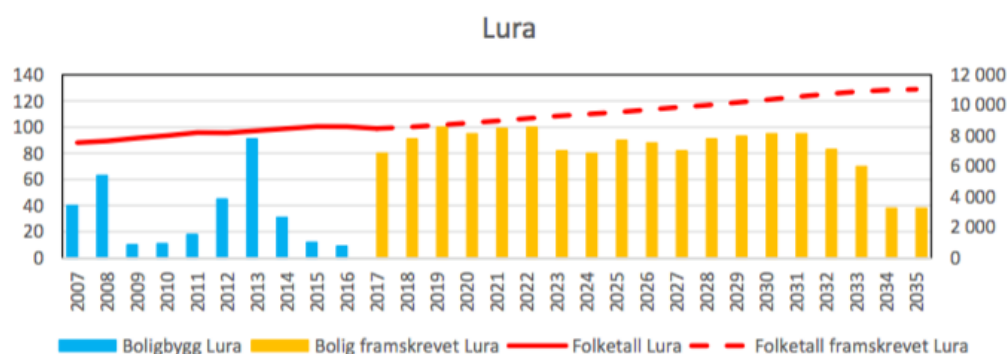


Kilde Sandnes kommune

Lura

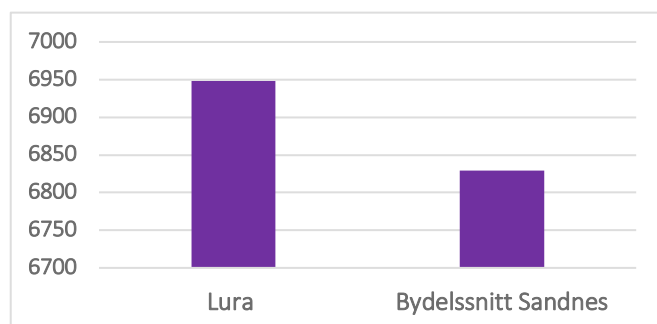
Lura ligger nord for sentrum og grenser opp mot Forus med et stort tilbud innen både arealkrevende varer og Kvadrat kjøpesenter som er et av landets største kjøpesentre. Bydelen har lav score på levekårsundersøkelsen, men det forventes økt tilflytting og befolkningsvekst i årene som kommer. Med et godt handelstilbud i nærheten og utfordringer med hensyn til levekår, er det viktig å tilrettelegge for aktiviteter og oppholdsrom med gode møteplasser og i mindre grad tilrettelegge for handel utover tilbud folk trenger i hverdagen.

Figur 6-10 Framskriving av befolkningsvekst og boligbygging i Lura bydel 2007 til 2035



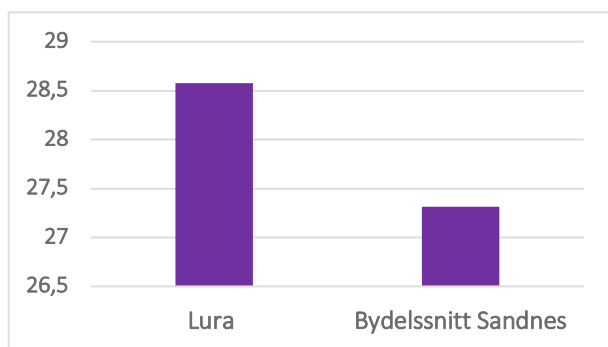
Kilde Sandnes kommune

Figur 6-11 Folketall Lura



Kilde Sandnes kommune

Figur 6-12 Levekårsindeks Lura

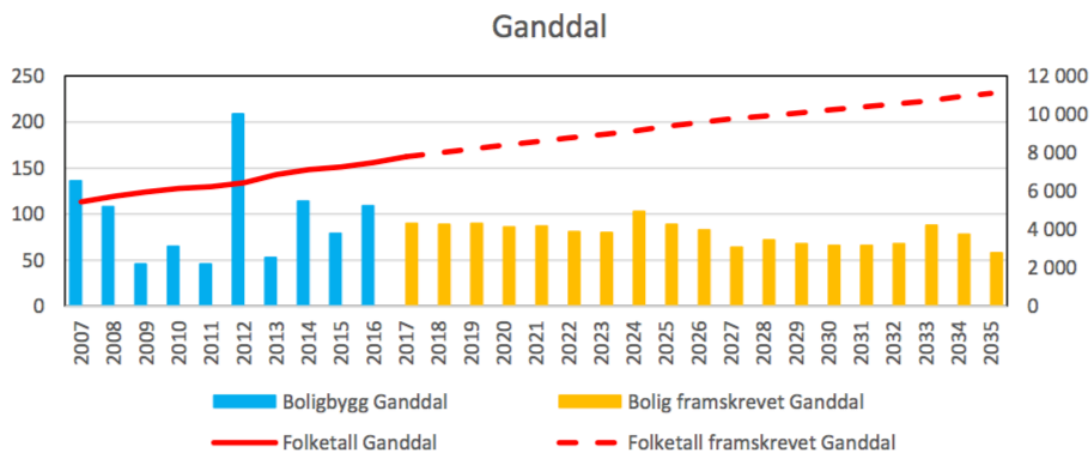


Kilde Sandnes kommune

Ganddal

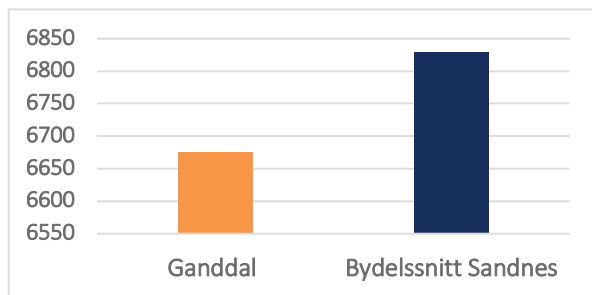
Ganddal er et av de viktigste kommunedelssentrene i kommunen. Det forventes en betydelig befolkningsvekst og området scorer også bra på levekårsindeksen. Med den veksten som forventes er det grunnlag for å tilrettelegge for økt handelsvolum. Det er viktig å planlegge for handelstilbud i nær tilknytning til togstasjon, men det er også aktuelt å vurdere behovet for lokalisering av mer plasskrevende tilbud i sentrums randsone. Disse bør i så fall samlokaliseres og organiseres med felles inngang, felles parkeringsplass og en arkitektur med kvalitet.

Figur 6-13 Framskriving av befolkningsvekst og boligbygging i Ganddal bydel 2007 til 2035



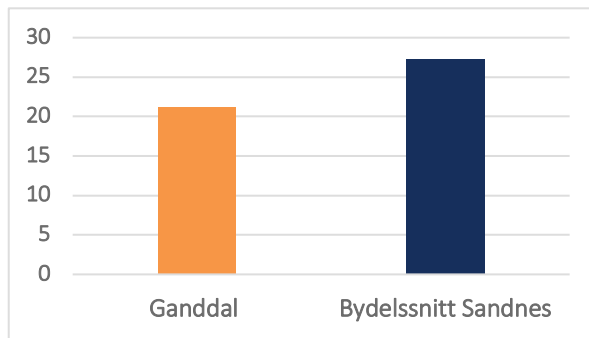
Kilde Sandnes kommune

Figur 6-14 Folketall Ganddal



Kilde Sandnes kommune

Figur 6-15 Levekårsindeks Ganddal

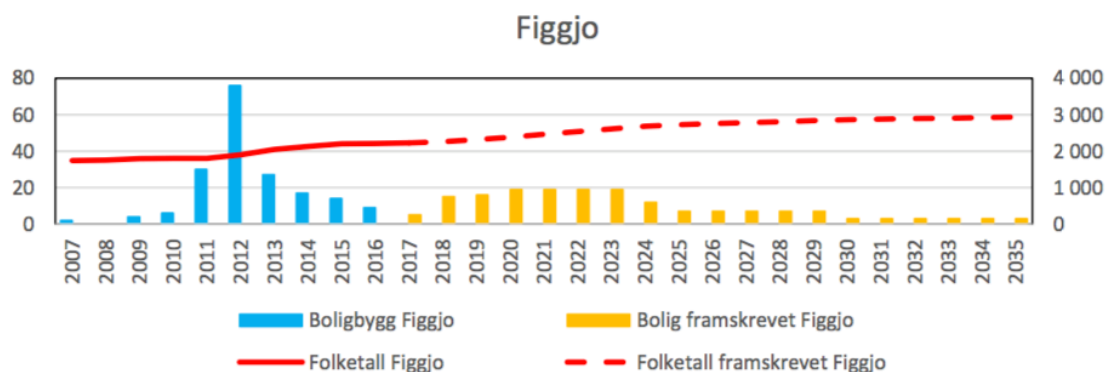


Kilde Sandnes kommune

Figgjo

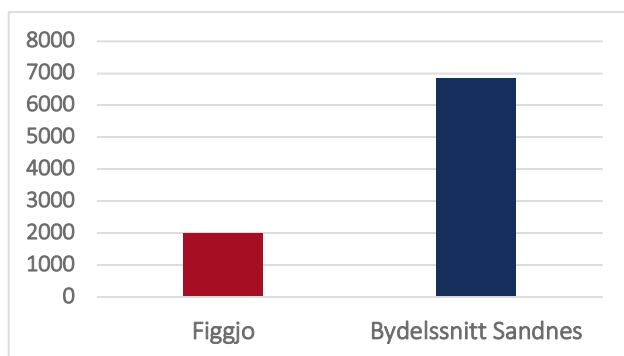
Figgjo er et mindre kommunedelsområde lokalisert i relativt liten avstand fra nabokommunens kommunesenter. Denne nærheten til det relativt brede tilbudet i Ålgård reduserer potensialet for et større handelstilbud i Figgjo. I tillegg er en begrenset folkemengde også et dårlig utgangspunkt for handelstilbud utover dagligvareforretninger. Men attraktive møteplasser er likevel viktig og der det ikke er grunnlag for handel bør slike møteplasser samlokaliseres sammen med idrett, kultur eller annen aktivitet. Figgjo scorer bra på levekårsundersøkelsen og tilretteleggingen bør ta hensyn til de innspill som kommer gjennom nettundersøkelsen. Denne er ikke ferdig for Figgjo.

Figur 6-16 Framskriving av befolkningsvekst og boligbygging i Ganddal bydel 2007 til 2035



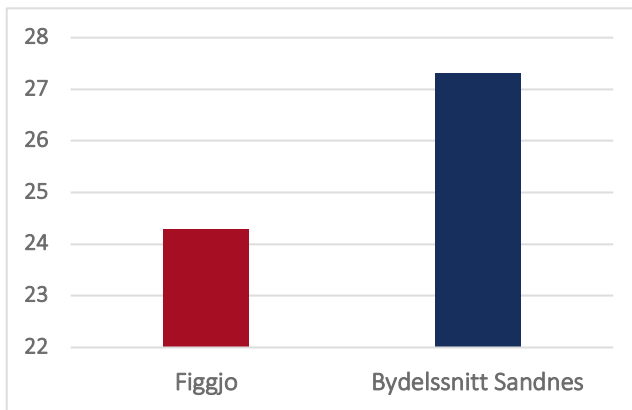
Kilde Sandnes kommune

Figur 6-17 Folketall Figgjo



Kilde Sandnes kommune

Figur 6-18 Levekårsindeks Figgjo



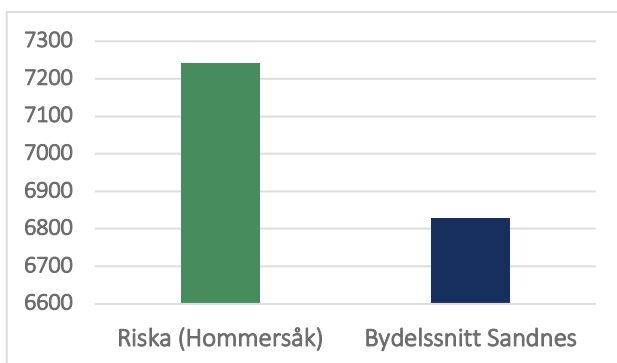
Kilde Sandnes kommune

Hommersåk

Det bor over 7 000 innbyggere i Hommersåk som dermed er en av de største kommunedeler i kommunen. Området scorer høyt på levekårsindeksen og ut fra nettundersøkelsen i lokalsentrene leser vi at venner og kjente møtes utendørs i turområdene og på idrettsplassen. (Sandnes kommune, 2017C). Gode levekår og god tilgang til friluftsområder kjennetegner dette boligområdet. Kommunens innbyggere har en klar formening om at kommunedelssenteret ligger i Vågen og det tettbygde strøket innerst i Vågen. Undersøkelsen viser at folk i Hommersåk ønsker seg flere butikker og et koselig miljø i tillegg til turløyper og gjestehavn.

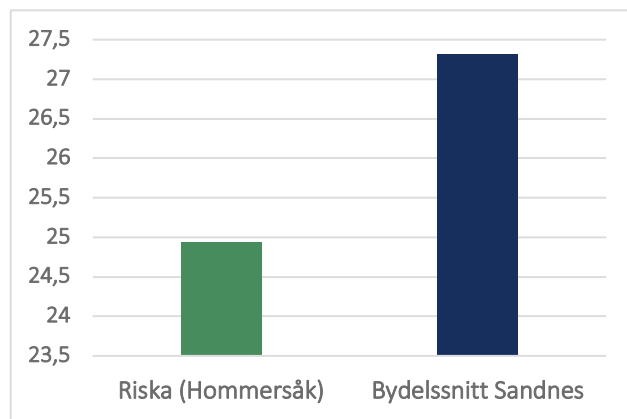
Det er naturlig at når det bor over 7 000 mennesker i så lang avstand fra kommunesentret, så ønsker de seg flere butikker. Men erfaringen fra andre områder viser at det kommersielt er vanskelig å opprettholde forretninger med et bredt vareutvalg når det er færre enn 10 000 innbyggere. Utfordringen er å tilrettelegge for tilbud som kan trekke kunder (og omsetning) gjennom sommerhalvåret. Gode turistdestinasjoner har ofte et handelstilbud som er større enn det kundegrunnlaget skulle tilsa. Det kan bety at det viktigste plangrepet for å få flere butikker er å tilrettelegge for økt sommertrafikk gjennom gjestehavn, attraktive møteplasser, overnattingsbedrifter og en havn med et attraktivt miljø.

Figur 6-19 Folketall Riska (Hommersåk)



Kilde Sandnes kommune

Figur 6-20 Levekårsindeks Riska (Hommersåk)



Kilde Sandnes kommune

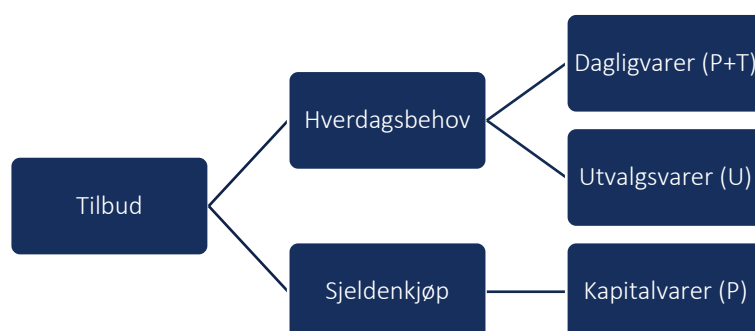
7 Trender og utviklingstrekk i varehandel og forbruk

7.1 Hva påvirker handelstilbudet og kundedferden?

Strukturen i varehandelen er vesentlig endret i løpet av det siste tiåret. Håndverksbedrifter, varehandel, småindustri, storindustri, skoler, administrasjon og boliger er trukket ut av sentrum. På 1990-tallet forsvant handelen ut av byen omtrent på samme tid som forbruket av varer økte betraktelig. Senere har økningen i prisgunstige alternativer trukket enda mer handel ut av sentrum. De første store kjøpesentrene ble opprinnelig etablert i sentrale veikryss med kort avstand til store befolkningsomland; gjerne med en rekkevidde til flere byer og tettsteder. Hensikten var å rekke over store kundeomland, slik at omsetningen kunne maksimeres og dermed prisene minimeres. Utvikling av boligområder i randsonen til byer og tettsteder trakk også handelstilbudet ut av sentrum og tettere på boligområdene. Som følge av denne utviklingen kom kjøpesenterstoppen (rikspolitisk bestemmelse for etablering av kjøpesentre) som en viktig rammebetingelse i arealplanleggingen.

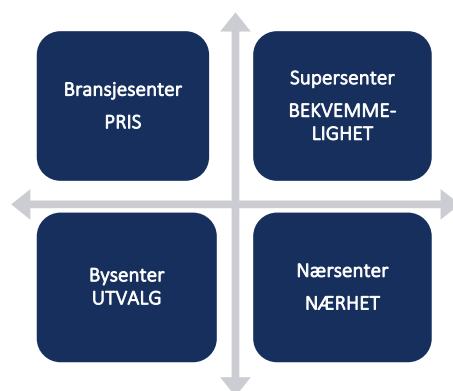
Tid/avstand, utvalg og pris er sentrale kriterier for valg av handelssted. Disse påvirkes av flere faktorer som kan variere mellom hver handletur. Disse kan være attraktivitet, kultur, arrangement osv. Ulike vareslag dekker ulike behov enten det er hverdagsbehov og sjeldenkjøpsvarer som vi har vist i figuren under. Disse påvirkes ulikt av tid/avstand, utvalg og pris. For sjeldenkjøpsvarer (kapitalvarer) vil pris være viktig faktor, mens for hverdagsbehov vil utvalg være en viktig faktor. For dagligvarer vil tid og pris avgjøre valg av handelssted. Men dette er ikke statiske faktorer. I en drøfting av handel bør vektingen av de ulike påvirkningsfaktorene koples opp mot andre av familiens praktiske gjøremål, spesielle tilbud, sosiale faktorer og ulike handlebehov og handlehierarki.

Figur 7-1 Ulike kategorier handelstilbud



Kilde Vista Analyse

Figur 7-2 Ulike handelskategorier.



Kilde Vista Analyse

De planmessige utfordringene ligger i å tilpasse arealplanleggingen slik at de ulike tilbudskategoriene blir optimalt lokalisert og samtidig slik at kundens adferd kan styres i riktig retning.

- Sandnes sentrum har først og fremst utvalgsvarer i bysentrum i Langgata. Nærsentrene ligger i boligområdene.
- Bransjesentre og supersentre med kapitalvarer og sjeldenkjøpsvarer er lokalisert på Forus.

7.2 Bransjeendringer og forbruksendringer

Det pågår store bransjeendringer og forbruksendringer i dag. Økt netthandel og stadig flere vareslag i store nye konsepter som etableres i billige bygg, er de største utfordringene sammen med lokalisering av boliger og arbeidsplasser rundt byer og tettsteder. I dette avsnittet oppsummerer vi de nye utviklingstrendene som gir planfaglige utfordringer.

Endring i vareslag hos de store reduserer omsetning for de små

Små endringer innen konseptet plasskrevende varer kan gi store utslag på sentrumshandel. For eksempel tilbyr trelasthandlere tekstil- og interiørvarer, og plantesentre tilbyr dyrefôr. Ettersom trelasthandlere og plantesentre kan etableres på billige tomter i billige bygg, vil de få et konkurransefortrinn fremfor tekstilforretninger og dyrebutikker som er lokalisert i dyre lokaler i sentrum. Sistnevnte vil derfor møte økende konkurranse når den plasskrevende virksomheten justerer kurs og tilbyr deres varer.

- Utviklingen der forretninger med areal- og plasskrevende varer i ulik grad trekker inn småvarer, har gått fort og det er vanskelig for planmyndighetene å følge opp disse utfordringene.

Økt netthandel gir økt prispress

Netthandel bidrar til en stadig sterkere konkurranse på pris. Netthandel øker prispresset fordi kunden enkelt søker den tilbyderen som har lavest pris. De forretningene som kan lokaliseres i et lager på en billig tomt utenfor sentrale strøk, får et økonomisk fortrinn. Økt prispress gjør det enda vanskeligere å operere med tilbud i dyre lokaler. Det bidrar også til økt press på sentrumshandel der arealprisene er høye.

Forbruksendringer fra varer mot tjenester

Vi ser endringer i forbruket mot kjøp av tjenester på bekostning av varekjøp. Mange kjøpesenteraktører er allerede i gang med å justere innholdet fra varer til tjenester. Dette øker potensialet for et tilbud i

sentrum, ikke for varer men for tjenester. Mens planbestemmelsene omhandler handel av varer og ikke handel av tjenester, er det en uoverensstemmelse mellom planbestemmelser og markedet.

- Kjøpesentrene har i liten grad trukket mer tjenester inn i de enkelte forretningene. Men de har en økende andel tilbud innen service og tjenesteyting, herunder servering.

Økt differensiering innen enkelte bransjer

Det skjer endringer internt innen ulike bransjer. Under har vi eksemplifisert noen bransjer som er i sterk endring.

Innen møbelvarehus-kjeder skjer det endringer. Tre hovedtrekk skiller seg ut:

- Noen har show-rooms i sentrum med varehenting på byeksterne lager
- Noen har rene møbelkonsepter uten småvarer
- Noe utvikler seg i retning av bredt vareutvalg (småvarer, jernvarer mv)

Innen sportsbransjen skjer det også endringer:

- Noen konsepter omfatter mega-stores med prisgunstige varer og stort utvalg som presser prisene ned blant annet på grunn av store innkjøp utenfor landets grenser (altså utenom importører).
- Økende antall nettleverandører – innenlands og utenlands.
- De tradisjonelle sportsforretningene som har ligget i sentrum og i kjøpesentre merker økt press på pris og stadig flere av disse legges ned.
- Noen konsepter ser ut til å spesialisere seg og tilbyr en blanding av spesialvarer og tjenester. Eksempler: Jakt; spesialforretning innen våpen, ammunisjon, herunder skytekurs og trening mv. Ski; personlig oppmålt utstyr, teknikk-kurs, treningskvelder og arrangement – for eksempel felles reise og service til turrenn. Padling; uttesting og tilpasning av utstyr, teknikk-kurs og felles turer. Fiske; spesialutstyr flue/agn osv, utleie, kurs og tilrettelegging for fisketurer. Sykkel; testing av utstyr, veiledning og tilpasning av utstyr, felles reise og service til sykkelritt, treningskvelder mv.
- De store aktørene tar store markedsandeler og de tar samtidig også nisjevarer fra annen faghandel. Salg av fôr tas i dag også inn i sportsbutikker av typen megastores.

Innen trelasthandelen skjer det økt differensiering

- Med et bredere tilbud innen interiør og utstyr, kan trelastbutikkene tilby et større utvalg innen hus og hjem med trelast, fargehandel, interiør, båtutstyr osv.
- Vi ser eksempler på trelastleverandører som leverer prisgunstige alternativer ved å øke sine tilbud innen sektorene VVS, motordrevet hageredskap og landbruk.
- Noen konsepter har også utviklet store distribusjonssystemer som gjør at de leverer varer over store geografiske områder og som netthandel.

De virkemidlene (areal)planleggere har til rådighet fanger ikke opp alle markedsstyrte trender og utviklingsmønstre, og virkemidlene er derfor ikke alltid tilstrekkelig til å styre utviklingen. Det gjør planarbeidet utfordrende. Denne økende differensieringen er vanskelig å fange opp med planmessige bestemmelser.

7.3 Handel, handleadferd og byutvikling

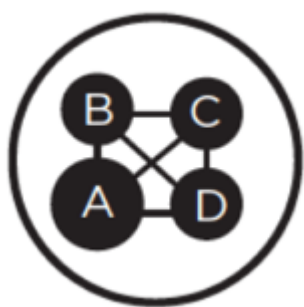
Utvikling av handel berører en rekke samfunnsmål og sektorinteresser.

Handel har lenge vært gjenstand for spesifikke strategiske arealplanmål, og dette har vært nedfelt i nasjonale planbestemmelser siden 1999. Bakgrunnen for den rikspolitiske bestemmelsen om kjøpesenter (den såkalte kjøpesenterstoppen) var at handel skulle være et virkemiddel for å oppnå økt vitalitet i by- og tettstedssentra. Bestemmelsene har blitt evaluert uten at det har vært helt entydige konklusjoner med hensyn til hva som har påvirket hva. Det er en generell analyseutfordring ettersom det er vanskelig å skille ulike effekter fra hverandre. Er det de arealmessige rammebetingelser, jakten på kunder, strukturendringer i varehandelen eller markedsmessige årsaker som gjør at handelsnæringen utvikler seg som den gjør? Og hvordan påvirkes varehandelens lokalisering av lokalisering av boliger og arbeidsplasser? Å isolere ett enkelt plantema uten å se det i en helhetlig sammenheng, kan bidra til at man ikke oppnår de målene for samfunns- og arealutviklingen man har satt seg.

Varehandelen har endret seg mye over tid. Dels har det vært en voldsom volumvekst, særlig i perioden 2002 til 2008/2012, videre har det vært betydelige bransjeendringer, en økende konkurranse på pris og en utvikling der varehandel kombineres med opplevelser, aktiviteter, tjenester og service.

I drøftingen av denne situasjonen er det viktig å relatere analysen til målet. Slik det er nedfelt i statlige, regionale og kommunale føringer er økt sentrumsvitalitet og attraktive tettsteder sentralt mål. I tillegg gjelder mål om å redusere klimagassutslipp, redusere personbiltrafikk, effektivisere arealbruk og jordvern, styrke by og tettsteder sammen med flere andre mål for samfunnsutviklingen. Disse målene påvirker hvordan handelen bør lokaliseres. Utfordringen er når disse samfunnsmålene møter markedsmessige forhold og ikke minst næringens strukturendringer og markedstilpasning. Det er i dette skjæringspunktet vi møter utfordringer med lokalisering av varehandelen. Det gjelder også for Sandnes som både har en strøgsgate med lange tradisjoner og et transformert sentrum ved havna. Vi får en situasjon der det skal skje et samspill mellom ulike delområder i sentrum der de ulike delers komparative fortrinn skal bidra til gode synergier.

Figur 7-3 Samspill mellom ulike delområder i sentrum



Kilde Vista Analyse

Varehandelens egenart og folks handlemønster har endret seg mye de siste tiårene. Lokalisering av boliger og arbeidsplasser utenfor sentrum har bidratt til et stadig økende handelstilbud der folk bor. Tilbudet av varer har økt mye siden tusenårsskiftet, mens vi nå ser en endring der forbruket dreier mot mer kjøp av tjenester (servering, reiser, trening/helse og kultur). Dette er en mulighet for sentrum fordi tilbud av varer og tjenester er særlig godt egnet for sentrumslokalisering. I figuren under har vi skissert elementer som påvirker bysentrum.

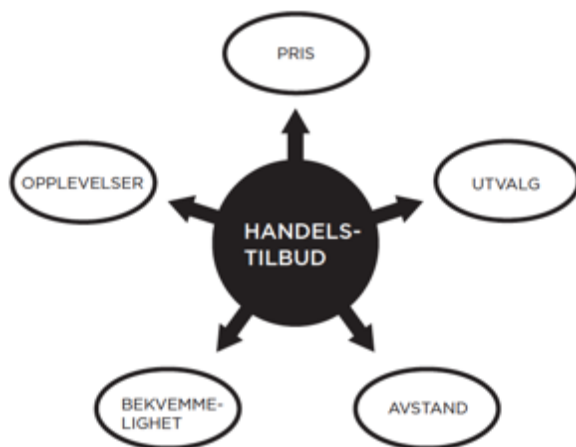
Figur 7-4 Faktorer som påvirker folks bruk av by- og tettstedssentrum.



Kilde Vista Analyse

Kundene er kravstore og mange faktorer påvirker handleatferden. Se figur under.

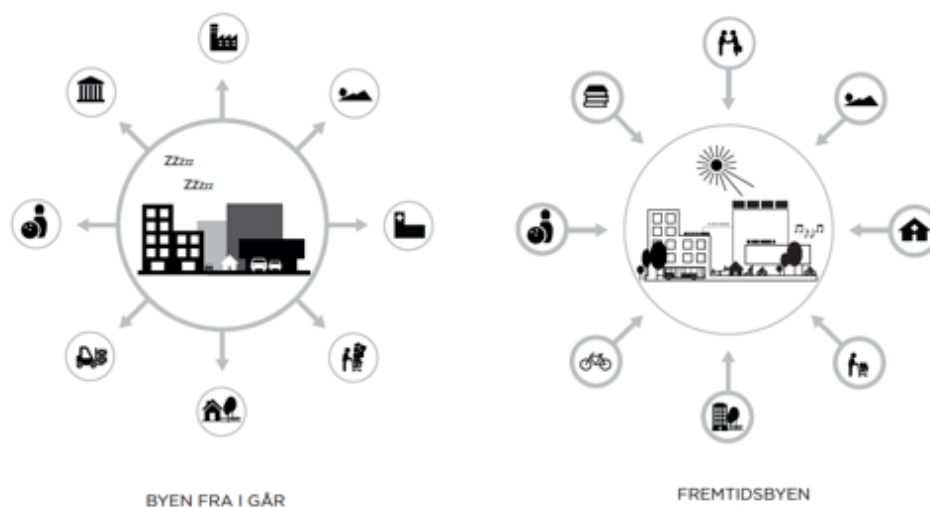
Figur 7-5 Faktorer som påvirker handleatferd og etterspørsel



Kilde Vista Analyse

De planmessige utfordringene blir å tilpasse kommuneplanen slik at de ulike tilbudskategoriene blir optimalt lokalisert og samtidig slik at kundens adferd kan styres i riktig retning. En overordnet skissemessig framstilling er illustrert i figuren under. Desto flere aktiviteter vi får tilbake til sentrum, desto større synergier får man for bruk av sentrum og tilbudene der.

Figur 7-6 By- og tettstedsutvikling gjennom de siste tiårene og den moderne fremtidsbyen.



Kilde Vista Analyse/Dyrvik arkitekter

Opplevelser og aktiviteter til sentrum

Det er viktig å iverksette tiltak som stopper det vi omtaler som *urban sprawl*, men i et arbeid med *sprawl repair* skal man ikke åpne for at alt skal tilbake til sentrum. Ikke alt passer i sentrum. (Squires). I skissen over har vi illustrert hvordan en rekke funksjoner er trukket ut av byen og hvordan det i dag arbeides for å tilbakeføre flere funksjoner til sentrum.

Når prisene er lavere utenfor sentrum og tilgjengeligheten er bedre til handelssteder i sentrums randsoner, så må sentrum utvikle sine komparative fortrinn og styrke sine tilbud innen opplevelser og aktiviteter og komplementære tilbud. Desto flere mennesker som bor, jobber og bruker sentrum, desto større interesse vil det være for at handel og service kommer tilbake til sentrum.

Målet er å få folk inn i byen. De kommer for å handle, men de kommer også til byen for andre formål. Dersom vi legger til grunn at omsetningen i sentrum skal opp, så må vi arbeide for å øke attraktiviteten og oppholdstiden i sentrum. Vi legger til grunn at målet er økt omsetning, uavhengig av om det handler om kjøp av varer, service eller tjenesteyting. Økt sirkulasjon gir økt etterspørsel, ikke minst etter servering og tjenesteyting. Et viktig grep i målet om å få folk inn i byen er å gjøre sentrum mer attraktivt. Erfaringene fra de siste tiårene har vist at tilbud av varer (handel) ikke er tilstrekkelig. Da må man finne en annen vei. Det er minst tre strategier for å trekke mennesker inn i sentrum utover handel:

- Flere kontorarbeidsplasser inn i sentrum
- Flere boliger inn i sentrum
- Flere aktivitetstilbud inn i sentrum

Kommersiell virksomhet følger folk

Opphold og friksjon skaper muligheter for omsetning og kommersiell virksomhet. Byens form og funksjon er viktig for omsetning og handel i strøgsgatene. Kjøpesentrene har vist seg å være dyktige i å skape gode møteplasser inne i sentrene og blir ofte vinnere i kampen om kundene.

Det er samspillet mellom de ulike kvalitetene i byrommet som til sammen bidrar til en attraktiv by for de som bor der. Gode bymiljøer særpreges ofte av pulserende liv der handel er en av mange faktorer. Men handel må ikke overdimensjoneres som faktor.

God sirkulasjon av mennesker skaper godt grunnlag for kommersiell virksomhet. Tradisjonelt har handel stått sentralt i bybildet. Men det er ikke handel alene som bidrar til å utvikle bykvalitet. Byers vitalitet er en kombinasjon av kunder/brukere og handel/kultur/tjenesteyting. Kommersiell virksomhet utvikles der det er mennesker (kunder). Desto flere mennesker i sirkulasjon, desto bedre grunnlag skapes for handel, service og ulike tjenester. En kritisk faktor er derfor å stimulere til sirkulasjon av folk og sørge for at folk beveger seg langs samme akser, slik at det skapes friksjon og tetthet. Da kommer kremmerne. Mange byer sprer virksomheten for mye og dermed oppstår tomme rom. Med tomme rom kommer det ofte gråpapir i vinduer der det skulle vært forretninger. Først og fremst handler det om å få folk inn i byen – enten fordi de bor eller jobber der.

Hyggehandel der folk ferdes

Handelen har historisk sett påvirket byen og bystrukturen. Men hvilke rammebetingelser som kan bidra til at handelen på en positiv måte kan stimulere til god byutvikling, er ikke entydig. Hvilke kritiske suksessfaktorer finner vi i andre byer?

De viktigste handelsbyene har bysentrum med levedyktige shoppingmiljøer uten plasskrevende handel i bymiljøet. De store handlegatene i Stockholm har for eksempel god tilgjengelighet til T-banenettet.

Den handelsaktiviteten som skjer i bysentrum (shopping) har spesielle særtrekk. Sentrumshandelen skjer i et attraktivt gatemiljø og i kjøpesentre i sentrum. Eksempler på kjente handlegater i europeiske byer er;

- Via Del Corso i Roma (gågate)
- Drottningegatan i Stockholm (gågate)
- Strøget i København (gågate)
- Bogstadveien (trafikkerte veier) og Markveien (med fotgjengerprioritet) i Oslo
- Storgata i Lillehammer (gågate)
- Laggata i Sandnes (gågate)

Felles for disse pulserende handelsstedene er at de er tette og kompakte, de er hyggelige å gå i og det er rom for opplevelser og opphold. Men det er viktig å kombinere handel med service, tjenesteyting, opplevelser og aktiviteter.

Carmona & Tiesdell (Tiesdell) hevder at de viktigste faktorene i utvikling av byer knytter seg til følgende fire faktorer; *klima, estetikk, funksjon og topografi*.

Det er viktig å skape gode byrom og god sirkulasjon. Da vil folk trives og så vil de kommersielle aktørene følge etter.

Erling Dokk Holm (Holm, 2011) bruker begrepet "friksjon" som mål for å skape aktivitet. Han mener at en viktig faktor for å skape en aktiv og pulserende by er at det er en trang og kompakt bygningsstruktur med høy visuell kvalitet. Riktig skala på arealene er vesentlig. Holm mener også at det må være en tett forbindelse mellom fysisk utforming og sosial funksjon.

8 Fakta om Sandnes

8.1 Utvikling i varehandelen

VistaVare er en database over kommune- og bydelsfordelt omsetningsstatistikk for varehandel. Databasen viser omsetning totalt og per innbygger, handelslekkasje og –import, dekningsgrader og detaljert oversikt ned til enkelte vareslag. Vi har områdeinndelinger for landet, fylker, handelsregioner, kommuner og bydeler for utvalgte byer. Databasen oppdateres årlig og er prisjustert.

Vi har definert egne varehandelskategorier basert på SSBs offisielle 5-sifret nacekodeinndeling. Disse varehandelskategoriene har som formål å vise hvordan varehandelen fordeler seg på ulike typer varehandel som har ulike kvaliteter, blant annet når det kommer til arealbehov. Det er mulig å se hvordan handelen i et område fordeler seg mellom ulike kategorier og områder – og dermed identifisere hvor og hvilken type handel som har en fordel og hvor og hvor og hvilken som er utsatt. SSB oppgir ikke data dersom det er tre eller færre aktører i en nacekode i et område.



Egendefinerte varehandelskategorier:

1. Detaljhandel totalt - minus drivstoff til motorvogn
1. Detaljhandel totalt - minus drivstoff til motorvogn, postordre og netthandel
2. Dagligvarer
3. Jern/bygg og farge
4. Elektrisk husholdning, interiør og innbo
5. Bok, leker, fritid og sport
6. Utvalgsvarer
7. Bredt vareutvalg (minus mat)
8. Blomster/planter m.m.
9. Netthandel
10. Plasskrevende - samlekategori

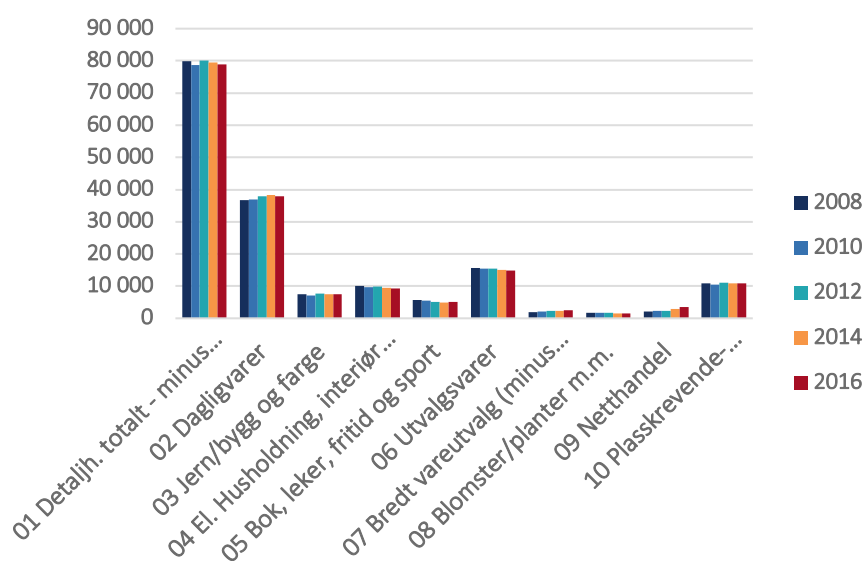
Nedgang i omsetning i varehandel som en trend

Justert for inflasjon har varehandelen stagnert i Norge det siste tiåret. I Rogaland har varehandelen falt de siste par årene. Ser vi nærmere på varegrupper finner vi nedgang i salget av varer innen:

- Husholdnings- og interiør
- Bøker, leker, fritid og sport
- Utvalgsvarer (klær, sko, interiør mv)

Nedgangen innenfor disse varene veies i stor grad opp av en økning i omsetningen av dagligvarer og netthandel. Salget av (1) plasskrevende varer, og (2) jern/bygg- og fargevarer har stagnert i perioden mellom 2008 og 2015.

Figur 8-1 Omsetning per innbygger av ulike varegrupper i Norge. Prisjustert 2016. Utvikling 2008-2016

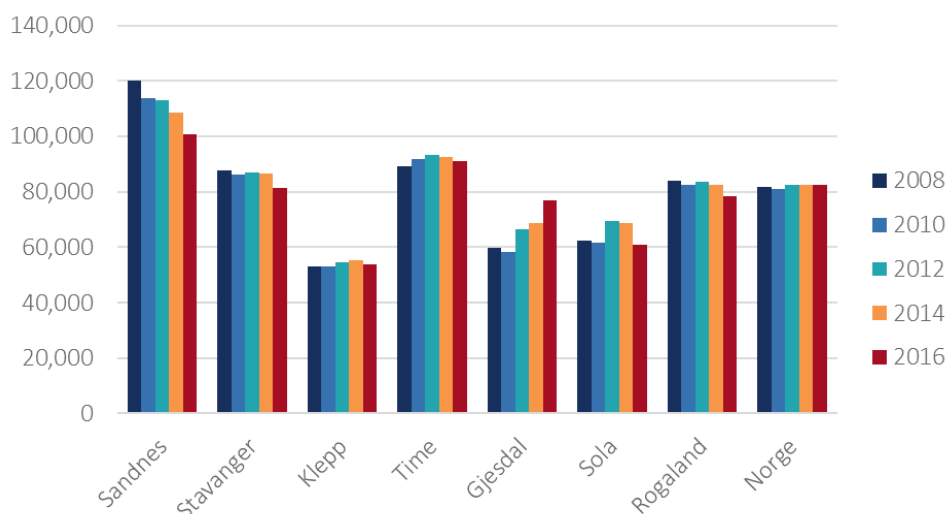


Kilde SSB/Vista Analyse

Nedgang i omsetning i varehandelen i Sandnes

Omsetningen i detaljhandel i reelle termer har holdt seg stabilt i Sandnes siden 2008 (Figur 5-1). Dette er et trekk som skiller seg fra snittet for landet der veksten har ligget på ni prosent (prisjusterte tall). Årsaken til denne utviklingen i Sandnes og Stavanger vil vi komme tilbake til, men vi ser at både Time og Gjesdal har tatt ut vekst i samme periode. En del av forklaringen kan være at omsetningen har vært høy som følge av en høy andel sysselsatte i oljenæringen som kun har hatt midlertidig bosted i regionen (gjestarbeidere). En annen forklaring kan være lavere handelsimport fra nabokommuner etter hvert som de har utviklet et tilstrekkelig attraktivt handelstilbud lokalt. Snittomsetningen per innbygger for landet totalt ligger på NOK 81 000 i 2016, mens den for Sandnes har hatt en nedgang fra NOK 120 000 til NOK 100 000, noe som indikerer en fortsatt betydelig handelsimport.

Figur 8-2 Omsetning per innbygger av «detaljhandel totalt - minus drivstoff til motorvogn». Prisjustert 2016



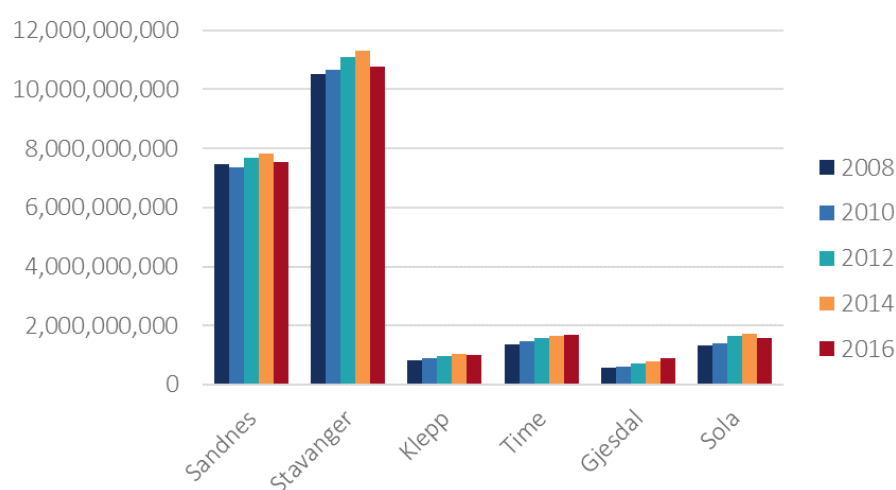
Kilde SSB/Vista Analyse

Omsetningen stagnerer og faller også i kjøpesentrene (Figur 8-4). Det skjer samtidig som Sandnes opplever kraftig befolkningsvekst. I reelle termer har omsetningen på Kvadrat, et av Norges største kjøpesentre, falt med 343 millioner kr i reelle termer fra 2012 til 2017. Det er en nedgang på 14 prosent av omsetningen.

Noe av fallet i detaljomsetningen per innbygger kan skyldes utfordringene i petroleumsbransjen og en rekke permitteringer og oppsigelser. I perioden 2014-2016 forsvant 5 000 arbeidsplasser fra Forus. Talsmannen for Forus-samarbeidet, en organisasjon av eiendomseiere, hevder det i stor grad skyldes arbeidsinnvandrere som har reist tilbake hjemlandet (Rogaland avis, 2017). Arbeidsinnvandrere slår ut i form av høy omsetning per innbygger fordi de ikke er registret som en del av befolkningen. Imidlertid startet nedgangen i omsetningen per innbygger i reelle termer før oljeprisfallet i 2014. Dermed kan ikke oljeprisfallet være den eneste forklaringen på fallet i omsetning pr. innbygger.

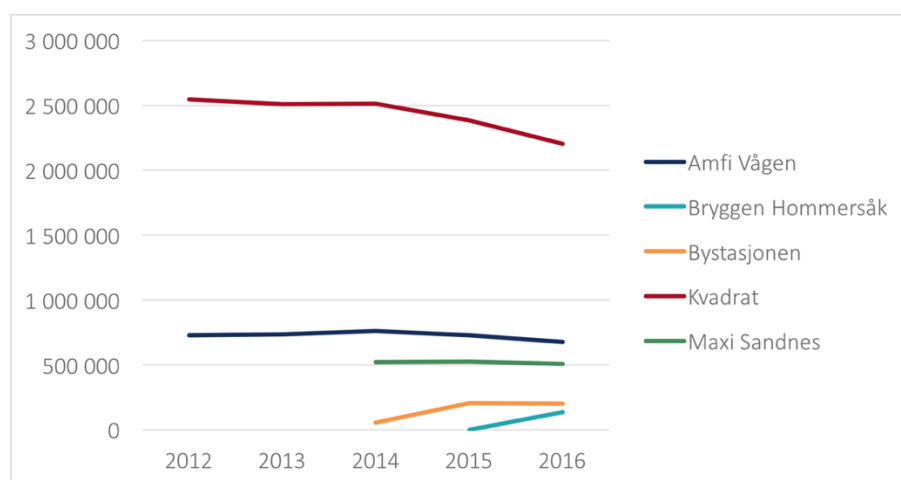
Vi ser av Figur 8-2 at Gjesdal har hatt høy vekst i omsetningen pr. innbygger. Det skyldes trolig åpningen av Amfi Ålgård i 2014, som omsetter for 350-400 mill. kr. Våren 2016 åpnet også Norwegian Outlet like ved Amfi. Ikke overraskende ser det ut til å ha flyttet noe av handelen fra Sandnes til Gjesdal.

Figur 8-3 Omsetning av «detaljhandel totalt - minus drivstoff til motorvogn» for utvalgte kommuner. Prisjustert 2016.



Kilde SSB/Vista Analyse

Figur 8-4 Omsetning kjøpesentre Sandnes. Prisjustert 2016. I mill. kr.

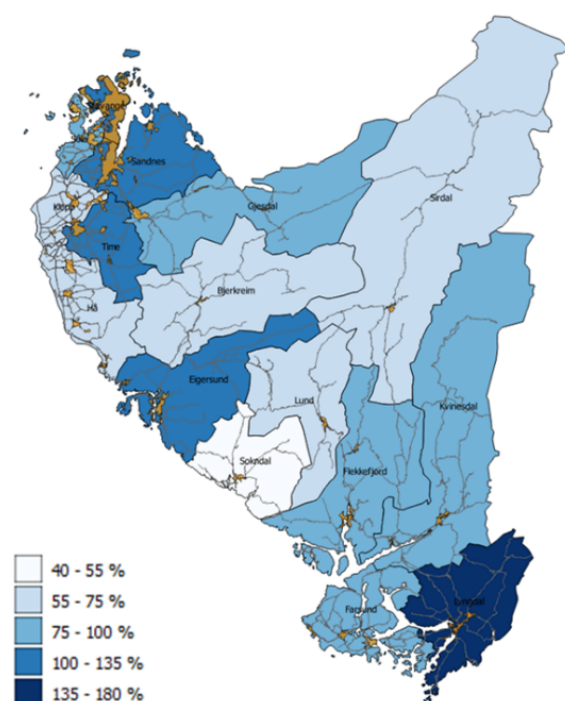


Kilde Andhøy kjøpesenterregister/Vista Analyse

8.2 Import av kjøpekraft

Dekningsgrader forteller hvor mye av forbruket av varer og tjenester som «dekkes» av kjøp innenfor en kommune. En kommune med positiv dekning, har salg av varer og tjenester landsgjennomsnittet og opplever handelsimport. En kommune med negativ dekning har salg av varer og tjenester under landsgjennomsnittet og opplever handelslekkasje. Av [Figur 8-5](#) ser vi at Sandnes har positiv dekningsgrad og derfor opplever handelsimport. Det kan komme som følge av: (1) Kommunens innbyggere handler for mer enn gjennomsnittet av befolkningen; (2) innbyggere i nabokommunene reiser til Sandnes for å handle. Antageligvis er det en kombinasjon av de to. Det vet vi som følge av at inntekten i Sandnes er langt over gjennomsnittet for landet ([Figur 5-4](#)), og fordi flere nabokommuner har negativ dekningsgrad ([Figur 8-5](#)). Dekningsgraden til Sandnes har falt det siste tiåret fordi omsetningen pr. person i Sandnes har falt i forhold til resten av landet, jf. [Figur 8-2](#).

Figur 8-5 Omsetning av «detaljhandel - minus drivstoff til motorvogn» per innbygger per kommune i forhold til landsgjennomsnittet. (dekningsgrad) 2015



Kilde SSB/Vista Analyse

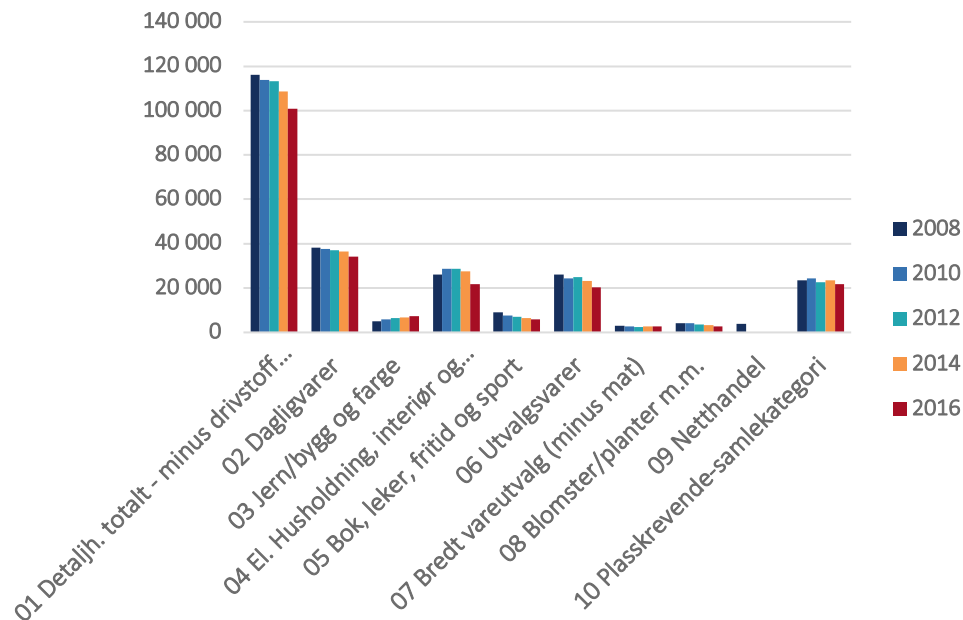
Nedgang i omsetning i Sandnes, Stavanger, Time

Vi kan se nærmere på omsetningen av ulike varegrupper for å forstå nedgangen i omsetningen i Sandnes, beskrevet i de foregående avsnittene. For en nærmere beskrivelse av varegrupper se appendiks. A. Fallet i omsetning gjelder de fleste varegrupper. Unntakene er plasskrevende varer og jern/bygg/farge. Det er kategorier som i stor grad overlapper hverandre.

Vi mangler tall for netthandelen i Sandnes etter 2008, men netthandelen fra norske forhandlere har doblet seg mellom 2008 og 2015, i følge SSB, og vi kan anta at det samme er tilfelle i Sandnes. Det er uansett mer relevant å se på nasjonale tall. Lokale tall beskriver hvor lagrene til nettbutikkene ligger, ikke etter hvor kjøp gjennomføres.

Vi ser at Stavanger opplever et lignende fall i detaljomsetningen. Sett i sammenheng med utviklingen i Sandnes trekker handelen seg ut av urbane områder. Et prisjustert fall i omsetning pr. person på kr 13 000 i Sandnes og kr 7 500 i Stavanger er betydelig.

Figur 8-6 Omsetning per innbygger av ulike varegrupper i Sandnes. Prisjustert 2016. Utvikling 2008-2016

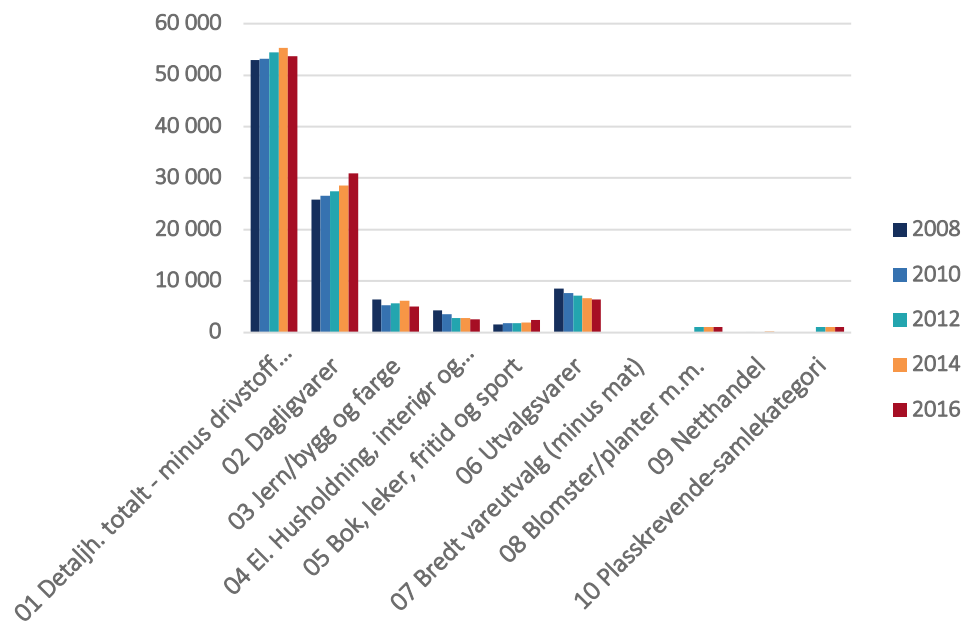


Kilde Vista Analyse

Økning i de små kommunene

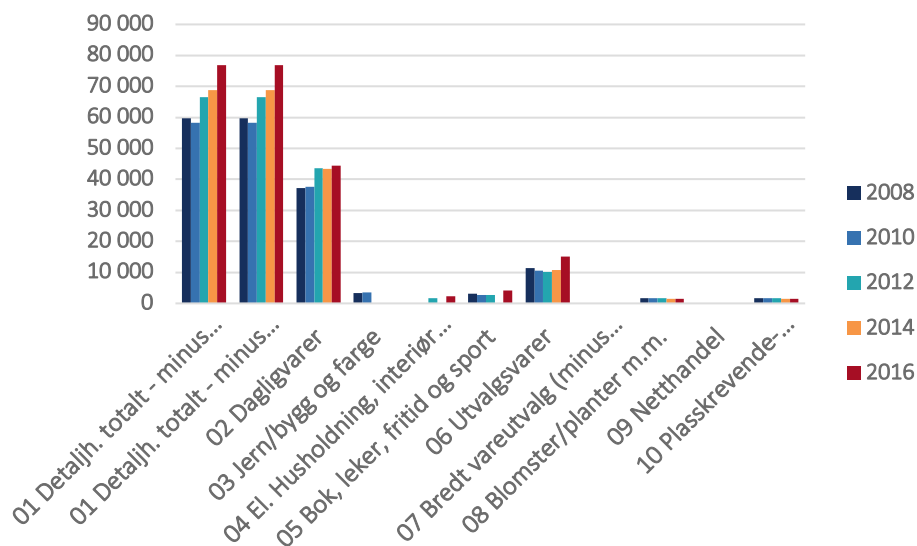
Totalt sett har ikke Klepp en klar trend i detaljomsetningen av varer ([Figur 8-8](#)). Hvis vi ser på varegrupper kommer det frem at det har vært en sterk vekst i omsetningen av dagligvarer i kommunen. Det kan være både som følge av at flere beboere i Klepp handler der de bor, eller at flere reiser til Klepp for å handle. Gjesdal har en lignende utvikling i omsetning av dagligvarer, jf. [Figur 8-8](#). Foran har vi beskrevet åpningen av et nytt kjøpesenter og Norwegian Outlet i Gjesdal, som kan være med å forklare endringer i handelsmønsteret.

Figur 8-7 Omsetning per innbygger av ulike varegrupper i Klepp. Prisjustert 2016. Utvikling 2008-2016



Kilde SSB/Vista Analyse

Figur 8-8 Omsetning per innbygger av ulike varegrupper i Gjesdal. Prisjustert 2016. Utvikling 2008-2016



Kilde SSB/Vista Analyse

9 Næringsstrukturen i Sandnes

I dette kapitlet gir vi en kortfattet oversikt næringsstrukturen i regionen. Lokalisering av og utvikling i arbeidsplasser påvirker varehandelsomsetning og senterhierarkiet ettersom folk ofte handler nær arbeidsplassen. Desto flere arbeidsplasser i sentrum, desto større blir omsetningen i varehandelen.

9.1 Utviklingen i næringsstrukturen

Vistas database, Osaker, har sortert alle bransjer fra et femsifret NACE-kodenivå etter arealbruk og arealbrukspreferanser. Inndelingen har seks hovedkategorier og statistikken har utelatt enkeltmannsforetak og foretak med kun en ansatt.

- **Kunnskapsbedrifter** – kontorbedrifter
- **Ressursbasert produksjon** – produksjon basert på stedegne ressurser (naturressurser og infrastruktur)
- **Flyttbar produksjon** – produksjon som forflytter seg til andre geografiske områder eller punkter når rammebetingelsene endres.
- **Kundeintensiv handel og service**
- **Arealintensiv handel og service**
- **Offentlig forvaltning og tjenester** – offentlig virksomhet unntatt barneskoler og barnehager.



Disse kategoriene går på tvers av hovedkategoriene i NACE-inndelingen til SSB for bedre å ivareta variasjoner i kompetanse, lokalisering og arealbruk. I det følgende gis en definisjon av de ulike kategoriene. Basert på at vi ikke har tilgang på regnskapsdata for offentlig virksomhet ser vi bort fra den kategorien.

Kunnskapsbedrifter

Kunnskapsbedriftene (kontorarbeidsplassene) kjennetegnes av effektiv arealbruk og de egner seg godt for sentrumslokalisering der arealknappheten er størst og der de kollektive transportmidlene er best. Erfaringer fra andre byer har vist at det ikke nødvendigvis er slik. Vista Analyse har påvist i blant annet Mossregionen og i Akershus at også kunnskapsbedrifter lokaliserer seg i byenes randsoner. (Vista Analyse, 2014).

Ressursbasert produksjon

I denne kategorien inngår produksjonsbedrifter som er avhengig av å være lokalisert ved ressursene, det vil si naturressurser eller logistikk-knutepunkt som havner, godsterminaler eller flyplasser. Dette er virksomhet det er vanskelig å flytte. Kategorien er interessant i et arealbruksperspektiv fordi den synliggjør hvilke arbeidsplasser som er lite fleksible og dermed ofte også stabile arbeidsplasser. I denne kategorien inngår for eksempel transportselskap og landbruksrelatert virksomhet med store produksjonskvantum, flyplassrelatert virksomhet og havneavhengig virksomhet.

Flyttbar produksjon

Produksjonsbedrifter og lagervirksomhet legger beslag på stadig større areal i områder rundt byene etter hvert som de flytter ut av bysentrum. Virksomheter trekker ut i landbruks-, natur- og friluftslivs-områder rundt byene som følge av lavere arealkostnader eller bedre tilgjengelighet til hovedveinettet.

Dette er en relativt fleksibel næringskategori med hensyn til lokalitet. Næringer i denne kategorien er typisk følsomme for tomtepriser og infrastruktur og dermed følsomme for framtidig arealbrukspolitikk. Eksempler på bransjer er arealintensive produksjonsbedrifter som ikke er avhengig av stedsspesifikk ressurstilgang, entreprenører/anlegg, engros/lager, verksted, budsentraller og håndverksbedrifter.

Handel og service – kundeintensiv

Publikumsrettet virksomhet innen handel og service er definert som egen kategori. Lokaliseringspreferansene har gjerne vært nær boligområder, arbeidsplasser eller transportårer. Områder som er lett tilgjengelig med privatbil har vært særlig attraktive, men handelen i bysentrum har også hatt en vekst de senere år. Politiske føringer har søkt å bidra til at virksomheter i større grad legges ved kollektive transportknutepunkt. Eksempler er utvalgsvarer, kjøpesentre og ulike tjenester rettet mot publikum.

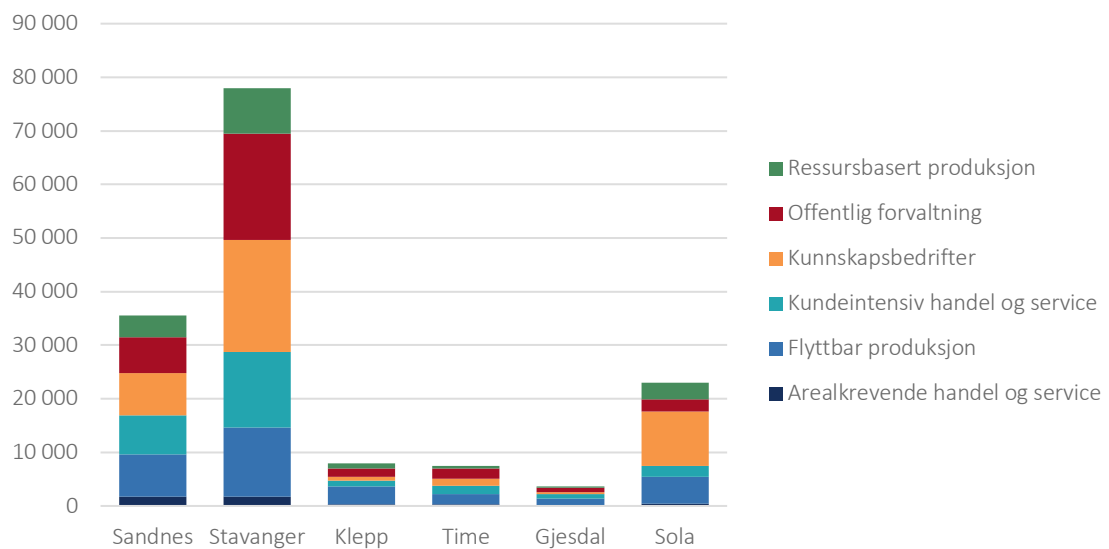
Handel og service – arealkrevende

Spesifikke føringer er lagt for areal- og plasskrevende virksomheter innen handel og service gjennom rikspolitisk bestemmelse. Fra 2008 ble denne gitt juridisk kraft. Lave arealpriser og tilgang til kunder gjennom transportårer (biltransport) er viktige for lokaliseringervalgene for arealkrevende handel og servicenæringer. Kategorien er likevel fleksibel med hensyn til lokalisering. Eksponering kan være viktig. Bransjene ligger ikke nødvendigvis sentrumsnært, og er ofte samlokalisert med lignende virksomheter. Eksempler på slike områder finner vi ved Furuset/Alna/Ulven i Oslo, Vestby langs E6 sør for Oslo, Ringsaker og Hamer langs E6 og i Lillehammer ved E6, i Industrigata og Sannom. Eksempler på bransjer i denne kategorien er hagesentre, salg av motorkjøretøy, trelast, landbruksmaskiner, møbler og båter.

9.2 Næringsstruktur

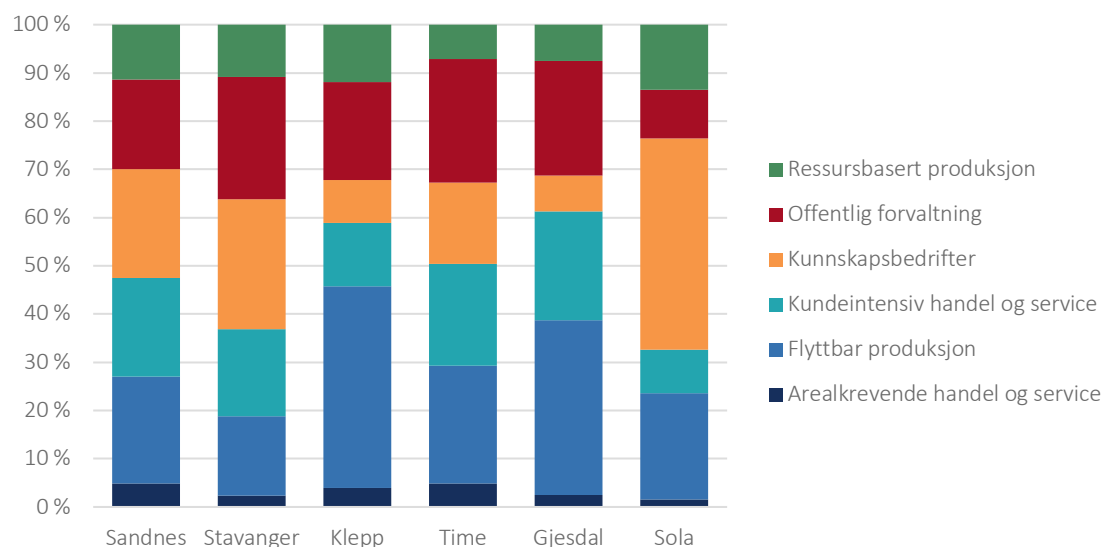
I figurene under viser vi fordelingen av sysselsatte i Sandnes fordelt på seks næringer. Sandnes har som andel en liten offentlig forvaltning i forhold til nabokommunene. Videre har Sandnes relativt mange sysselsatte i kunnskapsbedrifter sammenlignet med de små kommunene på Jæren, men færre enn Stavanger og Sola. Sandnes har en betydelig næring innen arealkrevende handel og service. Kundeintensiv handel, ressursbasert produksjon og flyttbar produksjon er gjennomsnittlig i Sandnes, sammenlignet med nabokommunene.

Figur 9-1 Antall sysselsatte fordelt på næringer i hver kommune. 2015



Kilde SSB/Vista Analyse

Figur 9-2 Andel sysselsatte fordelt på næringer i hver kommune. 2015

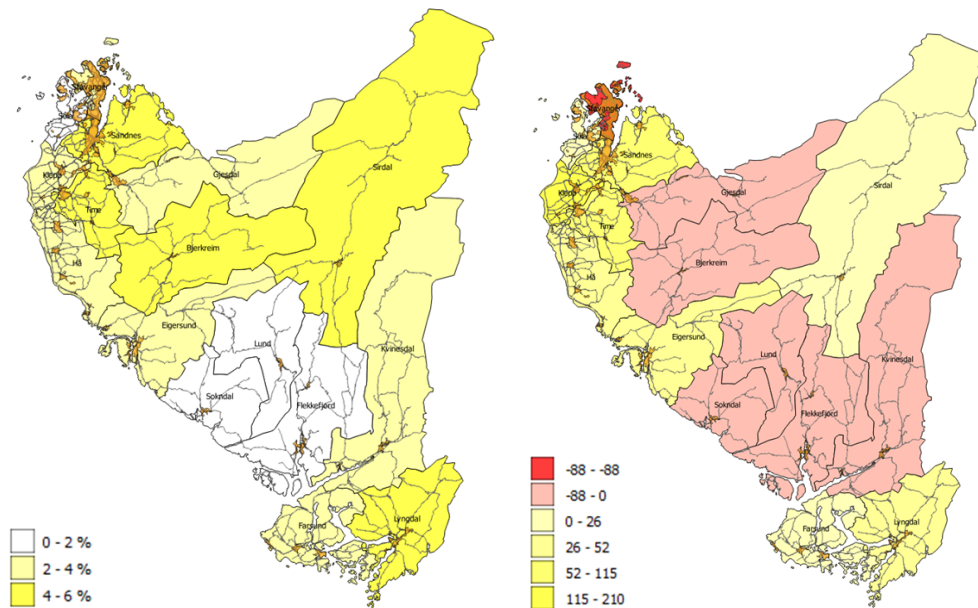


Figur 9-3 viser at økningen innenfor arealkrevende handel og service har vært stor relativt til bransjens størrelse i kommunene like sør for Stavanger. I Sandnes vokser næringen med 102 sysselsatte. Samtidig er bransjen liten og dermed er også endringen liten i absolutte tall.

I Figur 9-4 ser vi at veksten i kundeintensiv handel og service har vokst mye i Stavanger-regionen. I Sandnes har næringen vokst med 400 sysselsatte.

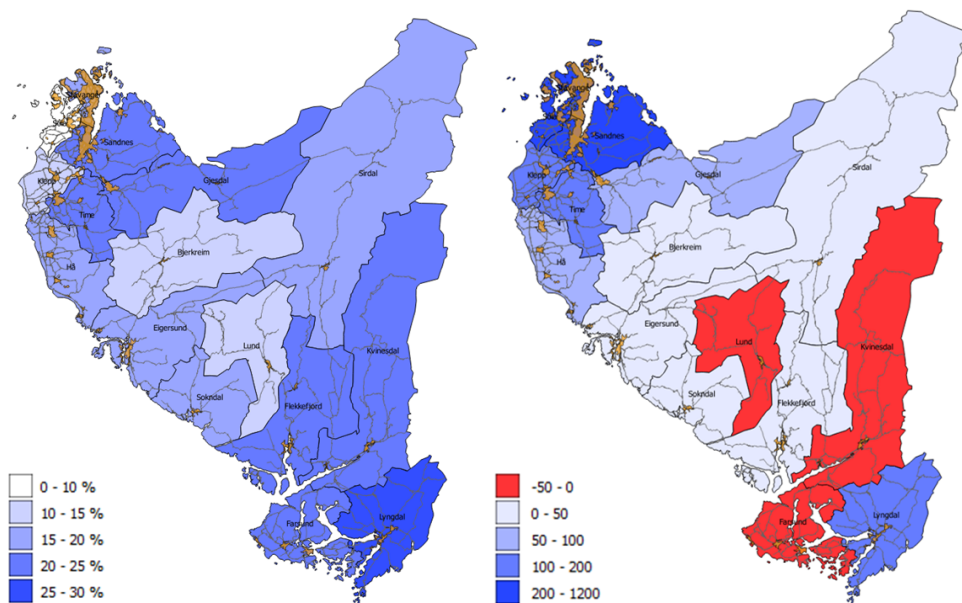
I Figur 9-5 ser vi at Sandnes opplevde sterk vekst i kunnskapsintensive bedrifter på 900 sysselsatte. Det havner i midlertid i skyggen av den enorme veksten i Sola. Det er ikke uten grunn at Sola vant NHOs kommune-NM i 2017.

Figur 9-3 Andel sysselsatte (2015) og endring i antall sysselsatte i arealkrevende handel og service 2008-2015.



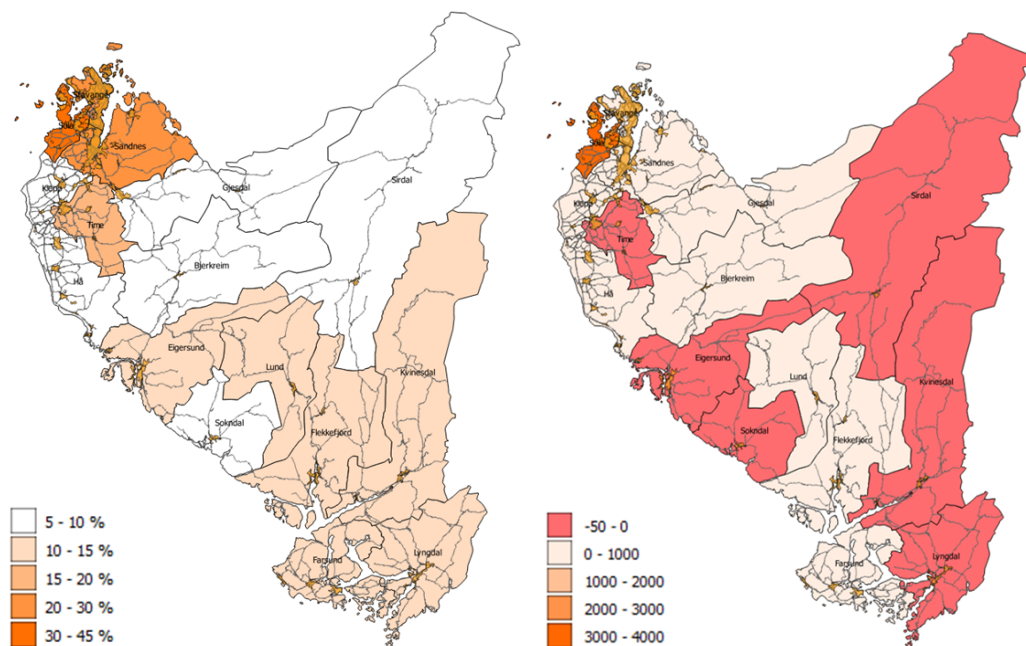
Kilde SSB/Vista Analyse

Figur 9-4 Andel sysselsatte (2015) og endring i antall sysselsatte i kundeintensiv handel og service 2008-2015.



Kilde SSB/Vista Analyse

Figur 9-5 Andel sysselsatte (2015) og endring i antall sysselsatte i kunnskapsbedrifter 2008-2015.

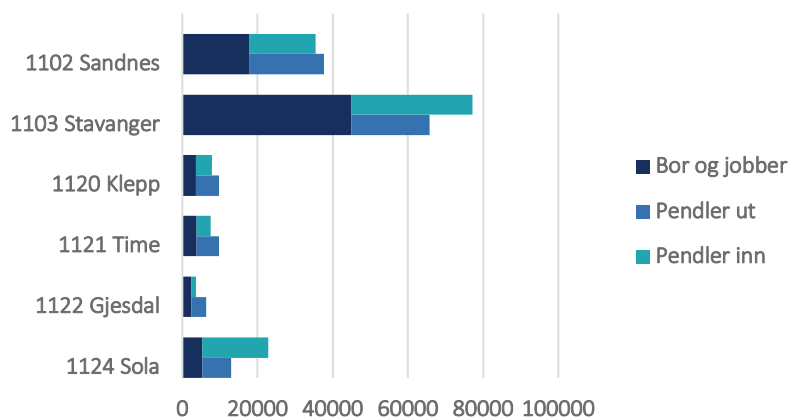


Kilde SSB/Vista Analyse

9.3 Pendling

Det foregår mye pendling ut av Sandnes, spesielt nordover til Stavanger og Sola. Det er vanlig for kommuner rundt store byer. Samtidig foregår det en del pendling tilbake fra de samme kommunene. Sandnes er også et viktig arbeidssted for innbyggere i de andre kommunene på Jæren. Det ser ut til at pendlere ut av kommunen samvarierer med oljeprisen. Det er et tydelig toppunkt i kurven for utpendlere like før oljeprisfallet begynte.

Figur 9-6 Pendling Nord-Jæren



Kilde SSB/Vista Analyse

10 Handleadferd og handlemønstre i Sandnes

I forbindelse med analysen har Norstat som underleverandør til Vista Analyse gjennomført en telefonisk spørreundersøkelse blant 500 informanter i Sandnes kommune. I dette kapitlet presenterer vi resultater fra undersøkelsen.

10.1 Resultater fra spørreundersøkelsen

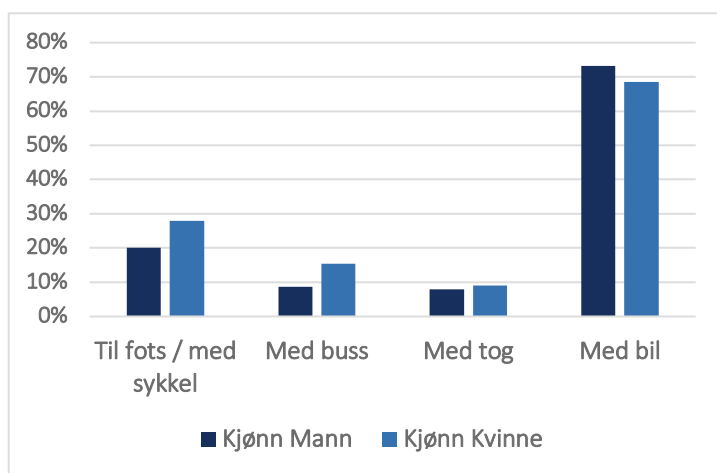
En av fire går eller sykler til jobb – høy andel utpendling

Arbeidstakere blant informantene i denne undersøkelsen som er bosatt i Sandnes kommune arbeider i først og fremst i egen kommune (40 prosent), deretter er andelen som pendler til Stavanger høy (22 prosent) og en liten andel arbeider i Sola kommune (5 prosent). Det er flere kvinner enn menn som har arbeidssted i bostedskommunen.

Av de som arbeider i bostedskommunen arbeider 50 prosent i sentrum, mens 21 prosent har arbeidssted på Forus og 30 prosent på andre steder. Spredningen av arbeidssteder utenfor sentrum stimulerer til bruk av bil som reisemiddelvalg til arbeidssted.

Det er en relativt høy andel som går eller sykler til jobb i Sandnes. Det er positivt. Ettersom svarprosenten er over 100, innebærer det at det er mulig med flere svaralternativ. Det er 71 prosent som oppgir at de bruker bil til jobben, mens andelen som tar tog og buss er 20 prosent. Vi ser at andelen er høyere for kvinner enn menn og vi ser også at andelen øker med alder.

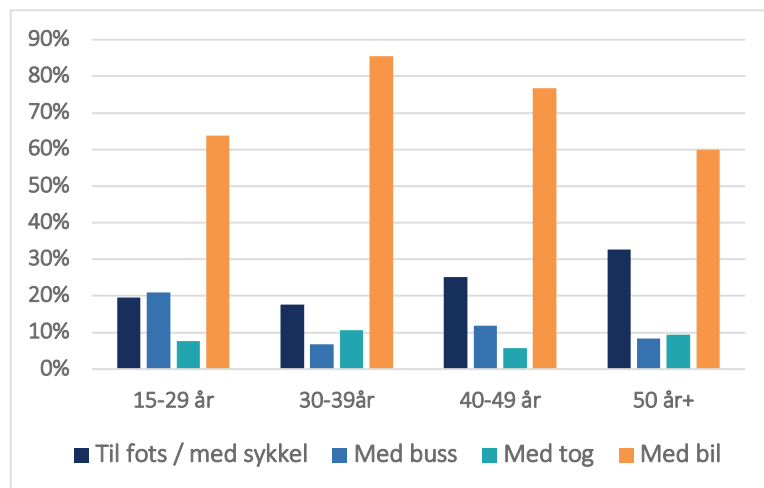
Figur 10-1 Informanter som jobber i Sandnes sentrum. Reisemiddelvalg til jobb.



Kilde Norstat/Vista Analyse

Andelen bilbrukere av arbeidstakere i Sandnes varierer lite med alder, men det er småbarnsforeldre som kjører mest bil. Andelen som sykler eller går øker med alder. De yngste er flinkest til å bruke buss. Det antas at en andel av informantene i gruppen 15-29 år er skoleelever.

Figur 10-2 Reisemiddelvalg til jobb etter alder.

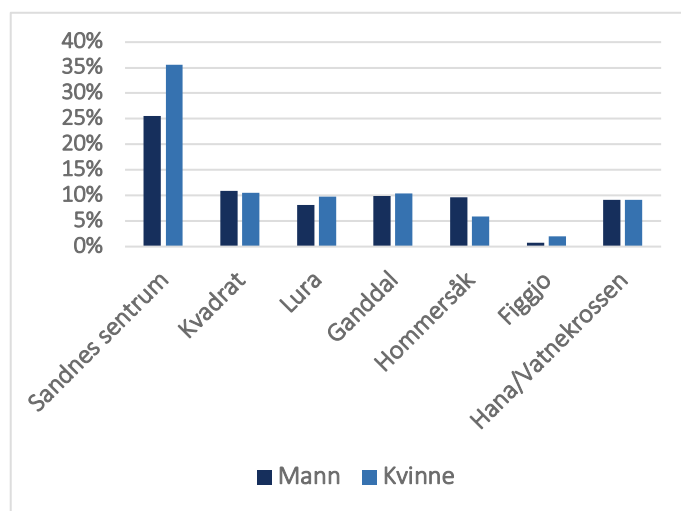


Kilde Norstat/Vista Analyse

En av tre handler dagligvarer i Sandnes sentrum

Det er vanlig at folk handler dagligvarer der de bor, og ettersom det bor mange innenfor Sandnes sentrum, vil det også gi utslag i resultatene. Det er imidlertid stor forskjell på menn og kvinner. Mens 36 prosent av kvinnene som jobber handler dagligvarer i sentrum, gjelder dette for kun 30 prosent av mennene. 25 prosent av mennene oppgir at de handler dagligvarer «andre steder», og det er grunn til å anta at dette er nær arbeidssted eller på vei hjem fra arbeid. Vi så også i figuren over at det er en høyere andel av kvinnene som har arbeidssted i Sandnes.

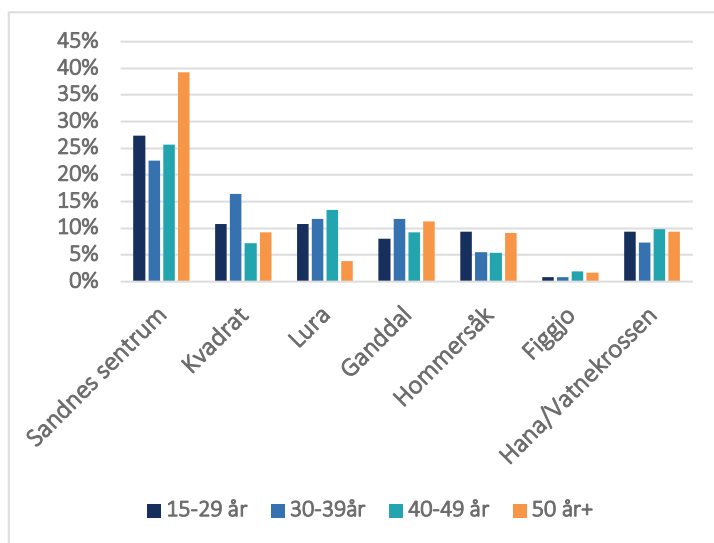
Figur 10-3 Handlested dagligvarer blant innbyggerne i Sandnes. Etter kjønn.



Kilde Norstat/Vista Analyse

Det er en langt høyere andel eldre (50+) som bruker sentrum som viktigste handlested for dagligvarer, mens det er en høyere andel unge som benytter Kvadrat som viktigste handlested for dagligvarer. Kvadrat har en stor COOP OBS og dette er dagligvareleverandører som samtidig tilbyr en høy andel non-food. Non-food er særlig interessant for småbarnsfamilier.

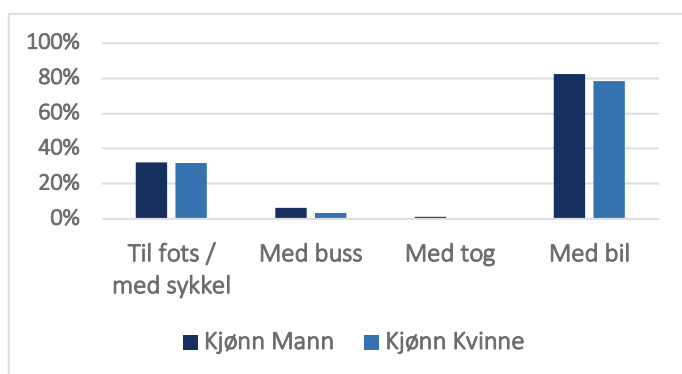
Figur 10-4 Handlested dagligvarer blant innbyggerne i Sandnes. Etter alder.



Kilde Norstat/Vista Analyse

Det er ikke uvanlig at folk bruker bil til butikken der de handler dagligvarer. Når en familie på fire handler dagligvarer for anslagsvis fire tonn i året², sier det seg selv at de fleste vil velge bil. 81 prosent handler dagligvarer med bil, men 32 bruker sykkel. Det er altså noen som velger å bruke sykkel på enkelte handleturer, mens de velger bil andre dager.

Figur 10-5 Reisemiddelvalg ved handlereiser dagligvarer. Etter kjønn.



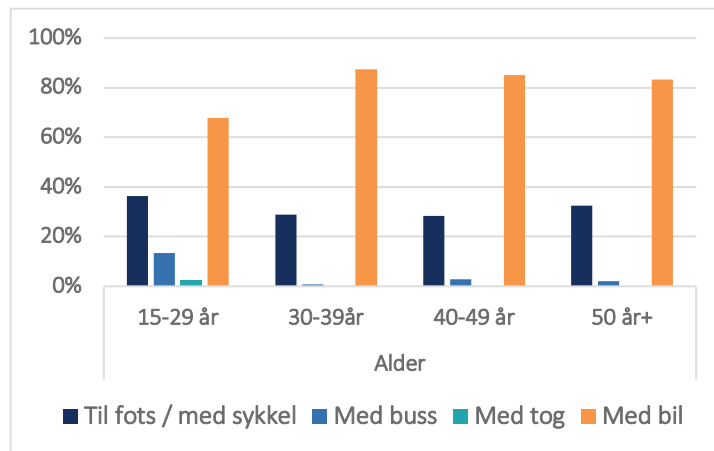
Kilde Norstat/Vista Analyse

Helt uavhengig av alder benyttes kollektive transportmidler lite til handling av dagligvarer, selv om de unge bruker kollektive transportmidler noe mer.

Dette indikerer et behov for parkeringsplasser ved dagligvareforretninger.

² Muntlig meddelelse Norgesgruppen

Figur 10-6 Reisemiddelvalg ved handlereiser dagligvarer. Etter alder.

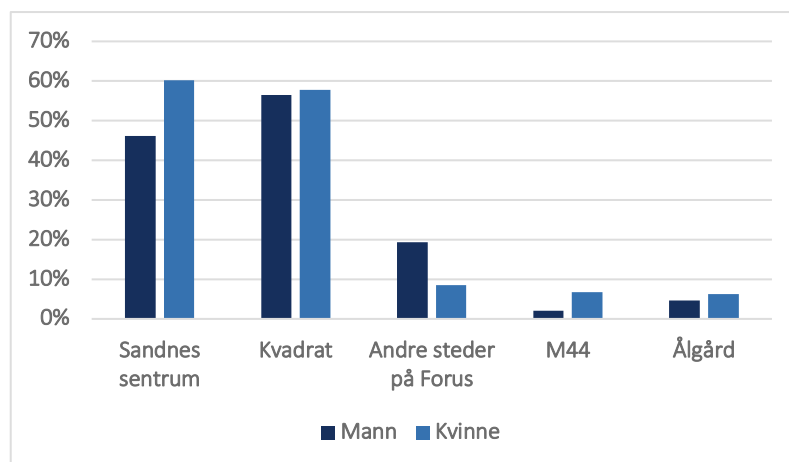


Kilde Norstat/Vista Analyse

Kvadrat viktigste handlested for andre varer enn dagligvarer

53 prosent av informantene i undersøkelsen oppgir at de bruker Sandnes sentrum som viktigste handlested for andre varer enn dagligvarer, mens 57 prosent oppgir at de bruker Kvadrat. Her har informantene hatt mulighet til å svare ved flere alternativ. Det er like mange menn som kvinner som handler på Kvadrat, mens det er flere kvinner enn menn som handler i sentrum. Det er imidlertid langt flere menn enn kvinner som handler andre steder på Forus (19 prosent av mennene mot 9 prosent av kvinnene). En mindre andel bruker M44 i Bryne og Ålgård.

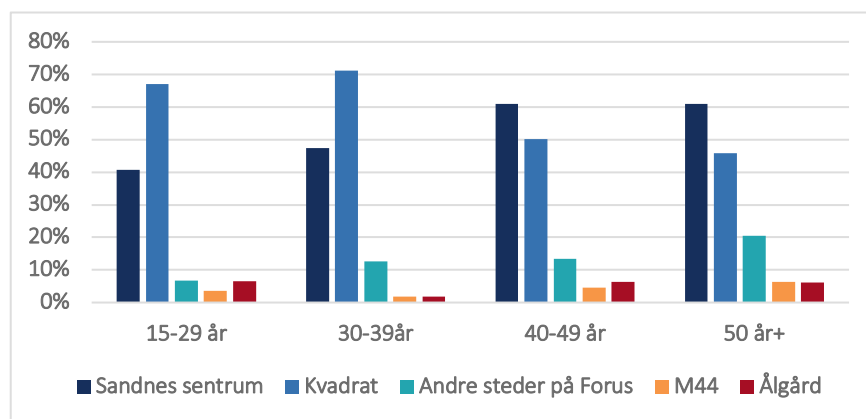
Figur 10-7 Hvilke av følgende handlesteder pleier du vanligvis å besøke når du handler andre varer enn dagligvarer? Etter kjønn.



Kilde Norstat/Vista Analyse

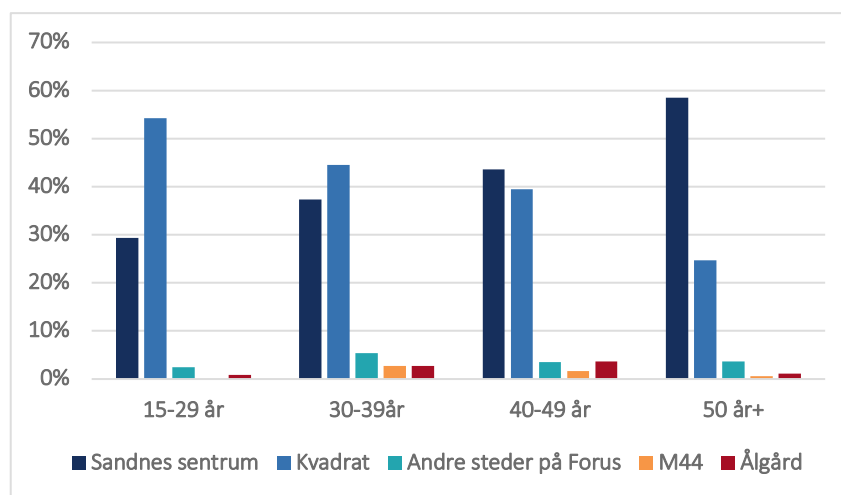
Det er en langt høyere andel unge enn eldre som handler andre varer enn dagligvarer på Kvadrat. Hel 71 prosent av de mellom 30 og 39 og 67 prosent av de mellom 15 og 29 år bruker Kvadrat som viktigste handlested. Motsatt er det de eldste som bruker Sandnes sentrum til å handle andre varer enn dagligvarer. Resultatene i undersøkelsen åpner for flere svaralternativer. På spørsmål om hvor de handler oftest av disse handelsstedene, ser vi at andelen som oftest handler i sentrum ligger på 44 prosent mot 39 prosent for Kvadrat.

Figur 10-8 Hvilke av følgende handlesteder pleier du vanligvis å besøke når du handler andre varer enn dagligvarer? Etter alder



Kilde Norstat/Vista Analyse

Figur 10-9 Hvilket av de overnevnte handlestedene besøker du oftest? Etter alder.

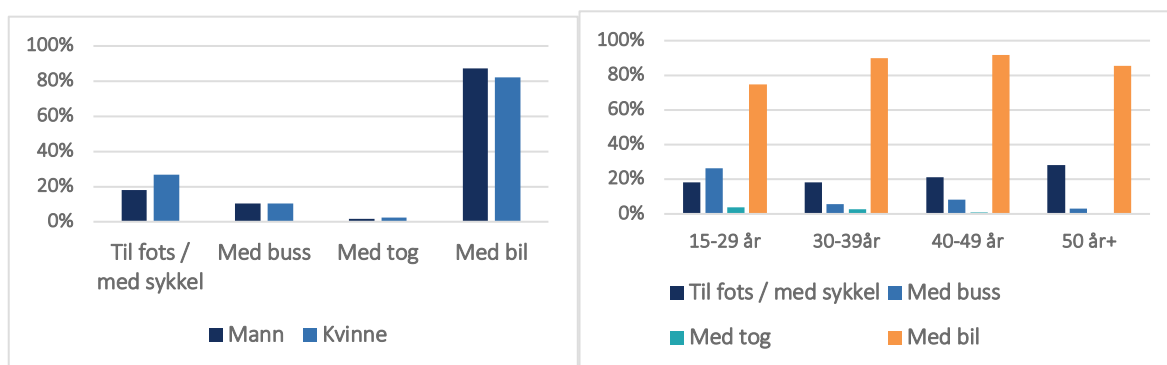


Kilde Norstat/Vista Analyse

85 prosent bruker bil når de handler

Også for handleturer av andre varer enn dagligvarer bruker 85 prosent av informantene bil, mens 22 prosent bruker sykkel eller går til fots. Dette gjelder for begge kjønn. Andelen som bruker buss er 10 prosent. Aldersgruppen 30-49 år bruker bil oftest og av disse bruker 90 prosent bil når de handler andre varer enn dagligvarer. Dette henger gjerne sammen med at småbarnsforeldre har knapphet på tid når begge jobber og skal hente og bringe barn. De finner det meste av det de trenger på Kvadrat og kan handle effektivt og i tillegg er det fritt for trafikk i kjøpesenteret og trygt å ha med seg barn.

Figur 10-10 Hvilket av de overnevnte handlestedene besøker du oftest? Etter kjønn og alder.

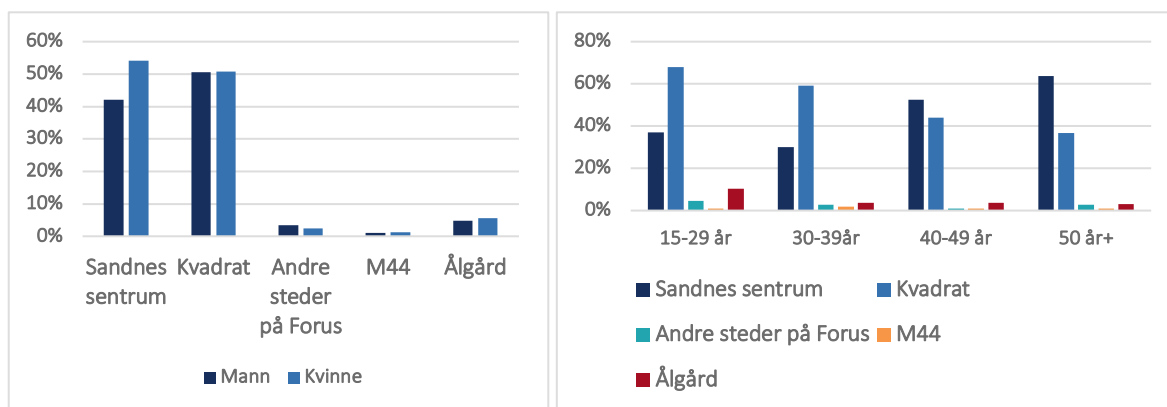


Kilde Norstat/Vista Analyse

De unge handler klær på Kvadrat. De eldste handle klær i sentrum

Informantenes valg av handlested for klær og sko har nær sammenheng med alder, der 37 prosent av de eldre (50+) handler klær og sko på Forus mot 68 prosent av de yngste (15-29 år). Motsatt finner vi at mens 64 prosent av de eldste handler klær og sko i sentrum, gjelder det kun 37 prosent av de yngste.

Figur 10-11 Hvor handler du oftest klær og sko. Etter kjønn og alder



Kilde Norstat/Vista Analyse

Forus viktigste handelssted for elektriske artikler og møbler

Elektro og møbler handler de fleste av informantene på Kvadrat og andre steder på Forus, og det gjelder uavhengig av alder. De fleste handler møbler på Forus, også det uavhengig av alder.

Desto eldre, desto viktigere at handelsstedet ligger nær bosted

Det er viktigere at handelsstedet ligger nær bosted enn nær arbeidssted. Og det er viktigere at handels-tilbudet ligger nær bosted for de eldste og for småbarnsfamiliene, mens det har noe mindre betydning for de yngste.

Mange butikker på ett sted viktig for barnefamilie

For de yngste er det viktig at det er mange butikker samlet på ett sted, og at det er et varierende butikkutvalg. De unge mellom 15 og 29 år bruker gjerne forbruket sitt på varer og er også opptatt av shopping. Da er det viktig at det er mye å velge mellom. Etter hvert som man kommer i jobb og får barn, blir det viktig å være effektiv på tidsbruken og dermed har det også stor betydning for barnefamilier med

bredt utvalg. Alle legger vekt på at handelsstedet er moderne og attraktivt, mens det er mindre viktig for de eldste. De eldste foretrekker derimot at handlestedet skal ha hyggelig og trivelig atmosfære. 49 prosent av de eldste mener det har meget stor betydning.

Lav pris er svært viktig for de yngste (46 prosent) og ganske viktig for barnefamiliene (40/43 prosent).

Kvinner er mest opptatt av at handelstilbudet har varierende butikkutvalg

51 prosent av kvinnene mener det har meget stor betydning at tilbudet er variert, mot 34 prosent av mennene. Kvinnene er også mest opptatt av at tilbudet fremstår moderne og attraktivt. Kvinnene er også normalt de som utfører det meste av familiens handleoppgaver.

54 prosent av kvinnene oppgir at det har meget stor betydning at handelstilbudet har en hyggelig og trivelig atmosfære, mot 40 prosent av mennene.

Tilrettelegging for attraktive handelssteder er altså mest viktig for kvinner. Og dette er et viktig kriterie når handel i sentrum skal tilrettelegges.

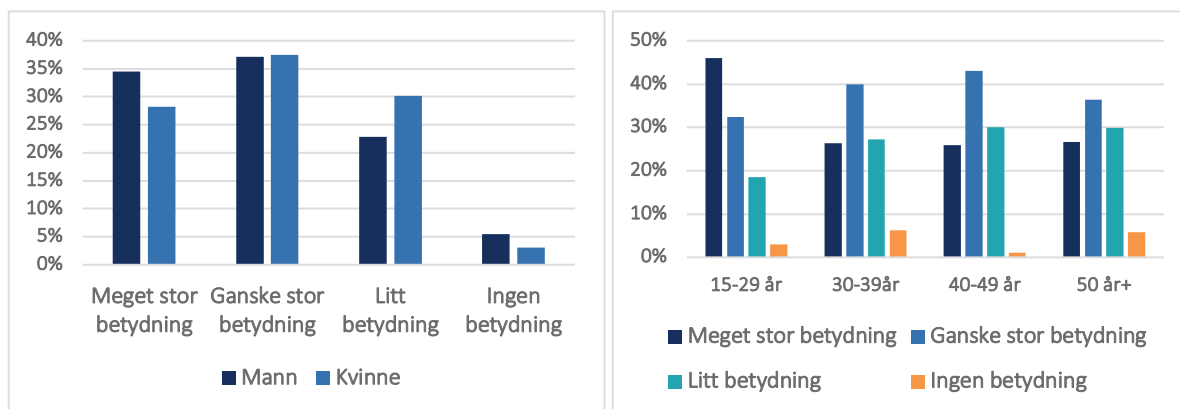
De unge vil hyggelig atmosfære og varierende butikkutvalg

Blant de unge finner vi et sterkt ønske om hyggelig og trivelig atmosfære. De unge er imidlertid litt mindre opptatt av at handelsstedet fremstår moderne og attraktivt, men det har meget stor betydning at utvalget er variert.

De unge og mennene ønsker lave priser

46 prosent av de unge mener det har meget stor betydning at prisene er lave og det mener også 35 prosent av mennene mot kun 28 prosent av kvinnene og kun 27 prosent av de over 50.

Figur 10-12 H Vor stor betydning har det at handelstilbudet har lave priser. Etter kjønn og alder



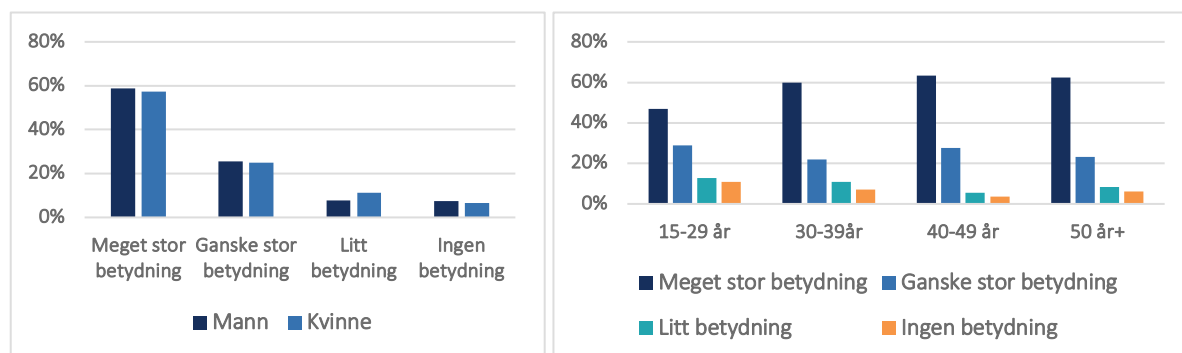
Kilde Norstat/Vista Analyse

Parkering er viktig, men mange unge reiser kollektivt

I aldersgruppen 15-29 år sier 46 prosent at tilgjengelighet til handelstilbudet med kollektivtransport har meget/ganske stor betydning. Det er omtrent dobbelt så høyt som for resten av utvalget. Tilgjengelighet med kollektivtransport er noe viktigere for kvinner enn for menn.

Likevel ser vi at parkeringsmuligheter er svært viktig når folk skal handle. Hele 83 prosent av utvalget sier at parkeringsmuligheter har meget/ganske stor betydning for handelstilbudet. Tallet er noe lavere for den yngste aldersgruppa (66 prosent), men fortsatt høyt.

Figur 10-13 Hvor stor betydning har det at handelstilbudet har gode parkeringsmuligheter?



Kilde Norstat/Vista Analyse

Ro og fred er viktig

Utvalget er delt i to når det kommer til ønsket om å kombinere handel med andre opplevelser (sport, restaurant og cafeer, teater, kunst e.l.). Kvinner og unge er overrepresentert i gruppa som sier at opplevelser har meget/ganske stor betydning for handelstilbudet.

Videre viser spørreundersøkelsen at ro og fred er viktig når folk fra Sandnes handler. Hele 74 prosent opplyser at det har meget/ganske stor betydning for handelstilbudet. Fred og ro er viktigere i takt med alderen til kundene, og kvinner verdsetter fred og ro litt høyere enn menn.

Alt i alt er folk fornøyd med handelstilbudet i kommunen

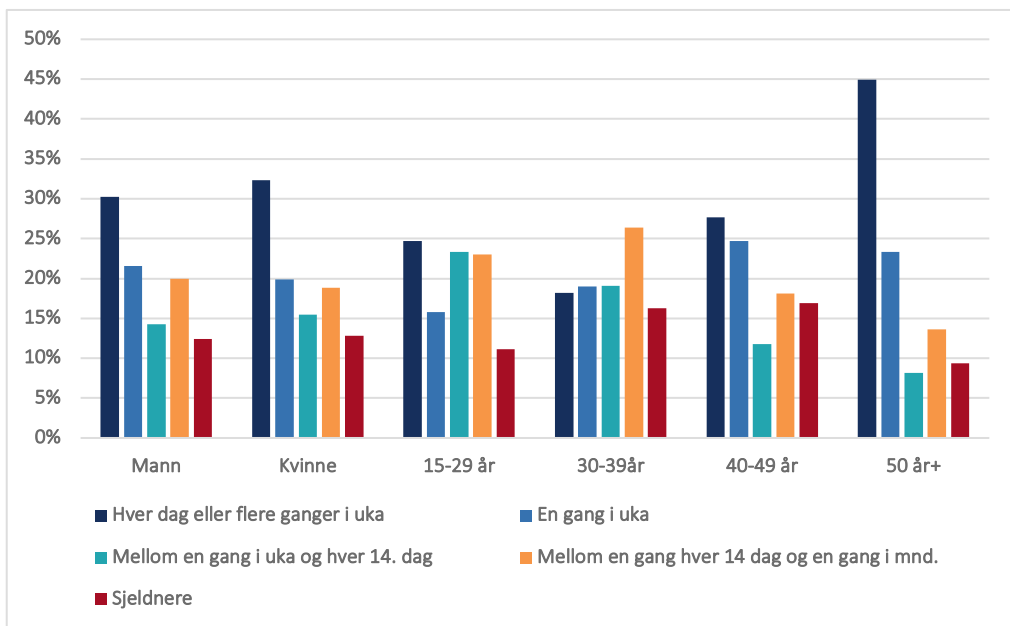
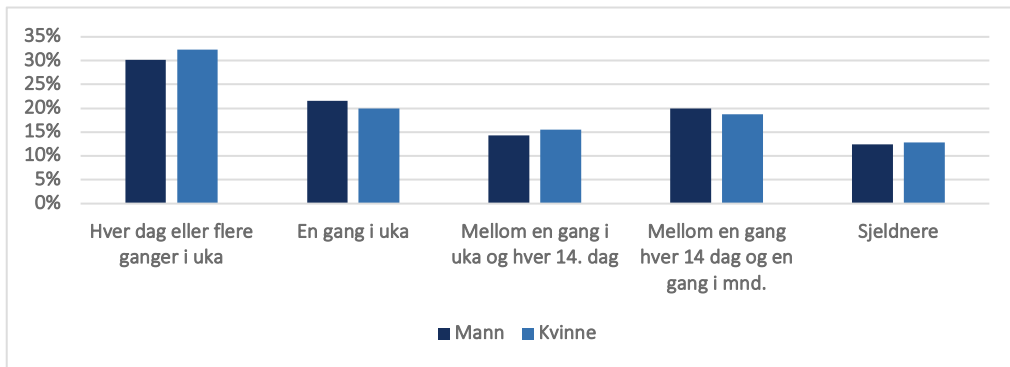
Svært få av respondentene er misfornøyd med handelstilbudet i kommunen. På en skala fra 1-5, svarer kun 8 prosent under middels fornøyd. 64 prosent svarer svært godt/godt fornøyd. 28 prosent er midtels fornøyd, og blant disse er det mange under 40 år.

Tilsvarende for Sandnes sentrum oppgir 62 prosent score 4 eller 5 for handelstilbudet i sentrum. Tilsvarende oppgir 75 prosent score 4 eller 5 for handelstilbudet på Kvadrat. Det er altså særlig Kvadrat som handelssted informantene gir høy score. 47 prosent av de yngste og 40 prosent av mennene gir score 4 på handelstilbudet på Kvadrat.

Over en tredel er i Sandnes sentrum daglig eller flere ganger per uke. De eldste er der oftest

Sandnes sentrum synes å være et attraktivt senter for kommunens innbyggere. Mange er der ofte og de eldste er der svært mye. Resultatene er en god indikasjon på at sentrum er attraktivt og at kommunen har lyktes med sitt fokus på sentrum som møteplass og handelssted.

Figur 10-14 Hvor ofte er du i sentrum for å handle eller utføre andre gjøremål – utenom jobb? Etter kjønn og alder.



Kilde Norstat/Vista Analyse

11 Kommunens utfordringer

I dette kapitlet trekker vi opp et sett med planmessige utfordringer som blir viktig for kommunen å drøfte i forbindelse med kommune- og byplan.

11.1 Planmessige utfordringer av flere eldre

Befolkningssammensetningen er i endring med en økende andel eldre. Dette gjelder for hele landet.

Foran har vi beskrevet den forventede aldringen av befolkningen. I dette avsnittet trekker vi opp generelle problemstillinger knyttet til endring i befolkningens alderssammensetning og forventningen om en økende andel eldre.

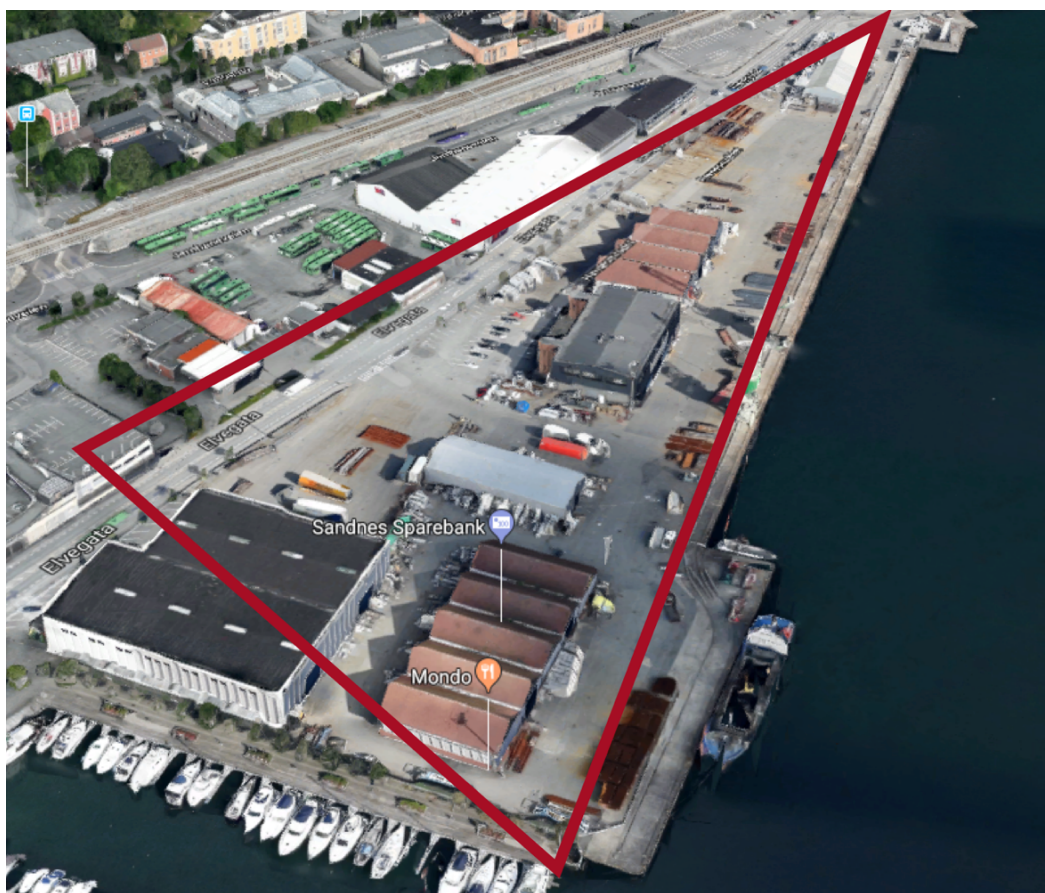
- Flere eldre enn før flytter i leiligheter. Der blir de mer stillesittende enn de som bor i hus med hage, noe som kan øke de kommunale utgiftene som følge av inaktivitet. (Vista Analyse, 2016)
- For dempe en økende inaktivitet blant de eldre er det viktig med turveier i tett avstand fra sentrumsnære leiligheter slik at eldre aktiviseres og stimuleres til daglige gåturer og til å bruke sentrum.
- Det er potensiale for flere urbane turveier i Sandnes. Blant annet en sammenhengende havnepromenade som er i kontakt med den planlagte parken ved togstasjonen. Videre den planlagte blå-grønne aksen fra Vågen til Ganddal. Det er viktig at turvei- og gangveinettet planlegges slik at det går gjennom handelsområder og områder med tjenesteyting. På den måten brukes sentrum og tilbudene mer.

11.2 Planmessige utfordringer av høyere kompetanse i befolkningen

Under har vi listet opp noen utfordringer og muligheter knyttet til endring i kompetanse som kan gi arealmessige endringer.

- Kompetansen i befolkningen øker. Det ser vi både nasjonalt og lokalt i Sandnes. Kommunen har høyere andel kompetansearbeidsplasser enn de små kommunene på Jæren (se kapittel 9), men mindre enn Stavanger og Sola.
- Unge kompetente trekker til urbane strøk og de søker en attraktiv og urban by med mange tilbud.
- Tettheten av mennesker er høyere i kontorer enn i boliger. Du får plass til 5-10 ganger så mange mennesker i et kontor som en bolig. Det øker menneskestrømmene i sentrum. Det er igjen positivt for handel. Mange vil handle på vei hjem fra jobb. Spisesteder vil også tjene på økt mengde mennesker, og de vil bidra til økt bruk av sentrum.
- Utvikling av sentrum langs kaia har et stort potensial i form av nye og moderne bygg som tiltrekker seg unge mennesker. For å stimulere handelen i sentrum er det viktig å tenke helhetlig slik ulike funksjoner og innhold gjensidig stimulerer hverandre.
- Figuren under illustrerer et område som i dag utvikles for boliger gjennom Sandnes Tomteselskap og som bør vurderes omregulert for kontor/næring med sikte på å utvikle en attraktiv kompetansefylde.

Figur 11-1 «Trekanten» øst for Elvegata har potensiale til å bli en kompetansekylynge.



Kilde Vista Analyse

Figur 11-2 Boligområdet på sørsiden av Vågen skal suppleres med flere andre boligprosjekter i årene som kommer.



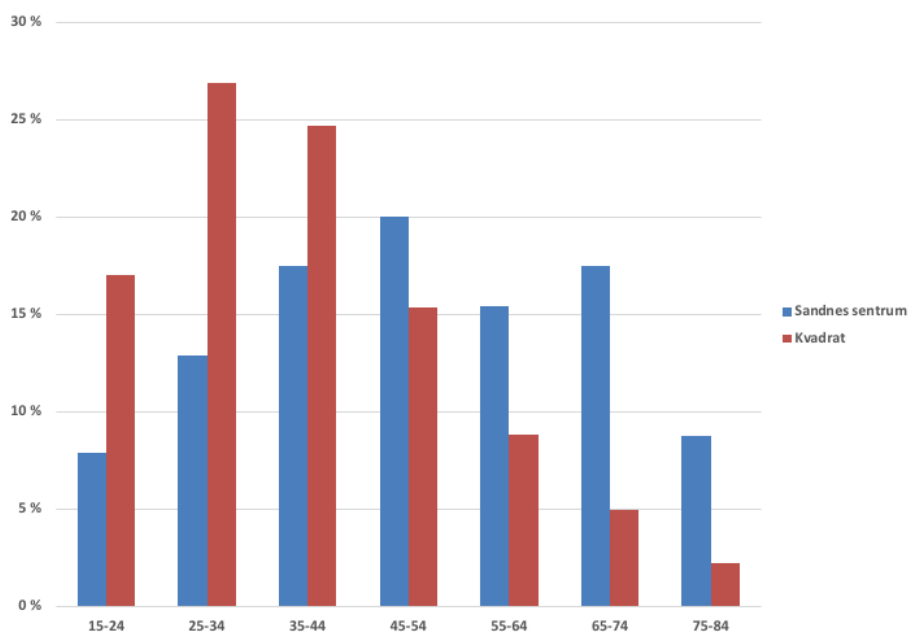
Kilde Vista Analyse

Det har nylig blitt bygget mye boliger på attraktive sentrumstomter i Sandnes. Slik som her i Havnegata, innerst i fjorden. Se [Figur 11-2](#). Boliger gir ikke like store kundevolum som arbeidsplasser gjør. For å stimulere til økt handel i sentrum, må antall mennesker som bruker sentrum økes.

11.3 Planmessige utfordringer av ung flukt fra sentrum

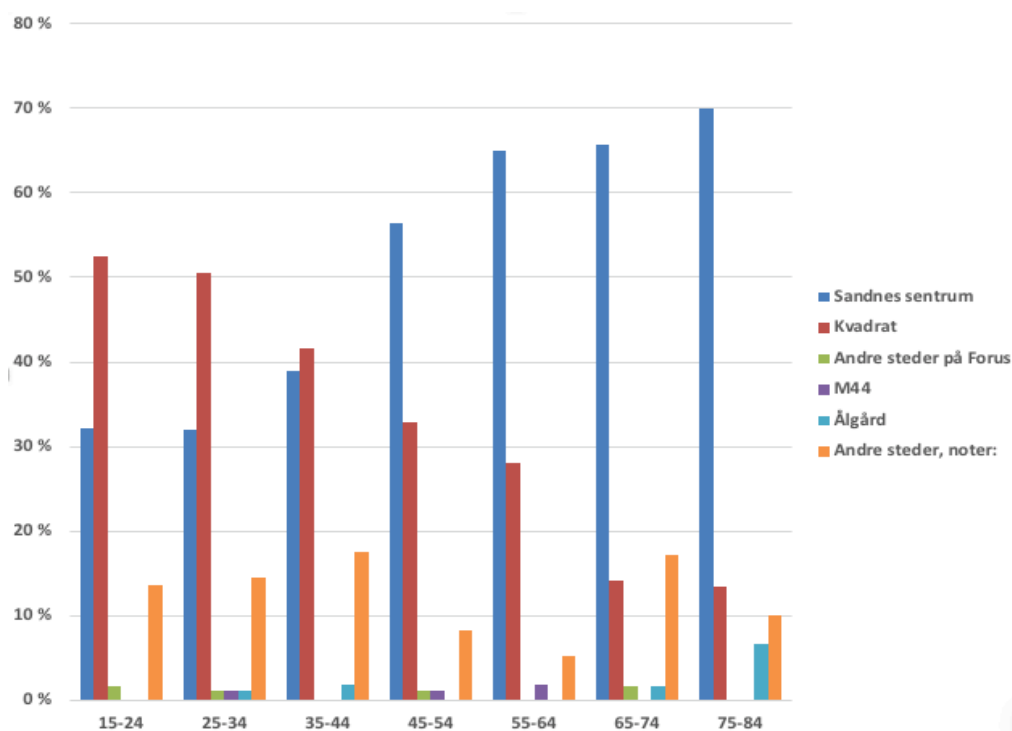
- Spørreundersøkelsen viser at unge i mindre grad foretrekker sentrum
- De unge foretrekker i større grad Kvadrat
- Vi vet ikke hvorfor de unge foretrekker Kvadrat foran sentrum, men vi kan spekulere.
- Sammensetningen av butikker i Langgata er tilpasset de kjøpegruppene som er der i dag. Det reduserer attraktiviteten for de unge. Intervjuer med handelsforeningen i Langgata har kartlagt at de strategisk henvender seg eldre kundegrupper.
- Sandnes kommune bør vurdere på hvordan det kan tiltrekke seg unge gjennom aktiviteter i sentrum, ikke gjennom handel.
- Det bør også vurderes hvordan boligene som bygges i sentrum kan tilpasses unge barnefamilier gjennom eksempelvis trygge uterom mellom boligene for lek og opphold. Elveparken til Selvaag Bygg mangler eksempelvis en tilpasning til unge familier.
- Kvadrat har stor attraksjonskraft på de unge, mens sentrum mangler denne attraktiviteten. Det er en utfordring for kommunen at sentrum blir et sted for pensjonister.

Figur 11-3 Andelen av de som handler i hhv Kvadrat og sentrum etter alder. Prosent av totalt antall handlende på hhv Kvadrat og sentrum



Kilde Norstat/Vista Analyse

Figur 11-4 Handlested etter alder



Kilde Norstat/Vista Analyse

11.4 Planmessige utfordringer av høy bilbruk

- Spørreundersøkelsen viser at parkeringsmuligheter, og dermed bilkjøring, er svært viktig for handlende i Sandnes.
- Det er svært mye parkeringsplasser i sentrum og på Kvadrat. Det reiser spørsmålet om hva som kom først av høna og egget? Er det mange parkeringsplasser fordi folk ønsker det – eller sier folk at parkeringsplasser er viktig fordi de har vendt seg til det?
- Hverdagslige kjøp bør gjøres der folk bor så godt det lar seg gjøre. Det kan redusere bilbruk i forbindelse med handel. Derfor er det viktig å tilrettelegge for et godt handelstilbud i bydels-sentrene (Hommersåk, Ganddal osv.).

11.5 Planmessige utfordringer av å tilfredsstille unge kunder

- Spørreundersøkelsen viser at unge er mindre fornøyde med handelstilbudet i Sandnes. Kommunen og handelsstanden bør
- Vi vet ikke hvorfor de er mindre fornøyde, men kan bruke det vi vet om unge konsumenter generelt.
 - Viktigheten av **opplevelser** (kafé, restaurant, kino, kunst o.l.) er avtagende jo eldre folk blir, i følge spørreundersøkelsen vår. Det stemmer overens med globale trender i retail. Tradisjonelle butikker er i nedgang, men det blir flere butikker som lager handleopplevelser.
 - Butikkformater blir mer og mer **diversifiserte**. One-size-fits-all-formater blir byttet ut til fordel for mer variasjon

En stadig økende kundegruppe er opptatt av miljø, **bærekraft** og etisk produksjon. Yngre velger vekk overforbruk, masseproduksjon og bilbruk til fordel for delingsøkonomi og lokal handel (kilde: Cushman og Wakefield). Vi ser også fra spørreundersøkelsen vår at yngre er mindre opptatt av parkering og mer opptatt av tilgjengelighet med kollektivtrafikk når de handler (se avsnitt 10.1.6). Det er i midlertidig ikke sikkert at de unges preferanser vil vedvare. De unges preferanser vil trolig nærme seg de til dagens eldre etter hvert.

11.6 Reise og parkering

Lokal transport og mobilitetsplan (Sandnes kommune, 2017 D) peker på fire hovedstrategier som må virke sammen for å nå Nullvekstmålet (definert ved at antall personbilreiser på Nord-Jæren ikke skal økes fra nivået i 2012):

- Utbygging av fysisk infrastruktur som gang- og sykkelveier og utvikling av et brukervennlig kollektivtilbud som binder sammen ulike reisemidler i et nettverk.
- Restriktive tiltak i form av veipricing og parkeringsrestriksjoner
- Kunnskaps- og motivasjonstiltak rettet mot publikum
- Arealutvikling og utbyggingsmønster i hele kommunen, samt lokalisering av flere arbeidsplasser i Sandnes sentrum.

Innenfor parkering omtales flere tiltak som skal bidra til å nå nullvekstmålet:

- Parkeringspolitikk med differensiert parkeringsnorm
- Antall parkeringsplasser som tillates ved nye besøks- og arbeidsplassintensive arbeidsplasser er redusert
- Parkeringsareal i sentrum/lokalsentre på bakkenivå skal reduseres
- Balansert fordeling og virkemiddelbruk for parkeringsplasser i sentrum og desentraliserte kjøpesentra/lokalsentre

Transport- og mobilitetsplanen omtaler ikke samspillet mellom tilrettelegging for bilbruk og lokalisering av handel; hvordan tilrettelegging for handelsvirksomhet påvirker reise-mønstret, hvordan tilrettelegging for parkering påvirker lokalisering av handelsvirksomhet.

I gjennomsnitt for landet utgjør innkjøpsreiser (handlereiser) 27 prosent av alle daglige reiser. Gjennomsnittlig reiselengde ved innkjøpsreiser er 7,7 km, halvparten av reisene er under 3 km. 70 prosent av innkjøpsreisene gjennomføres med bil, 5 prosent med kollektive transportmidler, resten (25 prosent) til fots eller med sykkel (Hjorthol, Engebretsen, & Uteng, 2014). Summert over alle reisehensikter, gjennomfører bosatte i Sandnes en større andel turer med bil og en mindre andel av turene til fots. Andelen av innkjøpsreisene som gjennomføres med bil har holdt seg stabil i perioden 2000-2014, mens gjennomsnittlig reiselengde har økt med ca. 1 km. Innkjøpsreiser utgjør en mindre andel av samlet transportarbeid enn arbeidsreiser og fritidsreiser. Siden det er sammenheng mellom valg av transportmiddel ved ulike reisehensikter, er likevel tilrettelegging for gang, sykkel og kollektive transportmidler ved innkjøpsreiser viktig for å nå nullvekstmålet.

Referanser

- Helsedirektoratet. (2014). *Kunnskapsgrunnlag for fysisk aktivitet*.
- Hjorthol, R., Engebretsen, Ø., & Uteng, T. (2014). *Den nasjonale reisevaneundersøkelsen 2013/14 - nøkkelrapport. TØI rapport 1383/2014*. Oslo: Transportøkonomisk Institutt.
- Holm, E. D. (2011). *Kronikk i Dagens Næringsliv*.
- Kommunal- og moderniseringsdepartementet. (2014). *Siste nytt fra KMDs planavdeling. Foredrag*.
- Miljøverndepartementet. (2008). *Rikspolitisk bestemmelse for etablering av kjøpesentre*.
- Miljøverndepartementet. (2013). *Den moderne bærekraftige byen*. T-1537.
- Rogaland avis. (2017, 1 6). (A. Birkemo, Redaktør) Hentet fra <http://www.dagsavisen.no/rogalandsavis/fra-45-000-til-40-000-arbeidsplasser-pa-forus-1.910055>
- Rogaland fylkeskommune. (2011). *Regional plan for næringsutvikling. Rogaland*.
- Rogaland fylkeskommune. (2013). *Regional plan for Jæren 2013-20140*.
- Rogaland fylkeskommune. (2015). *Mulighetsstudie. Muligheter for byvekst - byens potensial*.
- Sandnes kommune . (2017B). *Befolkningsframskriving 2017-2035*.
- Sandnes kommune. (2015). *En kartlegging av levekår fordelt på geografiske områder i Sandnes*.
- Sandnes kommune. (2015). *Levekårkartlegging i Sandnes*.
- Sandnes kommune. (2017 D). *Lokal transport og mobilitetsplan for Sandnes*. Sandnes: Sandnes kommune.
- Sandnes kommune. (2017). *Kommunedelplan for Sandnes sentrum 2018-2035. Planprogram*.
- Sandnes kommune. (2017C). *Nettundersøkelse lokalsentre*.
- Sandnes kommune. (u.d.). *Befolkningsframskrivning*.
- Squires. (u.d.). *Urban Sprawl: Causes, Consequences and Policy Respons* (Vol. 2002).
- SSB. (2014). *Økonomske analyser 4/2014*.
- Tiesdell, C. o. (u.d.). *Public Places Urban Spaces* (Vol. 2010).
- Vista Analyse. (2014). *Samfunns- og næringsanalyse for Mosseregionen*.
- Vista Analyse. (2016). *Samfunnsøkonomiske virkninger av friluftsliv*.

Vedlegg

A Spørreundersøkelsen

Hei, mitt navn er ... og jeg ringer fra Norstat. Vi gjennomfører for tiden en kort undersøkelse på oppdrag for Sandnes kommune som ønsker kunnskap om innbyggernes handlevaner i forbindelse med ny kommuneplan. Vi lurte i den forbindelse på om vi kan stille deg noen enkle spørsmål. Det hele vil ikke ta mer enn 7-8 minutter. Passer det nå?

Q1 Noter kjønn:

Mann

Kvinne

Q2 Hva er din alder?

Q3 Hva er postnummeret der du bor?

Q4 Hvilken kommune jobber du i?

+ En annen kommune (spesifiser): ____ OPEN BOX

+ Ikke i arbeid

Q5 Du svarte Sandnes kommune, er det:

I Sandnes sentrum

På Forus

Et annet sted (spesifiser): ____ OPEN BOX

Q6 Hvordan reiser du til jobb? MULTI 1-5

Til fots / med sykkel

Med buss

Med tog

Med bil

Annet, noter: ____ OPEN BOX

Q7 Hvilket av følgende handlesteder besøker du oftest når du handler dagligvarer?

Sandnes sentrum

Kvadrat

Lura

Ganddal

Hommersåk

Figgjo

Hana/Vatnekrossen

Annet sted, noter: ____ OPEN BOX

Handler aldri dagligvarer (IKKE LES OPP)

Q8 Hvordan reiser du til dette handlestedet? MULTI

Til fots / med sykkel

Med buss

Med tog

Med bil

Annet, noter: _____ OPEN BOX

Q9 Hvilke av følgende handlesteder pleier du vanligvis å besøke når du handler andre varer enn dagligvarer? MULTI

Sandnes sentrum

Kvadrat

Andre steder på Forus

M44

Ålgård

Andre steder, noter: _____ OPEN BOX

Q10 Hvilket av de overnevnte handlestedene besøker du oftest?

Sandnes sentrum

Kvadrat

Andre steder på Forus

M44

Ålgård

Andre steder

Q11 Hvordan reiser du til dette handlestedet? MULTI

Til fots / med sykkel

Med buss

Med tog

Med bil

Annet, noter: _____ OPEN BOX

Q12 Vi ønsker å vite mer om hvor du handler ulike varer. Hvor handler du... MULTI GRID

1 Klær og sko

2 Elektro

3 Møbler

Sandnes sentrum

Kvadrat

Andre steder på Forus

M44

Ålgård

Andre steder, noter: _____ OPEN BOX

Q13 Hvor stor betydning har hver av følgende faktorer for deg når du velger handelssted.

Er det meget stor betydning, ganske stor betydning, litt betydning eller ingen betydning at...

- Handelstilbudet ligger i nærheten av der du bor
- Handelstilbudet ligger i nærheten av der du arbeider
- Handelstilbudet har et stort utvalg av store og kjente kjedebutikker
- Handelstilbudet ligger i nærheten av bysentrum
- Handelstilbudet har mange butikker konsentrert på ett sted
- Handelstilbudet fremstår som moderne og attraktivt
- Handelstilbudet har en hyggelig og trivelig atmosfære
- Handelstilbudet har et varierende butikkutvalg
- Handelstilbudet har lave priser
- Handelstilbudet har gode parkeringsmuligheter
- Handelstilbudet er lett tilgjengelig med kollektivtransport
- Det er lave eller ingen reiseutgifter knyttet til å komme seg til handelstilbudet
- Handelen kan kombineres med andre opplevelser (sport, restauranter og cafeer, teater, kunst e.l.)
- Handelstilbudet har lite trengsel / du kan handle i ro og fred

Scale:

Meget stor betydning

Ganske stor betydning

Litt betydning

Ingen betydning

Vet ikke (IKKE LES OPP)

Q14 På en skala fra 1 til 5 hvordan opplever du handelstilbudet i Sandnes sentrum, der 1 er svært dårlig og 5 er svært godt?

1 Svært dårlig

2

3

4

5 Svært godt

9 Vet ikke/kan ikke svare (IKKE LES OPP)

Q15 Hvor ofte er du i Sandnes sentrum for å handle, eller utføre andre gjøremål (utenom jobb)?

Hver dag eller flere ganger i uka

En gang i uka

Mellom en gang i uka og hver 14. dag

Mellom en gang hver 14 dag og en gang i mnd.

Sjeldnere

Aldri

Q16 På en skala fra 1 til 5 hvordan opplever du handelstilbudet på Kvadrat, der 1 er svært dårlig og 5 er svært godt?

1 Svært dårlig

2

3

4

5 Svært godt

9 Vet ikke/kan ikke svare (IKKE LES OPP)

Q17 Hvor ofte besøker du Kvadrat for å handle, eller utføre andre gjøremål (utenom jobb)?

Hver dag eller flere ganger i uka

En gang i uka

Mellom en gang i uka og hver 14. dag

Mellom en gang hver 14 dag og en gang i mnd.

Sjeldnere

Aldri

Q18 På en skala fra 1 til 5, hvordan opplever du handelstilbudet andre steder på Forus, der 1 er svært dårlig og 5 er svært godt?

1 Svært dårlig

2

3

4

5 Svært godt

9 Vet ikke/kan ikke svare (IKKE LES OPP)

Q19 Hvor ofte besøker du andre steder på Forus for å handle, eller utføre andre gjøremål (utenom jobb)?

Hver dag eller flere ganger i uka

En gang i uka

Mellom en gang i uka og hver 14. dag

Mellom en gang hver 14 dag og en gang i mnd.

Sjeldnere

Aldri

Q20 Hva vil du anslå husstandens samlede brutto inntekt er per år? Altså samlet inntekt før skatt og fradrag.

T.o.m. 200.000,-

201-400.000,-

401-700.000,-

Mer enn 700.000,-

Vil ikke svare

Vet ikke

B Levekårsindeksen

Levekårsrapporten brukt i statistikken for bydelene er bygget over data for 48 soner og 21 indikatorer. Disse er:

- Andel barn (3-12 år)
- Unge voksne (20-24 år)
- Eldre (65+)
- Andel aleneboende
- Andel barn med enslig forsørger
- Innvandrerandel
- Barneutflytting andel
- Utflytting andel
- Leide boliger andel
- Enebolig andel
- Rekkehus andel
- Horisontaldelt tomannsbolig
- Blokker andel
- Utdanningsnivå etter andel
- Medianinntekt
- Andel i lavinntektshusholdninger
- Andel barn i lavinntektshusholdninger
- Gjeld mer enn 3 ganger bruttoinntekt andel
- Arbeidsledighet prosent
- Ungdomsledighet prosent
- Sosialhjelpsmottakere andel
- Arbeidsavklaringspenger andel
- Unge uføre prosent
- Helsetilstand indikator
- Barn med barnevernstiltak andel
- Kriminalitet
- Indeks for levekår basert på punktene over

C Vistavare

Egendefinerte varehandelskategorier, beregning basert på nacekoder og kommentarer

Egendefinerte kategorier		
		Pluss
		Minus
		Overlapp
1	Detalj. totalt - minus drivstoff til motorvogn	
47	Detalj.	
47.3	Detalj. drivstoff til motorvogner	
1	Detalj. totalt - minus drivstoff til motorvogn, postordre og netthandel	
47	Detalj.	
47.3	Detalj. drivstoff til motorvogner	
47.91	Postordreh. og handel via Internett	
2	Dagligvarer	
47.11	Butikkk. bredt utvalg nær.midler m.m.	Hvis 47.11 finnes, ellers 47.1
47.2	Spesialforr. nær.- og nytelsesmidl.	
3	Jern/bygg og farge	
47.51	Butikkk. tekstiler og utstyrsvarer	
47.52	Butikkk. jernv., fargev. og glass	
47.521	Byggvarehus m.m.	
47.524	Butikkk. trelast	
47.529	Butikkk. byggevarer el.	
47.53	Butikkk. tapet/gulvtepper/gardiner	
4	El. Husholdning, interiør og innbo	
47.4	Butikkk. med IKT-utstyr	
47.54	Butikkk. el. hush.apparater	
47.59	Butikkk. møbler/belys.utstyr m.m.	
47.591	Butikkk. møbler	
5	Bok, leker, fritid og sport	
47.6	Butikkk. med bøker, musikkart. etc.	
6	Utvalgsvarer	Inkluderer blomster/planter dersom færre enn tre forhandlere i 47.76
47.7	Annen butikkhandel	
47.76	Butikkk. blomster/planter m.m.	
47.8	Torghandel	
7	Bredt vareutvalg (minus mat)	
47.1	Butikkk. med bredt vareutvalg	Hvis 47.11 finnes, ellers lik null
47.11	Butikkk. bredt utvalg nær.midler m.m.	
8	Blomster/planter m.m.	
47.76	Butikkk. blomster/planter m.m.	
9	Netthandel	
47.91	Postordreh. og handel via Internett	
10	Plasskrevende-samlekategori	
47.521	Byggvarehus m.m.	
47.524	Butikkk. trelast	
47.529	Butikkk. byggevarer el.	
47.591	Butikkk. møbler	
47.76	Butikkk. blomster/planter m.m.	

Vista Analyse AS
Meltzersgate 4
0257 Oslo

post@vista-analyse.no
vista-analyse.no