



Melhus kommune

Melhus handelsanalyse

Utgave: 2

Dato: 20.11.2017

DOKUMENTINFORMASJON

Oppdragsgiver:	Melhus kommune
Rapporttittel:	Melhus handelsanalyse
Utgave/dato:	2/ 20.11.2017
Filnavn:	Rapport.docx
Arkiv ID	
Oppdrag:	612804-01–Områdeplan Melhus
Oppdragsleder:	Gunnar Berglund
Avdeling:	Analyse og utredning
Fag	Handelsanalyse
Skrevet av:	Gunnar Berglund
Kvalitetskontroll:	Øyvind Dalen
Asplan Viak AS	www.asplanviak.no

FORORD

Asplan Viak har vært engasjert av Melhus kommune for å utarbeide et kunnskapsgrunnlag for handel i forbindelse med områdeplan for Melhus sentrum. Kunnskapsgrunnlaget omfatter en historisk gjennomgang av kundegrunnlag, omsetning i ulike varegrupper, dekningsgrader og en beregning av potensialet for økning av handelsareal i Melhus sentrum.

Arbeidet er gjennomført av Gunnar Berglund med Øyvind Dalen som kvalitetssikrer.

Oslo, 20.11.2017

Gunnar Berglund

Oppdragsleder

Øyvind Dalen

Kvalitetssikrer

INNHOLDSFORTEGNELSE

1	Bakgrunn og sammendrag	4
2	Befolkningsprognoser	5
2.1	Framskrevet befolkning	5
2.2	Bosettingsmønster	6
3	Handelsanalyse	9
3.1	Markedsområde	9
3.2	Varegrupper	12
3.3	Dagens situasjon og historisk utvikling.....	13
3.4	Potensial for økt handel.....	21

1 BAKGRUNN OG SAMMENDRAG

Melhus kommune utarbeider i 2017-2018 en områdeplan for Melhus sentrum. I den forbindelse er det behov for å se på potensialet for økt handel i kommunesenteret. Denne rapporten beskriver utviklingen innenfor varehandel for Melhus kommune de siste ti år. Utviklingen ses i sammenheng med tilsvarende utvikling i nabokommunene Trondheim, Skaun og Klæbu. I tillegg er det er sett spesielt på handelssituasjonen i Melhus sentrum, hvor utviklingen blant annet er sammenliknet med Tiller og Heimdal i Trondheim kommune. På grunnlag av dette er det beregnet et potensial for fremtidig etablering av varehandel i Melhus sentrum.

Melhus kommune har en lavere omsetning innenfor varehandel enn det befolkningsgrunnlaget skulle tilsi. Det betyr at omsetningen i Melhus er lavere enn kjøpekraften, ved at det blir det omsatt for mindre pr. bosatt i kommunen enn snittet for Sør-Trøndelag fylke. Det antas at forbruksmønsteret er relativt jevnt fordelt i regionen, og at hver enkelt i snitt handler for omtrent det samme beløpet i løpet av et år, uavhengig av bosted. En underdekning i Melhus betyr således at befolkningen reiser ut av kommunen for å foreta deler av sine innkjøp. Dette gjelder alle varegrupper, selv om en relativt stor del av dagligvarene handles lokalt.

Trondheim kommune har et stort handelstilbud, og overdekning. Dette gjelder særlig for Trondheim sentrum, men tilbudet er også stort på Tiller/City syd, som ligger nær grensen mot Melhus kommune og i kort avstand fra Melhus sentrum.

I prosent har omsetningen i Melhus kommune og Melhus sentrum styrket seg i forhold til Trondheim og Tiller den siste 10-års perioden. Økningen har først og fremst kommet innenfor dagligvarehandelen, og i mindre grad innenfor utvalgsvarer.

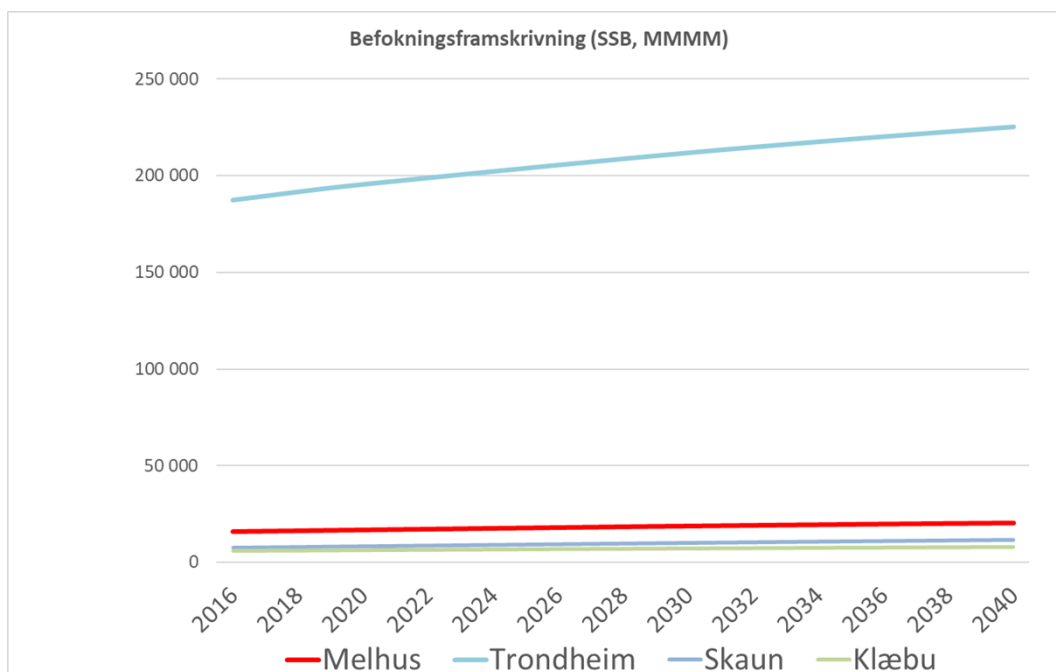
Vi finner et potensial for økt omsetning, og dermed mulighet for å øke handelsarealet i Melhus kommune. Befolkningsmønsteret i kommunen tilsier at økningen bør komme i Melhus sentrum. Fram mot 2026 vil befolkningsøkningen alene gi et potensial for en økning i handelsareal på i underkant av 3.000 m². Vekst i kjøpekraft som følge av generell velstandsøkning i samme periode vil gi et ytterligere potensial for økning i handelsareal på 5.500 m². Denne økningen forutsetter imidlertid at en like stor del av inntekten brukes til varehandel i 2026 som i dag, og at f. eks omfanget av netthandel tilsvarer dagens nivå. Dette er faktorer som gjør at vekstpotensialet som følge av vekst i kjøpekraft er mer usikkert enn det som følger av befolkningsveksten.

Dersom Melhus sentrum tar opp konkurransen med Trondheim og Tiller og legger til rette for full egendekning av handel i kommunen, kan det bygges ytterligere 13.000 m² handelsareal. Mulighetene for å lykkes med en slik satsning er svært usikre, men et utvidet handelstilbud i et attraktivt sentrumsområde med et godt lokalt tilbud av service og andre tilbud, burde ha potensial for å utjevne handelsbalansen noe. I en slik vurdering må det tas hensyn til at enkelte varegrupper krever et stor kundegrunnlag, og finnes således bare i større byområder.

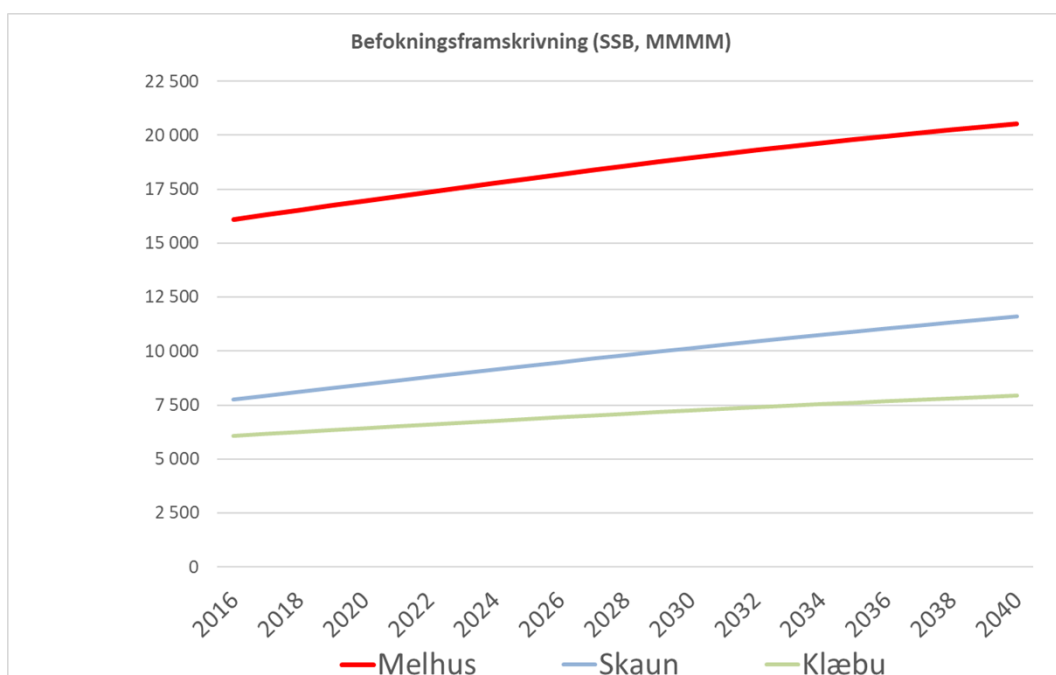
2 BEFOLKNINGSPROGNOSER

2.1 Framskrevet befolkning

Befolkningsprognosene inngår som grunnlag for beregningene i handelsanalysen. Figurene nedenfor gir en oversikt over forventet befolkningsutvikling i Melhus kommune og de tre nabokommunene fram mot 2030. Grunnlaget er SSBs scenario med middels nasjonal vekst (MMMM). Prognosene gir en økning i antall bosatte i kommunen fra 16 096 i 2016 til 18 961 i 2030, dvs. en samlet vekst på 18 %, og en årlig vekst på 1,1 %.



Figur 2-1 Befolkningsprognoser Melhus kommune og tre nabokommuner, SSB (MMMM)



Figur 2-2 Befolkningsprognoser Melhus kommune og to nabokommuner, SSB (MMMM)

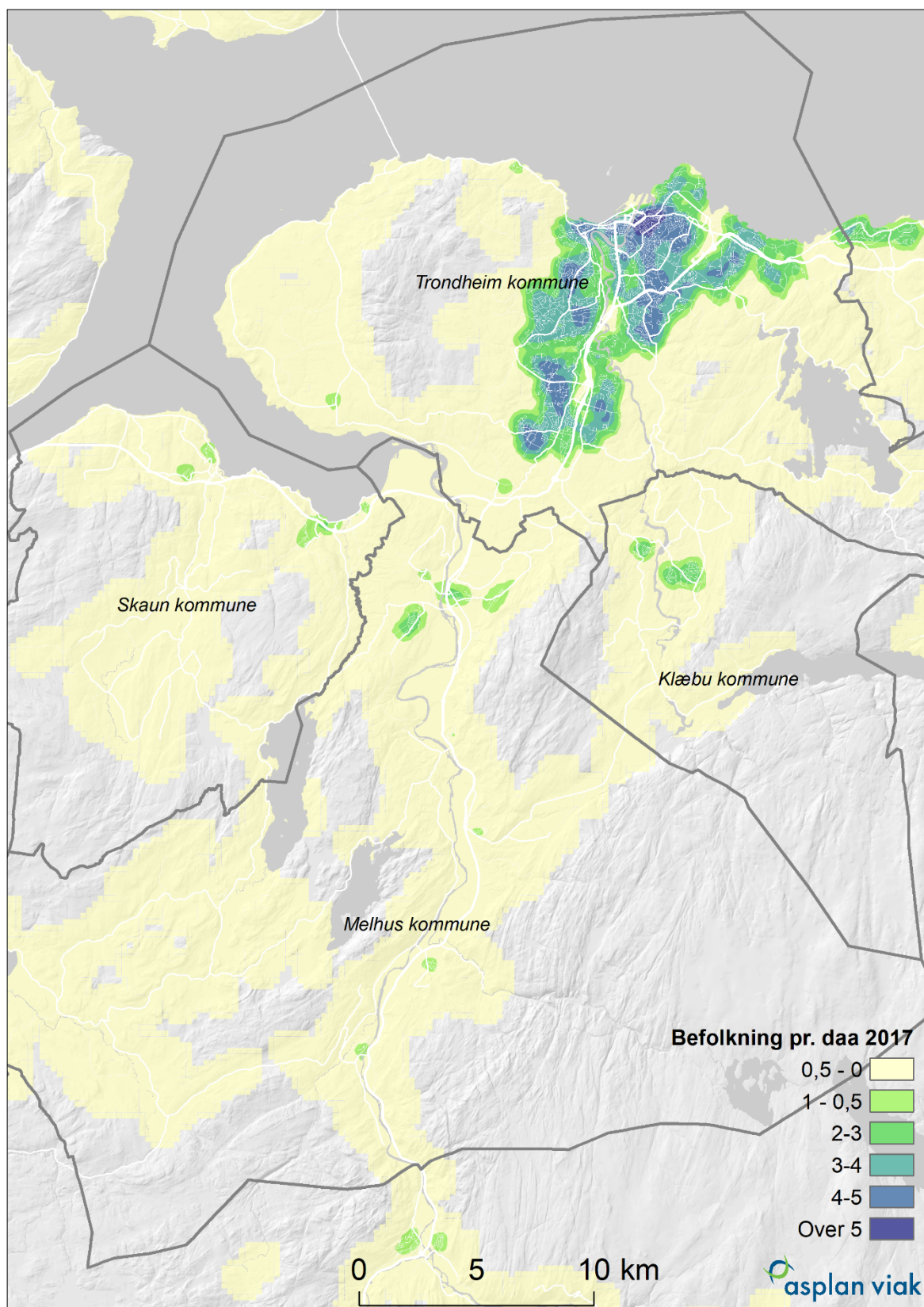
Tabell 2-1 Befolkningsprognoser Melhus og tre nabokommuner, SSB (MMMM)

Kommune	2016	2020	2026	2030	2040	Vekst 2016-2030	Årlig vekst 2016-2030
Melhus	16 096	16 956	18 188	18 961	20 543	18 %	1,2 %
Trondheim	187 353	195 540	205 581	211 941	225 430	13 %	0,9 %
Skaun	7 755	8 455	9 474	10 129	11 606	31 %	1,9 %
Klæbu	6 067	6 420	6 936	7 250	7 942	19 %	1,3 %
Totalt	217 271	227 371	240 179	248 281	265 521	14 %	1,0 %

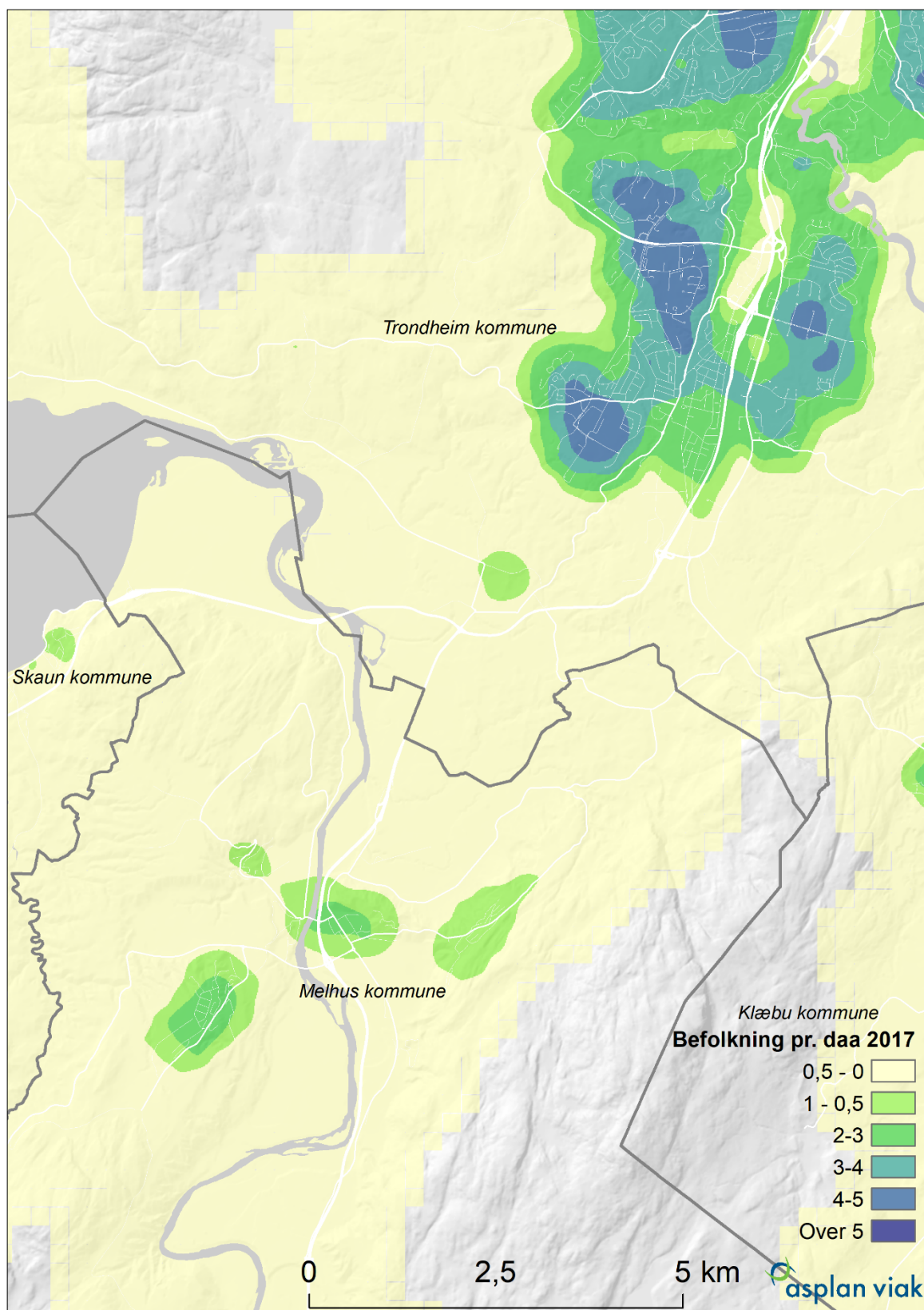
Alle kommunene i regionen vil få en økt befolkning i henhold til SSBs framskrivning. Veksten i absolutte tall er størst i Trondheim, mens Skaun har den største prosentvise veksten fram mot 2030, med 1,9% pr. år.

2.2 Bosettingsmønster

Mulighetene for å utvikle et handelstilbud henger i stor grad sammen med befolkningsmønsteret i handelsområdet. Trondheim dominerer i regionen. Melhus kommune har lav befolkningstetthet og kun Melhus sentrum har en befolkningsstørrelse og tetthet som kan gi grunnlag for et handelstilbud av en viss størrelse. Se Figur 2-3 og Figur 2-4.



Figur 2-3 Befolkningstetthet i de fire kommunene, 2017



Figur 2-4 Befolkningstetthet i Melhus nord og Trondheim sør

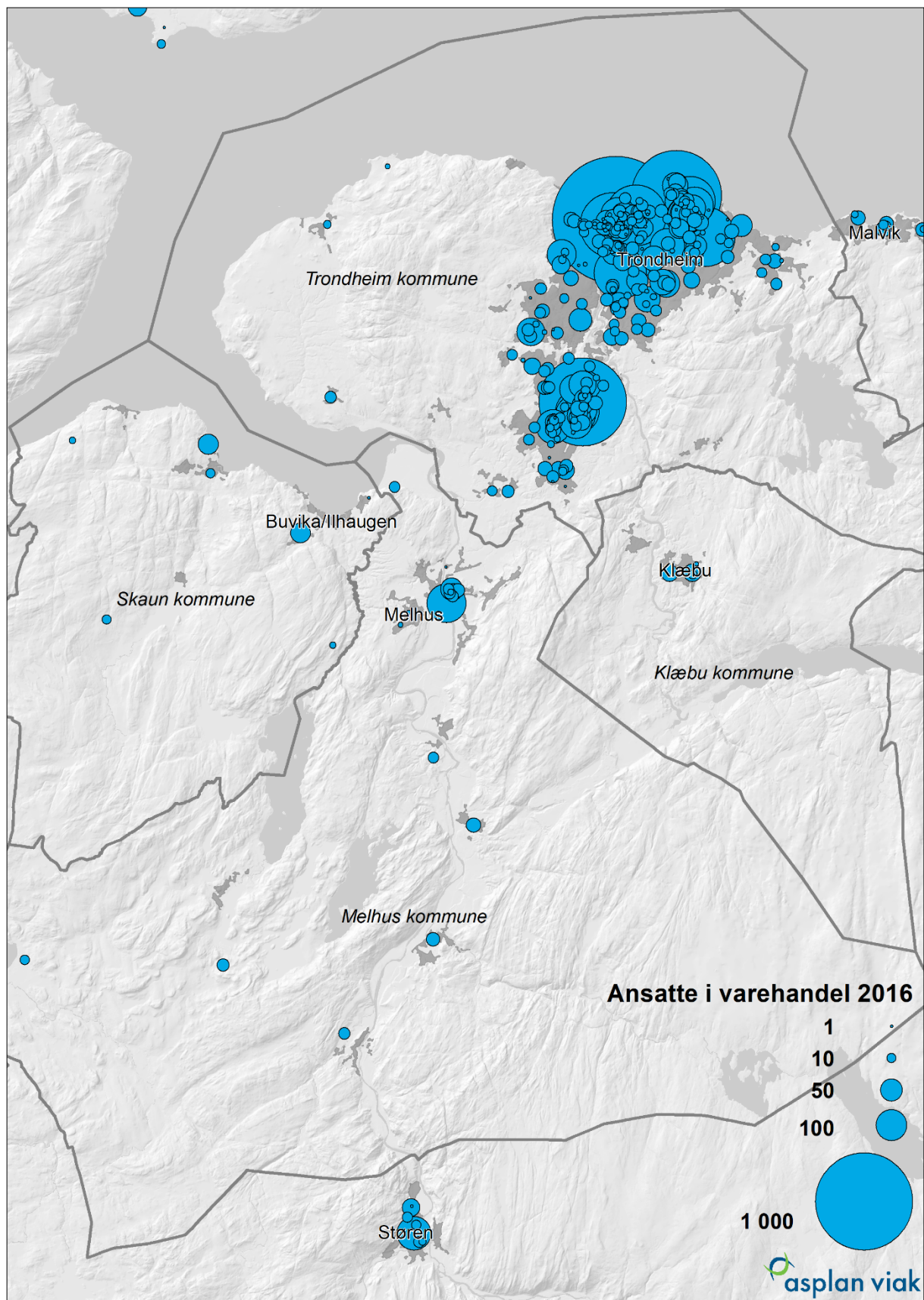
3 HANDELSANALYSE

Som grunnlag for handelsanalysen er det innhentet omsetningsdata fra Statistisk Sentralbyrå (SSB) for perioden 2008– 2016. SSB leverer dette på kommunenivå eller postsonenivå, fordelt på varegrupper. Statistikk leveres kun dersom det er minst tre aktører innenfor samme bransje/varegruppe i den aktuelle sonen.

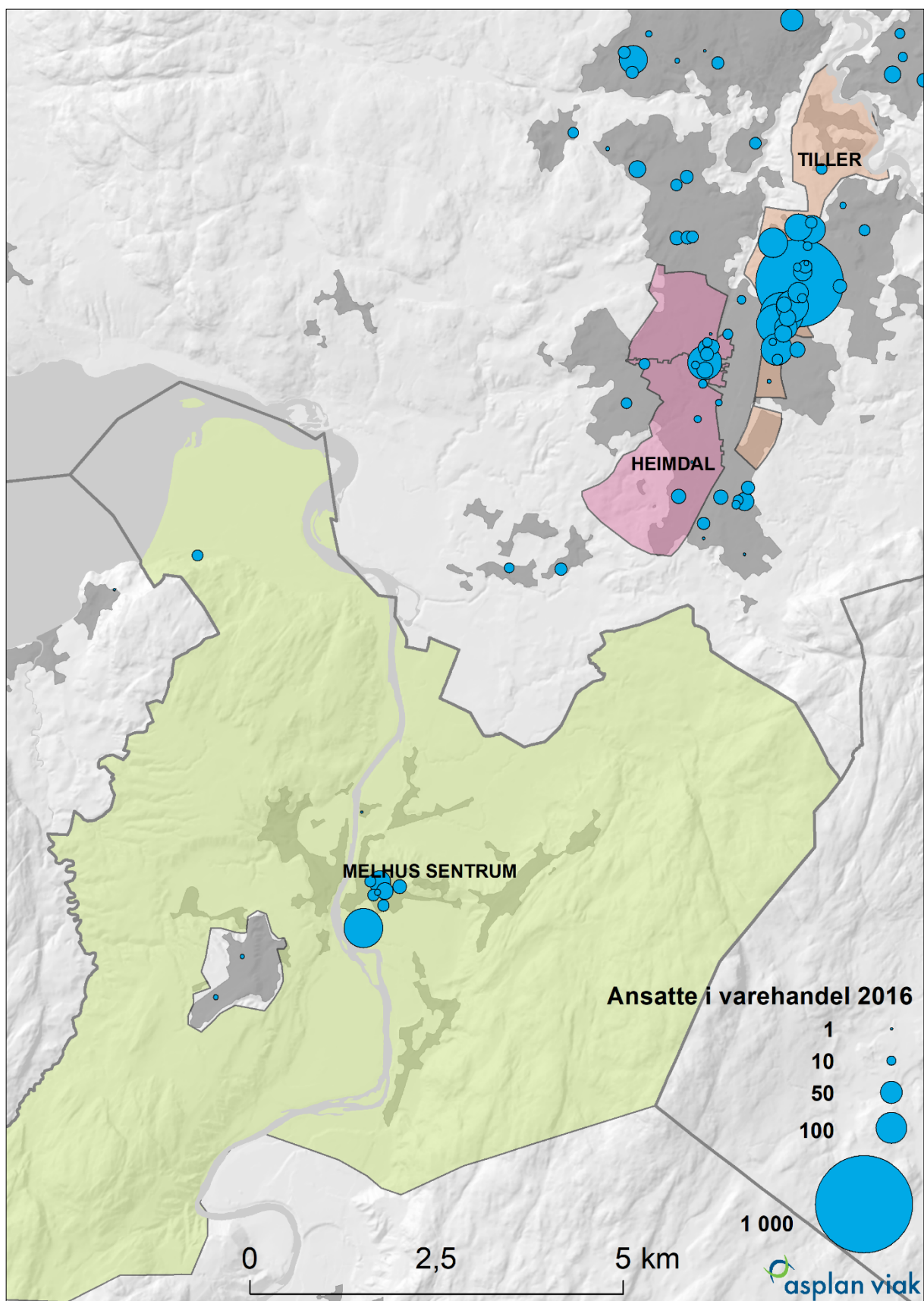
3.1 Markedsområde

Et markedsområde er det geografiske nedslagsfeltet til en handelsvirksomhet, og defineres av bosetningsmønster, virksomhetens størrelse i form av omsetning, og innslag av konkurrerende virksomheter i nærheten. Handelstilbudets vareutvalg er også avgjørende, da kundenes reisevillighet varierer for ulike varegrupper.

Det er regnet med at det området som påvirker handelsvirksomhetene i Melhus er kommunene Trondheim, Skaun og Klæbu. Det er derfor hentet ut omsetningsstatistikk for disse fire kommunene, samt for Sør-Trøndelag kommune og for hele Norge. I tillegg er det hentet ut statistikk for postsonen Melhus sentrum, som omfatter den nordlige delen av kommunen, og for områdene Tiller og Heimdal i Trondheim sør. Figur 3-1 og Figur 3-2 viser hvordan dagens handelstilbud er fordelt i området, etter antall ansatte i varehandelen. Det største tilbudet finnes sentralt i Trondheim. Også i Trondheim sør finner vi et stort handelstilbud. I de tre andre kommunene er det mindre tilbud. Tilbudet i Melhus sentrum er større enn tilsvarende områder i Skaun og Klæbu.



Figur 3-1 Varehandelens lokaliseringmønster i de fire kommunene



Figur 3-2 Varehandelens lokaliseringmønstre i de tre sonene

3.2 Varegrupper

Varegruppene i omsetningsstatistikken er gruppert i fire hovedgrupper. Følgende varegrupper (NACE-koder SN2007) er benyttet:

Detaljvarehandel

- Summen av 47 ekskl. 47.3 (drivstoff), 47.642 (fritidsbåter), 47.8 (torg), 47.9 (postordre)
- + 45.320 + 45.402

Dagligvarer

- 47.11 Butikkhandel med bredt vareutvalg med hovedvekt på nærings- og nytelsesmidler
- 47.2 Butikkhandel med nærings- og nytelsesmidler i spesialforretninger eks. 47.25 Butikkhandel med drikkevarer

Utvalgsvarer

- 47.19 Butikkhandel med bredt vareutvalg ellers
- 47.25 Butikkhandel med drikkevarer
- 47.4 Butikkhandel med IKT-utstyr i spesialforretninger
- 47.5 eksklusive "plasskrevende 1 og 2" (se under)
- 47.6 eksklusive 47.642
- 47.7 Annen butikkhandel i spesialforretninger, eks 47.761 blomster

Plasskrevende 1: Møbler, hvitevarer, fargevarer, motorutstyr

- 47.523 Butikkhandel med fargevarer
- 47.531 Butikkhandel med tapet, gulvbelegg
- 47.532 Butikkhandel med tepper
- 47.54 Butikkhandel med elektriske husholdningsapparater
- 47.591 Butikkhandel med møbler
- 47.599 Innredningsartikler ikke nevnt annet sted
- 45.320 Detaljhandel med deler og utstyr til motorvogner, unntatt motorsykler
- 45.402 Detaljhandel med motorsykler, deler og utstyr

Plasskrevende 2: Byggevarer/Hagesenter

- 47.521 Butikker med bredt utvalg av jernvarer, fargevarer og andre byggevarer
- 47.524 Butikker med trelast
- 47.529 Byggevarer ikke nevnt annet sted
- 47.761 Butikkhandel med blomster og planter

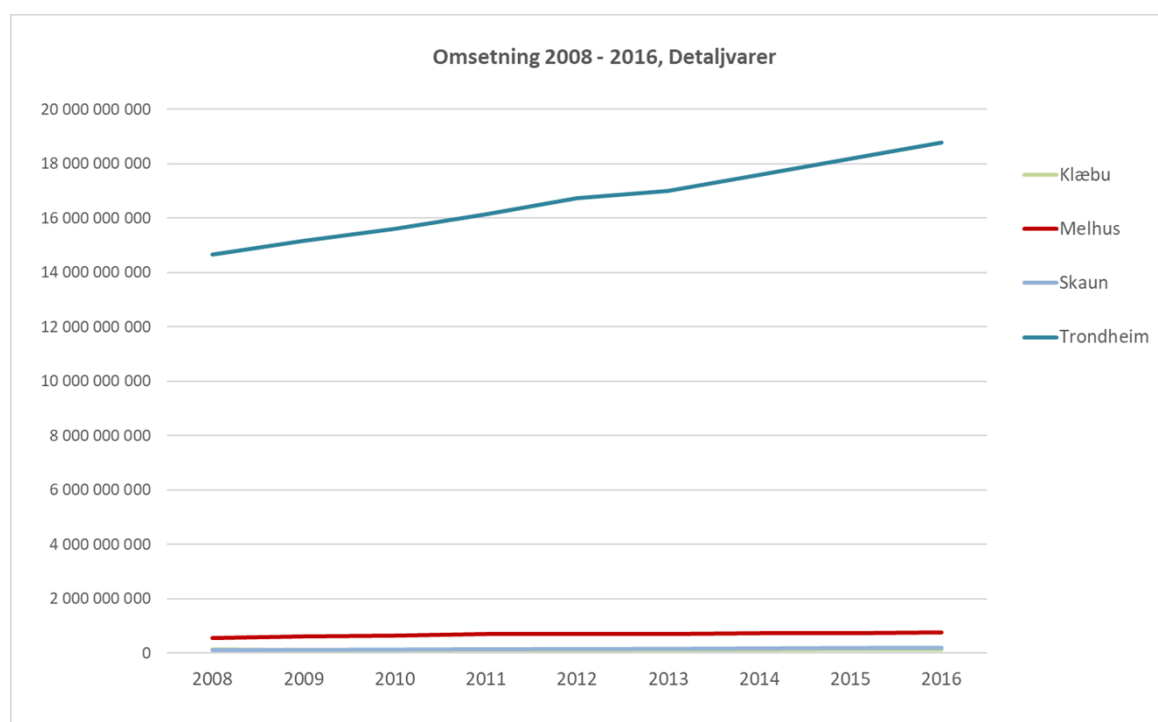
3.3 Dagens situasjon og historisk utvikling

3.3.1 Omsetning

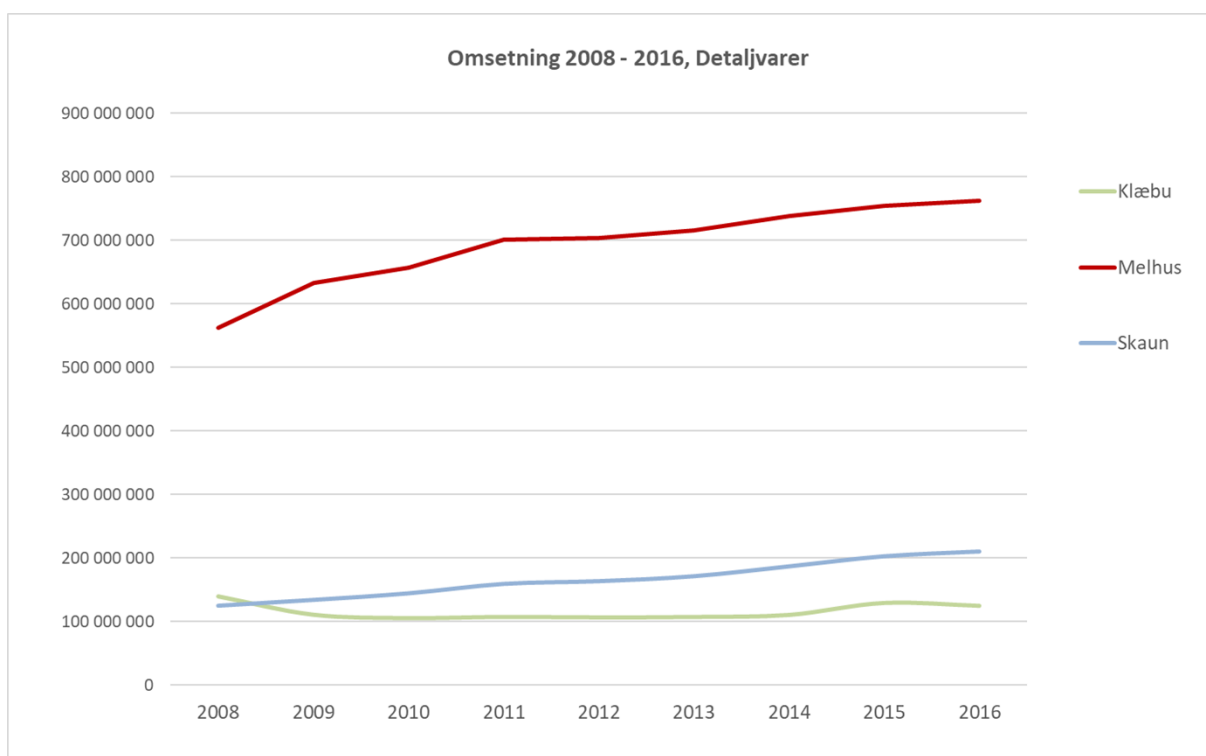
Figur 3-3 til Figur 3-6 viser utviklingen i samlet omsetning innenfor detaljhandelen i de fire kommunene og de tre handelsområdene det er sett nærmere på. I absolutte tall er det Trondheim som har størst omsetning og som har hatt den største økningen gjennom perioden. Melhus har langt lavere omsetning enn Trondheim, men også langt høyere enn nabokommunene Skaun og Klæbu. Melhus sentrum alene har en omsetning som er det dobbelte av Skaun kommune, og nær fem ganger høyere enn Klæbu kommune.

Relativt sett har imidlertid Skaun hatt den største økningen, på 70%. Omsetningen i Melhus har økt med ca. 35% i perioden, mens ser vi på handelssonen Melhus sentrum, har omsetningen økt med om lag 40%. Den sterkeste økningen er registrert fra 2008 til 2012. Til sammenlikning har Trondheim kommune hatt en omsetningsvekst på i underkant av 30%.

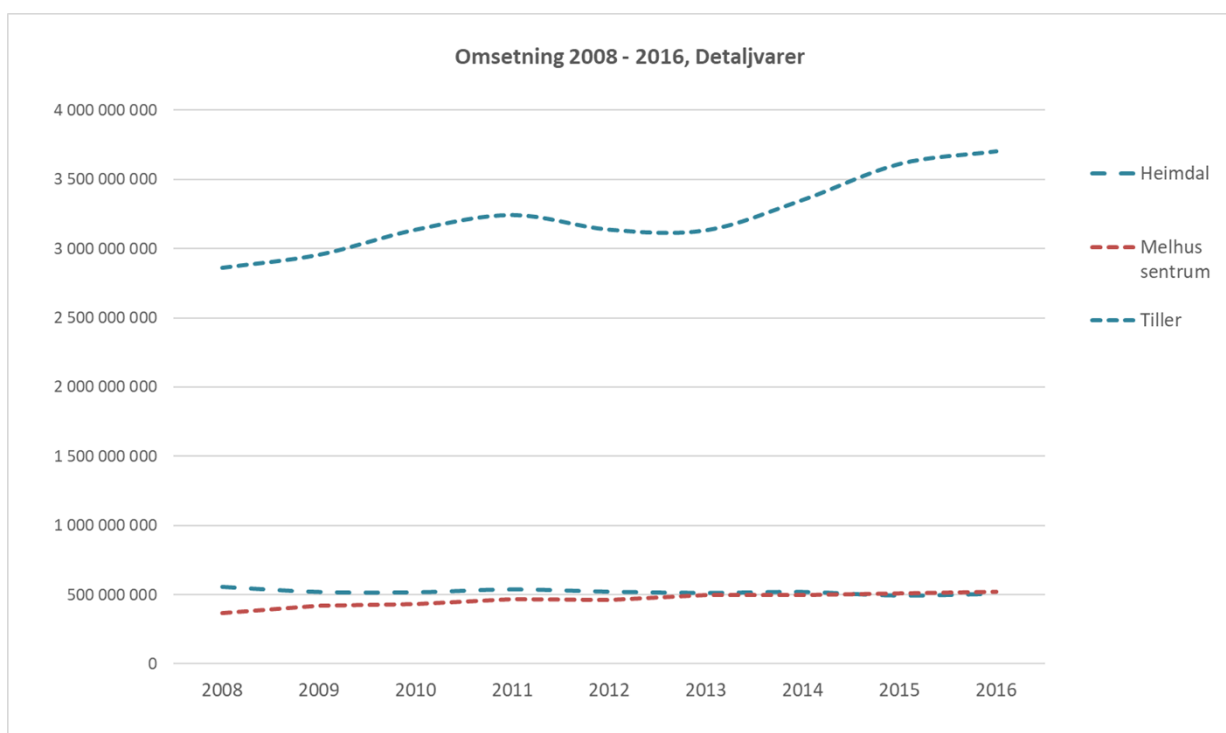
Ser vi på de tre handelsområdene Melhus sentrum, Tiller og Heimdal, er det Tiller som har det største omsetningen og den største økningen målt i kroner. Heimdal har hatt en nedgang gjennom perioden, mens Melhus sentrum har hatt en oppgang, og i 2016 er omsetningen i Heimdal og Melhus sentrum omtrent lik. Handelssenteret City Syd ligger på Tiller. Målt i prosent har imidlertid både Melhus kommune og i Melhus sentrum større økning enn Tiller.



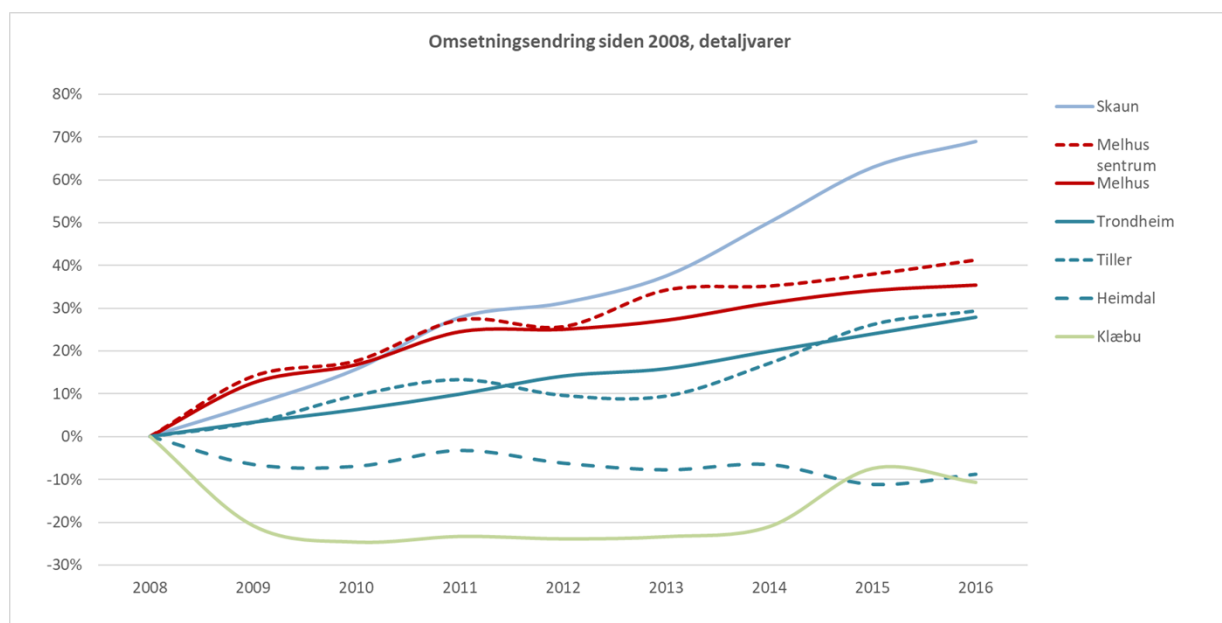
Figur 3-3: Omsetning innenfor detaljhandelen, historisk utvikling 2008-2016, fire kommuner (Klæbu og Skaun ligger parallelt i grafen, se figur 3-4 for detaljer)



Figur 3-4 Omsetning innenfor detaljhandelen, historisk utvikling 2008-2016, tre kommuner

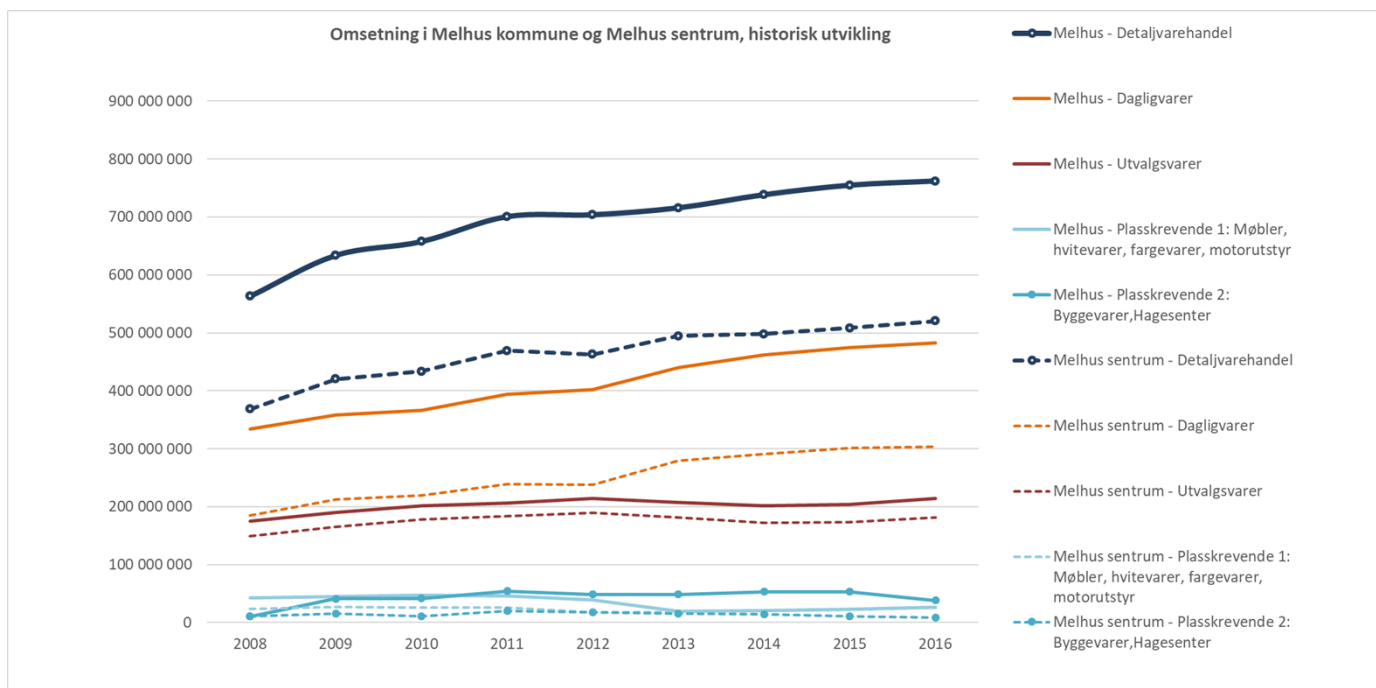


Figur 3-5 Omsetning innenfor detaljhandelen, historisk utvikling 2008-2016, Melhus sentrum og to handelsområder i Trondheim sør

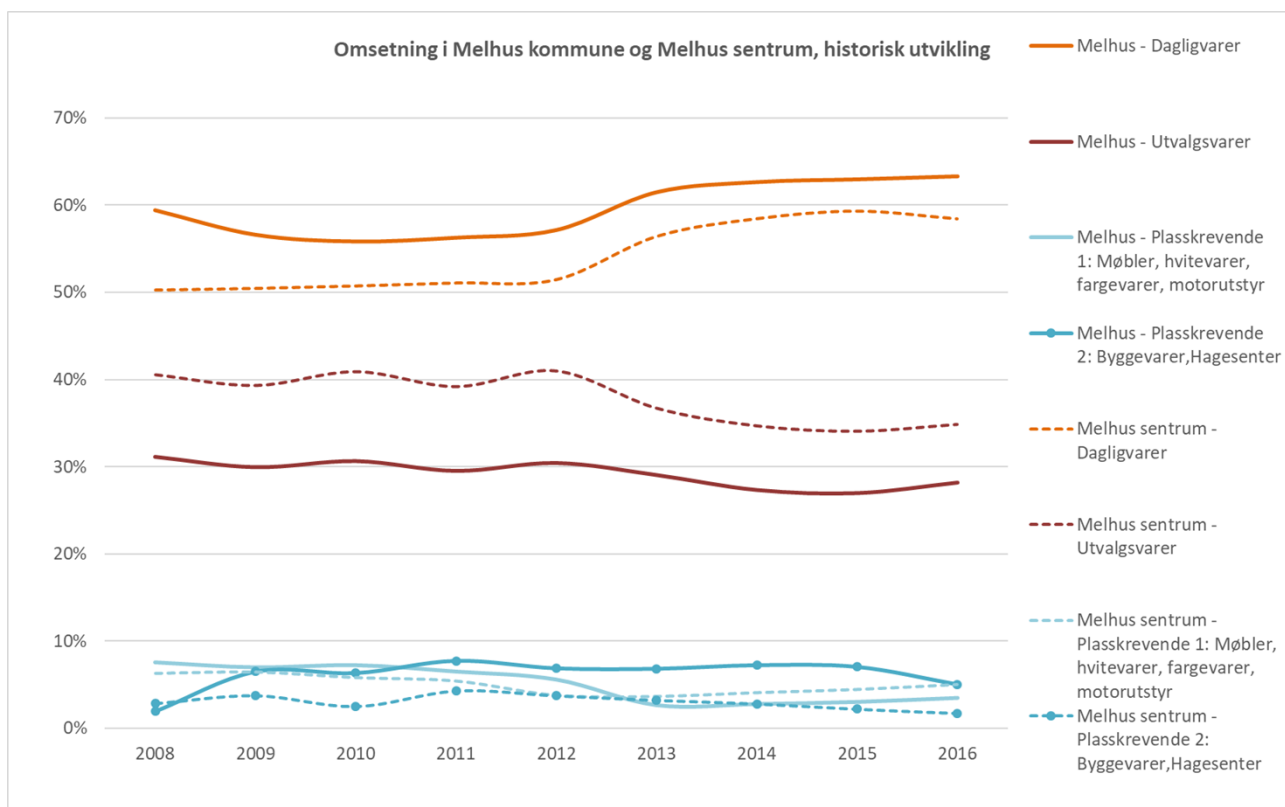


Figur 3-6: Omsetning innenfor detaljhandelen, historisk utvikling, indeksert (basert på løpende priser)

Figur 3-7 viser omsetningsutvikling i Melhus kommune og i Melhus sentrum, fordelt på varegrupper. Tall for Melhus sentrum er vist med stiplede linjer. Det fremgår at omsetningen de siste årene har økt relativt jevnt for dagligvarer, mens utvalgsvarer ligger på omtrent samme nivå igjennom hele perioden 2008-2016. For «møbler og hvitevarer» og «byggevarer og hagesenter» har det også vært lite eller ingen økning gjennom perioden. Økningen i omsetning av detaljvarer i Melhus mellom 2008-2016 har altså i stor grad foregått innenfor dagligvaresegmentet. Figur 3-8 viser hvordan den totale detaljhandelsomsetningen er fordelt på de fire varegruppene. En tydelig forskjell på sentrum og kommunen totalt er fordelingen mellom dagligvarer og utvalgsvarer. Dagligvarer utgjør en større andel av totalomsetningen i kommunen, enn det som er tilfellet i sentrum. For utvalgsvarer er forholdet omvendt, her er andelen høyere i sentrum enn tilfellet er i kommunen totalt. Dette forholdet har vært stabilt gjennom perioden. Denne forskjellen er et utslag av at dagligvaretilbudet er jevnere fordelt i de fleste områder, mens utvalgsvarer er preget av mer spesialisering og krever et større kundeomland.



Figur 3-7: Omsetning i Melhus fordelt på varegrupper, historisk utvikling. Melhus kommune og Melhus sentrum



Figur 3-8 Varegrupper etter andel av detaljhandelsomsetningen. Melhus kommune og Melhus sentrum

3.3.2 Dekningsgrader

Dekningsgraden for varehandel innenfor en avgrenset sone er definert som forholdet mellom omsetning i handelsvirksomhetene i sonen og samlet forbruk innenfor varehandel for bosatte i den samme sonen, uttrykt i prosent.

Forholdet mellom omsetning og forbruk i hver enkelt sone sier noe om hvorvidt det er handelslekkasjer mellom sonene. Dekningsgrad kan beregnes både for varehandelen samlet, og for utvalgte varegrupper, etter følgende formel:

$$\frac{\text{omsetning i sonen}}{(\text{gjennomsnittlig forbruk pr person}) * (\text{antall bosatte i sonen})} * 100 \%$$

Gjennomsnittlig forbruk pr person kan beregnes med utgangspunkt i totalomsetningen for en større region (eventuelt baseres på generelle tall på nasjonalt nivå), fordelt på antall bosatte i samme region.

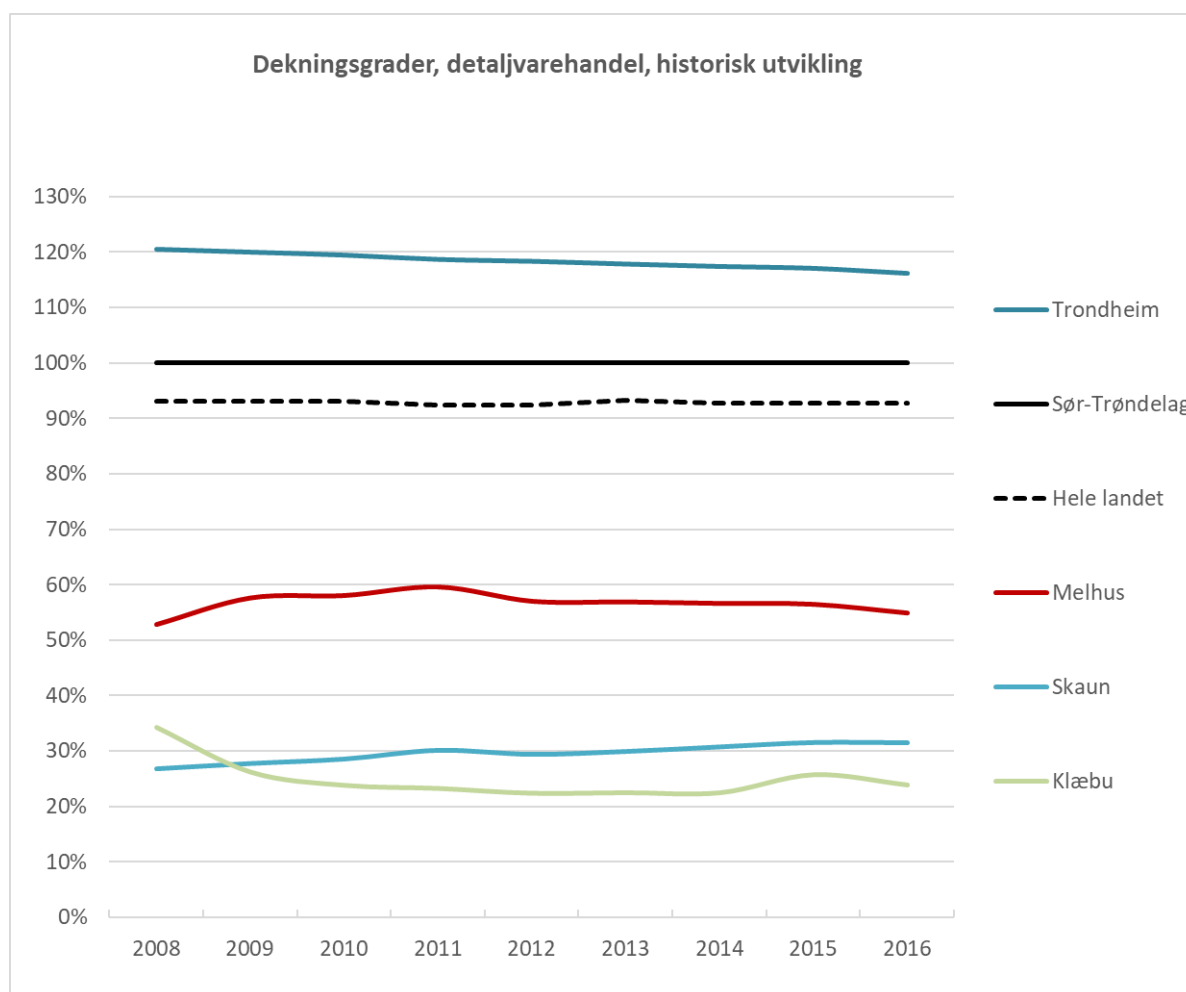
En dekningsgrad på omtrent 100 prosent betyr at det er god balanse mellom handel og forbruk. Generelt vil de fleste kommuner ligge noe under 100 prosent. Lav dekningsgrad betyr at det er en handelslekkasje til andre regioner. Kommuner som fungerer som regionale handelssenter vil imidlertid ha en dekningsgrad som er høyere enn 100 prosent.

Med basis i omsetningsstatistikk for 2016 er omsetning per person beregnet for hver varegruppe. Tabell 3-1 viser gjennomsnittstall for Melhus, for Sør-Trøndelag samlet og for Norge totalt sett. I beregningene av dekningsgrader for den enkelte kommune er det tatt utgangspunkt i gjennomsnittlig forbruk i Sør-Trøndelag fylke.

Tabell 3-1 Forbruk per person fordelt på varegrupper, 2016

Varegruppe	Omsetning pr. pers. Melhus	Omsetning pr. pers. Sør-Trøndelag	Omsetning pr. pers. hele landet
Detaljvarehandel	47 351	86 280	79 955
Dagligvarer	29 972	36 630	34 934
Utvalgsvarer	13 339	29 117	27 829
Møbler, hvitevarer, fargevarer, motorutstyr	1 662	12 217	10 031
Byggevarer, Hagesenter	2 378	8 316	7 160

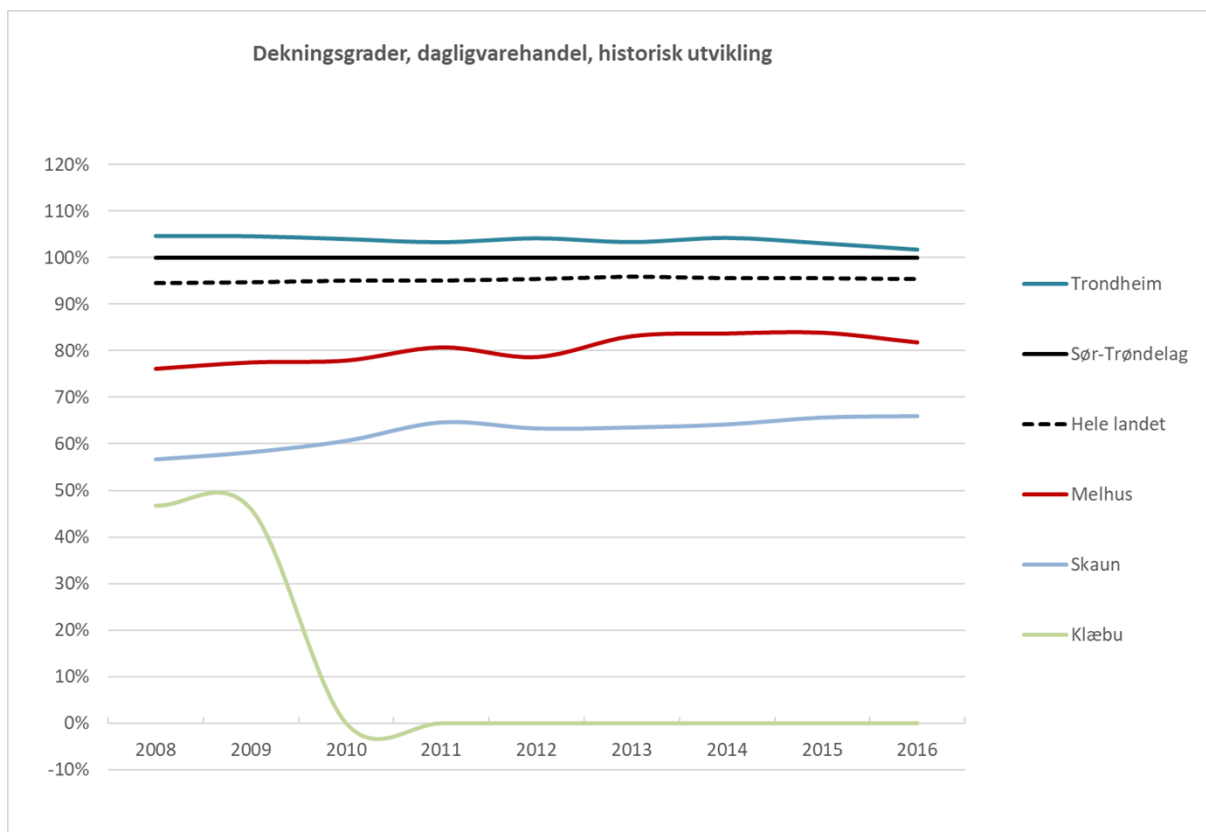
Figur 3-9 viser beregnet utvikling i dekningsgrader samlet for all detaljhandel. Det fremgår at Melhus kommune i 2016 hadde en dekningsgrad på rundt 55 prosent, omtrent det samme som i 2008. Dette betyr at kommunen har et handelsunderskudd, og at innbyggerne i Melhus handler en stor del av sine varer i andre kommuner. Trondheim kommune har en overdekning, rundt 115 % prosent, men her har dekningsgraden gått ned gjennom perioden.



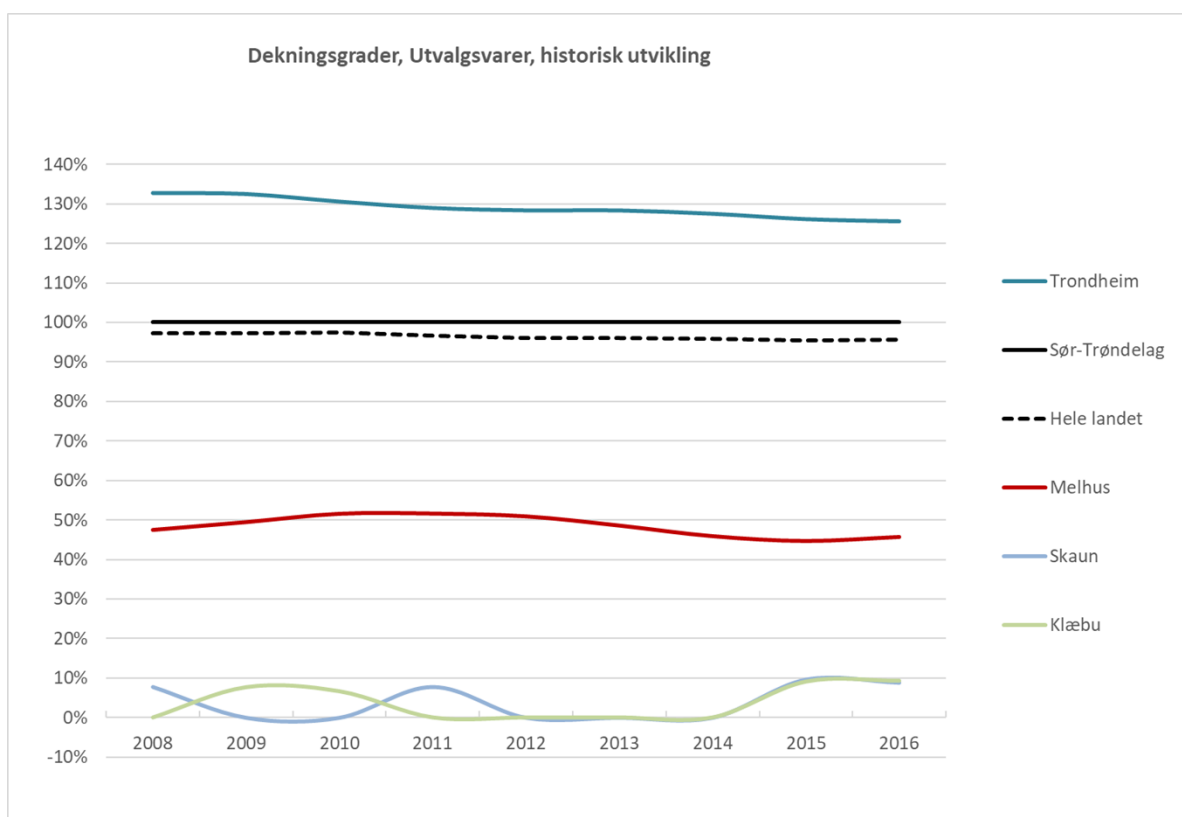
Figur 3-9: Dekningsgrader samlet for all detaljhandel, historisk utvikling

Figur 3-10–Figur 3-13 viser dekningsgrader for de fire kommunene samt for fylket og for landet, for hver enkelt varegruppe. Melhus har en underdekning i alle varegrupper, men for dagligvarer er denne underdekningen bare moderat, og den har styrket seg noe gjennom perioden. Det vil si at en stor del av dagligvarene blir handlet lokalt. For utvalgsvarer, som er mer spesialiserte varer, er dekingen imidlertid stabilt lav, rundt 50 %. Samtidig har Trondheim en tilsvarende høy deking, rundt 130 %, selv om denne har sunket gjennom perioden. Det er naturlig å tenke at innbyggerne i Melhus gjør en god del av handel i utvalgsvarer i Trondheim.

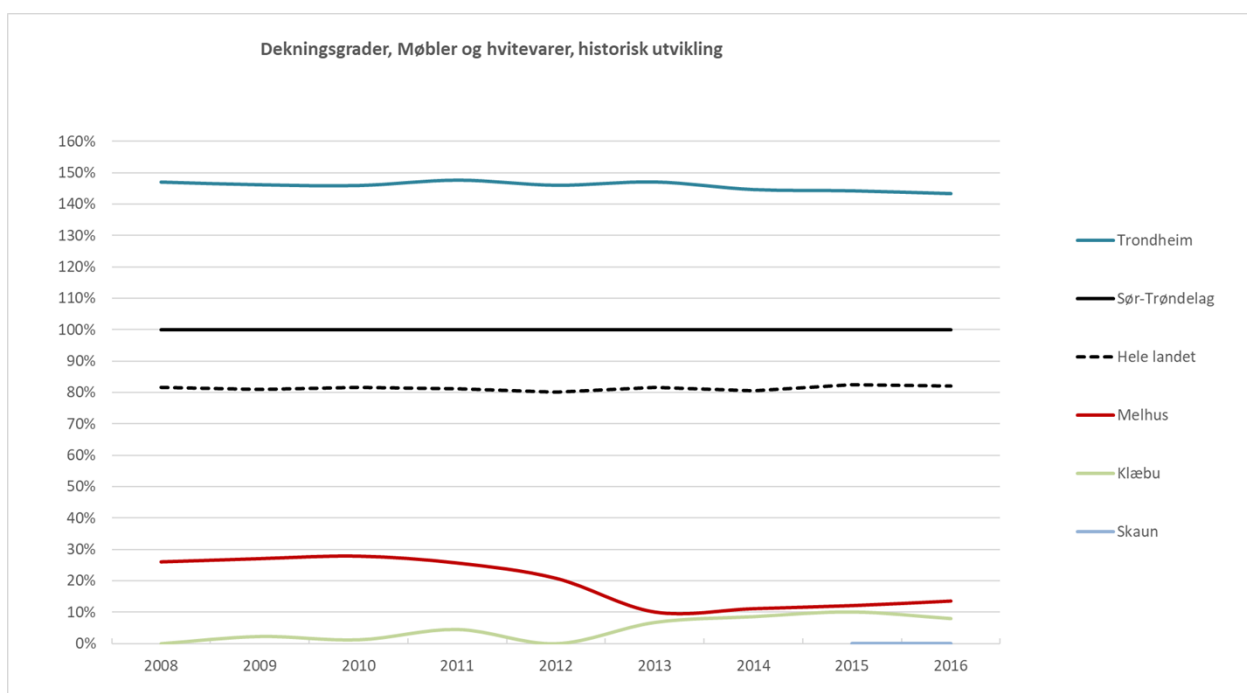
For de plasskrevende varegruppene er dekningsgraden også svært lav, med noe variasjon i perioden.



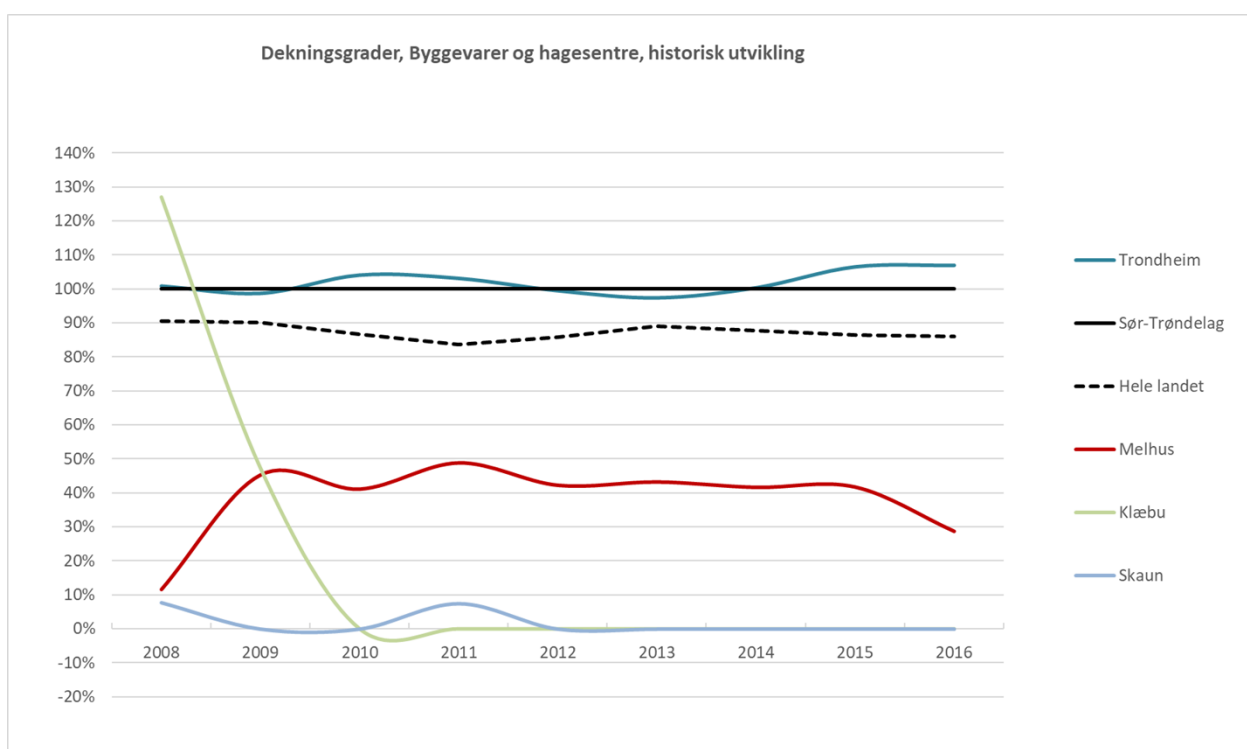
Figur 3-10: Dekningsgrader, dagligvarer, historisk utvikling



Figur 3-11: Dekningsgrader, utvalgsvarer, historisk utvikling



Figur 3-12: Dekningsgrader, møbler og hvitevarer, historisk utvikling



Figur 3-13: Dekningsgrader, bygg og hage, historisk utvikling

3.4 Potensial for økt handel

For å beregne potensialet for økt handel og behovet for handelsareal tar vi utgangspunkt i følgende:

- Befolkningsutvikling
- Forbruksutvikling
- Arealeffektivisering
- Dekningsgrad

I beregningene som er gjennomført, er det kun sett på omsetningsøkning og potensial for nye handelsarealer for varegruppene dagligvarer og utvalgsvare. De plasskrevende varegruppene har en annen grad av spesialisering, andre krav til arealer og langt lavere samlet omsetning. Disse er dessuten ofte mindre egnet for lokalisering i mindre sentrumsområder, og er derfor holdt utenfor. Alle omtaler av total omsetning i dette kapitlet gjelder derfor total omsetning innen dagligvarer og utvalgsvare.

Vi har beregnet potensialet for økt handel i en horisont på ti år, fra 2016, som er år for siste statistikkgrunnlag, fram til 2026. Det er stor usikkerhet knyttet til beregninger av potensialet for handel. Usikkerheten har mange kilder. Vi beskriver et framtidsscenario der mye er som i dag. I vår framskrivning bruker vi like mye av inntekten vår på varehandel som vi gjør i dag. Vi bruker også fysiske butikker like mye som i dag, selv om vi legger inn at butikkene selger noe mer pr. areal enn de gjør i dag. Vi forutsetter videre at vi vil få stadig mer kjøpekraft. Alle disse faktorene er usikre. Men noen faktorer kan vi knytte større sikkerhet til enn andre. Vi har derfor delt resultatene opp etter hva som gir det økte handelspotensialet. Dette gjør det mulig å skille rimelig sikre deler av beregningen fra de mer usikre delene.

3.4.1 Beregning av areal

Ved beregning av areal til handel er det regnet med at en i dag har en gjennomsnittlig omsetning på 30 000 kr per m² salgsareal¹. Handelsarealet omfatter alle arealer som naturlig hører til handelen, som gangarealer i et kjøpesenter, lager og andre arealer i umiddelbar nærhet. Det omfatter imidlertid ikke restauranter, servicefunksjoner, parkering og fjernlager.

Det er regnet med en effektiviseringsgevinst, dvs. at en i framtiden selger mer varer per salgsareal enn i dag. Effektiviseringsgevinsten bidrar til å redusere behovet for nye handelsarealer. I beregningen av fremtidig arealbehov for handel er det regnet med en arealeffektivisering på 0,5 % per år. For perioden 2016–2026 gir dette en samlet effektiviseringsgevinst på 5 %, dvs. en økning til 31 534 kr per m² salgsareal.

3.4.2 Handelspotensial fra befolkningsutvikling

Prognosene for befolkningsutvikling er gjennomgått i kapittel 2, og SSBs framskrivning tilsier en befolkningsvekst på om lag 2000 personer i Melhus fram mot 2026. Dette alene gir en et potensial for økt handel på ca. 13 %, eller om lag 90 millioner kroner mer i omsetning enn i dag. Omregnet til areal, gir befolkningsutviklingen et potensielt på i 2.900 m² mer handelsareal enn det som finnes i kommunen i dag. Gitt at befolkningsveksten ligger på dette nivået fram mot 2026, anser vi dette som en rimelig sikker del av potensialberegningen.

¹ Basert på tall for ARAplan 2011, Aktørportal for norsk forbrukerrettet varehandel (Andhøy AS)

3.4.3 Handelspotensial fra forbruksutvikling

I tillegg til den økningen i kjøpekraft som er direkte knyttet til befolkningsvekst vil handelsutviklingen påvirkes av endringer i forbruk per innbygger. I årene etter 2000 har konsumet per innbygger i husholdninger i Norge økt med ca. 2,5 % per år i gjennomsnitt. Varehandelen øker ikke nødvendigvis i takt med samlet forbruk i husholdningene, men det gir likevel en indikasjon på hvordan utviklingen vil bli. Samtidig er det en rekke usikkerhetsmomenter som påvirker dette bildet, bl.a. endringer i forbruksmønstre og trender som f.eks. netthandel.

Ved beregning av fremtidig potensial for handel er det regnet med en vekst i varehandel per innbygger på 2 % per år. Dette tilsvarer en økning på 25 % i perioden 2016–2026. Det vil gi en økt omsetning på i overkant av 170 millioner kroner, eller et økt behov for handelsareal på 5.500 m² i 2026. Det er stor usikkerhet knyttet til om denne økningen vil bli så stor som beregningen viser. Særlig er det knyttet usikkerhet til om vi vil bruke en like stor andel av vår framtidige inntekt til varehandel, eller om vi vil bruke mer på f. eks. reiser og opplevelser.

3.4.4 Potensial for høyere dekningsgrad

Melhus kommune har en dekningsgrad på 82 % på dagligvarer og 46 % på utvalgsvarer. Det vil si at det omsettes for noe mindre dagligvarer og en god del mindre utvalgsvarer enn det befolkningstallet skulle tilsi, dersom alle hadde foretatt sine innkjøp i egen bostedskommune.

Oversikten over handelstilbudet i regionen, Figur 3-1 og Figur 3-2 viser at handelstilbudet er stort i nabokommunen Trondheim, også i nærheten av kommunegrensen mot Melhus, og det er naturlig å anta at handelsunderskuddet i kommunen stammer fra konkurranse med City syd og resten av Trondheim.

Dersom bosatte i Melhus handlet alle dagligvarer og utvalgsvarer i egen kommune, ville dette gi en økt omsetning på om lag 400 000 millioner kroner, noe som tilsvarer et økt handelsareal på 12 700 m². Det er sjelden at små og mellomstore kommuner, spesielt de som ligger nær en større by, har en dekningsgrad på 100 %. For Melhus har konkurrerende tilbud som City Syd stor bredde i vareutvalget, høy regional tilgjengelighet med ulike transportmidler, og ligger samtidig innenfor relativt kort reiseavstand for mange bosatte i kommunen.

Å øke dekningsgraden i Melhus noe, både for dagligvarer og utvalgsvarer, burde imidlertid være mulig. Et attraktivt sentrum med godt vareutvalg, samlokalisert med servicefunksjoner og andre tilbud tilpasset det lokale handelsomlandet, burde kunne øke dekningsgraden noe innenfor begge varegrupper. En økning av dekningsgraden for dagligvarer burde være særlig relevant og mulig å oppnå. Dette er ikke en spesialisert varegruppe sammenliknet med utvalgsvarer, og et godt tilbud kan utvikles med et mindre kundegrunnlag. Full dekning innen dagligvarer gir potensial for en økning på ca. 4500 m² handelsareal. Sammen med en viss vekst innenfor utvalgsvarer, kan det være potensial for en økning på 4000 – 7000 m² for å redusere handelslekkasjen fra Melhus.

	Dagligvarer	Utvalgsvareer	Totalt
Omsetning Melhus 2016	482 428 422	214 707 928	697 136 350
Økt omsetning 2026, pga befolkningsvekst	62 701 308	27 905 628	90 606 936
Økt omsetning 2026, pga økt kjøpekraft	119 380 369	53 131 015	172 511 384
Økt omsetning, 2026 pga økt dekningsgrad	147 614 249	253 963 263	401 577 512
Økt arealbehov, 2026 pga befolkningsvekst	1 988	885	2 873
Økt arealbehov, 2026 pga kjøpekraft	3 786	1 685	5 471
Økt arealbehov, 2026 pga økt dekningsgrad	4 681	8 054	12 735
Samlet økning i behov for handelsareal, 2026	10 455	10 623	21 079

Figur 3-14 Potensiell økning i omsetning og handelsareal mot 2026