



Rapport

---

**Handelns  
utvecklingsråd  
(HUR)**

# *Hot eller möjlighet?*

*En analys av  
externhandelns effekter  
på den etablerade  
handeln*



## Förord

Externhandelsetableringar beskylls ofta för att påverka den befintliga handeln i den aktuella kommunen och i kranskommunerna negativt så till vida att omsättning, antal företag och sysselsättningen minskar. Denna ”sanning” lyfts ofta och gärna fram av olika aktörer, dock utan att det finns några empiriska belägg i frågan.

Handels Utredningsinstitut (HUI) har med finansiering från Handels Utvecklingsråd (HUR) undersökt denna frågeställning för ett antal kommuner i Sverige under perioden 1997-2007. Syftet med undersökningen är att kasta nytt ljus över en gammal frågeställning.

Stockholm i januari 2009

Ulf Rämme

Detaljhandelsanalytiker

Erika Rosén

Detaljhandelsanalytiker





---

## Innehåll

<b>Sammanfattning</b> .....	4
<b>1 Inledning</b> .....	5
1:1 Tidigare undersökningar .....	6
1:2 Syfte och frågeställningar .....	7
1:3 Urval och källmaterialet .....	9
1:4 Disposition .....	11
<b>2 Detaljhandelns storlek och utveckling</b> .....	12
2:1 Omsättning, geografisk fördelning och branschstruktur .....	13
2:2 Omsättningsutveckling i centralorter och kranskommuner .....	15
2:3 Omsättningsutveckling inom centralorterna .....	19
2:4 Utveckling av antalet butiker och anställda .....	22
2:5 Sammanfattning .....	25
<b>3 Lokala och regionala effekter av externhandel</b> .....	27
3.1 Ekonometrisk metod .....	27
3.2 Dagligvaruhandeln – en inomkommunal angelägenhet .....	29
3.3 Sällanköpsvaruhandeln – en mellankommunal angelägenhet .....	31
3.4 Externhandelns effekter på antalet anställda .....	34
3.5 Sammanfattning .....	36
<b>4 Sammanfattande diskussion</b> .....	37
<b>5 Referenser</b> .....	40





## Sammanfattning

- Denna undersökning har studerat huruvida externhandel och dess expansion påverkar den befintliga detaljhandeln i kommunens stadskärna, bostads- och stadsdelscentrum i den övriga kommunen samt detaljhandeln i kranskommunerna.
- Externhandel med dagligvaror är framförallt en angelägenhet som berör centralortskommunen så till vida att den leder till stora substitutionseffekter mellan olika marknadsplatser i kommunen. Stadskärnan påverkas inte så mycket i miljoner kronor, men i relation till den totala omsättningen i stadskärnan blir effekterna relativt stora eftersom de skall fördelas på färre enheter än i den övriga kommunen. Kranskommunernas dagligvaruhandel berörs i relativt begränsad omfattning.
- Externhandel med sällanköpsvaror är en mellankommunal angelägenhet så till vida att substitutionseffekterna mellan kranskommuner och centralortskommuner blir stora. Stadskärnan och detaljhandeln i stadsdels- och bostadsområdescentrum i centralortskommunen klarar sig relativt bra i konkurrensen från externhandeln, vilket förklaras av att detaljhandelns utbud på dessa marknadsplatser har ett komplementärt förhållande till externhandeln. Sett till den totala omsättningen på respektive marknadsplats blir effekterna olika stora.
- De relativt stora inom- och mellankommunala substitutionseffekterna pekar på att det finns ett stort behov av dialog mellan företrädare för olika marknadsplatser och kommunala tjänstemän vid etableringsförfrågningar rörande externhandel. I synnerhet beslut om etableringar av extern sällanköpsvaruhandel bör fattas med hänsyn tagen till mellankommunala förhållanden och med synpunkter inhämtade från olika aktörer i de omkringliggande kommunerna. Genom att tidigt i planeringsprocessen möjliggöra för och bjuda in till mellankommunal dialog ges möjlighet för detaljhandelns aktörer och intressenter i kranskommunerna att formera sig för att lindra de mellankommunala effekterna av externhandelns expansion i centralorterna.





# 1 Inledning

Detaljhandeln har under lång tid genomgått en strukturomvandling som tagit sig många uttrycksformer. År 2007 omsatte den egentliga detaljhandeln, det vill säga exklusive apotek och systembolag, knappt 490 miljarder kronor. Omsättningen har ökat 187 miljarder kronor sedan år 1997, vilket är en historiskt sett mycket kraftig tillväxt.

Ett av de främsta kännetecknen för detaljhandelns strukturomvandling är att tillväxten är starkt geografiskt koncentrerad. Under perioden 1997-2007 skedde knappt 85 procent av tillväxten i 70 kommuner. Av landets 290 kommuner uppvisar således 220 en svag eller obefintlig tillväxt. Kännetecknande för tillväxtkommunerna är att de uteslutande utgörs av storstäder, residensstäder, förortskommuner och mindre kommuner med speciella förutsättningar såsom gränshandel och/eller shoppingturism. Följden av denna utveckling är att detaljhandeln idag är starkt koncentrerad till kommuner och regioner med en stor och/eller starkt växande befolkning. År 2007 återfanns 75 procent av sällanköpsvaruhandeln i 50 kommuner samtidigt som knappt 80 procent av dagligvaruhandeln återfanns i 100 kommuner (HUI, Handeln i Sverige).

Den geografiska koncentrationen pågår även inom kommunerna då en stor del av detaljhandelns omsättning sker i köpcentrum, stadskärnor eller på halvexterna och externa marknadsplatser. År 2005 omsatte samtliga köpcentrum och gallerior i stadskärnor och externhandelsområden med en yta över 3 000 kvadratmeter omkring 130 miljarder kronor, vilket motsvarar omkring 30 procent av detaljhandelns omsättning. Under perioden 2000-2005 ökade omsättningen på dessa marknadsplatser med drygt 40 procent, vilket kan jämföras med utvecklingen i riket som uppgick till 25 procent (Centrumutveckling, Köpcentrumkatalogen 06/07; HUI, Handeln i Sverige). Externa marknadsplatser och köpcentrum i stadskärnorna har således tagit marknadsandelar på bekostnad av övrig handel under perioden.



Förfrågningar om externhandelsetableringar möts ofta med oro och skepsis från kommunala tjänstemän och politiker, men också från de egna leden inom handlarkåren. Argumenten mot externhandelsetableringar framhåller ofta att trafikarbetet ökar som en följd av förändrade inköpsmönster och att i takt med detta blir även miljöpåverkan större. Därtill anses det finnas en risk för att externhandeln påverkar cityhandeln, den bostadsnära handeln samt handeln i kranskommunerna negativt så till vida att omsättning och lönsamhet påverkas så mycket att företag riskerar att slås ut. Konsumenternas valfrihet och tillgänglighet liksom sysselsättningen antas således minska.

Externhandelsförespråkare menar å andra sidan att detaljhandeln genom att välja externa lägen kan sänka sina hyres- och personalkostnader. Detta förväntas, i kombination med en ökad konkurrens mellan externhandel och den befintliga handeln, leda till fallande priser för konsumenterna och, om konkurrenstrycket blir för starkt, till att stadskärnans aktörer och kommunens tjänstemän/politiker initierar stadsförnyelseprogram i syfte att stärka stadskärnans attraktivitet. Andra argument är att externhandel ökar valfrihet, utbud samt antalet arbetstillfällen i detaljhandeln och övriga servicenäringar.

## 1:1 Tidigare undersökningar

Sedan i mitten av 1990-talet har ett antal utredningar genomförts som studerar externhandelns påverkan på konsumenternas inköpsmönster samt trafik- och miljöeffekter. Flera undersökningar har studerat hur hushållens inköpvanor har förändrats i samband med att externhandelsområden har etablerats. Dessa pekar på att trafikarbetet, det vill säga inköpsresornas längd, ökar i samband med att externa stormarknader etableras. Detta beror på att konsumenterna börjat göra en större andel av sina inköp i externetableringarna istället för att, som tidigare, göra sina inköp bostadsnära. I samband med inköpsresan har konsumenterna också övergått från att gå eller cykla till att använda bil för att transportera sig till de externa marknadsplatserna (Forsberg 1994; Svensson & Haraldsson 2002; Hagson 2003; Ljungberg m fl 2003; Ljungberg m fl 2006). Konsekvenserna av detta har varit att miljöbelastningen, i termer av utsläpp och buller, har ökat på och omkring de externa och halvexterna marknadsplatserna (Ljungberg m fl 1995; Ljungberg m fl 2006).



Hur externhandels expansion har påverkat den befintliga detaljhandeln i kommunen samt detaljhandeln i kranskommunerna har inte på långa vägar rönt lika stor uppmärksamhet som trafik- och miljöeffekterna. Flera undersökningar av dagligvaruhandeln visar att stormarknadsetableringar inte förmår påverka dagligvaruhandeln i city nämnvärt. Däremot påverkas den bostadsnära dagligvaruhandeln i kommunen, främst stora och mellanstora butiker i trafikorienterade lägen, negativt (Ranhagen 2002; Mattson 2003; Svensson 2004). I en undersökning från 1999 studeras hur förekomsten av externhandel påverkar detaljhandels utveckling i stadskärnorna och den övriga kommunen. Undersökningen visar att externhandel innebär att detaljhandeln i kommunen drar till sig konsumenter från kranskommunerna. Beträffande de inomkommunala effekterna konstateras att externhandel har en svagt negativ inverkan på detaljhandels utveckling i stadskärnorna, både vad gäller dagligvaror och sällanköpsvaror. Däremot är effekterna på handeln i den övriga kommunen stora. Resultaten skiljer sig inte nämnvärt åt mellan stora och små kommuner (Bergström 1999; Bergström, Löwlund, Nygren 1999).

## 1:2 Syfte och frågeställningar

Syftet med denna undersökning är att studera hur externhandel påverkar detaljhandels utveckling i stadskärnorna och den övriga kommunen samt i kranskommunerna. Denna undersökning skiljer sig från de föregående dels genom att ha fokus på en senare tidsperiod dels genom att ha större fokus på hur kranskommuner påverkas av externhandelsetableringar i centralorten. Frågeställningarna kan preciseras enligt följande:

Hur och med vilken styrka påverkar externhandel den övriga detaljhandels utveckling i centralortens stadskärna, den övriga kommunen samt kranskommunerna? Har centralorternas stadskärnor och handeln i den övriga kommunen påverkats mer av externhandeln i stora centralorter än i små? Påverkas detaljhandeln i näraliggande kranskommuner hårdare av centralortens externhandel än detaljhandeln i mer perifert belägna kranskommuner? HUI avser att studera omsättning och omsättningsutveckling samt utvecklingen av antalet företag och anställda inom detaljhandeln.



Konsumenterna är inte begränsade av kommungränser vid sina inköpsresor vilket leder till att de är beredda att resa relativt långt för att finna de varor de söker i samband med sina inköp. Inköpsresor, i synnerhet inom sällanköpsvaruhandeln, är således en regional företeelse snarare än en kommunal sådan.

Centralorter och kranskommuner konkurrerar därför om regionens köpkraft. Stads kärnor och externhandelsområden konkurrerar om regionens köpkraft, men har också ett komplementärt förhållande så till vida att externhandeln domineras av volymhandel och ibland externa köpcentrum, medan stads kärnorna utgörs av gallerior samt småskalig, kvalitativ och serviceinriktad shopping med kläder och fritidsvaror kompletterad med caféer, restauranger samt övrig kommersiell och offentlig service. Stads kärnans attraktionskraft består således av ”helheten”, medan en funktionell organisation avseende utbud, prisbild och tillgänglighet är avgörande för de externa marknadsplatsernas attraktionskraft i regionen.

Externhandel kan leda till så kallade *substitutionseffekter* och *överspillningseffekter*. *Substitutionseffekter* uppstår genom att konsumenter bosatta i centralorterna väljer att ersätta sina inköp på bostadsnära marknadsplatser och i stads kärnan med inköp på den externa marknadsplatsen. På samma sätt väljer konsumenter bosatta i kranskommunerna att ersätta inköp i sin hemkommun med inköp i centralortens externhandelsområden. Substitutionseffekterna innebär således att detaljhandeln i den övriga centralorten och kranskommunerna har en negativ utveckling samtidigt som externhandeln fortsätter att skörda framgångar. *Överspillningseffekter* uppstår om kranskommunernas invånare attraheras att besöka centralortens stads kärna för att ta del av dess utbud i samband med inköpsresan till centralortens externa marknadsplatser.





## 1:3 Urval och källmaterialet

Denna undersökning baserar sig på SCB:s regionala omsättningsstatistik uppdelad på delområden i ett urval på 36 kommuner i Sverige. I urvalet ingår samtliga kommuner i kommungruppen *större städer* samt ett begränsat urval kommuner i kommungruppen *Övriga kommuner med fler än 25 000 invånare*<sup>1</sup>. Urvalet motiveras av att detta är länens residensstäder och att det är i dessa, undantaget storstädernas förortskommuner, som en majoritet av tillväxten i detaljhandeln har skett under perioden 1997-2007. Stockholm, Malmö och Göteborgs kommuner har medvetet exkluderats, då det är mycket svårt att avgränsa vad som är cityhandel och vad som är externhandel.

I centralorterna har materialet delats in i cityhandel, externhandel och övrig handel. Detaljhandeln i stadskärnorna har avgränsats geografiskt med hjälp av kartor samt lokal kunskap. Stadskärnorna omfattar handel i A-, B- och i viss mån C-lägen. Därmed ingår både köpcentrum och de så kallade stråkbudikerna i stadskärnorna. Externhandeln har definierats och avgränsats med hjälp av Köpcentrumkatalogen samt lokal kunskap. Samtliga marknadsplatser som, enligt Köpcentrumkatalogen, definierats som regioncentrum, externcentrum, storbutikscentra eller handelsområden ingår i undersökningen.<sup>2</sup> Med utgångspunkt i arbetsställets belägenhetsadress har omsättningsstatistik för city- och externhandel beställts från SCB. Detaljhandelns omsättning i den övriga kommunen samt kranskommunerna har hämtats från HUI:s publikation *Handeln i Sverige*.

---

<sup>1</sup> De centralorter som ingår i undersökningen är Borås, Eskilstuna, Gävle, Halmstad, Helsingborg, Jönköping, Kalmar, Karlskrona, Karlstad, Kristianstad, Linköping, Luleå, Lund, Norrköping, Norrtälje, Skellefteå, Sundsvall, Södertälje, Trollhättan, Umeå, Uppsala, Västerås, Växjö, Örebro, Örnköldsvik, Östersund, Borlänge, Enköping, Gotland, Katrineholm, Norrtälje, Nyköping, Skövde, Strängnäs, Uddevalla och Söderhamn.

<sup>2</sup> Ett externcentrum definieras som en köpcentrumliknande anläggning som ligger i ett trafikorienterat läge utanför bostadsområden och stadskärnor. Storleken på områdena varierar mellan 10 000 och 20 000 kvadratmeter.

Ett storbutikscentrum består av ett antal fristående mycket stora butiker i olika branscher samlade kring en gemensam parkeringsyta och med gemensam trafikapparat. Storleken på dessa områden varierar mellan 8 000 och 15 000 kvadratmeter.

Ett regioncentrum är ett större externhandelsområde som riktar sig till såväl lokala som regionala besökare. Regioncentrum har ett brett och djupt detaljhandelsutbud inom samtliga branscher kompletterat med ett stort serviceutbud inom olika branscher. Ett regioncentrum har minst 20 000 kvadratmeter uthyrbar yta.

Ett handelsområde är ett sponant framväxt kluster av detaljhandel i ett trafikorienterat läge. Handelsområdena är ofta ostrukturerade såväl vad gäller utbud som planlösning. Dessa handelsplatser har ofta ett regionalt upptagningsområde.



Då undersökningen även syftar till att studera hur externhandeln i centralortskommunerna påverkar detaljhandelns utveckling i kranskommunerna har omsättningen för ytterligare 130 kommuner inkluderats i undersökningen. I dessa studeras omsättningen för hela kommunen, men då många kranskommuner är små kan man de facto dra slutsatsen att utvecklingen i dessa i huvudsak speglar utvecklingen i kranskommunens centralort eller stadskärna. Urvalet av dessa kommuner styrs av SCB:s indelning i lokala arbetsmarknadsregioner, så kallade LA-regioner. I några enstaka fall har dessa justerats för att spegla den lokala detaljhandelns upptagningsområde. LA-regionernas storlek bestäms av arbetspendlingen inom en geografisk region och är mer eller mindre att betrakta som slutna pendlingsregioner som kan förändras över tid. I analysen har vi antagit att LA-regionerna i princip är ekonomiska regioner inom vars gränser konsumenterna i huvudsak håller sig. Ett visst in- och utflöde av så kallad shoppingturism antas dock förekomma i varje enskild region, men detta står ej i fokus i analysen.

De potentiella felkällorna i SCB:s regionala omsättningsstatistik är många. Företag kan vara felklassade och ibland saknas helt. Nyetableringar, köpcentrum och externa marknadsplatser saknas ofta eller ges fel omsättning. De omsättningsnivåer som SCB tagit fram för externhandeln och cityhandeln har kontrollerats mot flera alternativa källor. I de fall uppenbara felaktigheter upptäckts har materialet justerats för att spegla utvecklingen på olika marknadsplatser på ett så rättvisande sätt som möjligt.

SCB har inte heller någon möjlighet att justera för detaljhandelns branschglidning. Som exempel kan nämnas att all omsättning i dagligvaruhandeln redovisas som dagligvaruomsättning trots att många enheter, i synnerhet stormarknaderna, säljer såväl dagligvaror som sällanköpsvaror. Detta fel förekommer också inom sällanköpsvaruhandeln. HUI har i samband med denna undersökning låtit SCB:s omsättningsdata på delområdesnivå genomgå samma bearbetning avseende detaljhandelns branschglidning som vid framtagandet av *Handeln i Sverige*, med den skillnaden att den justerade enhetens geografiska läge beaktats.





Omsättningsstatistiken har således genomgått en omfattande kvalitetsgranskning. Utöver detta har HUI sammanställt uppgifter om antalet butiker (arbetsställen) och anställda på olika marknadsplatser i centralorterna, kranskommunerna och riket. Annan statistik som samlats in i samband med undersökningen är befolknings- och inkomstutveckling, tidsavstånd mellan centralorterna och kranskommunerna, information om ombyggnader och renoveringar av befintliga köpcentrum och externhandelsområden samt nyetableringar av köpcentrum och enskilda butiker.

## 1:4 Disposition

I kapitel 2 genomförs en deskriptiv analys av detaljhandelns utveckling i centralortskommunerna. Inledningsvis belyses omsättning, geografisk fördelning och branschstruktur. Därefter studeras dels detaljhandelns utveckling i centralortskommunerna, kranskommunerna och riket, det vill säga den mellankommunala utvecklingen, dels utvecklingen på olika marknadsplatser inom centralortskommunerna, det vill säga den inomkommunala utvecklingen. Slutligen studeras hur antalet butiker och antalet anställda i centralorterna, kranskommunerna och riket har utvecklats under perioden.

Kapitel 3 är en ekonometrisk analys av det statistiska materialet. Kapitlet avser att belysa med vilken styrka externhandelns expansion påverkar detaljhandelns utveckling i stadskärnorna, den övriga kommunen och kranskommunerna. Kapitlet analyserar externhandelns effekter på dagligvaruhandeln och sällanköpsvaruhandeln på olika marknadsplatser inom kommunerna och i kranskommunerna separat.

I kapitel 4 sammanfattas undersökningens olika delar samtidigt som en del policyimplikationer föreslås.





## 2 Detaljhandelns storlek och utveckling

Syftet med detta kapitel är att studera detaljhandelns storlek och utveckling i undersökningskommunerna. Kapitlet belyser omsättning och omsättningsutveckling, geografisk struktur, branschstruktur, utvecklingen av antalet butiker och anställda inom detaljhandeln.

Totalt ingår 36 centralorter i undersökningen. Befolkningen varierar från knappt 30 000 invånare i Söderhamn till knappt 190 000 invånare i Uppsala. I 33 kommuner fanns minst en citygalleria år 2007. I 26 kommuner, exempelvis Eskilstuna, Linköping, Växjö och Västerås, har minst en citygalleria renoverats under perioden 1997-2007. Endast i 8 kommuner, exempelvis Karlstad, Östersund, Skellefteå och Örnsköldsvik har det byggts minst en helt ny citygalleria under undersökningsperioden.

I samtliga centralortskommuner fanns minst ett externhandelsområde år 2007. 25 kommuner har haft minst ett externhandelsområde under hela undersökningsperioden. Av dessa har 24 kommuner, exempelvis Borås, Trollhättan, Norrköping och Karlskrona, låtit bygga om och utveckla befintliga externhandelsområden under undersökningsperioden. I 18 kommuner, exempelvis Växjö och Lund, har helt nya områden tillkommit under perioden. De nya områdena återfinns dels i kommuner som tidigare har haft externhandel dels i kommuner som saknade externhandel vid undersökningsperiodens början.

Antalet kranskommuner uppgår till drygt 130 stycken med en befolkningsstorlek från drygt 4 000 i Norsjö till drygt 55 000 individer i Falun. Befolkningen i mediankommunen uppgår till 12 650 invånare. I 23 av dessa kommuner fanns minst ett köpcentrum i stadskärnan under hela undersökningsperioden. I 17 kranskommuner har minst ett köpcentrum i city renoverats under undersökningsperioden. Endast i 11 kranskommuner har ett helt nytt köpcentrum eller extern marknadsplats skapats under perioden 1997-2007.



## 2:1 Omsättning, geografisk fördelning och branschstruktur

Detaljhandelns omsättningsutveckling är till stor del en funktion av ökad befolkning, stigande inkomster, inpendling från omlandet samt turism. Därtill drivs utvecklingen i enskilda kommuner på av tillkomsten av nya marknadsplatser och nyetableringar och/eller renoveringar av befintliga köpcentrum eller externa marknadsplatser. Genom att studera per capita-försäljningens utveckling över tid på olika marknadsplatser är det möjligt att eliminera befolkningsutvecklingens påverkan på detaljhandelns omsättningsutveckling. Prisutvecklingen i detaljhandeln har hanterats genom att samtliga omsättningsuppgifter räknats om till 2007 års prisnivå. Effekterna av övriga faktorer går ej att hantera i den deskriptiva analysen, varför de är föremål för vidare analys i kapitel 3.

Tabell 2:1 redovisar omsättningen per capita på olika marknadsplatser i centralorterna, kranskommunerna och i riket år 2007.

*Tabell 2:1 Omsättning per capita på olika marknadsplatser i centralorterna, kranskommunerna och riket år 2007*

	Dagligvaror	Sällanköpsvaror	Totalt
Cityhandel	3 100	11 220	14 350
Externhandel	10 250	15 150	25 400
Övrig kommun	12 570	8 970	21 535
Centralorterna (totalt)	25 920	35 340	61 260
Kranskommuner	24 500	17 650	42 150
Riket	24 565	28 565	53 130

Källa: HUI/SCB.

Omsättningen per capita uppgick till drygt 61 000 kronor i centralorterna. Detta skall jämföras med genomsnittet för riket, där omsättningen per capita uppgick till drygt 53 000 kronor, och kranskommunerna där den uppgick till drygt 42 000 kronor. Då per capita-omsättningen i centralorten överstiger per capita-omsättningen i riket kan man dra slutsatsen att centralorterna har mer försäljning än vad som kan motiveras av befolkningsunderlaget, det vill säga ett inflöde av köpkraft från omlandet. Situationen är den motsatta i kranskommunerna.



Studerar enskilda marknadsplatser framgår att externhandeln har högst omsättning per capita, drygt 25 000 kronor, samtidigt som omsättningen per capita var lägst i stadskärnorna, drygt 14 300 kronor. I den övriga kommunen, det vill säga stadsdels- och bostadsområdescentrum samt industriområden och eventuella singeletableringar, var omsättningen per capita nästan lika hög som i externhandeln, 21 500 kronor, men detta beror framförallt på dagligvaruhandelns lokala anknytning. Detaljhandelns geografiska fördelning i centralorterna framgår av tabell 2:2.

*Tabell 2:2 Detaljhandelns geografiska fördelning i centralortskommunerna år 2007*

	Dagligvaror	Sällanköpsvaror	Totalt
Cityhandel	12 %	32 %	24 %
Externhandel	40 %	43 %	41 %
Övrig kommun	48 %	25 %	35 %
Totalt	100 %	100 %	100%

Källa: HUI/SCB.

Stadskärnorna stod i genomsnitt för 24 procent av per capita-försäljningen i kommunerna medan externhandeln och den övriga kommunen stod för 41 respektive 35 procent vardera. Skillnaderna mellan branscherna är stora. Inom dagligvaruhandeln stod externhandeln och den övriga kommunen för 40 respektive 48 procent av per capita-försäljningen. Endast 12 procent av per capita-försäljningen ägde således rum i stadskärnorna. Inom sällanköpsvaruhandeln är bilden annorlunda. Stadskärnorna och externhandeln stod där för 32 respektive 43 procent av per capita-försäljningen. Omkring 25 procent av per capita-omsättningen ägde rum i stadsdels-, bostadsområdescentrum, industriområden eller singeletableringar i den övriga kommunen.

Stadskärnorna och externhandelsområdena har ett komplementärt förhållande till varandra, vilket kan illustreras genom att branschstrukturen skiljer sig åt mellan dem. Av den totala per capita-försäljningen i stadskärnan stod sällanköpsvaruhandeln för närmare 80 procent. På de externa marknadsplatserna var branschstrukturen mer jämn. Knappt 60 procent av per capita-försäljningen utgjordes av sällanköpsvaror. I den övriga kommunen var förhållandet det omvända, då endast 42 procent av per capita-försäljningen utgjordes av sällanköpsvaror. En närmare analys av branschstrukturen inom sällanköpsvaruhandeln framgår av tabell 2:3 nedan.





Tabell 2:3 Branschstruktur i stadskärnor, externhandel, centralorterna (totalt) samt kranskommunerna och riket år 2007

Bransch	City-handel	Extern-handeln	Övrig kommun	Centralorten (totalt)	Kranskommuner	Riket
Beklädnad	41 %	17 %	i.u	22 %	25 %	24 %
Hemutrustning	14 %	44 %	i.u	37 %	36 %	37 %
Fritidsvaror	40 %	31 %	i.u	33 %	30 %	33 %
Övrig sällanköp	5 %	8 %	i.u	8 %	9 %	7 %

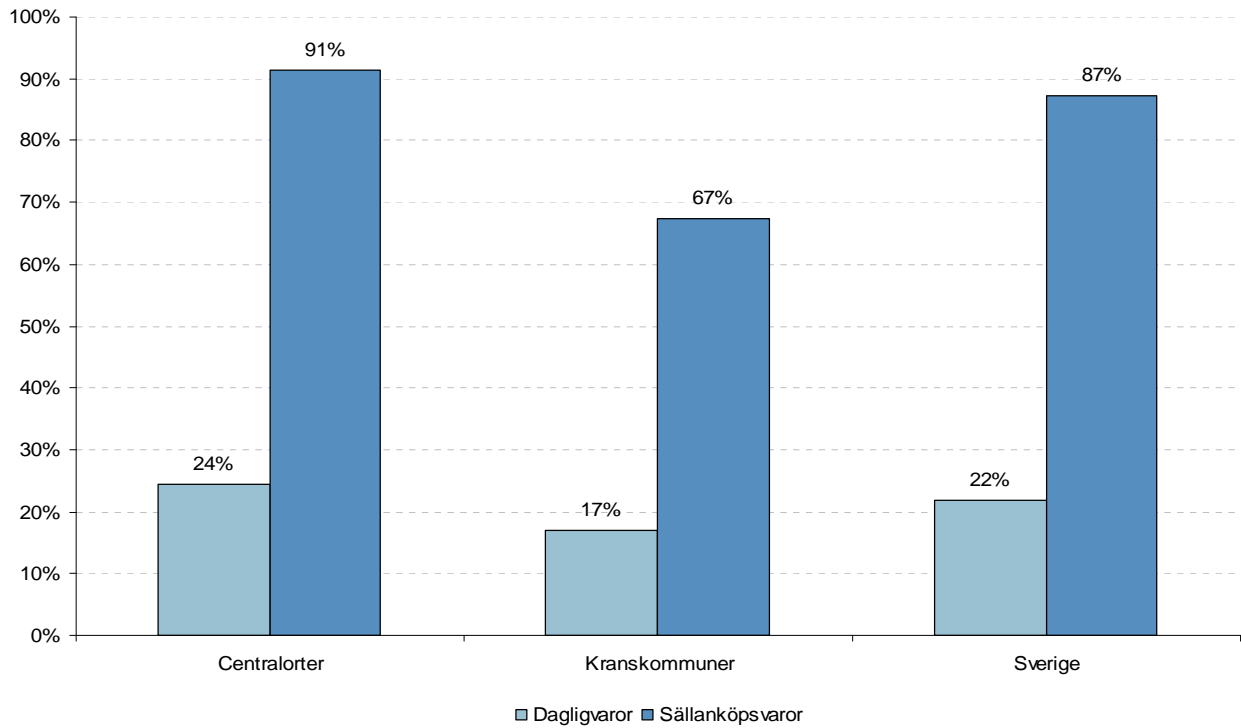
Källa: HUI/SCB.

Tabellen visar att centralorterna, totalt sett, har en branschstruktur som i huvudsak överensstämmer med branschstrukturen i riket och kranskommunerna. Inom centralorterna varierar branschstrukturen mellan stadskärnan och externhandelsområdena så till vida att sällanköpsvaruhandeln i stadskärnorna uteslutande utgörs av kläder, skor samt fritidsvaror såsom radio/tv, ur och guld, sport, data/tele, leksaker med flera. Det vill säga, branscher som har haft en måttlig utveckling relativt de branscher som ofta är lokaliserade till de externa marknadsplatserna (HUI, Detaljhandelsindex 1997-2007). Endast 14 procent av omsättningen utgörs av handel med hemutrustning och -inredning, vilken i många fall är småskalig och nischad mot specifika målgrupper. I externhandeln är förhållandet annorlunda, då handeln med hemutrustning och fritidsvaror är de dominerande branscherna. Dessa skiljer sig dock gentemot handeln i stadskärnorna genom att de är mer storskaliga inom framförallt handeln med möbler och heminredning, järn och bygg samt handeln med hemelektronik. Endast 17 procent av omsättningen går att hänföra till handeln med kläder och skor.

## 2:2 Omsättningsutveckling i centralorter och kranskommuner

I detta avsnitt studeras hur per capita försäljningen har utvecklats över tid i centralorterna, kranskommunerna och riket. Diagram 2:1 visar per capita försäljningens utveckling under perioden 1997-2007.

Diagram 2:1 Omsättningsutveckling per capita inom dagligvaru- och sällanköpsvaruhandeln i centralorterna, kranskommunerna och riket 1997-2007. 2007 års priser



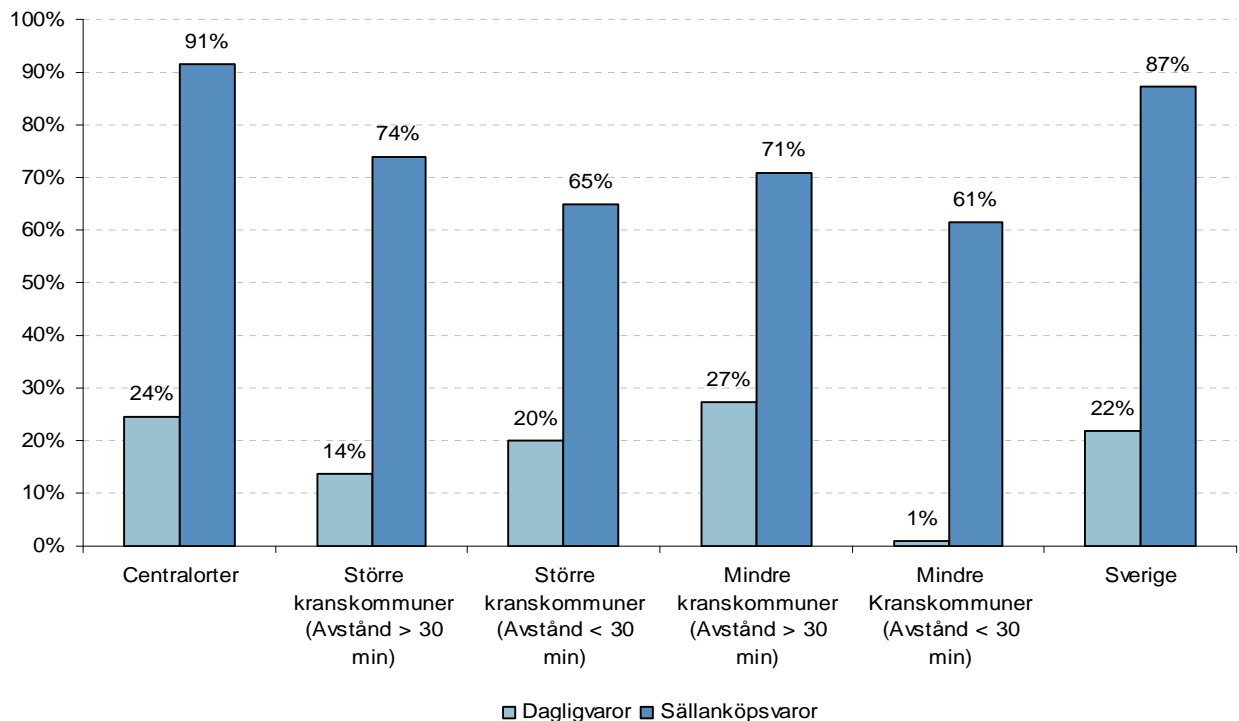
Källa: HUI, Handeln i Sverige.

Diagrammet visar att per capita-försäljningen i centralorterna har ökat något starkare än i riket och avsevärt starkare än i kranskommunerna. Skillnaderna gentemot kranskommunerna är störst inom sällanköpsvaruhandeln. Då per capita-försäljningen har ökat kraftigare i centralorterna är det rimligt att dra slutsatsen att inflödet från kranskommunerna till centralorterna har förstärkts under perioden.

Detaljhandels utveckling i kranskommunerna beror på ett stort antal sammanhängande faktorer varav avstånd, i tid eller kilometer, befolkningsstorlek och den lokala detaljhandels attraktivitet är några. I diagram 2:2 redovisas per capita-försäljningens utveckling med hänsyn tagen till befolkningsstorlek och tidsavstånd. Med större kranskommuner avses kommuner med en befolkningsstorlek överstigande medianen (12 650 individer) för samtliga kranskommuner i undersökningen. Mindre kranskommuner är följaktligen det motsatta.



Diagram 2:2 Omsättningsutveckling per capita i dagligvaru- respektive sällanköpsvaruhandeln i centralorter, kranskommuner och riket beroende på befolkningsstorlek och tidsavstånd 1997-2007. 2007 års priser



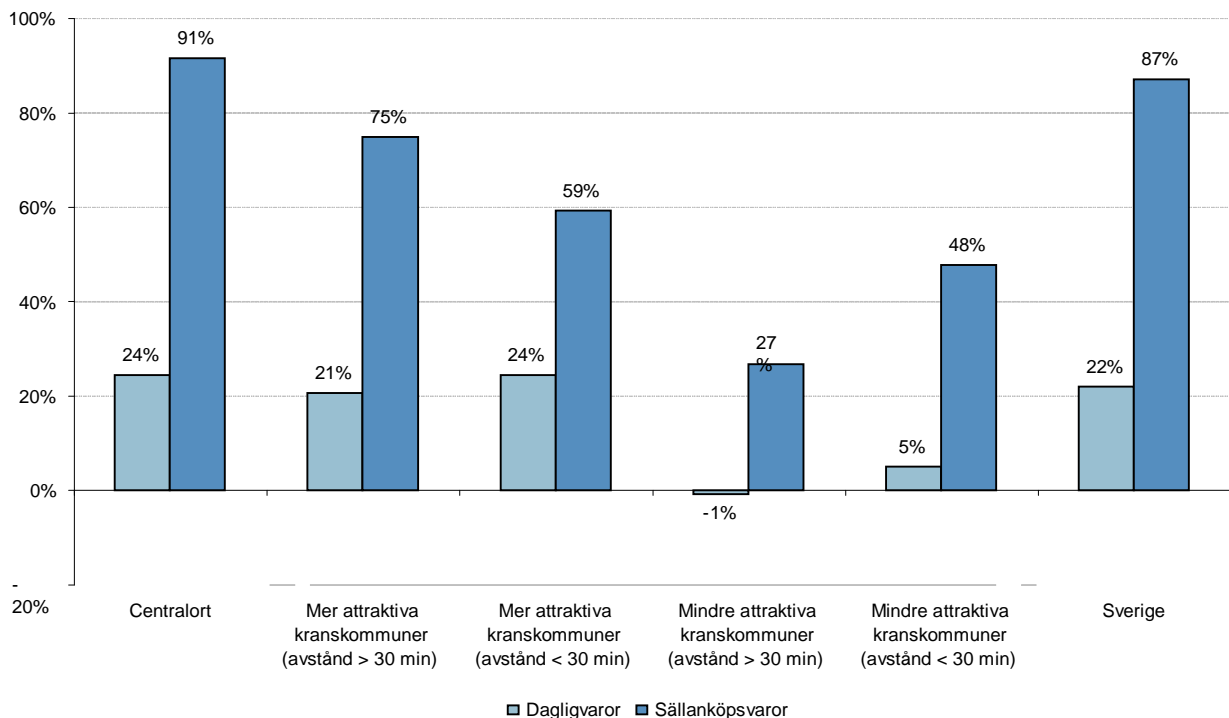
Källa: HUI, Handeln i Sverige.

Inom dagligvaruhandeln har samtliga kranskommuntyper, undantaget mindre kranskommuner med mer än 30 minuter till centralorten, utvecklats sämre än centralorten och riket. Utvecklingen har varit sämst i mindre kranskommuner med mindre än 30 minuter till centralorten, vilket kan tolkas som att invånarna i dessa kommuner reser till centralorten eller närliggande större kranskommuner för att genomföra sina inköp av dagligvaror.

Inom sällanköpsvaruhandeln är skillnaderna i tillväxt större mellan kranskommunerna, centralorterna och riket. Kranskommuner som ligger mer än 30 minuter från centralorten har haft en mer gynnsam tillväxt än mer näraliggande kranskommuner. Även för dessa har tillväxten dock varit svagare än i centralorten. Detaljhandels expansion i centralorten tycks således påverka näraliggande kranskommuner mer än perifert belägna sådana. Den svagare tillväxten bland dessa pekar på att utflödet av köpkraft från näraliggande kranskommuner in till centralorterna har ökat mer än utflödet från de mer perifera kranskommunerna.

Detaljhandelns utveckling bestäms också av den lokala handelns styrka, det vill säga förmåga att attrahera besökare. I diagram 2:3 redovisas per capita försäljningens utveckling i kranskommunerna med hänsyn tagen till den lokala handelns attraktivitet och tidsavståndet till centralorten. Attraktivitet mäts genom försäljningsindex. Kranskommuner med ett försäljningsindex överstigande medianen för gruppen kranskommuner betraktas som mer attraktiva och tvärtom. Det är emellertid viktigt att poängtera att samtliga kranskommuner har ett utflöde av köpkraft in till centralorten under hela perioden.

Diagram 2:3 Försäljningsutveckling per capita i dagligvaru- respektive sällanköpsvaruhandeln i centralorterna, riket och kranskommunerna beroende på attraktivitet och tidsavstånd under perioden 1997-2007. 2007 års priser



Källa: HUI, Handeln i Sverige.

Kranskommuner med en mer attraktiv dagligvaruhandel har, oberoende av tidsavståndet till centralorten, en starkare tillväxt av per capita-försäljningen än kranskommuner med en mindre attraktiv dagligvaruhandel. Detta pekar på att utflödet av köpkraft har ökat relativt sett mer från kranskommunerna med en mindre attraktiv dagligvaruhandel än från kranskommuner med en mer attraktiv dagligvaruhandel.



Kranskommuner med ett relativt starkt utbud av dagligvaror och närservice har således klarat den ökade konkurrensen från centralortens dagligvaruhandel bättre än kranskommuner med en mer begränsad närservice.

Inom sällanköpsvaruhandeln är bilden likartad. Diagrammet visar att kranskommuner med en mer attraktiv sällanköpsvaruhandel har haft en starkare tillväxt än kranskommuner med en mindre attraktiv sällanköpsvaruhandel och att närliggande kranskommuner, oberoende av den lokala handelns attraktivitet, har haft en svagare utveckling än centralorterna och riket. Kranskommuner med ett relativt starkt utbud av sällanköpsvaruhandel har således klarat den ökade konkurrensen från centralorten bättre än kranskommuner med ett mer begränsat utbud. Samtliga grupper har emellertid avsevärt sämre utveckling än centralorterna och riket, varför utflödet från kranskommunerna in till centralorten har ökat under perioden.

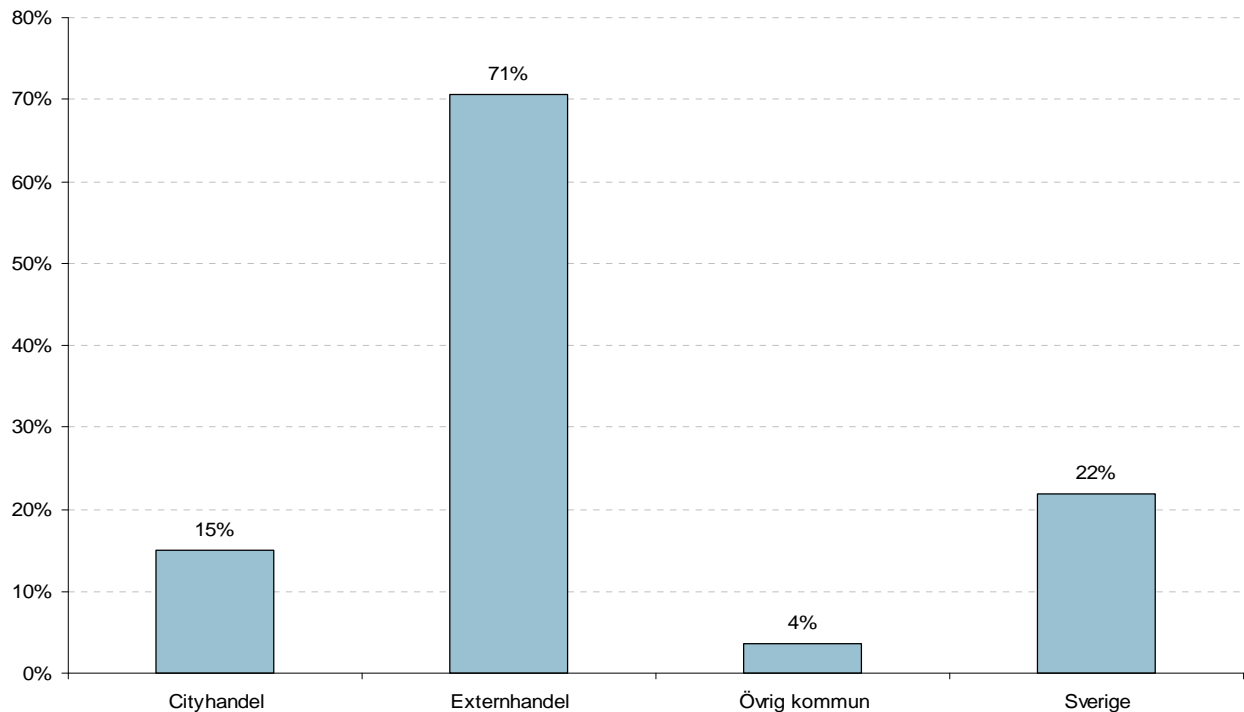
## 2:3 Omsättningsutveckling inom centralorterna

Förutom att studera och jämföra utvecklingen i centralorten relativt kranskommunerna erbjuder materialet en möjlighet att studera hur olika marknadsplatser inom centralorterna har utvecklats under undersökningsperioden.

Diagram 2:4 redovisar omsättningsutveckling per capita inom dagligvaruhandeln på olika marknadsplatser i centralorterna under perioden. Inom dagligvaruhandeln ökade per capita-försäljningen med närmare 15 procent i stadskärnorna och 4 procent i den övriga kommunen under perioden 1997-2007. Per capita-försäljningen på de externa marknadsplatserna ökade samtidigt med drygt 70 procent under samma tidsperiod. Cityhandeln och den övriga kommunen har således tappat marknadsandelar gentemot externhandeln.



Diagram 2:4 Försäljningsutveckling per capita inom dagligvaruhandeln på olika marknadsplatser i centralorterna år 1997-2007. 2007 års priser

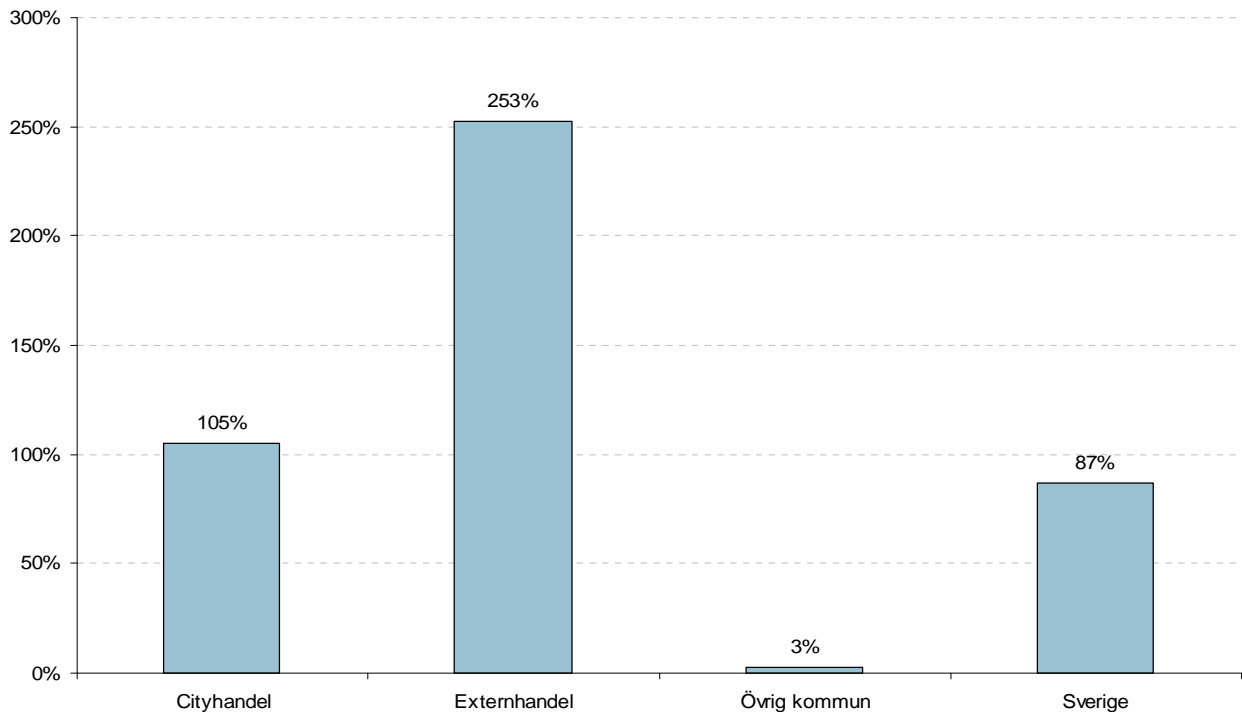


Källa: HUI/SCB.

Den relativt svaga tillväxten i stadskärnorna och den övriga kommunen förklaras av att konsumenterna ersatt sina inköp i de bostadsnära butikerna och i stadskärnan med inköp av dagligvaror på de externa marknadsplatserna. Anledningen till detta är många gånger att de relativt småskaliga butikskoncept som erbjuds på dessa marknadsplatser ej erbjuder konsumenterna ett utbud och en prisbild som kan möta konkurrensen från den externa dagligvaruhandeln. Dagligvaruhandeln i city och den övriga kommunen har därför blivit av mer komplementär karaktär medan de externa dagligvarubutikerna blivit huvudbutiker för många grupper.

Diagram 2:5 redovisar per capita-försäljningens utveckling inom sällanköpsvaruhandeln på olika marknadsplatser i centralorterna under perioden 1997-2007.

Diagram 2:5 Försäljningsutveckling per capita inom sällanköpsvaruhandeln på olika marknadsplatser i centralorterna år 1997-2007. 2007 års priser



Källa: HUI/SCB.

Inom sällanköpsvaruhandeln har per capita-försäljningen fördubblats i stadskärnorna under perioden. Tillväxten har varit något kraftigare än i riket under samma period. I den övriga kommunen har per capita-försäljningen stagnerat. Den stora vinnaren är de externa marknadsplatserna, där per capita-försäljningen har ökat med omkring 250 procent under perioden.

Stadskärnorna har, trots problem med att skapa nya detaljhandelsytor och ökad tillgänglighet med bil och kollektivtrafik för olika grupper, således klarat konkurrensen från externhandeln relativt väl under perioden. Utvecklingen har visserligen varit svagare än i externhandeln, men detta förklaras framförallt av att cityhandeln domineras av branscher med en svag tillväxt medan externhandeln domineras av volymhandel med branscher som har haft en historiskt sett mycket kraftig tillväxt, exempelvis möbler, järn och bygg samt hemelektronik, jämfört med detaljhandeln i genomsnitt under perioden.



En viktig förklaring till att stadskärnorna klarat sig relativt bra är att de flesta av de studerade kommunerna har aktiva stadskärneföreningar och fastighetsägare som, tillsammans med kommunen, genomfört omfattande stadsförnyelseprogram omfattande upprustning av de fysiska och sociala miljöerna och reoveringar av befintliga köpcentrum under perioden (Tornberg och Hansen 2007). Att detaljhandeln i den övriga kommunen har stagnerat, men inte backat, förklaras bland annat av tillkomsten av singeletableringar samt att många äldre industriområden har omvandlats till handelsområden i takt med att industrier och andra företag lagts ned eller flyttats (Arnberg m fl 2004).

## 2:4 Utveckling av antalet butiker och anställda

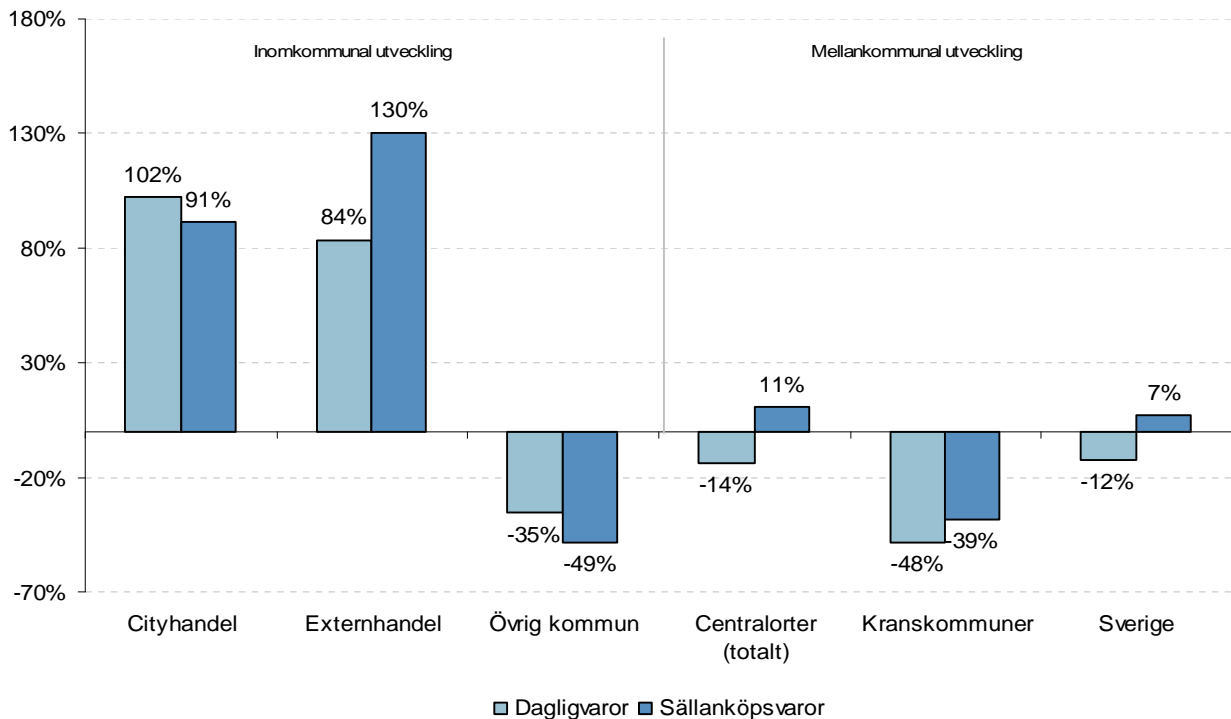
Tidigare undersökningar har pekat på att den ökade konkurrens som externhandel innebär riskerar att slå ut butiker och minska antalet detaljhandelsanställda i stadskärnan, den övriga kommunen och kranskommunerna. Denna omvandling behöver emellertid inte vara av ondo, eftersom de butiker som slås ut kännetecknas av låg eller fallande lönsamhet och ersätts med mer konkurrenskraftiga butikskoncept. Det är emellertid svårt att skilja på vad som är en effekt av en allmänt pågående strukturomvandlingsprocess i detaljhandeln och vad som är en effekt av ökad konkurrens. I detta avsnitt studeras utvecklingen av antalet butiker och anställda under perioden 1997-2007.

Antalet butiker inom detaljhandeln har minskat under hela 1900-talet. Utvecklingen är särskilt kraftig inom dagligvaruhandeln där den sammanhänger med en övergång från småskalig bostadsnära handel till stormarknader och större lågprisbutiker i trafikorienterade lägen. Inom sällanköpsvaruhandeln är bilden annorlunda, då antalet butiker har ökat på lång sikt. Sällanköpsvaruhandeln är mer småskalig än dagligvaruhandeln, men branschen har ändå genomgått stora förändringar under den senaste tjugoårsperioden. Utvecklingen sammanhänger med halvexterna och externa köpcentrums och volymhandelsområdets framväxt och tar sig uttryck genom en ökad storskalighet inom framförallt handeln med möbler och heminredning, järn och bygg, hemelektronik mm (Bergström, Fölster 2005).



I diagram 2:6 redovisas hur detaljhandelns strukturomvandling påverkat utvecklingen av antalet butiker på olika marknadsplatser i centralorterna, kranskommunerna och riket under perioden 1998-2007. Diagrammet redovisar nettobeståndets utveckling över tid och tar således inte hänsyn till nyetableringar eller utslagningar av butiker.

Diagram 2:6 Utveckling av antalet butiker i centralorten, kranskommunerna och riket 1998-2007



Källa: HUI/SCB.

Antalet butiker i centralorterna har utvecklats i linje med riket under perioden. I relation till kranskommunerna, där butiksantalet minskat kraftigt, framstår utvecklingen i centralorterna som mycket gynnsam. Ett ökat antal butiker i centralorterna tycks således leda till färre butiker, och följaktligen en sämre mångfald och tillgänglighet per capita, i kranskommunerna. Då detaljhandelns omsättning har ökat i kranskommunerna är en rimlig slutsats att butikernas genomsnittsomsättning har ökat under perioden.



Inom centralortskommunerna har antalet butiker ökat kraftigt i stadskärnorna och på de externa marknadsplatserna inom både dagligvaru- och sällanköpsvaruhandeln. Uppgången inom dagligvaru-handeln är generell, då såväl antalet livsmedelsbutiker som antalet blomster-, tobaks- och hälsokostbutiker ökat kraftigt i antal. Utvecklingen inom sällanköpsvaruhandeln förklaras dels av förtätningar i stadskärnorna, dels av att nya ytor skapats i stadskärnorna och på de externa marknadsplatserna genom reoveringar och ombyggnader av befintliga köpcentrum och slutligen att nya köpcentrum och externa marknadsplatser skapats.

I den övriga kommunen har antalet dagligvarubutiker minskat med en tredjedel, medan antalet butiker inom sällanköpsvaruhandeln i princip har halverats. Utvecklingen i den övriga kommunen följer utvecklingen i kranskommunerna så till vida att mångfalden och tillgängligheten per capita har minskat. Det kraftigt minskade butiksantalet förklaras av att såväl dagligvaruhandeln som sällanköpsvaruhandeln i stadsdels- och bostadsområdescentrum och så kallade serviceorter till viss del slagits ut. Trots denna omvandling har butikernas genomsnittsomsättning ökat under perioden.

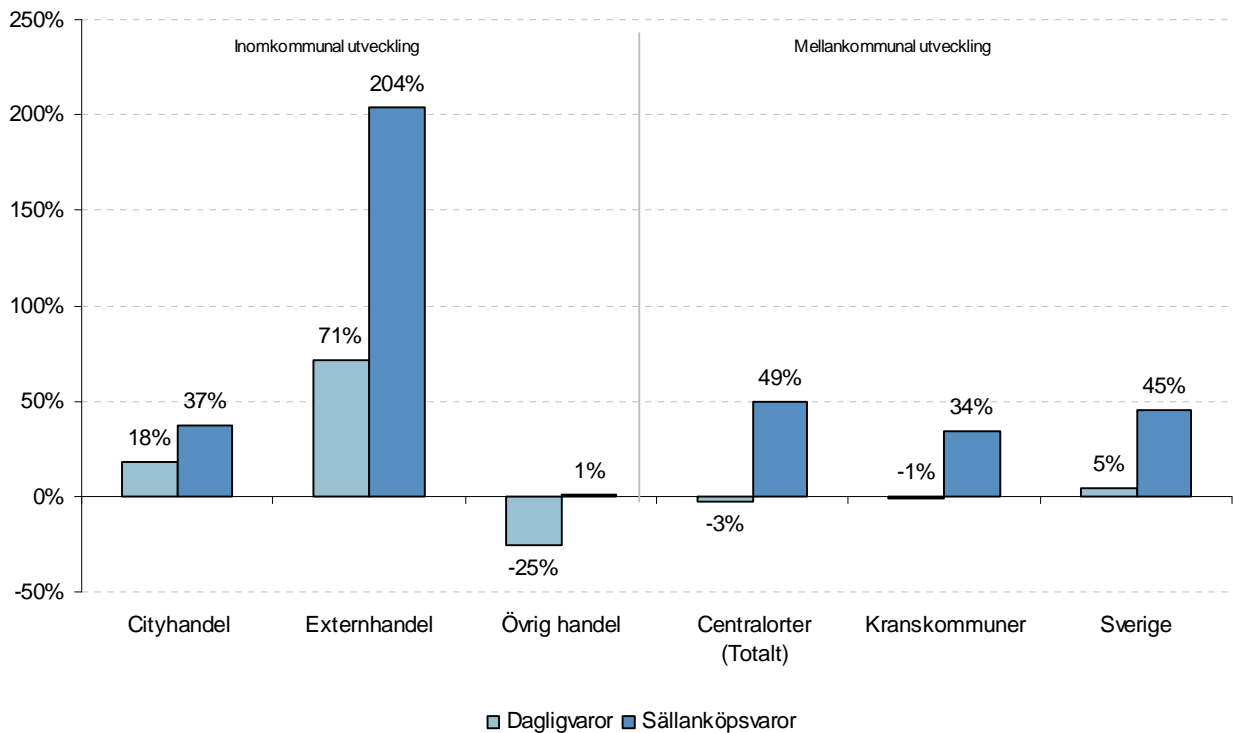
En effekt av att antalet företag har minskat kan vara att även antalet anställda minskar. En trend har under en lång tid varit att antalet anställda minskat samtidigt som produktiviteten har ökat. Denna trend har varit särskilt stark inom dagligvaruhandeln. Under de senaste åren har antalet anställda på nytt börjat öka inom detaljhandeln, men tillväxten har framförallt skett inom sällanköpsvaruhandeln. Diagram 2:7 visar hur antalet anställda i centralorterna, kranskommunerna och riket utvecklats under perioden 1997-2007.

Utvecklingen av antalet anställda inom dagligvaruhandeln har varit negativ i centralorterna under perioden. Utvecklingen skiljer sig därigenom från utvecklingen i riket där antalet anställda ökat svagt. Utvecklingen i centralorterna beror på att den kraftiga minskningen av antalet anställda i den övriga kommunen inte fullt ut kompenseras av ett ökat antal anställda i stadskärnan och externhandeln.





Diagram 2:7 Utveckling av antalet anställda i detaljhandeln 1997-2007



Källa: HUI/SCB.

Utvecklingen av antalet anställda inom sällanköpsvaruhandeln har ökat med närmare 50 procent. Utvecklingen är i linje med riket och avsevärt starkare än i kranskommunerna. Inom centralortskommunerna förklaras utvecklingen av att antalet anställda har ökat kraftigt i externhandeln och stadskärnorna. I takt med att antalet butiker har minskat i den övriga kommunen har antalet anställda stagnerat. Butikerna har således blivit större både med mätt med omsättning och antalet anställda.

## 2:5 Sammanfattning

Detaljhandeln i centralorterna har utvecklats bättre än detaljhandeln i riket under den senaste tioårsperioden. Inom centralorterna har externhandeln och stadskärnorna varit mycket framgångsrika jämfört med handeln i den övriga kommunen och omkringliggande kranskommuner



Externhandelns tillväxt förklaras till stora delar av renoveringar och utbyggnader av befintliga marknadsplatser, men också av nyetableringar. Därtill kan konstateras att den handel som är lokaliserad till externa marknadsplatser består av branscher, främst volymhandel med dagligvaror, möbler, järn- och byggvaror som hemelektronik, som har haft en historiskt sett mycket kraftig tillväxt under perioden jämfört med detaljhandeln som helhet.

Stadskärnorna har, trots svårigheter att skapa nya detaljhandelsytor och svårigheter att tillgodose behovet av parkeringar och kollektivtrafikanslutning, haft en stark tillväxt som dock ej ligger i linje med externhandelns ökning. I många stadskärnor har befintlig handel genomgått utbyggnad och upprustning, vilket skapat större ytor och mer attraktiva marknadsplatser. I många stadskärnor har kommunen, i samarbete med fastighetsägare och andra aktörer, också genomfört målmedvetna satsningar på att rusta den fysiska och sociala miljön för att därigenom stärka sin position. Detaljhandeln i stadskärnorna har därtill ett komplementärt förhållande till den externt lokaliserade detaljhandeln. Detta tar sig främst uttryck genom att detaljhandeln är småskalig, serviceinriktad och i huvudsak bestående av handel med beklädnad och fritidsvaror.

Under perioden har detaljhandeln i den övriga kommunen och omkringliggande kranskommuner haft en svagare utveckling än centralorternas city- och externhandel. Den svaga utvecklingen har bidragit till att antalet butiker och följaktligen tillgängligheten per capita har minskat. En följd av utvecklingen är att koncentrationen har ökat då konsumenterna i högre utsträckning väljer att handla i centralorternas stadskärnor eller externhandel. Näraliggande kranskommuner har haft en svagare tillväxt än mer perifert lokaliserade kranskommuner. Därtill har kranskommuner med en mer attraktiv detaljhandel haft en starkare tillväxt än kranskommuner med en mindre attraktiv sådan.



## 3 Lokala och regionala effekter av externhandel

Den deskriptiva analysen kompletteras i detta kapitel med en ekonometrisk analys där storleken på eventuella substitutionseffekter mellan externhandel och den övriga handeln i centralortskommunerna och kranskommunerna skattas. Substitutionseffekter antas uppstå genom att konsumenter bosatta i centralorterna väljer att ersätta sina inköp på bostadsnära marknadsplatser eller i stadskärnan med inköp på den externa marknadsplatsen. På samma sätt väljer konsumenter bosatta i kranskommunerna att ersätta inköp i sin hemkommun med inköp i centralortens externhandelsområden. Substitutionseffekterna kan innebära att detaljhandeln i den övriga centralorten och kranskommunerna har en negativ utveckling samtidigt som externhandeln har en positiv utveckling.

### 3.1 Ekonometrisk metod

Den ekonometriska analysen ger möjlighet att belysa storleken på de inom- och mellankommunala effekterna av externhandel. Med utgångspunkt i det datamaterial som HUI bearbetat har en regressionsmodell tagits fram för att analysera externhandelns effekter.

Den modellspecifikation som använts i den ekonometriska analysen framgår av ekvation 1-3 nedan.<sup>3</sup> Ekvation (1) används för att estimeras externhandelns effekt på cityhandeln i centralorten, ekvation (2) för att estimeras effekterna på övrig handel i centralorten och ekvation (3) för att estimeras effekterna på handeln i kranskommunerna. Respektive modell har skattats separat för dagligvaror och sällanköpsvaror.

**Ekvation (1)**  $omsättning\ cityhandel_{it} = \beta_1 + \beta_2\ omsättning\ externhandel_{it} + \beta_3\ omsättning\ övrig\ handel_{it} + \beta_4\ omsättning\ kranskommuner_{it} + \beta_5\ köpkraft\ centralort_{it} + \beta_6\ köpkraft\ kranskommuner_{it} + B_7\ ombyggnad\ city_{it} + a_t + e_{it}$

**Ekvation (2)**  $omsättning\ övrig\ handel_{it} = \beta_1 + \beta_2\ omsättning\ externhandel_{it} + \beta_3\ omsättning\ cityhandel_{it} + \beta_4\ omsättning\ kranskommuner_{it} + \beta_5\ köpkraft\ centralort_{it} + \beta_6\ köpkraft\ kranskommuner_{it} + B_7\ ombyggnad\ övrig\ kommun_{it} + a_t + e_{it}$

<sup>3</sup> Resultaten har visat sig vara robusta för modellspecifikation



**Ekvation (3)**  $omsättning\ kranskommuner_{it} = \beta_1 + \beta_2\ omsättning\ externhandel_{it} + \beta_3\ omsättning\ övrig\ handel_{it} + \beta_4\ omsättning\ cityhandel_{it} + \beta_5\ köpkraft\ centralort_{it} + \beta_6\ köpkraft\ kranskommuner_{it} + B_7\ ombyggnad\ kranskommun_{it} + a_t + e_{it}$

Där  $it$  betecknar centralort  $i$  under tidpunkt  $t$ . Omsättningsvariabeln inkluderar den totala omsättningen på respektive marknadsplats associerad till centralort  $i$  under tidpunkt  $t$ . Denna variabel inkluderas för att isolera eventuella substitutionseffekter som antas ske mellan olika marknadsplatser. Köpkraften i centralorten samt i kranskommunerna har beräknats utifrån befolkningsstorleken samt den disponibla inkomsten i respektive kommun. Denna variabel inkluderas för att kontrollera för hur en ökad efterfrågan påverkar detaljhandelns utveckling. Dummyvariabler för ombyggnationer i stadskärnan, den övriga kommunen samt i kranskommunerna inkluderas för att ta hänsyn till att större nyetableringar och ombyggnationer i centralortens stadskärna samt kranskommunerna kan påverka de inom- och mellankommunala köpkraftströmmarna. Variabeln  $a_t$  avser att fånga tidsspecifika effekter som är desamma för alla marknadsplatser, exempelvis konjunktursvängningar. Slutligen är  $e_{it}$  en felterm som antas ha väntevärde 0 och vara normalfördelad.

Externhandelns effekter inom centralorterna har studerats för dagligvaru- respektive sällanköpsvaruhandeln i samtliga centralortskommuner samt uppdelad på centralorter med fler respektive färre än 75 000 invånare. De mellankommunala effekterna av externhandeln har analyserats för samtliga kranskommuner inom respektive centralorts LA-region, uppdelat på tidsavståndet mellan kranskommunerna och centralorten samt på kranskommuner med olika befolkningsstorlek.

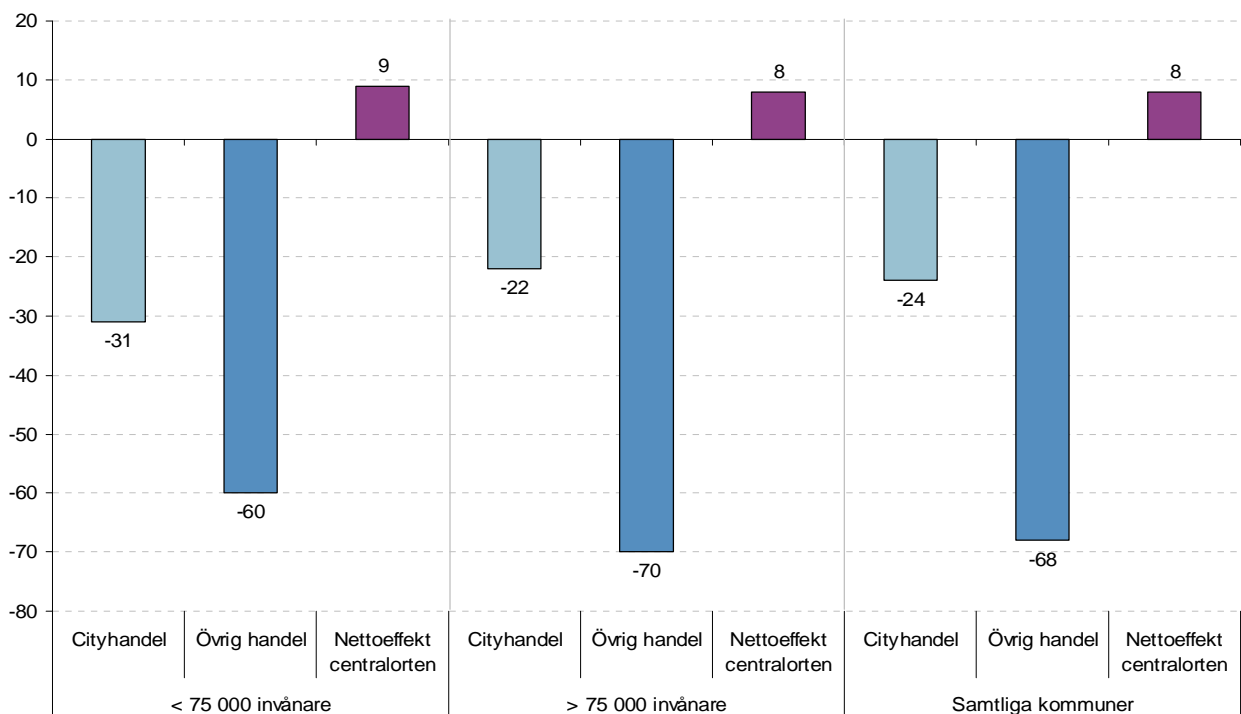


## 3.2 Dagligvaruhandeln – en inomkommunal angelägenhet

I detta avsnitt studeras effekterna av externt lokaliserad dagligvaruhandel. Med detta avses främst effekterna av stormarknader, såsom Maxi ICA och COOP Forum, samt soft discount-etableringar, såsom Willys och City Gross, belägna utanför stadskärnor och bostadsområdescentrum, men i anslutning till annan halvextern och externt lokaliserad detaljhandel eller som singeletableringar.

I diagram 3:1 redovisas dels storleken på de inomkommunala substitutionseffekterna av externhandelsetableringar dels de mellankommunala substitutionseffekterna (nettoeffekten), det vill säga det köpkraftstillskott som centralortens externa dagligvaruhandel kan räkna med från kranskommunerna. Staplarna visar förändringen i omsättning på respektive marknadsplats till följd av att omsättningen i de externt lokaliserade enheterna ökar med 100 miljoner kronor.

*Diagram 3:1 Inom- och mellankommunala effekter (mkr) av extern dagligvaruhandel i kommuner av olika befolkningsstorlek om externhandeln ökar med 100 miljoner kronor*





Diagrammet visar att förekomst av extern dagligvaruhandel innebär relativt stora inomkommunala substitutionseffekter så till vida att dagligvaruhandelns omsättning i city och den övriga kommunen minskar kraftigt. När omsättningen i den externt lokaliserade dagligvaruhandeln ökar med 100 miljoner minskar dagligvaruhandeln i city med i genomsnitt 24 miljoner kronor samtidigt som dagligvaruhandeln i den övriga kommunen minskar med 68 miljoner kronor per år. Effekterna är snarlika i centralortskommuner med olika befolkningsstorlek.<sup>4</sup>

I miljoner kronor drabbas således dagligvaruhandeln i city i mindre omfattning än dagligvaruhandeln i den övriga kommunen. Som andel av den befintliga handelns storlek torde dock effekterna i city och den övriga kommunen bli olika stora. Dagligvaruhandeln i city omsatte i genomsnitt 250 miljoner kronor, vilket innebär att om externhandeln med dagligvaror ökar med 100 miljoner kronor minskar omsättningen i city med knappt 10 procent. I den övriga kommunen uppgick dagligvaruhandelns omsättning till 1 miljard, varför en ökning i externhandeln med 100 miljoner kronor innebär att omsättningen i den övriga kommunen minskar med knappt 7 procent. Effekterna blir i genomsnitt större i små kommuner än i stora.

Resultaten pekar på att extern dagligvaruhandel i centralorten attraherar konsumenter från kranskommunerna då de ersätter inköp av dagligvaror i sin hemkommun med inköp i centralortskommunens stormarknader. De regionala substitutionseffekterna (nettoeffekten) är emellertid relativt små. Om omsättningen i en extern dagligvarubutik ökar med 100 miljoner kronor ökar inflödet av köpkraft från kranskommunerna till centralorten med cirka 8 miljoner kronor.

I tabell 3:1 redovisas hur kranskommuner med olika befolkningsstorlek och med olika tidsavstånd till centralorten påverkas av externt lokaliserad dagligvaruhandel i centralorten.

---

<sup>4</sup> Vi har också studerat huruvida det finns skillnader i hur externhandeln påverkar cityhandeln och handeln i den övriga kommunen i olika geografiska regioner. Undersökningen visar att det är relativt små inomkommunala variationer mellan olika regioner. Däremot visar sig effekterna på kranskommunerna variera mellan regioner då kranskommuner i Norrland tycks ha påverkats hårdast av dagligvaruhandelns expansion i centralorten.



Tabell 3:1 Substitutionseffekter i kranskommunerna om externhandeln med dagligvaror ökar med 100 miljoner kronor i centralorten

		Procentuell påverkan
Befolkningsstorlek	< 12 650 invånare	-
	> 12 650 invånare	-4,9***
Tidsavstånd	< 30 minuter	-
	> 30 minuter	-

Anm: \*\*\* signifikant på 1-procentsnivån.

Tabellen visar att extern dagligvaruhandel i centralorten inte har några signifikanta substitutionseffekter på detaljhandelns omsättning i kranskommuner med färre än 12 650 invånare.

I kranskommuner med fler än 12 650 invånare minskar dagligvaruhandelns omsättning med 4,9 procent om den externt belägna dagligvaruhandeln i centralorten ökar med 100 miljoner kronor. Kommuner av denna storlek, i synnerhet de större kranskommunerna, är ofta mer känsliga för konkurrens då de har stormarknadsetableringar som konkurrerar med dagligvaruhandeln i centralorterna. Kommuner med färre än 12 650 invånare klarar däremot konkurrensen från centralorterna relativt väl, eftersom de har ett utbud i huvudsak bestående av butiker av supermarketkaraktär, vilka används till högfrekventa och kompletterande inköp medan stormarknaderna i centralorterna, eller närabelägna större kranskommuner med stormarknadsetableringar, används till större inköp men med lägre inköpsfrekvens.

Tabellen visar att tidsavståndet mellan centralorten och kranskommunen förefaller ha föga betydelse inom dagligvaruhandeln. Substitutionseffekterna är inte signifikanta, vilket förstärker slutsatsen att dagligvaruhandel i huvudsak är en inomkommunal företeelse och att konsumenterna ej reser från kranskommunerna till centralorterna för att göra inköp av dagligvaror.

### 3.3 Sällanköpsvaruhandeln – en mellankommunal angelägenhet

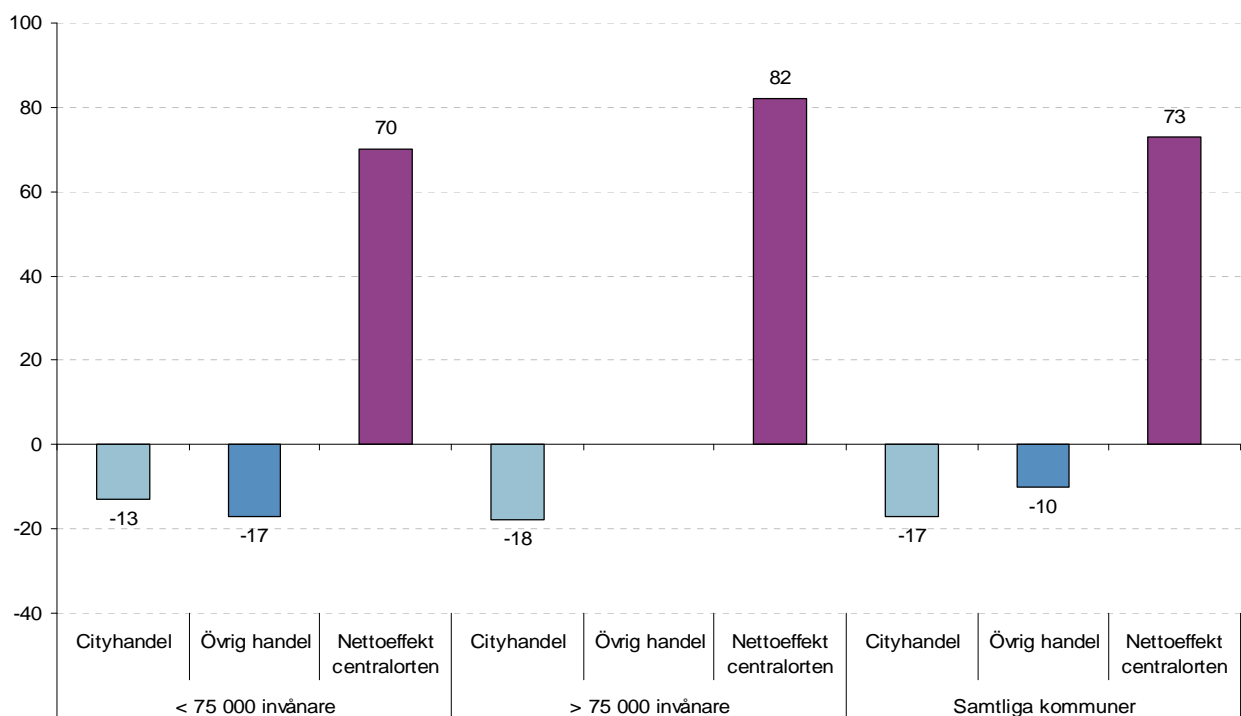
I detta avsnitt studeras effekterna av externt lokaliserad sällanköpsvaruhandel. Med detta avses effekterna av nyetablerade eller befintliga, men expanderande, köpcentrum och handelsområden med halvextern eller extern lokalisering i förhållande till centralortens stadskärna.<sup>5</sup>

<sup>5</sup> Se tidigare definition i avsnitt 1:3.



Diagram 3:2 visar dels storleken på de inomkommunala substitutionseffekterna av externhandelsetableringar dels storleken på de mellankommunala substitutionseffekterna (nettoeffekten). Staplarna visar förändringen i omsättning på respektive marknadsplats till följd av att omsättningen i externhandeln ökar med 100 miljoner kronor.

Diagram 3:2 Inom- och mellankommunala effekter (mkr) av extern sällanköpsvaruhandel i kommuner av olika befolkningsstorlek om externhandeln ökar med 100 miljoner kronor



De inomkommunala substitutionseffekterna mellan externhandeln, cityhandeln och den övriga sällanköpsvaruhandeln är relativt begränsade inom sällanköpsvaruhandeln. Om omsättningen i den externt lokaliserade sällanköpsvaruhandeln ökar med 100 miljoner kronor medför det att omsättningen i cityhandeln och den övriga kommunen minskar med 17 respektive 10 miljoner kronor per år. De regionala substitutionseffekterna (nettoeffekten) blir emellertid avsevärt större.





Om externhandeln med sällanköpsvaror ökar med 100 miljoner kronor i centralortskommunen medför det att inflödet av köpkraft från kranskommunerna till centralorten ökar med 73 miljoner kronor. De regionala substitutionseffekterna blir något större i anslutning till centralorter med fler än 75 000 invånare än i de mindre centralorterna.<sup>6</sup>

I miljoner kronor drabbas således stadskärnan något mer än sällanköpsvaruhandeln i den övriga kommunen. Hur stora effekterna blir som andel av den befintliga handelns storlek framgår av följande beräkning. Sällanköpsvaruhandeln i stadskärnan omsatte i genomsnitt 900 miljoner kronor, vilket innebär att om externhandeln med sällanköpsvaror ökar med 100 miljoner kronor minskar omsättningen i city med knappt 2 procent. I den övriga kommunen uppgick omsättningen i sällanköpsvaruhandeln till drygt 700 mkr, varför en ökning av externhandeln med 100 miljoner kronor innebär att omsättningen i den övriga kommunen minskar med 1,5 procent. Även inom sällanköpsvaruhandeln blir effekterna starkare i små kranskommuner än i stora.

I tabell 3:2 redovisas hur kranskommuner med olika befolkningsstorlek och med olika tidsavstånd till centralorten påverkas av externt lokaliserad sällanköpsvaruhandel i centralorten.

*Tabell 3:2 Mellankommunala substitutionseffekter om externhandeln med sällanköpsvaror ökar med 100 miljoner kronor i centralorten*

		Procentuell påverkan
Befolkningsstorlek	< 12 650 inv.	-0,6*
	> 12 650 inv.	-5,1***
Tidsavstånd	< 30 minuter	-8,9***
	> 30 minuter	-

Anm: \*\*\*signifikant på 1-procentsnivån; \* signifikant på 10- procentsnivån.

Externhandel i centralorten har föga påverkan på den befintliga sällanköpsvaruhandeln i kranskommuner med färre än 12 650 invånare. Kommuner av denna storlek hade redan i början av undersökningsperioden ett begränsat och lokalt utbud med frånvaro av kedjeföretag, varför utflödet av köpkraft från dessa kranskommuner in till centralorten var stort.

<sup>6</sup> Den regionala analysen av sällanköpsvaruhandeln visar på små inomkommunala variationer i olika regioner och resultaten ligger i linje med dem som diskuterats i fotnot 4.





I takt med att externhandeln med sällanköpsvaror har expanderat i centralorten har utflödet från dessa kommuner visserligen ökat något under perioden, men denna ökning är mycket begränsad.

I de större kranskommunerna är substitutionseffekterna inom sällanköpsvaruhandeln större. Om den externa sällanköpsvaruhandeln i centralorten ökar med 100 miljoner kronor minskar omsättningen i de större kranskommunerna med cirka 5 procent per år. Kommuner av denna storlek, i synnerhet de större kommunerna, har ofta ett visst inslag av kedjebutiker inom sällanköpsvaruhandeln och därtill är det inte ovanligt att de har handel i industriområden såväl som halvexterna eller externa handelsområden av mindre storlek. Detta bidrar till att de är mer känsliga för konkurrens från centralortens externhandel.

Näraliggande kranskommuner, belägna inom ett avstånd av 30 minuter från centralorten, påverkas relativt kraftigt av centralortens externhandel. Tabellen visar att om den externa sällanköpsvaruhandeln i

centralorten ökar med 100 miljoner kronor minskar omsättningen i de näraliggande kranskommunerna med cirka 8,9 procent. Därmed kan således konstateras att externhandel i centralorten har stor påverkan på detaljhandels utveckling i de närmast omkringliggande kommunerna medan mer perifert belägna kranskommuner ej påverkas märkbart.

### 3:4 Externhandelns effekter på antalet anställda

Externt lokaliserad dagligvaruhandel leder således till stora inomkommunala substitutionseffekter medan externt lokaliserad sällanköpsvaruhandel leder till relativt stora mellankommunala substitutionseffekter. Detta beror till stor del på att konsumenterna ofta gör dagligvaruinköp bostadsnära, och i huvudsak i sin hemkommun, medan inköp av sällanköpsvaror ofta sker på marknadsplatser som erbjuder ett brett och djupt utbud som inte nödvändigtvis ligger i hemkommunen.





De ekonomiska effekterna av externhandeln kan räknas om till effekter på antalet anställda. Arbetskraftintensiteten varierar mellan de olika marknadsplatserna, varför en överflyttning av handel från en marknadsplats till en annan kan leda till en förändring av antalet anställda. Exempelvis är externhandeln, i större utsträckning än cityhandeln, volyminriktad och därför mindre arbetskraftsintensiv. Resultaten visar att externhandel innebär ett inflöde av köpkraft till kommunen, vilket innebär att en externhandelsetablering, trots inomkommunala substitutionseffekter, kan medföra att antalet anställda inom detaljhandeln i centralorten ökar.

I tabell 3:3 redovisas effekterna på antalet anställda om omsättningen i externhandeln ökar med 100 miljoner kronor.

*Tabell 3:3 Effekter på antalet anställda om externhandeln ökar med 100 miljoner kronor*

	Dagligvaror	Sällanköpsvaror
Cityhandeln	-14	-8
Övrig handel	-29	-5
Externhandel	37	41
Nettoeffekt kommunen	-5	28

Resultaten indikerar att om omsättningen i en externt lokaliserad dagligvarubutik ökar med 100 miljoner kronor leder det till att antalet anställda i den externa dagligvaruhandeln ökar med 37 personer. Samtidigt minskar antalet anställda i city och den övriga kommunen med 14 respektive 29 personer. För centralorten summerar detta till att antalet anställda inom dagligvaruhandeln minskar svagt. Externhandeln med sällanköpsvaror har svagare inverkan på antalet anställda i city och den övriga kommunen. Om externhandeln med sällanköpsvaror ökar med 100 miljoner innebär det att antalet anställda inom externhandeln ökar med 41 personer. Samtidigt minskar antalet anställda i cityhandeln med 8 personer och i detaljhandeln i övriga kommunen med 5 personer. Sammantaget innebär detta en positiv nettoeffekt då antalet anställda i sällanköpsvaruhandeln ökar med 28 individer i kommunen.





### 3:5 Sammanfattning

Externhandels effekter varierar mellan olika branscher. Inom dagligvaruhandeln blir de inomkommunala substitutionseffekterna relativt omfattande både vad gäller omsättning och antalet anställda i detaljhandeln. Dagligvaruhandeln i stadskärnan klarar sig i absoluta tal relativt bra, medan omsättningen i den övriga kommunen minskar relativt kraftigt. Sett till marknadsplatsernas totala omsättning blir de procentuella effekterna större för dagligvaruhandeln i stadskärnan eftersom effekterna skall fördelas på färre enheter.

Inom sällanköpsvaruhandeln blir de inomkommunala substitutionseffekterna relativt begränsade för såväl stadskärnan som den övriga kommunen i absoluta tal. Sett till den totala omsättningen blir de procentuella effekterna något större i city än i den övriga kommunen.

Att de inomkommunala effekterna är relativt små är sannolikt en följd av att den externa sällanköpsvaruhandeln ofta är inriktad på andra typer av varor än de som säljs i city och den övriga kommunen. Konkurrensen blir därigenom relativt begränsad.

De regionala substitutionseffekterna skiljer sig kraftigt åt mellan dagligvaru- och sällanköpsvaruhandeln. Inom dagligvaruhandeln är substitutionseffekterna begränsade medan de är mer omfattande inom sällanköpsvaruhandeln. Detta är ett väntat resultat, då konsumenterna handlar dagligvaror bostadsnära medan de är benägna att resa längre för att göra inköp av sällanköpsvaror. Undersökningen visar att kranskommuner som ligger inom en radie av 30 minuter från centralorten tappar omkring 9 procent av omsättningen i sällanköpsvaruhandeln till centralorten om externhandeln ökar med 100 miljoner kronor, medan kranskommuner belägna mer än 30 minuter från centralorten inte påverkas alls. Dessutom påverkas stora kranskommuner kraftigare än små av konkurrens från centralorten. Detta kan tolkas som att kranskommuner med ett större och mer attraktivt utbud påverkas relativt sett starkare än kranskommuner med ett begränsat utbud av sällanköpsvaror.





## 4 Sammanfattande diskussion

- Detaljhandel i externa lägen har varit extremt framgångsrik under den senaste tioårsperioden så till vida att omsättning, antal företag och antal anställda ökat kraftigt. Externhandels framgång förklaras dels av en lång och extremt god konjunktur för detaljhandeln, i synnerhet för många av de branscher som föredrar externa lokaliseringar, dels av att tillväxten är ett resultat av en kraftig utbyggnad av externhandeln. I takt med detta har en allt större del av konsumenternas inköp kommit att ske på de externa marknadsplatserna, varför externhandeln har ökat sina marknadsandelar relativt andra marknadsplatser i kommunen och de omkringliggande kommunerna.
- Cityhandeln har under slutet av 1990-talet och inledningen av 2000-talet återtagit delar av den position som de förlorade under 1980- och första hälften av 1990-talet. Omsättningen har, liksom antalet butiker och anställda, ökat. Stadskärnornas återhämtning förklaras, för det första, av att den har ett komplementärt förhållande till externhandeln. Dagligvaruhandeln i stadskärnan domineras av små eller medelstora butiker av supermarketkaraktär, vilka används av pendlare, arbetande och boende i stadskärnan till kompletterande inköp medan den externt lokaliserade dagligvaruhandeln används till större, och mer lågfrekventa, inköp av invånarna i centralorts- och kranskommunerna. Inom sällanköpsvaruhandeln är det komplementära förhållandet ännu mer uttalat. I stadskärnan är det helheten, det vill säga den småskaliga shoppingen av beklädnads- och fritidsvaror i kombination med restauranger, caféer och annan service och kultur, som skapar mervärde för besökaren medan det i externhandeln är det breda och djupa utbudet av volymhandelskaraktär i kombination med funktionellt organiserade marknadsplatser och hög tillgänglighet som ger såväl lokala som regionala besökare mervärde. Stadskärnornas återhämtning förklaras, för det andra, av att olika aktörer i många stadskärnor påbörjat och genomfört ett aktivt förändringsarbete av den fysiska och sociala miljön för att på så sätt stärka stadskärnans attraktivitet.



- Detaljhandeln i stadsdels- och bostadsområdescentrum och den övriga kommunen har under den senaste tioårsperioden fortsatt tappa marknadsandelar gentemot stadskärnor och externhandelsområden. Omsättningsutvecklingen har stagnerat samtidigt som antalet butiker och anställda minskat. Utbudet och tillgängligheten, i termer av butiker per invånare, har således minskat. Orsaken till detta är att många mindre fastighetsägare och detaljhandelsföretag inte har haft förmåga och resurser att möta den ökade konkurrensen, vilket inneburit att företag med låg lönsamhet, produktivitet och förändringsbenägenhet har slagits ut och ersatts av företag med bättre lönsamhet och produktivitet.
- Detaljhandeln i kranskommunerna har förlorat marknadsandelar gentemot centralorterna. Omsättningen och antalet anställda har ökat, medan antalet butiker har minskat. Följaktligen har också tillgängligheten och den lokala mångfalden minskat för många grupper. Näraliggande kranskommuner har utvecklats sämre än mer perifert belägna kranskommuner och kranskommuner med en attraktiv detaljhandel har utvecklats mer gynnsamt än övriga kranskommuner, vilket beror på att de i många fall har ett utbud som åtminstone delvis kan konkurrera med centralortens detaljhandel. I flera fall har också åtgärder vidtagits för att möta den ökade konkurrensen från centralorten genom att detaljhandelns aktörer initierat och drivit ett aktivt utvecklingsarbete av detaljhandeln i kranskommunen.
- Externhandel med dagligvaror är framförallt en angelägenhet som berör den aktuella kommunen så till vida att den leder till stora substitutionseffekter inom centralortskommunen. Stadskärnan påverkas inte så mycket i absoluta tal, men sett till marknadsplatsens totala omsättning blir de procentuella effekterna på enskilda enheter stora eftersom omfördelningen skall fördelas på färre enheter än i den övriga kommunen. Dagligvaruhandeln i den övriga kommunen påverkas kraftigare i absoluta tal. Sett till den totala omsättningen i den övriga kommunen blir effekterna emellertid mindre. Kranskommunernas dagligvaruhandel berörs i relativt begränsad omfattning. De relativt stora inomkommunala substitutionseffekterna pekar på att det finns ett stort behov av inomkommunal dialog mellan företrädare för olika marknadsplatser och kommunala tjänstemän vid etableringsförfrågningar rörande extern dagligvaruhandel. En sådan dialog bör synliggöra effekterna av externa dagligvaruetableringar på ett systematiskt sätt.



- Externhandel med sällanköpsvaror är en mellankommunal angelägenhet så till vida att den främst berör omkringliggande kranskommuner. Stads kärnan och detaljhandeln i stadsdels- och bostadsområdescentrum i den egna kommunen klarar sig relativt bra i konkurrensen från externhandeln, vilket förklaras av att detaljhandels utbud på dessa marknadsplatser har ett komplementärt förhållande till externhandeln. Sett till respektive marknadsplats storlek blir effekterna olika stora. De relativt stora mellankommunala substitutionseffekterna sätter fokus på att beslut om externhandelsförfrågningar med sällanköpsvaror bör fattas med hänsyn tagen till mellankommunala förhållanden och med synpunkter inhämtade från olika aktörer i de omkringliggande kommunerna. Genom att tidigt i planeringsprocessen möjliggöra för och bjuda in till mellankommunal dialog ges möjlighet för detaljhandels aktörer och intressenter att formera sig för att möta den ökade konkurrensen och på så sätt lindra de lokala effekterna av externhandels expansion i centralorterna. I denna formeringsprocess är det viktigt att vara proaktiv genom att ha en öppenhet gentemot förfrågningar om externhandelsetableringar i den egna kommunen och samtidigt ta vara på de möjligheter till utveckling och förstärkning av stads kärnans utbud som oförutsedda händelser medger.





## 5 Referenser

Arnberg, Jonas, Eckerdal Carl (2005) – *Handel i industriområden*, Sveriges kommuner och landsting, Stockholm.

Bergström Fredrik, Löwlund Hans, Nygren Peter (1999) – *Externa köpcentrums effekter på den etablerade handeln, en analys av 28 köpcentrum under perioden 1989-1997*. Handels Utredningsinstitut.

Bergström Fredrik (2000) – *Är externa köpcentrum ett hot mot cityhandeln?* Handels Utredningsinstitut, Forskningsrapport S49.

Bergström Fredrik, Fölster Stefan (2005) – *Kampen om köpkraften, handeln i framtiden*, Handels utredningsinstitut, Danmark.

Forsberg H, Hagson Anders, Tornberg J (1994) – *Effekter av externa köpcentra*, stads- och trafikplanering, arkitektur, Chalmers tekniska högskola (STACTH), Rapport 1994:1, Göteborg.

Centrumutveckling (2005) – *Köpcentrumkatalogen 06/07*, Stockholm.

Hagson Anders (2003) – *Effekter av externetablerad handel, särskilt dagligvaruhandeln, på trafikarbete och miljö*.

Handels Utredningsinstitut (HUI) – *Handeln i Sverige 1997-2004, Omsättning, statistik och prognoser*, Stockholm.

Handels Utredningsinstitut (HUI) – *Detaljhandelsindex 1997-2007*.

Handels Utredningsinstitut (HUI) – *Handeln i Sverige, en etableringsguide 2005-2008/2009*, Västerås.

Handels Utredningsinstitut (HUI) – *Omsättningsdatabas 1997-2007*.

Ljungberg, Christer m fl (2003) – *Externa och halvexterna affärsetableringar*, litteraturstudie och kartläggning, Vägverket, Borlänge.

Ljungberg, Christer m fl (2006) – *Tätortsnära externa affärsetableringar, tillgänglighet och utsläpp*. Vägverket, Borlänge.

Ranhagen Mikael (2002) – *Hur påverkas butiksstrukturen av ökad konkurrens? En analys av stormarknadsetableringar*, Handels Utredningsinstitut, forskningsrapport S73.





---

Svensson Tomas, Haraldsson Mattias (2002) – *Konsekvenser av dagligvaruhandelns strukturomvandling*, slutrapport, VTI, Linköping.

Svensson Tomas (2004) – *Hushållens inköp av dagligvaror i städer, beskrivning av inköpsmönster*, Handels utredningsinstitut, forskningsrapport S94.