



Prosjektnotat nr. 2 - 2016

Randi Lavik og Alexander Schjøll

Endringer i åpningstider i dagligvaremarkedet

SIFO


Forbruksforskningsinstituttet

HØGSKOLEN I OSLO
OG AKERSHUS

© Forbruksforskningsinstituttet SIFO – Høgskolen i Oslo og Akershus
Prosjektnotat nr. 2 – 2016

Forbruksforskningsinstituttet SIFO – Høgskolen i Oslo og Akershus
Sandakerveien 24 C, Bygg B
Postboks 4 St. Olavs plass
0130 Oslo
www.sifo.no

Det må ikke kopieres fra denne rapporten i strid med åndsverksloven. Rapporter lagt ut på Internett, er lagt ut kun for lesing på skjerm og utskrift til eget bruk. Enhver eksemplarframstilling og tilgjengeliggjøring utover dette må avtales med SIFO. Utnyttelse i strid med lov eller avtale, medfører erstatningsansvar.

Tittel Endring i åpningstider i dagligvaremarkedet	Antall sider 37	Dato 18.01.2016
Title Changing opening hours in the grocery market		
Forfattere Randi Lavik og Alexander Schjøll	Prosjektnummer 11201454	Faglig ansvarlig sign. 
Oppdragsgiver SIFO		
Sammendrag <p>I denne rapporten ser vi på data om holdninger til søndagsåpent, samt hvordan de faktiske åpningstidene innen dagligvarehandelen har endret seg de siste tiårene.</p> <p>Siden 1980-tallet har åpningstidene i varehandelen blitt kraftig utvidet - både på hverdager og på lørdager. I 1985 var den gjennomsnittlige åpningstiden på mandager på 8 timer og 4 minutter. I 2015 var denne økt til 13 timer og 41 minutter. For lørdagene var tilsvarende tall hhv. 4 timer og 41 minutter i 1985, mot 12 timer i 2015.</p>		
Summary <p>We report on people's views on Sunday shopping and show how opening hours have been extended over the last decades.</p> <p>Since the 1980s, the opening hours in Norwegian stores have been extended, both on weekdays and on Saturdays. In 1985, the average store was open 8 hours and 4 minutes on Mondays. In 2015, this number was increased to 13 hours and 41 minutes. For Saturdays the similar number was 4 hours and 41 minutes in 1985, and 12 hours in 2015.</p>		
Stikkord Dagligvarehandel, åpningstider, holdninger til søndagsåpent		
Keywords Grocery retail, opening hours, attitudes towards Sunday Opening Hours.		

Endring i åpningstider i dagligvaremarkedet

av

Randi Lavik og Alexander Schjøll

2016

Forbruksforskningsinstituttet SIFO, Høgskolen i Oslo og Akershus
Postboks 4 St. Olavs plass, 0130 Oslo

Forord

Denne rapporten er i all hovedsak utarbeidet av Randi Lavik, med enkelte bidrag fra Alexander Schjøll. Den bygger på datamateriale fra ulike representative SIFO-surveyer om handleatferd og holdninger til handling fra de siste 20 årene. I tillegg har vi data over åpningstider i dagligvarehandelen over tid.

Oslo, januar 2016

Forbruksforskningsinstituttet SIFO
Høgskolen i Oslo og Akershus

Innhold

Forord.....	5
Innhold	7
Sammendrag.....	9
1 Innledning	11
2 Åpningstider og lovverk	15
3 Holdninger til søndagsåpent	17
3.1 Innledning	17
3.2 Holdningsdata	17
4 Faktiske åpningstider	21
4.1 Åpningstider på hverdager	21
4.2 Åpningstider på lørdager.....	22
4.3 Åpningstider alle ukedager	24
4.4 Endringer i gjennomsnittlige åpningstider	25
4.5 Åpningstider og lokalisering	26
4.5.1 Fylke.....	26
4.5.2 Storby og resten.....	27
4.6 Åpningstider og butikkjede	28
4.7 Åpningstider og butikkareal.....	31
4.8 Endring i åpningstidene fra 2011 til 2015	32
4.9 Oppsummering.....	34
5 Konklusjon.....	37
Litteratur.....	39
Figur 3-1: Prosentandel for søndagsåpne butikker, over tid.	17
Figur 3-2: Prosentandel for søndagsåpne dagligvarebutikker etter alder.....	18
Figur 3-3: Viktigste grunn til at man er for søndagsåpne butikker.	19
Figur 3-4: Viktigste grunn for at man er mot søndagsåpne butikker. Prosent.	19
Figur 4-1: Når dagligvarebutikker åpner, ulike år.....	21
Figur 4-2: Oversikt over stengetider i dagligvarebutikker på hverdager, ulike år.	22
Figur 4-3: Åpningstider på lørdager 2011 og 2015.....	23
Figur 4-4: Oversikt over stengetider i dagligvarebutikker på lørdager, ulike år.	23
Figur 4-5: Når butikkene åpner de ulike ukedagene i 2015.	24
Figur 4-6: Når butikkene stenger de ulike dagene i 2015.	25
Figur 4-7: Stengetid på hverdager etter fylke, 2011.....	26
Figur 4-8: Stengetid på hverdager etter fylke, 2015.....	27
Figur 4-9: Hvor lenge butikkene har åpent på hverdager fordelt etter om butikken ligger i storby (Oslo, Bergen, Trondheim, Stavanger og Kristiansand) og resten av landet. 2011 og 2015. Prosent.....	28
Figur 4-10: Åpningstider hverdager etter butikkjede, 2011.	29
Figur 4-11: Åpningstider hverdager etter butikkjede, 2015.	29
Figur 4-12: Åpningstider lørdager etter butikkjede, 2011.....	30
Figur 4-13: Åpningstider lørdager etter butikkjede, 2015.....	30
Tabell 1-1: Oversikt over populasjon og utvalg i 2015.....	13
Tabell 4-1: Gjennomsnittlige åpningstider før og etter åpningstidsloven av 1985.	25
Tabell 4-2: Deskriptiv statistikk om antall timer åpent på hverdager fordelt etter butikkjede.	31
Tabell 4-3: Gjennomsnittlig antall åpningstimer på hverdager (per dag) fordelt etter butikkens areal.	32
Tabell 4-4: Endring av åpningstidene på hverdager i de samme butikkene vi hadde registrert i 2011 og 2015.....	32

Tabell 4-5: Forskyvning av åpningstider på morgenen etter butikkjede på hverdager, per dag.	33
Tabell 4-6: Forskyvning av stengetider på kvelden etter butikkjede på hverdager.....	34

Sammendrag

I denne rapporten presenterer vi data om holdninger til søndagsåpne butikker, samt hvordan de faktiske åpningstidene innen dagligvarehandelen har endret seg de siste tiårene.

Dataene i rapporten kommer fra en rekke undersøkelser. Data om åpningstider er innhentet fra butikker, mens holdninger til åpningstider er gjort via ulike survey-undersøkelser.

Når det gjelder holdning til søndagsåpne butikker, viser det seg at hele 70 prosent sier de er *imot* søndagsåpne butikker. Det er flere som er *for* søndagsåpne butikker blant de yngre enn eldre. Ganske mange er derimot *for* søndagsåpne dagligvaretilbud på bensinstasjoner, i kiosker og i små dagligvarebutikker.

Rapporten beskriver hvordan åpningstidene i norske dagligvarebutikker har endret seg i perioden 1985 til 2015. Det har skjedd en dramatisk endring i åpningstidene i denne perioden. Flere butikker åpner tidligere og flere stenger senere enn før. I 1985 stengte *88 prosent av dagligvarebutikkene kl. 17.00 eller tidligere* på hverdager, mens i 2015 stengte *74 prosent av butikkene kl. 21.00 eller senere*.

På lørdager har det også vært store endringer. I 1985 stengte *68 prosent av dagligvarebutikkene kl. 13.00 eller tidligere*, mens i 2015 stengte *71 prosent kl. 20.00 eller senere*.

I 1985 var den gjennomsnittlige åpningstiden på mandager på 8 timer og 4 minutter. I 2015 var denne økt til 13 timer og 41 minutter. For lørdagene var tilsvarende tall hhv. 4 timer og 41 minutter i 1985, mot 12 timer i 2015.

Fra 2011 til 2015 har det også skjedd en del endringer angående åpningstider. En del butikker har utvidet åpningstidene både på morgenen og kvelden. Om lag en fjerdedel av butikkene har utvidet åpningstidene sine en time på morgenen og en time på kveldstid. Kl. 07.00 er nå blitt vanligste åpningstid, og kl. 23.00 er blitt vanligste stenetid. I 2015 stengte hele 38 prosent av butikkene kl. 23.00 på hverdager, mens 17 prosent stengte kl. 23.00 på lørdager. Kl. 21.00 er vanligste stenetid på søndager. I 2015 holdt 12 prosent av butikkene søndagsåpent. I tillegg kommer alle bensinstasjonene og kioskene som også holder søndagsåpent.

Blant butikkjedene er det Kiwi, Coop Extra og Rema 1000 som har de lengste åpningstidene. Allerede i 2011 hadde Kiwi lange åpningstider, men i 2015 har Coop Extra og Rema 1000 omtrent samme åpningstider som Kiwi. 90 prosent av Kiwi-butikkene stengte kl. 23.00 på hverdager, 86 prosent av Coop Extra og 83 prosent av Rema 1000-butikkene stengte kl. 23.00 på hverdager i 2015. I 2011 stengte 40 prosent av Rema 1000-butikkene kl. 23.00. I 2011 var det svært få Coop Extra-butikker, så her er det vanskelig å sammenligne utviklingen over tid.

På lørdager er det i 2015 flere Kiwi-butikker som holder åpent til kl. 23.00 på lørdager enn Coop Extra og Rama 1000. 67 prosent av Kiwi-butikkene holder åpent til kl. 23.00 eller senere, 29 prosent av Coop Extra og 24 prosent av Rema 1000 holder åpent til kl. 23.00 eller senere på lørdager i 2015.

Åpningstidene varierer også mellom by og land. 62 prosent av butikkene i de fem største byene holder åpent til kl. 23.00 eller senere, mot 34 prosent i landet for øvrig i 2015.

1 Innledning

I løpet av de siste 20-30 årene har det skjedd store strukturelle endringer på tilbudssiden i varehandelen. Antall dagligvarebutikker i Norge har bl.a. gått drastisk ned. På slutten av 1970-tallet var det nesten 9.000 dagligvarebutikker, mens tallet var gått ned under 4.000 i 2014 (Dagligvarehandelen 2015). Nedgangen var ekstra stor under den økonomiske nedgangstiden på slutten av 1980-tallet. Dårlige økonomiske tider kan bidra til mer effektivisering og rasjonalisering. I samme periode tok lavprismarkedet av, og kjedene tok kontrollen over dagligvaremarkedet. Dagligvaremarkedet er således omorganisert og effektivisert, og har gått fra kremmervirksomhet med frittstående kjøpmenn, til å bli en egen industri organisert i store integrerte enheter. Dagligvaremarkedet har blitt sterkt konsentrert, samtidig som det har skjedd en vertikal integrering, systemmessig og i noen tilfeller også Eiermessig endring fra produsent via grossist- til detaljistleddet (Strand 1992; Lavik og Schjøll 2012).

Tilbudssiden i dagligvaremarkedet betjenes med andre ord i dag av et fåtall aktører og langt færre, men større butikker. Dagligvarer har ikke nødvendigvis blitt vanskeligere tilgjengelig av den grunn. En høyere urbaniseringsgrad og langt høyere utbredelse av privatbil gjør at de fleste fortsatt har «kort vei» til butikken. Vareutvalget i butikken har dessuten vokst. Viktig er det også at åpningstidene har blitt utvidet betydelig.

Denne rapporten viderefører enkelte tidsserier fra tidligere rapporter (Lavik 1999, 2001). I en rapport fra 2012 så vi på utviklingen i antall dagligvarebutikker, kjøpesentre og åpningstider. I tillegg sammenliknet vi prisutviklingen for ulike varegrupper i Norge med utviklingen i enkelte andre land (Lavik og Schjøll 2012). I tidligere undersøkelser har vi også sett på KBS-markedet (kiosker, bensinstasjoner og servicehandel) (Lavik og Strand 1997). Det gjør vi ikke denne gangen.

Hensikten med rapporten er å vise utviklingen i åpningstidene i det norske dagligvaremarkedet, dvs. en oppdatering av noen av dataene fra Lavik og Schjøll (2012). Endringer i lover og reguleringer har betydning for hvordan varehandelsaktører opptrer i markedet. Åpningstider er som nevnt et viktig konkurranseparameter. Det vil derfor være interessant å se hvordan disse har endret seg over tid, og hvordan det ser ut i senere tid.

Data om åpningstidene er hentet fra ulike undersøkelser, nærmere omtalt i Lavik og Schjøll (2012).¹ Undersøkelsene har hatt noe ulikt design, men felles for de fleste er at åpningstidene

¹ Kilder:

- Før 1985 (juni 1985): HFU (1985). 1.330 dagligvarebutikker, mandag til onsdag.
- 1990: Statens Pristilsyn. 332 dagligvarebutikker, mandager.
- 1996: Gallup. 675 dagligvarebutikker, hverdager.
- 2011: SIFO har registrert åpningstider fra internett juli 2011. 379 dagligvarebutikker, hverdager.

er registrert i butikker, enten via intervju, et utvalg butikker er blitt oppsøkt eller via hjemmesidene til et utvalg butikker. En del av disse resultatene er også gjengitt i Grønmo og Lavik (2015).

I 2015 registrerte vi åpningstidene på nytt i de samme butikkene som var med i 2011. Siden en del av butikkene er gått over til andre konsepter, og etter at Coop kjøpte ICA Norge, fant vi ikke alle butikkene som vi hadde med i undersøkelsen fra 2011. Vårt utvalg i 2015 er derfor noe mindre enn i 2011. Dessuten supplerte vi med noen Rimi-butikker, ettersom det var en del av de tidligere Rimi-butikkene som vi ikke fant igjen. På den annen side vil vi kunne se om åpningstidene er endret knyttet til den enkelte butikk, der vi har identiske butikker i 2011 og 2015.

I 2015 kjøpte Coop opp ICA Norge, og oppkjøpet ble godkjent med visse forbehold av Konkurransetilsynet.² Bunnpris og NorgesGruppen skulle få kjøpe noen av ICAs butikker i Norge. Imidlertid klarte Rema 1000 å skaffe seg kontroll over noen av de Rimi-butikkene.

Butikkenes åpningstider for 2015 fant vi på butikkens nettsider.³ Utvalget er beskrevet i tabell 1-1.

• 2015: SIFO har registrert åpningstider fra internett november 2015. 315 dagligvarebutikker.

² Kilde: <http://www.konkurransetilsynet.no/nb-NO/vedtak-og-avgjorelser/vedtak-og-avgjorelser/2015/1229-V2015-24/> [Lesedato: 11.01.2016]

«Konkurransetilsynet har kommet til at oppkjøpet kunne føre til vesentlig begrenset konkurranse i 90 lokale markeder. For å løse konkurranseproblemene har Coop foreslått å selge 43 dagligvarebutikker til Bunnpris og 50 butikker til NorgesGruppen. Det er en forutsetning for tilsynets godkjenning at Coop gjennomfører disse salgene.»

³ Antall butikker:

- Rema 1000: <http://www.rema.no/butikker> [Lesedato: 04.12.2015]
- NorgesGruppen: <http://www.norgesgruppen.no/om-oss/butikkvirksomhet/profilhus-dv1/> [Lesedato: 04.12.2015]
- Bunnpris: <http://bunnpris.no/om-bunnpris/historie> [Lesedato: 04.12.2015]

Åpningstider:

- Coop Norge: <https://coop.no/> [Lesedato: 25.11.2015]
- Rema 1000: <http://www.rema.no/butikker> [Lesedato 25.11.2015]
- NorgesGruppen: <http://www.norgesgruppen.no/om-oss/butikkvirksomhet/profilhus-dv1/> [Lesedato: 25.11.2015]
- Bunnpris: <http://bunnpris.no/om-bunnpris/historie> [Lesedato: 04.12.2015]

Tabell 1-1: Oversikt over populasjon og utvalg i 2015.
 Prosent. Kilde populasjon 2015: Dagligvarefasiten (2015).

Paraplykjede og dagligvarekjede	Populasjon av butikker fordelt på paraplykjede 2015	Populasjon av butikker fordelt på butikkjede 2015	Utvalg av butikker fordelt på paraplykjede 2015	Utvalg av butikker fordelt på butikkjede 2015
Coop Norge	29		26	
Coop Marked		8		9
Coop Prix		7		8
Coop Mega		3		4
Coop OBS!		1		1
Coop Extra		8		4
Matkroken		3		0
NorgesGruppen	46		47	
Kiwi		17		16
Joker		12		12
Spar/ Eurospar		7		9
Nærbutikken		5		6
Meny		5		5
Rema 1000	16	16	13	13
ICA/Rimi	3	7	7	7
Bunnpris	6	6	7	7
Sum	100		100	100
Antall butikker	3.591	3.591	315	315

Vi ser av utvalgene vi har gjort at det også i 2015 er høyt samsvar mellom utvalg og populasjon, slik det også var i 2011 (Lavik og Schjøll 2012:24).

2 Åpningstider og lovverk

Åpningstider er et konkurranseparameter for handelen, og har betydning for tilgjengelighet til markedet for forbrukerne. Spørsmål om åpningstider har opp igjennom tidene skapt store overskrifter i media og vært heftig debattert. Siste tema er spørsmålet om søndagsåpent. Skal forbrukerne ha muligheter til å handle til alle døgnets timer syv dager i uken?

Åpningstidene i varehandelen har vært regulert på ulike måter opp igjennom tidene. Før 1985 hadde vi Lukkeloven av 1913 som, ga kommunene adgang til selv å bestemme sine åpningstider gjennom vedtekter. Svært mange kommuner hadde slike vedtekter. I noen kommuner hadde butikkene ikke lov å holde åpent etter til kl. 17.00 på hverdager, med muligheter for én langdag hvor de kunne ha åpent til kl. 19.00. Tilsvarende var det på lørdager i enkelte kommuner ikke anledning å holde åpent etter kl. 13.00. Alle dagligvarebutikker skulle være stengt søndag (NOU 1984:13).

I 1985 fikk vi en ny åpningstidslov. Dette var en lov som gjaldt for hele landet, selv om kommunene hadde en viss innflytelse fortsatt. Det som imidlertid gjaldt for alle, var at åpningstidene **ikke** kunne reguleres av kommunene i tidsrommet kl. 06.00 til kl. 20.00 på hverdager, dager før søn- og helligdager mellom kl. 06.00 til kl. 18.00 og søn- og helligdager skulle det være lukket.

I 1991 ble åpningstidsloven revidert da typiske turiststeder ikke lenger ble omfattet av loven.

I 1996 fikk vi en debatt om søndagsåpent. Kiosker og bensinstasjoner var unntatt åpningstidsloven, og disse hadde i lengre tid solgt dagligvarer. Åpningstidsloven ble igjen revidert i 1998 (Lov av 26. juni 1998 nr. 43 om åpningstider for utsalgssteder). Da skulle butikkene være lukket fra kl. 21.00 på hverdager frem til kl. 06.00 neste dag. På dager før søn- og helligdager skulle butikkene være lukket etter kl. 18.00 og lukket søn- og helligdager. Dette var en innskrenking fra åpningstidsloven fra 1985. Denne begrensingen ble mye debattert i media. Det ble imidlertid gitt unntak for utsalgssteder som solgte kiosk- eller dagligvarer, som hadde en samlet salgsflate som ikke oversteg 100 kvm og bensinstasjoner som ikke oversteg 150 m².

Etter at loven av 1998 var iverksatt, var det noen butikker som fant såkalte «smutthull» i loven, og påberopte seg unntak fra alminnelige åpningstider; som blant annet gikk ut på «utsalgssteder tilknyttet jernbane-, sporveis-, og rutebilstasjoner, ved brygge, svevebaner og lufthavner og som selger varer beregnet på de reisendes behov» kunne holde åpent så lenge de ville. Dette «smutthullet» ble tettet igjen (unntaket ble tatt ut av loven), med en revisjon av loven fra 1998, og ny lov trådte i kraft 1. juli 1999.

I 2003 ble åpningstidsloven opphevet. Det er pr. 2015 ingen åpningstidsrestriksjoner på hverdager. Det er imidlertid fortsatt restriksjoner på søn- og helligdager. Dette er nå tatt inn i Lov om helligdager og helgedagsfred (Lov om endringer i lov av 24. februar 1995 nr. 12 om helligdager og helligdagsfred mv. – Lov 2003-03-14). Utsalgssteder som selger dagligvarer, og som ikke overstiger 100 m² og bensinstasjoner som ikke overstiger 150 m², kan holde åpent på søn- og helligdager.

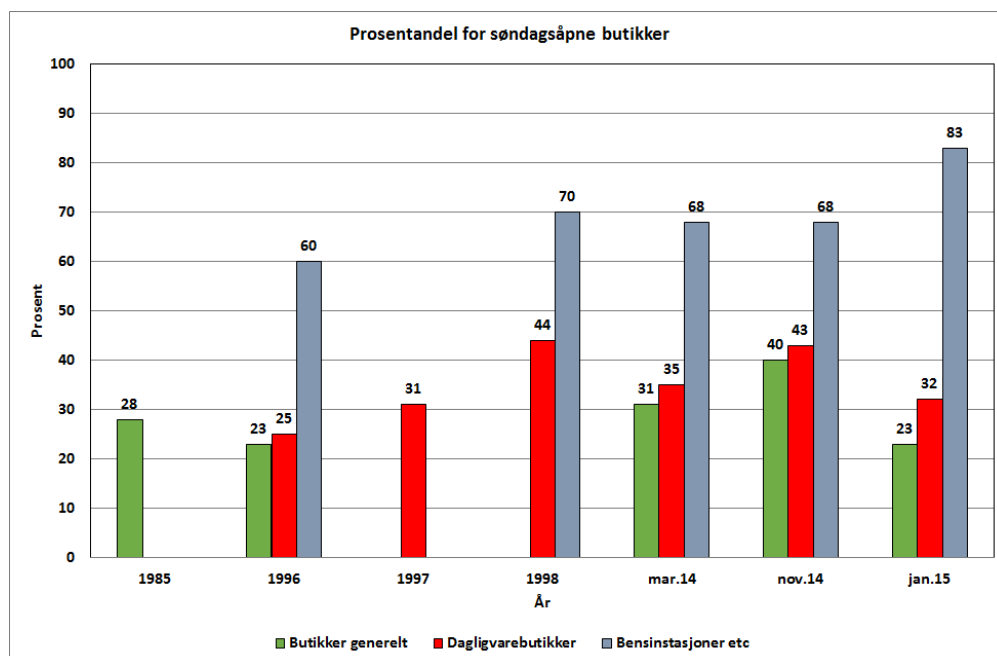
3 Holdninger til søndagsåpent

3.1 Innledning

Holdninger til åpningstider i butikkene har som nevnt i perioder vært gjenstand for store debatter. På 1970-tallet dreide debatten seg om de ansattes interesser og lørdagsstengte butikker. På 1980-tallet var det utvidete åpningstider på hverdager og lørdager som var hovedfokus. Forbrukerinteressene sto da på dagsorden. I 1984 presenterte det såkalte Åpningstidsutvalget et forslag til ny åpningstidslov, som skulle erstatte den gamle lukkeloven fra 1913 (NOU 1984). Det ble da anledning til å holde åpent atskillig lengre enn det som var praktisert og tillatt en rekke steder før den nye Åpningstidsloven ble vedtatt. De faktiske åpningstidene ble etter hvert utvidet ganske kraftig.

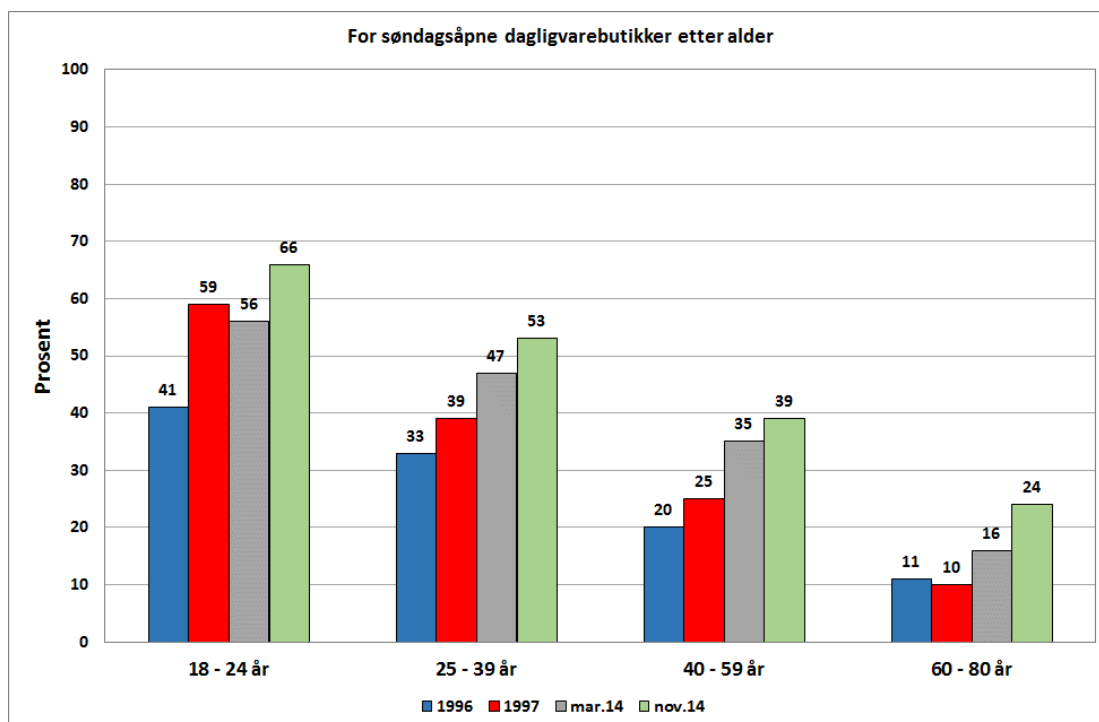
3.2 Holdningsdata

I figur 3-1 ser vi det har vært nokså stabil oppslutning om at butikker skal holde åpent på søndager. Unntaket er for bensinstasjoner der det har vært en økning av andelen som ønsker at disse har åpent.



Figur 3-1: Prosentandel for søndagsåpne butikker, over tid.⁴

⁴ For nærmere beskrivelse av de ulike undersøkelsene, se Lavik og Strand (1997, Grønmo og Lavik (2015), Lavik (2015) og Lavik og Jacobsen (2015). Undersøkelsen fra november 2014 er foretatt av TNS Gallup.



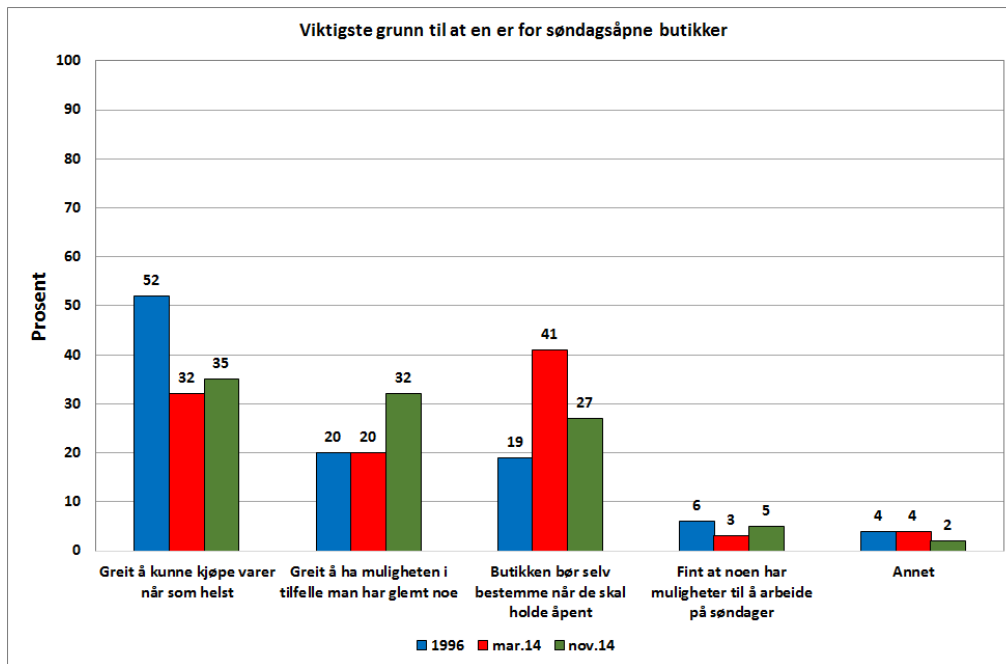
Figur 3-2: Prosentandel for søndagsåpne dagligvarebutikker etter alder.

Alle sammenhengene mellom alder og holdninger til søndagsåpne dagligvarebutikker er signifikante alle fire årene.⁵ Det er en klart at yngre er mer for søndagsåpne butikker enn eldre. Slik har det vært siden 1996.

Den voldsomme debatten i 1996 og 1997, påvirket mest de unges holdninger til søndagsåpne dagligvarebutikker. Det er da også de unges endringer i holdninger til søndagsåpne dagligvarebutikker som mest forklarer den økte oppslutningen for søndagsåpne dagligvarebutikker.

I figur 3-3 ser vi hvorfor folk er for søndagsåpne butikker.

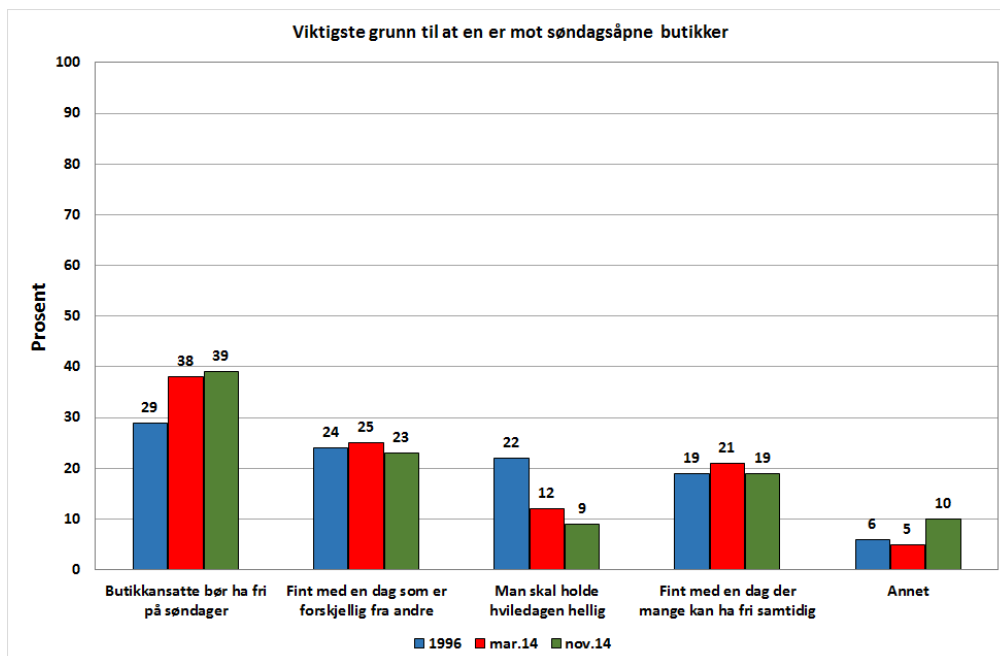
⁵ Følgende sammenhenger er signifikante mellom årene: 18-24 år: 1996 til 1997 (41 og 59 prosent), P-verdi < 0,01. 40-59 år: 1996 til 2014 (20 til 35 prosent), P-verdi < 0,001. 1997 til 2014 (25 og 35 prosent), P-verdi < 0,01. 1997 til 2014 (10 og 16 prosent), P-verdi < 0,05. 60 til 80 år: Mars 2014 til november 2014 (16 og 24 prosent). P-verdi < 0,05.



Figur 3-3: Viktigste grunn til at man er for søndagsåpne butikker. Prosentandel. 1996: N = 226. Mars 2014: N = 310. November 2014: N = 418. P-verdi < 0,001 (52 og 32). P-verdi < 0,001 (19 og 41). P-verdi < 0,001 (20 og 32). P-verdi < 0,001 (41 og 27).

Som vi ser var viktigste grunn til at man var for søndagsåpne butikker i 1996 at det er greit å kunne kjøpe varer når som helst. I november 2014 var derimot viktigste grunn at butikken selv bør få bestemme når den skal ha åpent.

I figur 3-4, ser vi den motsatte retningen, der vises de viktigste grunnene til at man er mot søndagsåpne butikker.



Figur 3-4: Viktigste grunn for at man er mot søndagsåpne butikker. Prosent. N: 1996 = 682, mars 2014: 616 og november 2014: 518. P-verdi < 0,001 (29 og 38). P-verdi < 0,001 (22 og 12); 1996, 2014. Ingen signifikante endringer mellom mars 2014 og november 2014.

I hele måleperioden var folk hovedsakelig negative til søndagsåpne butikker av hensyn til ansatte i butikkene. Spesielt kan vi legge merke til en kraftig nedgang i andelen som er opptatt av helligdagsfreden.

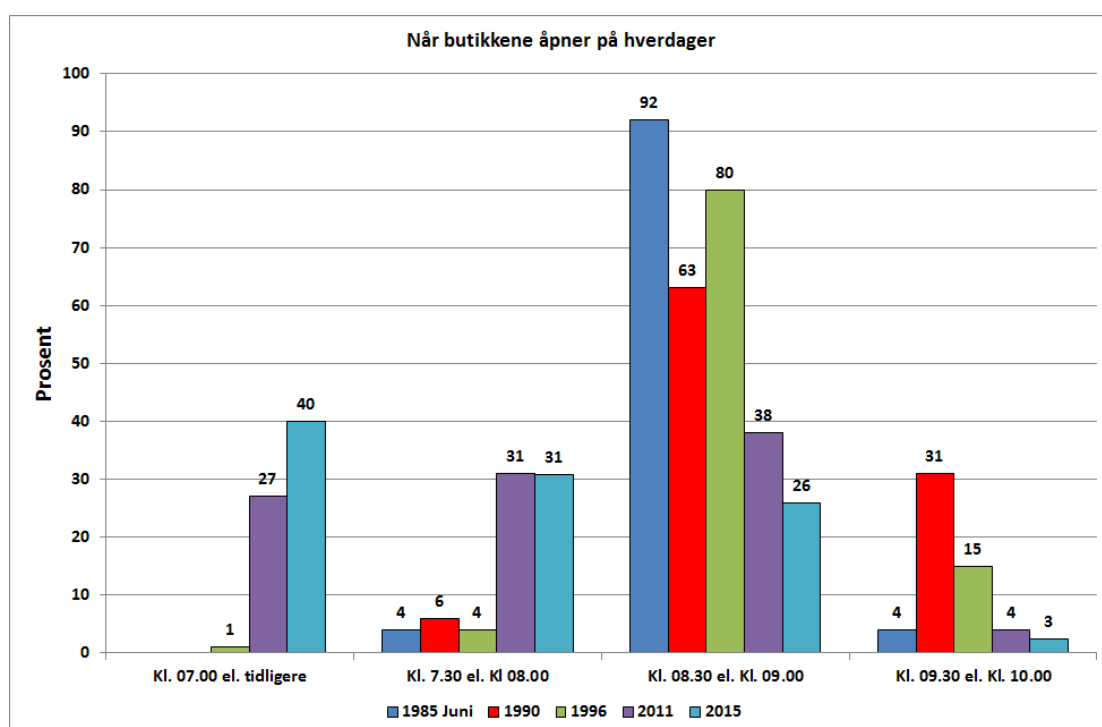
I november 2014 var det også anledning til å gi tilleggs kommentarer. Grunnene til at de var for søndagsåpent var for eksempel «greit når man kommer hjem fra ferie en søndag», «praktisk å ha åpent» og «ferske brødvarer» var ulike pragmatiske svar. Eksempler på politisk ideologi var for eksempel «kunder og butikkene må få bestemme og regulere selv».

De som var mot søndagsåpent sa «nei, godt med helgefred» og «menneskene trenger en hviledag», noe som er et ønske om å ha søndagen som en annerledes dag. Andre svarte «unødvendig, mange butikker har kveldsåpent lenge». Med utsagnet «med dagens åpningstider kan vi godt klare oss uten å handle på søndager» henviser til at med dagens lange åpningstider på hverdager er det ikke behov for søndagsåpent.

4 Faktiske åpningstider

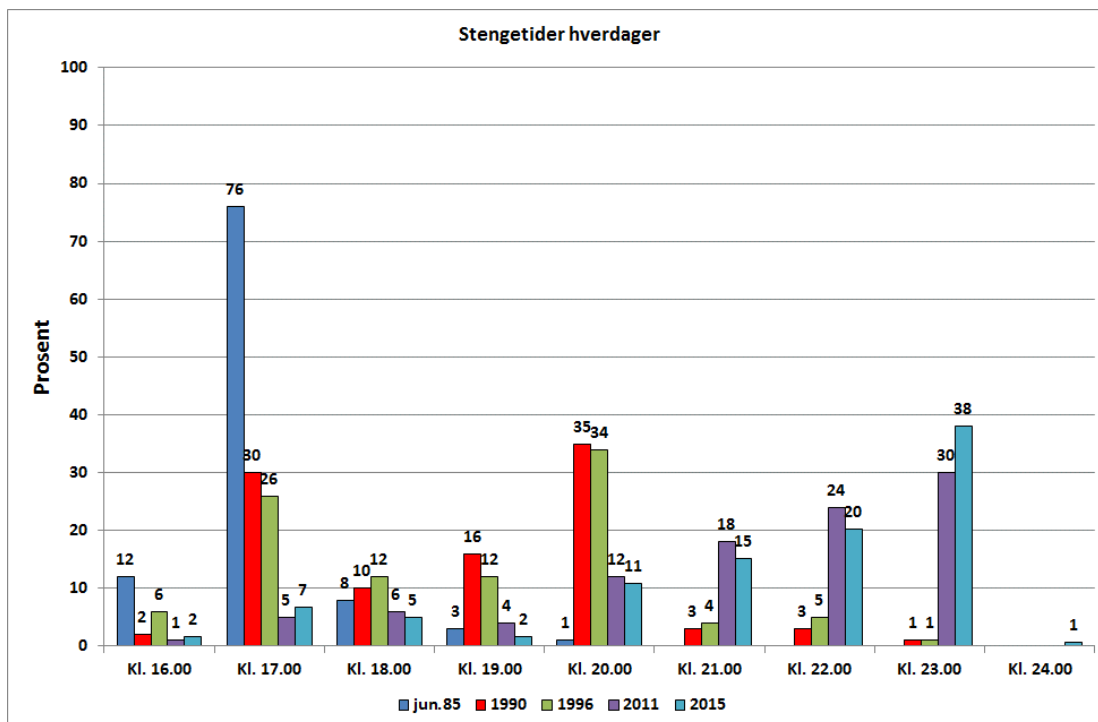
4.1 Åpningstider på hverdager

Som vi ser av figuren nedenfor har stadig flere av butikkene begynt åpne kl. 07.00 eller tidligere, det er faktisk da de fleste dagligvarebutikkene åpner.



Figur 4-1: Når dagligvarebutikker åpner, ulike år. Prosent.

Samtidig har butikkene åpent lenger om kvelden. Nå har de fleste butikkene åpent til kl. 23.00, slik det framgår av figur 4-2.



Figur 4-2: Oversikt over stengetider i dagligvarebutikker på hverdager, ulike år. Prosent.

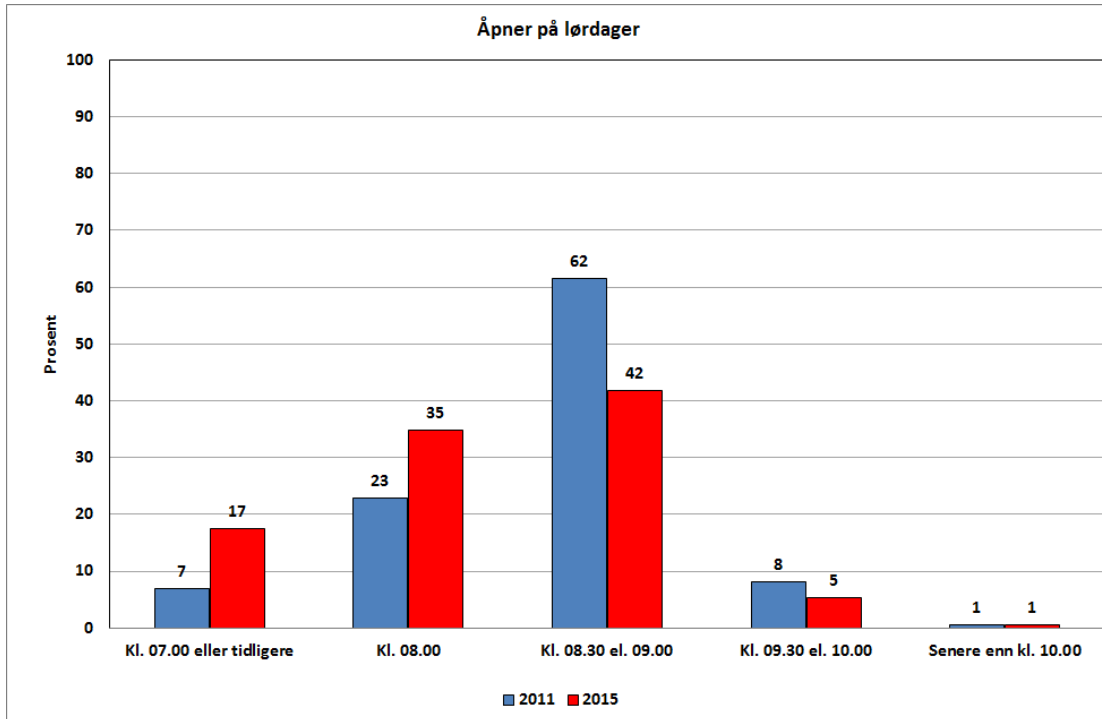
Figurene 4-1 og 4-2 viser utviklingen i åpnings- og stengetider på hverdager ulike år. Som vi ser har det vært en dramatisk endring ved at butikkene har mye lenger åpent nå. De både åpner tidligere på morgenen, og stenger senere på kvelden enn hva de gjorde tidligere.

Flere butikker åpner altså tidligere enn før. Den vanligste åpningstiden før Åpningstidsloven av 1985 trådte i kraft var kl. 08.00 eller kl. 09.00. En stund etter åpningstidsloven ble innført var det en økning i butikker som åpnet kl. 09.00 eller kl. 10.00. Dette tydet på at butikkene tilpasset seg loven ved å øke åpningstidene på ettermiddag/kveldstid og heller åpne senere på dagen. Etter 1996 endret denne trenden seg ved at flere nå åpner kl. 09.00 og færre åpner kl. 10.00. I 2011 ble trenden forsterket ytterligere ved at da ble svært mange som åpner kl. 07.00 eller kl. 08.00. I 2015 er det altså svært få butikker som åpner kl. 10.00. Utvidelsen av åpningstidene har altså skjedd både morgen og kveld.

Det er også de samme butikkene som har lenge åpent på kveldstid som også åpner tidlig på morgenen. Blant de butikkene som stenger kl. 23.00 på kvelden er det 2 prosent som åpner kl. 06.00 på morgenen, hele 89 prosent åpner kl. 07.00 på morgenen, mens de resterende 9 prosent åpner kl. 08.00.

4.2 Åpningstider på lørdager

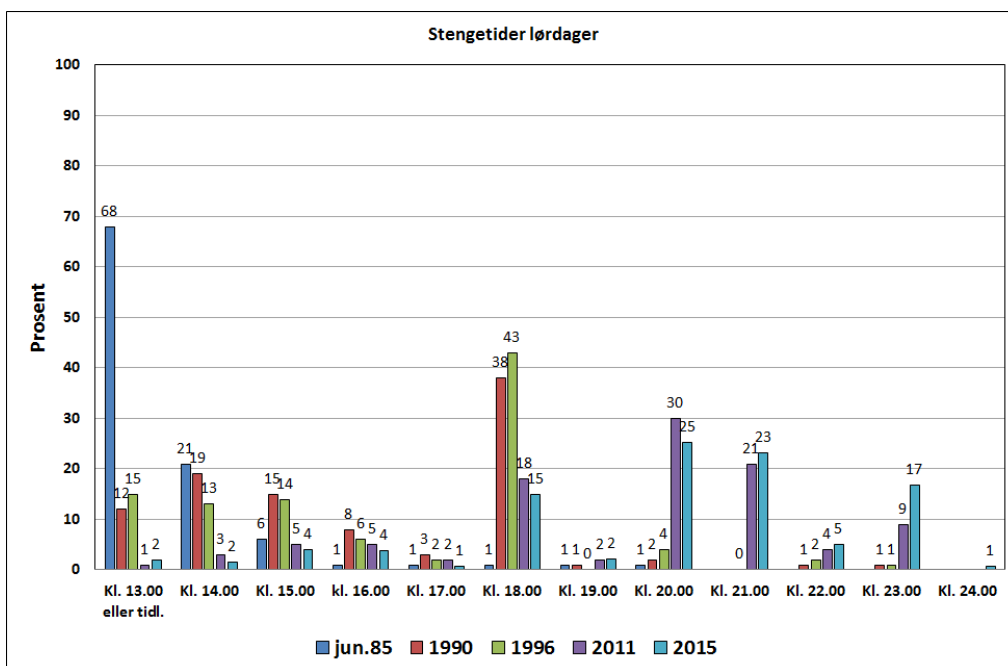
Også åpningstidene på lørdag er dramatisk utvidet. I 2015 var det 17 prosent som holdt åpent til kl. 23.00 på lørdagskveldene, til sammenligning 9 prosent i 2011. Før den tid var det svært få dagligvarebutikker som holdt åpent lengre enn til kl. 21.00 på lørdagskveldene.



Figur 4-3: Åpningstider på lørdager 2011 og 2015. Prosent.

Butikkene åpner tidligere også på lørdager, selv når vi sammenligner den korte tiden mellom 2011 og 2015. Hele 17 prosent åpner kl. 07.00 (eller tidligere, men det er svært få) mot syv prosent i 2011. 35 prosent åpner kl. 08.00 i 2015, mot 23 prosent i 2011. Det er langt færre som åpner så sent som kl. 09.00 i 2015 sammenlignet med 2011.

Stengetidene på lørdager er også blitt senere. I 2015 stenger de fleste butikkene kl. 20.00. Imidlertid holder hele 17 prosent åpent til kl. 23.00 slik det framgår av figur 4-4.

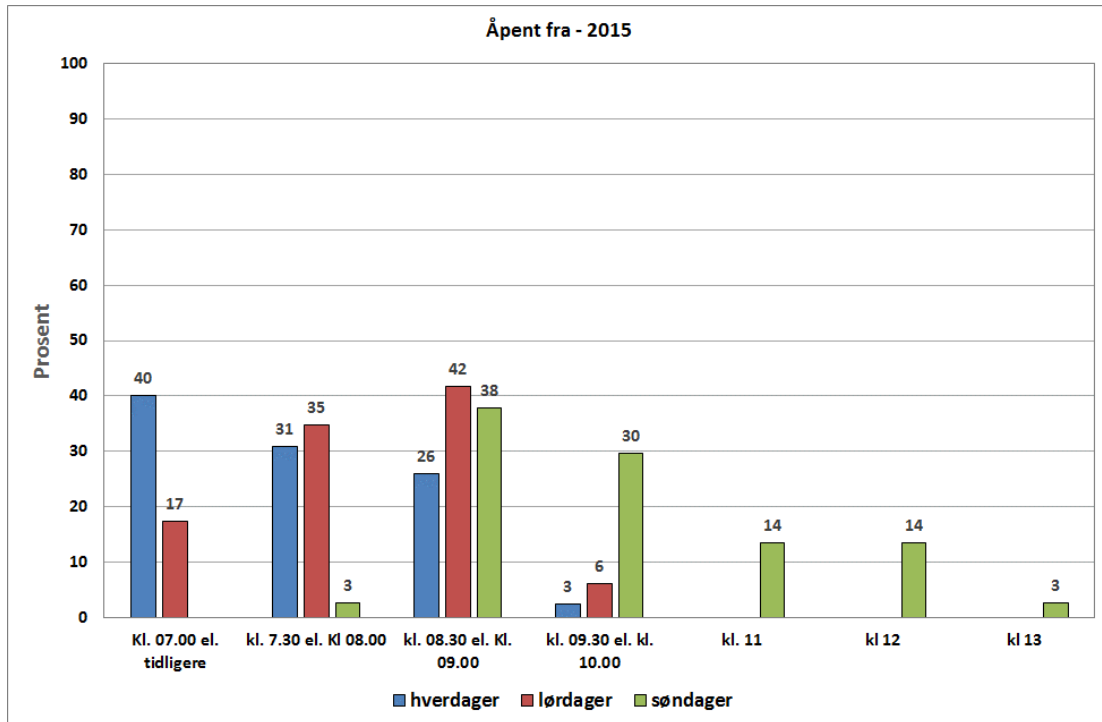


Figur 4-4: Oversikt over stengetider i dagligvarebutikker på lørdager, ulike år. Prosent.

Åpningstidene synes klart å ha blitt utvidet ganske dramatisk, og dette gjelder både hverdager og lørdag.

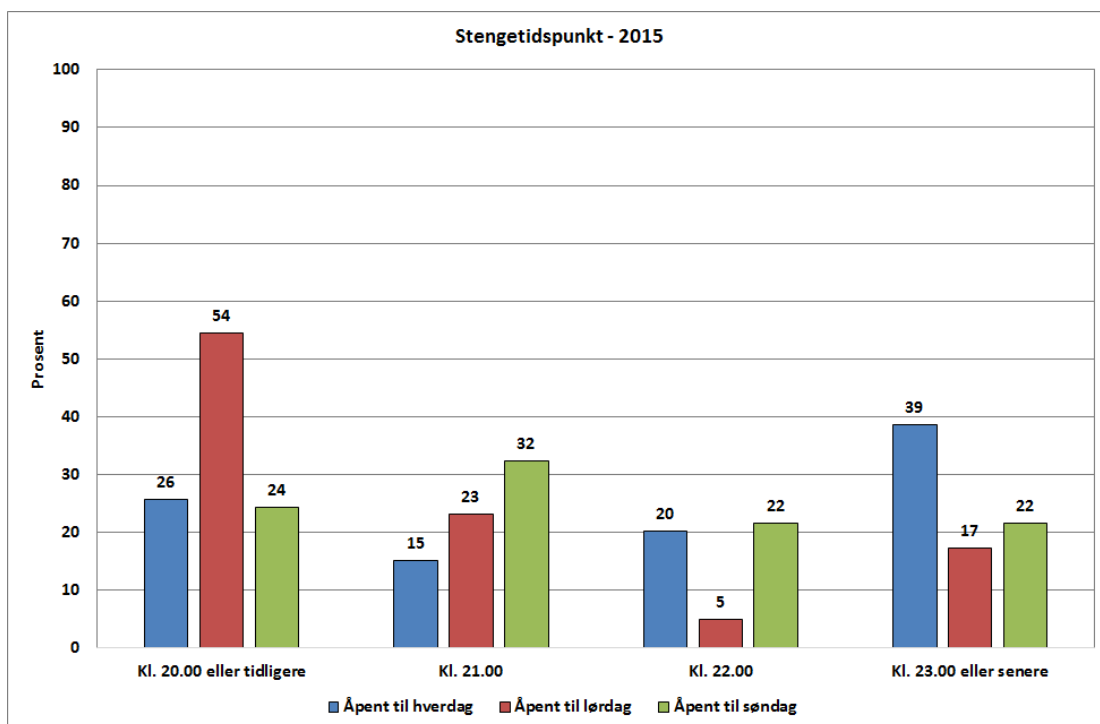
4.3 Åpningstider alle ukedager

I figuren nedenfor har vi samlet hverdager, lørdager og søndager i samme figur, for å lettere sammenligne de ulike dagene. På hverdagene er det flere som åpner kl. 07.00 enn kl. 08.00 og kl. 09.00. På lørdager er det flere som åpner kl. 08.00 eller kl. 09.00. Søndagene er kl. 09.00 og 10.00 vanligste åpningstid.



Figur 4-5: Når butikkene åpner de ulike ukedagene i 2015. Prosent.

Nedenfor har vi en tilsvarende oversikt for når butikkene stenger.



Figur 4-6: Når butikkene stenger de ulike dagene i 2015. Prosent.

Som vi ser er stengtiden på hverdager senere enn de andre dagene. Vanligste stengtidspunkt på søndager er kl. 21.00.

4.4 Endringer i gjennomsnittlige åpningstider

Det er helt tydelig at åpningstidene har blitt lengre. I tabell 4-1 ser vi hvor mye.

Tabell 4-1: Gjennomsnittlige åpningstider før og etter åpningstidsloven av 1985.

N (mandag – lørdag): 1985 = 1.330, 2011 = 379 og 2015 = 315. N (søndager): 1985 = 0, 2011 = 42 og 2015 = 37.

Ukedag	1985 før åpningstidslov	2011	2015
Mandag - fredag	41 t 13 min.	63 t 30 min.	67 t 4 min.
Mandag	8 t 4 min.	13 t 8 min.	13 t 41 min.
Tirsdag	8 t 5 min.	13 t 8 min.	13 t 41 min.
Onsdag	8 t 5 min.	13 t 9 min.	13 t 42 min.
Torsdag	8 t 22 min.	13 t 9 min.	13 t 41 min.
Fredag	8 t 37 min.	13 t 12 min.	13 t 49 min.
Lørdag	4 t 41 min.	11 t 4 min.	12 t
Søndag	Stengt	10 t 12 min.	11 t 6 min.

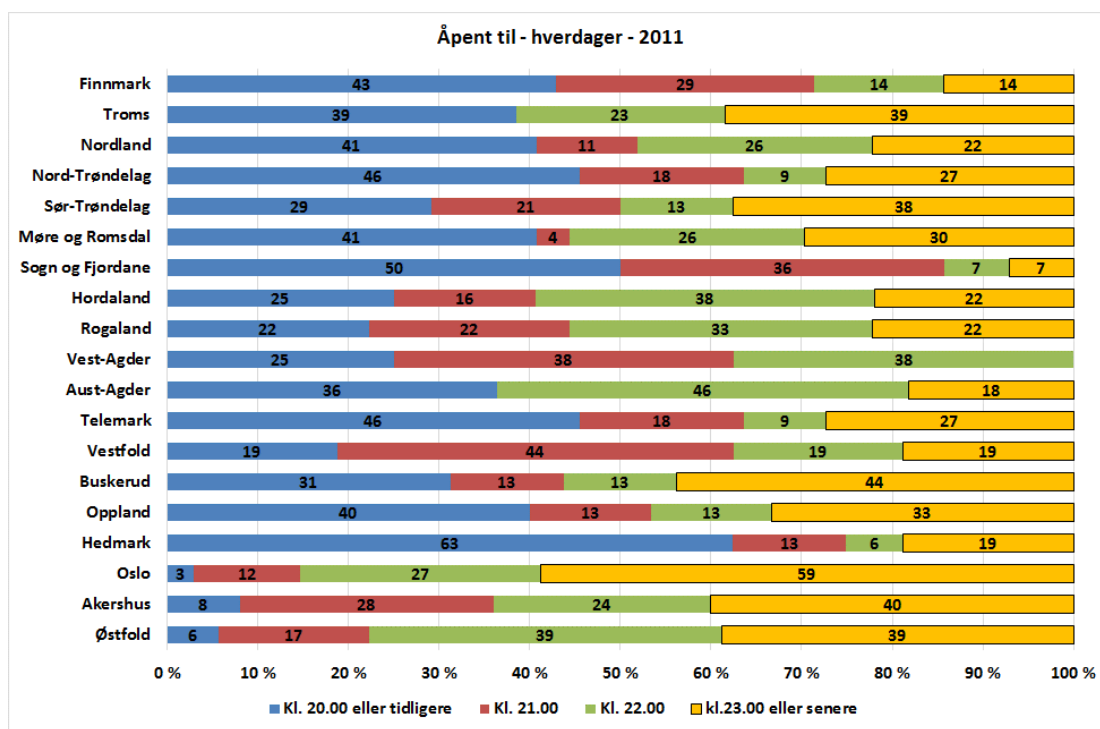
Tidligere var det vanlig med ekstra langåpent torsdag og eller fredag. Vi ser at i 1985 var den gjennomsnittlige åpningstiden relativt lengre torsdag og fredag enn mandag og tirsdag. Slik var det ikke i 2011 og 2015. Det var kun 19 butikker (fem prosent) som hadde avvikende åpningstider onsdag, torsdag og eller fredag i 2011, og i 2015 var det også fem prosent som hadde langåpent onsdag eller fredag (én butikk onsdag og 15 butikker hadde avvikende åpningstid på fredag).

Tabell 4-1 viser at fra midten av 1980-tallet til 2015 har åpningstidene blitt dramatisk utvidet. Utvidelsen har vært størst på lørdager. I tillegg har vi fått søndagsåpne dagligvarebutikker. Det hadde vi ikke på 1980-tallet (Lavik og Strand 1997). I 1996 holdt fem prosent av dagligvarebutikkene søndagsåpent (op cit.), mot 11 prosent i 2011 (Lavik og Schjøll 2012) og 12 prosent i 2015. Kiosker og bensinstasjoner holdt imidlertid søndagsåpent fra tidlig av, og en del også nattåpent (Lavik og Strand 1997).

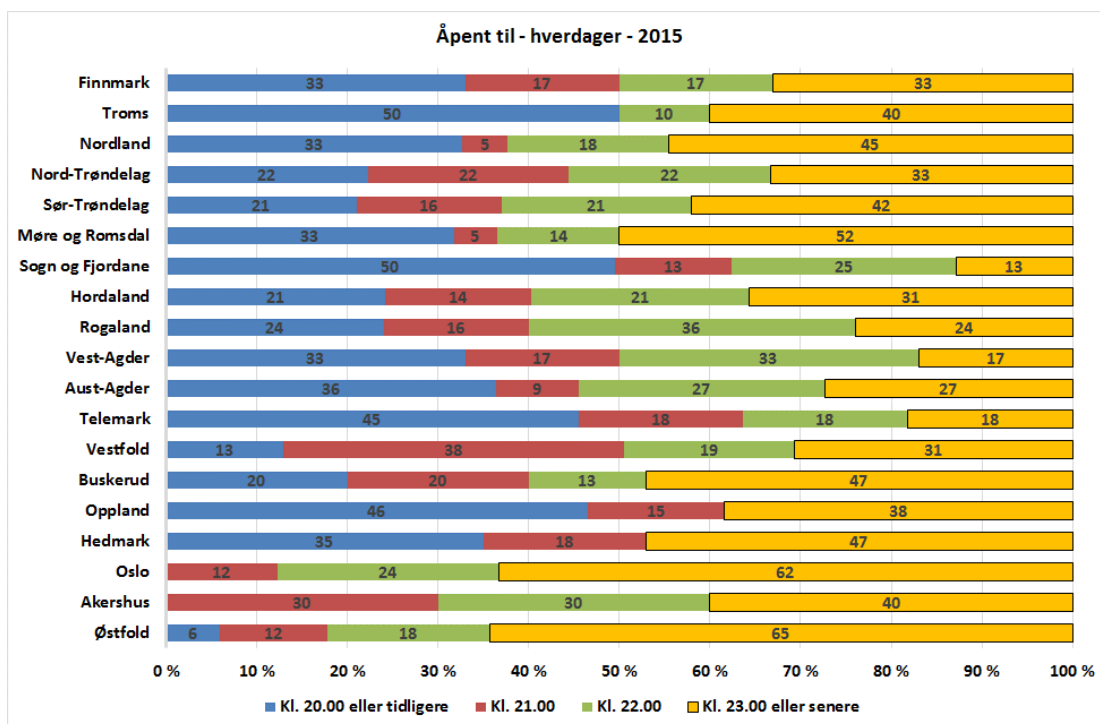
4.5 Åpningstider og lokalisering

4.5.1 Fylke

Som kjent varierer folkemengden og befolkningstettheten mye mellom fylkene. Dette påvirker åpningstidene. Som vi ser av de to figurene nedenfor har fylker med mange innbyggere åpent lenger enn fylker som ikke har så mange. Slik var det både i 2011 og 2015.



Figur 4-7: Stengetid på hverdager etter fylke, 2011. Prosent.

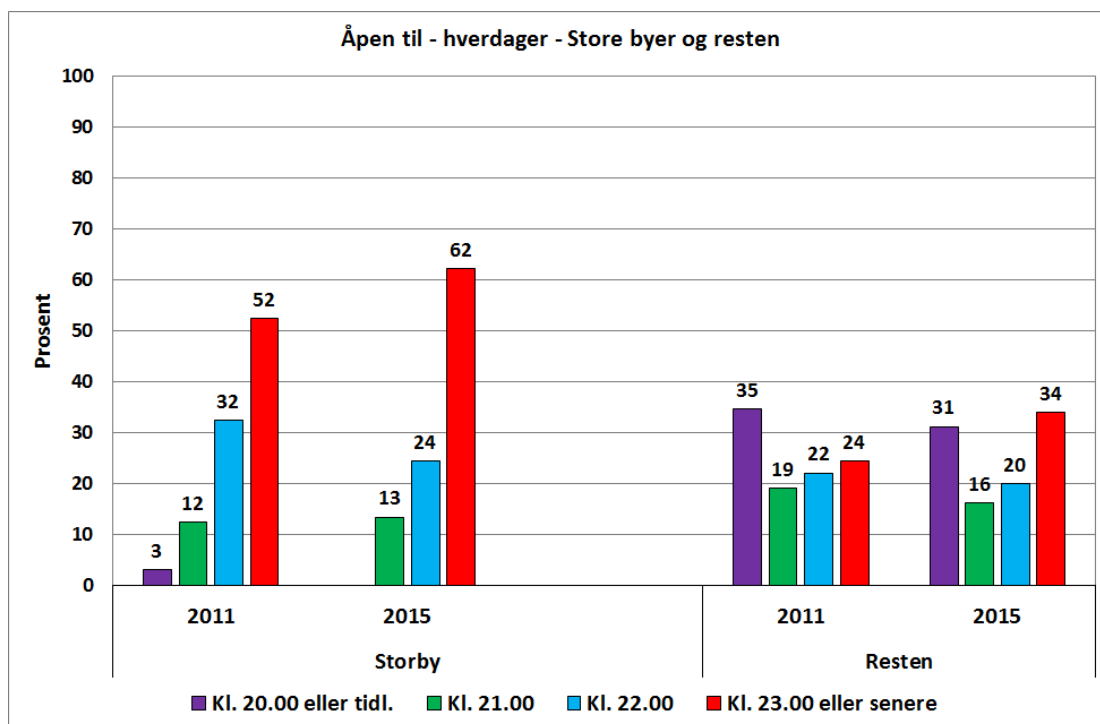


Figur 4-8: Stengetid på hverdager etter fylke, 2015. Prosent.

Det er Østfold og Oslo som har de lengste åpningstidene. Østfold har utvidet åpningstidene mest. 39 prosent av dagligvarebutikkene stengte kl. 23.00 eller senere i 2011, mens i 2015 hadde denne andelen steget til 62 prosent. At Østfold har så lange åpningstider kan skyldes konkurransen med grensehandelen i Sverige. Ellers har Telemark, Vest-Agder og Sogn- og Fjordane lavest andel av butikker som stenger kl. 23.00 eller senere i 2015. Det er også disse fylkene som har en stor andel som stenger kl. 20.00 eller tidligere. Hedmark hadde i 2011 en lav andel som stengte kl. 23.00 eller senere, 19 prosent, en andel som hadde steget til 47 prosent i 2015. Dette er fylker som er store i areal og har en spredt bosetting. Åpningstidene synes altså å variere med lokale forhold, slik at butikkene tilpasser sine åpningstider etter kundegrunnlaget.

4.5.2 Storby og resten

Det er også interessant å se på forskjeller mellom større byer og resten av landet. Dette vises i neste figur.



Figur 4-9: Hvor lenge butikkene har åpnet på hverdager fordelt etter om butikken ligger i storby (Oslo, Bergen, Trondheim, Stavanger og Kristiansand)⁶ og resten av landet. 2011 og 2015. Prosent

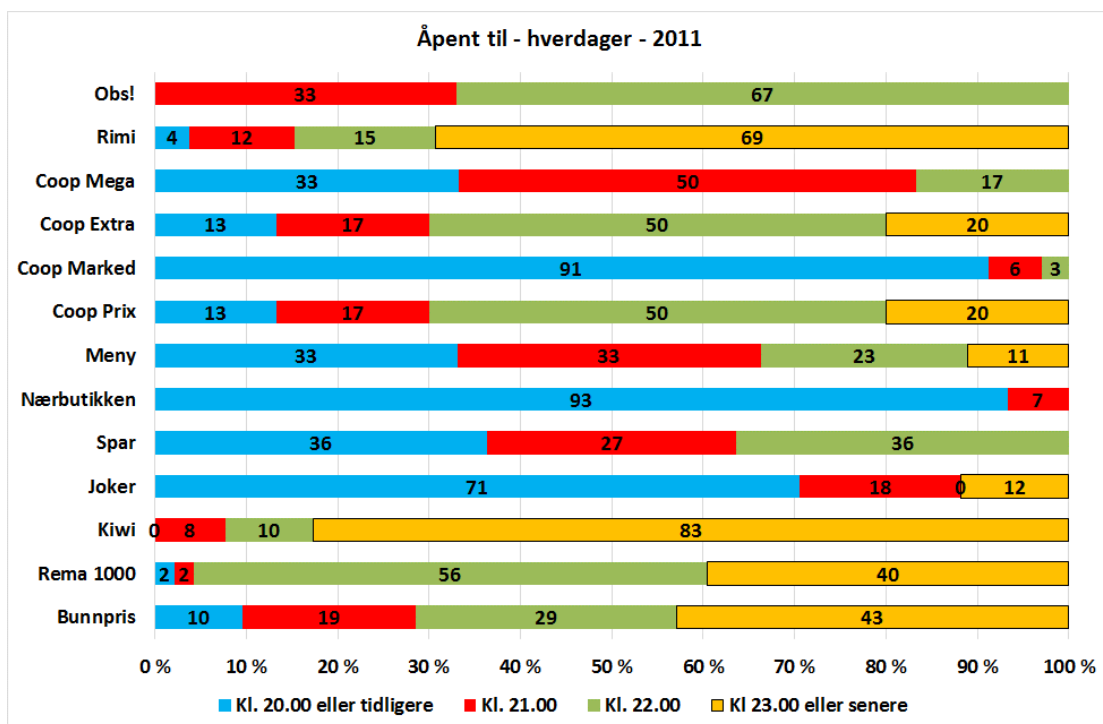
Vi ser der at storbyene (Oslo, Bergen, Trondheim, Stavanger og Kristiansand)⁷ har langt lengre åpent på kveldstid enn resten av landet. I storbyene stenger 62 prosent av butikkene kl. 23.00 eller senere i 2015, mot 34 prosent av resten landet. Økning i utvidelsen på kveldstid til kl. 23.00 eller senere har vært like store begge steder, ti prosentpoeng.

Åpningstidene på steder som ikke er storby viser et helt annet mønster enn storbyene. Der stenger en god del av butikkene kl. 20.00 eller tidligere.

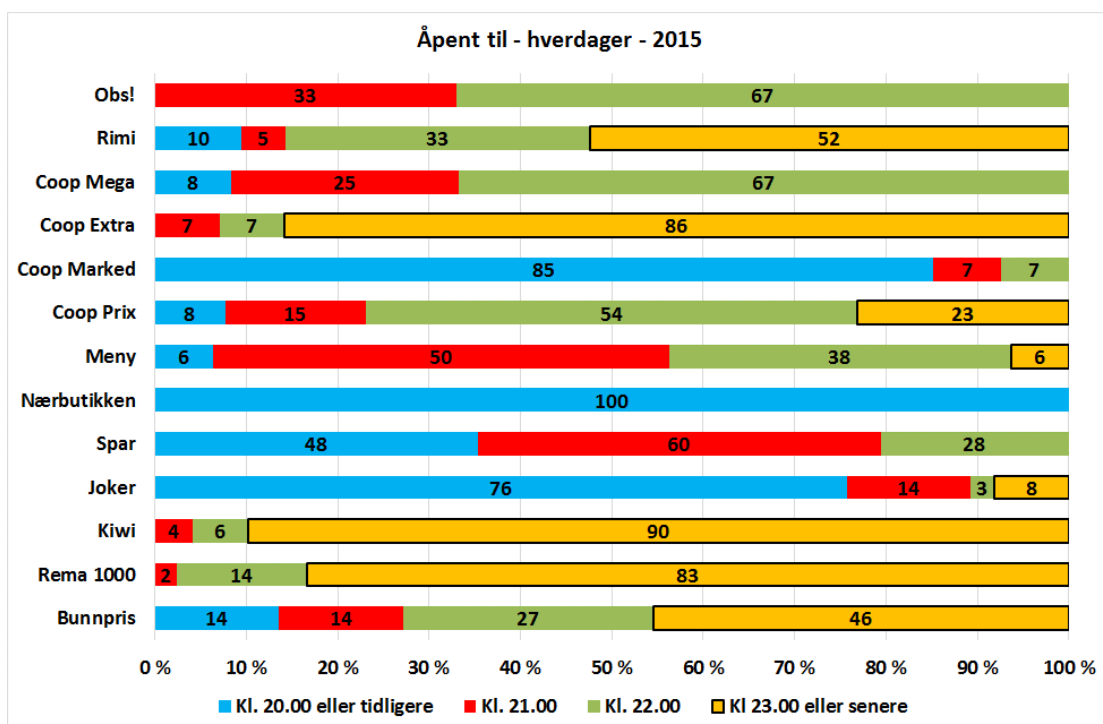
4.6 Åpningstider og butikkjede

Kun et lite mindretall av norske dagligvarebutikker er ikke med i en kjede. Butikkene i en kjede skal være nokså like slik at en kunde vet hva han får når man kommer til en fremmed butikk i en kjede kunden kjenner til. Åpningstider er en slik faktor som identifiserer type kjede. Figurene 4-10 og 4-11 viser sammenhengen mellom kjede og åpningstid for hhv. 2011 og 2015.

⁷ Det var vanskelig å få til en annen inndeling, som f.eks. byenes størrelse, ettersom det er kommunenavn vi har data på, mens mange kommuner har et stort omland og kan ha byer i kommunen. Dermed får vi ikke avgrenset selve byen. Da måtte vi brukt poststed som inndeling, noe om hadde vært mulig men for tidkrevende i denne sammenhengen.



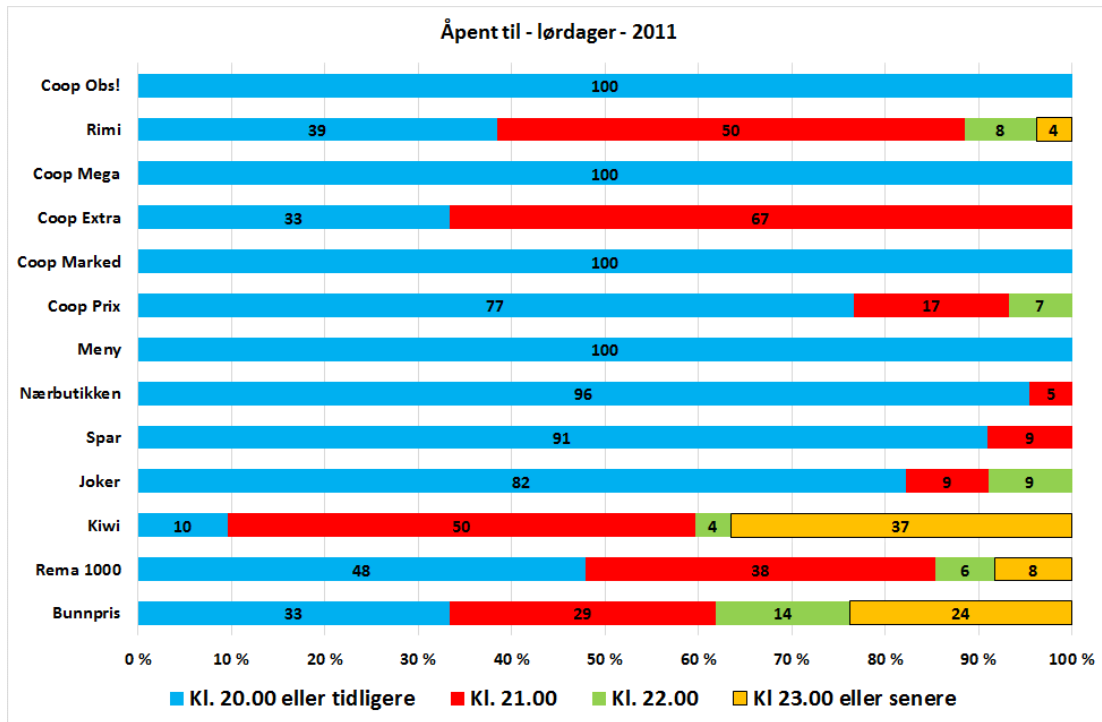
Figur 4-10: Åpningstider hverdager etter butikkjede, 2011. Prosent.



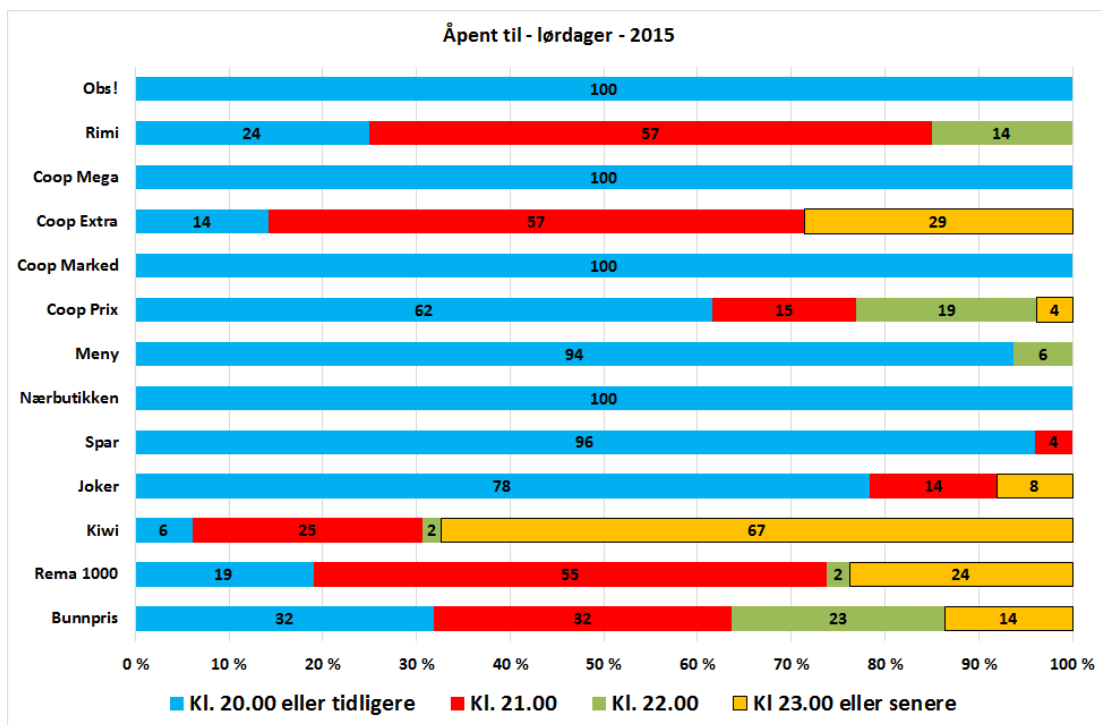
Figur 4-11: Åpningstider hverdager etter butikkjede, 2015. Prosent.

De lengste åpningstidene på hverdager har Kiwi, Rema 1000 og Coop Extra. Dette er butikkjeder som markedsfører seg med en lavprisprofil. Disse tre butikkjedene har en markedsandel på 47,5 prosent (Dagligvarefasiten 2015). Butikker med kortest åpningstid er Nærbutikken,

Coop Marked og Joker. Disse butikkonseptene har sitt kundegrunnlag i lokale områder og er typiske «nærbutikker».



Figur 4-12 Åpningstider lørdager etter butikkjede, 2011. Prosent.



Figur 4-13 Åpningstider lørdager etter butikkjede, 2015. Prosent.

Lavprisbutikkene Coop Extra, Kiwi og Rema 1000 holder også lengst åpent på lørdager. I 2015 skiller imidlertid Kiwi seg ut ved at disse butikkene har utvidet mest sammenlignet med 2011. Kiwi holder også lengre åpent på lørdager sammenlignet med konkurrentene Coop Extra og Rema 1000.

I tabell 4-2 ser vi hvordan antall timer åpent på en hverdag varierer med butikkjede.

Tabell 4-2: Deskriptiv statistikk om antall timer åpent på hverdager fordelt etter butikkjede.

Butikkjede	2011			2015		
	Gjennomsnitt	Standard-avvik	N	Gjennomsnitt	Standard-avvik	N
Bunnpris	13,6	2,1	21	13,9	2,1	22
Rema 1000	14,6	1,1	48	15,7	0,9	42
Kiwi	15,5	1,1	52	15,8	0,8	49
Joker	10,2	2,4	45	10,9	2,7	37
Spar Marked 2011	12	1,6	15	13,1	1,1	25
Spar Supermarked 2011	13	1,1	11	-		
Nærbutikken	8	1,7	22	7,7	1,4	18
Meny basis 2011	12,2	1,6	9	13,2	1,2	16
Meny pluss 2011	13,1	1,7	7	-		
Coop Prix	13,6	1,5	30	13,9	1,2	26
Coop Marked	9,6	1,4	34	10,2	1,7	27
Coop Extra	14	1	3	15,6	0,9	14
Coop Mega	11,9	0,9	12	13,3	1,1	12
Rimi	15,2	1,5	26	15	1,7	21
Coop OBS!	13	1	3	13	1	3
Eurospar	13,3	1,2	3	13	1,4	2
Annet	13,5	-	2	13	-	1
Alle butikker	12,7	2,8	343	13,4	2,8	315

I 2011 var den gjennomsnittlige norske dagligvarebutikk åpent 12 timer og syv minutter på hverdager, mens i 2015 var dette som nevnt økt til 13 timer og 4 minutter. I 2011 var det Kiwi som hadde de lengste åpningstidene, og det er det fortsatt, men det er trolig ingen praktisk forskjell i åpningstidene mellom Kiwi og Rema 1000s butikker lenger. Det er Nærbutikken som har kortest åpningstider, mens Joker har størst spredning i sine åpningstider.

4.7 Åpningstider og butikkareal

Butikkens areal har også sammenheng med hvor lenge butikkene har åpent. Den mest åpenbare sammenhengen er selvsagt åpningstid på søndager. Dagligvarebutikker større enn 100 m² kan som kjent normalt ikke ha åpent da. I tabell 4-3 vises sammenhengen mellom butikkens areal og åpningstid for hverdager.

Tabell 4-3: Gjennomsnittlig antall åpningstimer på hverdager (per dag) fordelt etter butikkens areal.

Butikkens areal	Gjennomsnitt	Standardavvik	N
Mindre enn 100 m ²	7,84	1,18	9
100 m ² - 399 m ²	11,73	3,06	111
400 m ² - 999 m ²	14,67	1,59	141
1.000 m ² og over	14,42	1,55	38
Alle butikker	13,34	2,80	299

Ser vi alle dagligvarebutikker under ett har de i gjennomsnitt åpent 13,3 timer på hverdager. De minste butikkene har kortest åpningstid, mens de butikkene mellom 400 m² og 999 m² har lengst åpent. Dette er de butikkene det er flest av i Norge, og er den typiske butikkarealet i kjeder som Rema 1000, Kiwi og Coop Extra.

Det hadde selvsagt vært interessant å lage en tilsvarende tabell for butikkareal og åpningstid på søndager. Vi har valgt å ikke gjøre det da en del butikker stenger deler av sitt areal for å imøtekomme arealkravet om å ha åpent på søndager. Det ville skape feilkilder i våre data, da vi har tall på totalarealet per butikk, men ikke det arealet som har åpent på søndager.

4.8 Endring i åpningstidene fra 2011 til 2015

Det synes klart at åpningstidene har blitt utvidet siden vår forrige undersøkelse i 2011. Imidlertid kan det være verdt å undersøke når på døgnet butikkene har endret sin åpningstid og hvor mye lengre butikkene har åpent. Tabell 4-4 viser dette.

Tabell 4-4: Endring av åpningstidene på hverdager i de samme butikkene vi hadde registrert i 2011 og 2015.

Prosent.

Antall timer endring	Endret på morgenen	Endret på kvelden
-4 t		0,4
-3 t		0,7
-2 t	0,4	0,7
-1 t	0,4	1,8
-30 min.	0,8	
Ingen endring	68,6	67,5
+30 min.	0,4	0,8
+1 t	26,1	22,6
+2 t	3,5	4,6
+3 t		1,1
Sum	100	100
N	283	283

De fleste butikkene har ikke endret åpningstiden, mens ca. 30 prosent har utvidet åpningstidene enten på morgenen og/eller kvelden. Et fåtall av butikkene har redusert åpningstidene. Den vanligste utvidelsen er på én time på morgenen, og én time på kvelden. Butikkene åpnet altså

én time tidligere på morgenen i 2015 sammenlignet med 2011 og de har én time lenger åpent om kvelden.

Det kan være interessant å se hvilken butikkjede som har vært mest ivrig til å øke åpningstidene. Dette går fram av tabell 4-5.

Tabell 4-5: Forskyvning av åpningstider på morgenen etter butikkjede på hverdager, per dag. Prosent.

Butikkjede	Endring i åpningtidspunkt på morgenen						Sum	N	
	-2 t	-1 t	-30 min.	Ingen endring	+30 min.	+1 t			+2 t
Bunnpris				82		14	5	100	22
Rema 1000				45		52	2	100	42
Kiwi				92		6	2	100	49
Joker			4	50	4	36	7	100	28
Spar				88		12		100	25
Nærbutikken	8			75		17		100	12
Meny				69		31		100	16
Coop Prix				58		38	4	100	26
Coop Marked			4	85		11		100	27
Coop Extra				21		50	29	100	14
Coop Mega		8		50		42		100	12
Rimi				75		25		100	4
Coop OBS!				100				100	3
Eurospar				100				100	2
Annet				100				100	1
Alle butikker	0	0	1	69	0	26	4	100	283

Som vi ser av tabellen her er det særlig Coop Extra, og til dels Rema 1000, som har endret åpningstidene, og da spesielt ved å åpne én time tidligere enn før. Coop Extra er en kjede som hadde svært få butikker i 2011, så det er rimelig at Coop Extra forsøker å vinne terreng med lange åpningstider. Interessant er det også at Kiwi stort sett ikke har endret åpningstiden, mens «erkefienden» Rema 1000 har gjort det. Imidlertid hadde Kiwi de lengste åpningstidene i 2011, så de to andre lavpriskjedene har altså tatt innpå Kiwi.

I forrige tabell så vi på endringer om morgenen etter butikkjede. I tabell 4-6 gjør vi det samme for kvelden.

Tabell 4-6: Forskyvning av stenetider på kvelden etter butikkjede på hverdager. Prosent.

Butikkjede	Endring i stenetidspunkt på kvelden									Sum	N
	-4 t	-3 t	-2 t	-1 t	Ingen endring	+30 min.	+1 t	+2 t	+3 t		
Bunnpris				14	77		9			100	22
Rema 1000					55		43		2	100	42
Kiwi					94		4	2		100	49
Joker		4	4		71		14	7		100	28
Spar					72		28			100	25
Nærbutikken	8	8		8	58	8		8		100	12
Meny			6		56		38			100	16
Coop Prix					58		27	15		100	26
Coop Marked					56	4	26	7	7	100	27
Coop Extra				7	36		43	14		100	14
Coop Mega					58		33	8		100	12
Rimi					75		25			100	4
Coop OBS!					100					100	3
Eurospar					100					100	2
Annet					100					100	1
Total	0	1	1	2	67	1	23	5	1	100	283

Igjen har flertallet av butikkene ikke endret sine åpningstider. Imidlertid ser vi at Coop Extra og Rema 1000 har forskjøvet sine åpningstider like mye, både på morgen og kveld.

4.9 Oppsummering

Det har vært en relativ stabil oppslutning om at butikker skal holde stengt søndager. Forbrukerne ønsker at søndag skal være en annerledes dag. Unge ønsker imidlertid i større grad enn eldre at søndagsåpent bør være tillatt. Forbrukerne refererer også til at butikkene på hverdager og lørdager holder åpent såpass lenge at det ikke skulle by på problemer å få gjort sine innkjøp da. Dessuten er det fortsatt slik at en har anledning til å kjøpe et mindre utvalg dagligvarer på søndager, ettersom mindre dagligvarebutikker, kiosker og bensinstasjoner kan holde åpent da.

Vi ser også at dagligvarebutikkene på 1990-tallet ikke utnyttet helt muligheten til å holde åpent til langt på kvelden. I 1990 og 1996 stengte en tredjedel av butikkene kl. 20.00, og svært få hadde åpent utover det. I 2011 var det kun 11 prosent som stengte kl. 20.00, mens 74 prosent stengte kl. 21.00 eller senere i 2015. Dette var etter at åpningstidsloven var opphevet, og det var fritt frem å holde åpent så lenge en ville på hverdager og lørdager.

Funnene våre tyder på at et stort flertall blant forbrukerne har tilpasset seg godt til dagens praksis og er forholdsvis fornøyde med dagens åpningstider på søndager: Over 80 prosent er for at bensinstasjoner, kiosker og små dagligvarebutikker skal holde søndagsåpent. Over 30 prosent er for at dagligvarebutikker skal holde søndagsåpent, mens over 20 prosent er for at butikker generelt skal holde søndagsåpent. Yngre er jevnt over er mer positive til søndagsåpne butikker enn de eldre.

Ut fra resultatene fra denne og tilsvarende undersøkelser synes det klart at de fleste forbrukerne ønsker å opprettholde søndagen som en annerledes dag.

Ser vi på de faktiske åpningstider har disse økt betraktelig, selv om nesten 70 prosent av butikkene ikke endret sine åpningstider mellom 2011 og 2015. Gjennomsnittlig antall timer en dagligvarebutikk har åpnet på mandager har økt fra 13 timer og åtte minutter i 2011 til 13 timer og 41 minutter i 2015. Grunnen til at butikkene har lenger åpnet nå er i hovedsak at Coop Extra og Rema 1000 har begynt åpne tidligere og at de stenger senere.

5 Konklusjon

Det synes klart at mulighetene for handlemobilitet har økt. Åpningstidene har blitt dramatisk utvidet de siste tre tiårene, og de aller fleste har i dag stor fleksibilitet i sin daglige tidskabal til å komme seg i butikken, eller til å velge en mer fordelaktig butikk hvis de skulle ønske å gjøre det. De faktiske åpningstidene kan ikke sies å være et problem hverken i forhold til folks muligheter til å sikre seg vareforsyninger eller i forhold til forbrukeres muligheter til å utøve valg mellom butikkalternativer. Likevel, mange kan nok ønske seg bedre alternativer. Kjedebutikker har i stor grad det samme utvalget av varer. For mange er det trolig ikke så viktig om en handler på Kiwi, Rema 1000 eller Coop Extra. De fleste nordmenn kan velge mellom en rekke dagligvarebutikker i sitt nærrområde.

En annen nylig utgitt SIFO-rapport viser stor stabilitet i forbrukernes handlevaner i dagligvaremarkedet (Lavik og Jacobsen 2015a). Et unntak fra denne stabiliteten er selvfølgelig åpningstidsutvidelsene, og at antall dagligvarebutikker er kraftig redusert, fra over 9.000 på 1970-tallet til under 4.000 i 2014 (Dagligvarefasiten 2015; Lavik og Schjøll 2012). Endringer i åpningstidene har bidratt til å spre innkjøpene ut over døgnet og ukas timer (Lavik og Jacobsen 2015b). Utvidelsen synes likevel ikke å ha ført til at forbrukerne oppgir å oppsøke flere butikker eller på andre måter å gir uttrykk for at de har blitt mer mobile (Lavik og Jacobsen 2015a). Det er likevel en rimelig hypotese at den langvarige og stabile velstandsveksten kan ha bidratt til «å svekke» prisfokusert hos forbrukerne. Dermed kan også selve «endringsmotoren» i konkurransen ha blitt skadelidende. Dette er åpenbart et tema det bør forskes mer på,⁸ og spesielt i kjølvannet av Coops overtakelse av ICA Norge og at vi dermed hovedsakelig har tre aktører i dagligvaremarkedet.

Lavpris er det dominerende dagligvaresegmentet i Norge (Dagligvarehandelen 2015). Lavpris butikker konkurrerer hovedsakelig på pris. Imidlertid er det for tiden minimale prisforskjeller mellom de dominerende lavpriskjedene, se for eksempel TV 2 (2015). Følgelig må lavpriskjedene finne andre måter å skille seg ut på. Åpningstider kan være ett slik parameter. Coop Extra er en kjede Coop Norge vil satse på i tiden framover. Den skal konkurrere mot Kiwi og Rema 1000. Som vi har sett er det denne kjeden som har utvidet sine åpningstider mest siden 2011 på hverdager, men kjeden hadde kun tre butikker i vårt utvalg da. Rema 1000 har hovedsakelig lenger åpent på kvelden, mens Kiwi i liten grad har endret sine åpningstider på hverdager, men de hadde de lengste åpningstidene i utgangspunktet. Kiwi har derimot lengre åpent på lørdager sammenlignet med Coop Extra og Rema 1000. At lange åpningstider er et konkurransefortrinn

⁸ Det er også behov for å replisere en del av analysene fra Lavik og Schjøll (2012), for eksempel mht. endringer i butikkstørrelse, lavprisandel, lokalisering etc.

for Coop Extra, bekreftes av et oppslag i Dagens Næringsliv (2015) der en Coop Extra-kjøpmann gjerne vil slå de nærliggende Kiwi-butikkene på åpningstid.

Åpningstidene har altså blitt lengre siden 2011, men det er grunn til å tro at vi nå har nådd et metningspunkt når det gjelder lange åpningstider. Det å ha åpent én time til innebærer store faste kostnader til lys, personale osv. Det må følgelig være et tilstrekkelig kundegrunnlag til for å holde åpent tidlig på morgenen eller sent på kvelden. Imidlertid kan det være vanskelig å være den butikkjeden som først reduserer sine åpningstider fordi det kan oppfattes som mangel på konkurransevne og man overlater dermed markedet til andre. Det blir derfor spennende å se hva som skjer med åpningstidene framover, spesielt med tanke omprofilering av ICA Norges butikker til Coop-butikker og at Rema 1000 nå er minst av de tre dominerende dagligvareaktørene i Norge. Det kan innebære en økning av åpningstidene framover.

Litteratur

- Dagens Næringsliv (2015): Angriper i «Kiwi-land». 29.12.2015, ss. 10-11.
- Dagligvarehandelen (2015). *Dagligvarefasiten 2015*. URL: <http://www.dagligvarehandelen.no/sites/handelsbladet.no/files/fasiten2015.pdf> [Lesedato: 03.01.2016]
- Grønmo, S. og R. Lavik (2015): Store opening hours in Norway 1985-2014: policies, practices and preferences. I P. Strandbakken og J. Cronow (red.) *The consumer in society*. Oslo: Abstrakt. Ss. 165-190.
- Lavik, R. (2001): *Dagligvaretilgang i ulike regioner – utvikling 1980-2000*. Oppdragsrapport nr. 5-2001. Lysaker: SIFO. URL: <http://www.sifo.no/page/Publikasjoner//10081/48471.html> [Lesedato: 03.01.2016]
- Lavik, R. (1999): *Strukturelle endringer i varehandelen og endringer i forbrukeratferd og holdninger*. Arbeidsnotat nr. 15-1999. Lysaker: SIFO. URL: <http://www.sifo.no/page/Publikasjoner//10081/48341.html> [Lesedato: 03.01.2016]
- Lavik, R. og M. Strand (1997): *Bekvem dagligvarehandel. Åpningstider, forbrukerne og markedet*. Rapport nr. 3-1997. Lysaker: SIFO.
- Lavik, R (2014): Holdninger til søndagsåpne butikker. I R. Lavik og E. Borgeraas (red.) *Forbrukstrender 2014*. Prosjektnotat nr. 8-2015. Oslo: SIFO. URL: http://www.sifo.no/files/file79838_prosjektnotat_8-2014_web.pdf [Lesedato: 04.01.2015]
- Lavik, R. og E. Jacobsen (2015a): *Søndag – fortsatt en annerledes dag?* Prosjekt notat nr. 2-2015. Oslo: SIFO. URL: <http://www.sifo.no/page/Publikasjoner//10081/80142.html> [Lesedato: 03.01.2016]
- Lavik, R. og E. Jacobsen (2015b): *Endringer i dagligvaremarkedet på 2000-tallet - Handlevaner og holdninger*. Oppdragsrapport nr. 2-2015. Oslo: SIFO. URL: http://www.sifo.no/files/file80389_oppdagsrapport_nr._2-2015_handlevaner.pdf [Lesedato: 03.01.2016]
- Handelens forsknings- og utredningsinstitutt (HFU) (1985): *Åpningstider i norsk detaljhandel 1985. En undersøkelse blant medlemsbedrifter i handelens organisasjoner*. Prosjektrapport nr. 23-1985.
- Norges Offentlige Utredninger (NOU) (1984:13): *Åpningstider og tilgjengelighet. Bidrag til en samlet åpningstidspolitik*.
- Strand, F. R. (1992): *Miniprisbutikkens utvikling*. Arbeidsrapport nr. 10-1992. Lysaker: SIFO.
- TV 2 (2015): Tidenes pristest - vi har sjekket alle varer hos Rema 1000 og Kiwi. URL: <http://www.tv2.no/v/972003/> [Lesedato: 03.01.2016]

Forbruksforskningsinstituttet SIFO ved Høgskolen i Oslo og Akershus (HiOA) har et spesielt ansvar for å bidra til kunnskapsgrunnlaget for forbrukerpolitikken i Norge og skal utvikle ny kunnskap om forbruk, forbrukerpolitikk og forbrukernes stilling og rolle i samfunnet.

Sentrale forskningstema er:

- forbrukerne i markeder og forbrukervalg
- husholdningenes ressursdisponeringer
- forbrukerøkonomi - gjeldsutvikling og fattigdom
- teknologisk utvikling og forbrukernes hverdag
- digitalt hverdagsliv og mestring
- miljøeffekter av ulike typer forbruk
- mat- og spisevaner
- tekstiler - verdikjeder - konsekvenser for hverdagsliv og miljø
- forbrukets betydning for inkludering i sosialt hverdagsliv
- forbrukerpolitikk

SIFO

Forbruksforskningsinstituttet

**HØGSKOLEN I OSLO
OG AKERSHUS**

Boks 4 - St. Olavs plass - N-0030 Oslo.

Besøksadresse: Sandakerveien 24C.

Telefon: +47 22 04 35 00 **Fax:** +47 22 04 35 04

E-mail: post@sifo.hioa.no **Internett:** www.sifo.no

