



HANDELNS FORSKNING SINSTITUT

NY BERÄKNINGSMODELL FÖR SÄRSKILT DRIFTSTÖD TILL DAGLIGVARUBUTIKER I SÅRBARA OCH UTSATTA LÄGEN

ANDERS BORNHÄLL

OANA MIHAESCU

HFI FORSKNINGSRAPPORT 2024:02

Sammanfattning

År 2015 kom Regeringen fram till att nivån på grundläggande service i glesbygden nått en kritiskt låg nivå (SOU 2015:35). För att säkerställa överlevnaden av dessa butiker föreslog SOU ett särskilt driftstöd till dagligvarubutiker i sårbara och utsatta områden, som infördes från och med 2016 och omfattade 35 miljoner kronor totalt per år. I samband med en expansion av stödet år 2018, blev fler företag berättigade till stöd och därför utökades det totala stödbeloppet från 35 till 70 miljoner kronor. Under 2016 och 2017 tog cirka 180 försäljningsställen emot stödet. Efter expansionen 2018 steg antalet stödmottagare till cirka 270. Tillväxtverket, som är ansvariga för driftstödet, ämnar nu att se över stödets utformning för att eventuellt kunna omforma stödet så att fler butiker kan nå en lönsamhetsnivå som är långsiktigt hållbar. I denna rapport undersöker vi vilka effekter vi kan förvänta oss från olika förändringar i stödets design och omfattning.

Sammanfattningsvis hittar vi att glesbygdsbutiker i alla omsättningsklasser (0 – 15 miljoner kronor) som har inkluderats i denna studie har stort behov av stödet; om man tittar på antalet butiker som inte når en rörelsemarginal på 3 procent utan stöd verkar de mindre butikerna vara flera, men dessa utgör också till en mindre procent av alla butiker i sin klass i relativa termer (Tabell 2). Genom det befintliga stödet har ett flertal butiker lyfts över gränsen, framför allt butiker med 3 - 9 miljoner i omsättning. De som inte påverkats lika mycket är de minsta och de största butikerna.

I frågan om hur de tre olika alternativ till nya beräkningsmodeller, som Tillväxtverket tagit fram, påverkar rörelsemarginalerna för butiker som ligger i glesbygd kan vi observera att alla modeller bidrar till en ökning i rörelsemarginalerna. Stödmodell 1 (där man ökar taket till 400 000 kronor, samt minskar hitre gränsen till 0 kronor och ökar bortre gränsen till 14 miljoner kronor) lyfter flest butiker över den 3 procent gränsen, men är också mest kostsam i termer av totala kostnader samt genomsnittlig kostnad per butik som lyfts över gränsen. Stödmodell 2 (där taket höjs till 350 000 kronor samt breddas så att det börjar vid 4 och slutar vid 8 miljoner kronor, och den bortre gränsen höjs till 14 miljoner kronor) är näst dyrast, medan Alternativ 3 (där taket höjs till 350 000 kronor, och bortre gränsen höjs till 14 miljoner kronor) är billigast (av dessa tre modeller) i termer av genomsnittliga och totala kostnader, men dyrast i termer av marginalkostnader, och mindre effektiv då den lyfter minsta antalet butiker över 3 procent gränsen.

I frågan om att lämna förslag på ytterligare förändringar av beräkningsmodell utöver de tre förslag som Tillväxtverket tagit fram, föreslår vi Alternativ 4 (där man ökar taket till 350 000 kronor samt sänker hitre gränsen till 4 miljoner kronor). Alternativ 4 ger bra resultat med rimliga kostnader och gynnar de minsta butikerna mest, samtidigt som den skapar större incitament för de minsta butikerna att öka sin verksamhet. Vi föredrar också denna modell då det finns en alternativkostnad för stödet, som betalas ut med skattepengar. Därför rekommenderar vi den minst kostsamma stödmodellen, framförallt då det i nuläget saknas empiriska studier som har undersökts stödets effekt på butikernas överlevnad.

INNEHÅLL

Sammanfattning	2
1. Bakgrund och syfte	4
2. Teoretiska argument för statliga företagsstöd.....	5
2.1. Behovet av stödet.....	5
2.2. För- och nackdelar med företagsstöd samt incitamentseffekter ...	6
3. Nya beräkningsmodeller för stödet	7
3.1. Data och metod	8
3.3. Det befintliga stödet.....	10
3.4. Nya beräkningsmodeller från Tillväxtverket	11
3.4.1. Stödalternativ 1.....	12
3.4.2. Stödalternativ 2.....	13
3.4.3. Stödalternativ 3.....	15
3.4. Ny beräkningsmodell från Handels Forskningsinstitut.....	16
4. Analys av de olika stödmodellerna	18
5. Sammanfattning och diskussion.....	22
Referenser.....	25

1. Bakgrund och syfte

Tillgång till kommersiell service är viktigt för att människor och företag ska kunna verka i alla delar av landet. Trots detta har servicetillgången i glesbygden minskat markant (Dawson 2006; SOU 2015), som lett till ökade avstånd till närmaste butik (Nilsson 2022) och det som i forskningslitteraturen kallas *food deserts* (Wrigley m.fl. 2003). Dessa områden kännetecknas av ingen eller ytterst begränsad tillgång till dagligvarubutiker. Den negativa trenden har förstärkts under covid-19-pandemin, då många butiker på landsbygden inte har överlevt och andra har fått kämpa för sin överlevnad (Donthu och Gustafsson 2020).

Dagligvarubutikerna i dessa glesbygdsområden har en central roll som sträcker sig bortom deras direkta funktion som leverantörer av dagligvaror. De erbjuder även andra tjänster och varor som posttjänster och apoteksprodukter (SOU 2015) och främjar social interaktion och samhällsengagemang (Clarke och Banga 2010). När service som dagligvaruhandel, post- och apotekstjänster försvinner försämras därmed människors livsvillkor.

År 2015 kom Regeringen fram till att nivån på grundläggande service i glesbygden nått en kritiskt låg nivå (SOU 2015:35). För att säkerställa överlevnaden av dessa butiker föreslog SOU ett *särskilt driftstöd till dagligvarubutiker i sårbara och utsatta områden*, som infördes från och med 2016 och omfattade 35 miljoner kronor totalt per år. I samband med en expansion av stödet år 2018, blev fler företag berättigade till stöd och därför utökades det totala stödbeloppet från 35 till 70 miljoner kronor. Under 2016 och 2017 tog cirka 180 försäljningsställen emot stödet. Efter expansionen 2018 steg antalet stödmottagare till cirka 270.

Tillväxtverket, som har delat ut driftstödet, undersöker nu hur stödet kan omformas och eventuellt utökas på ett effektivt sätt. Frågan är således hur olika förändringar i stödets design skulle påverka de mottagande butikerna och vilka utökade kostnader som det skulle innebära.

Syftet med denna rapport är att:

- i. Undersöka hur tre alternativ till nya beräkningsmodeller, som Tillväxtverket tagit fram, påverkar rörelsemarginalerna för de cirka 270 butikerna som idag får särskilt driftstöd, samt lämna rekommendationer på vilken modell som är till mest nytta för målgruppen för särskilt driftstöd.
- ii. Undersöka om målgruppen för stödet bör utökas genom att höja omsättningstaket för att få driftstöd från nuvarande tak på 11 miljoner kronor.
- iii. Undersöka vilka butiker, utifrån omsättningsklasser, som har mest behov av förändrad beräkningsmodell.
- iv. Undersöka vilka butiker får mest nytta av de olika förslagen på ny beräkningsmodell.

- v. Lämna förslag på ytterligare förändringar av beräkningsmodell utöver de tre förslag som Tillväxtverket tagit fram.

Rapporten är disponerad på följande sätt: i nästa avsnitt diskuteras teoretiska argument för statliga stödmodeller för dagligvarubutiker i glesbygd. Data och metod samt de nya stödmodellerna beskrivs sedan i avsnitt 3. Analyser och resultat presenteras i avsnitt 4, och slutligen sammanfattas och diskuteras rapportens resultat i avsnitt 5.

2. Teoretiska argument för statliga företagsstöd

Enligt centralortsteorin (Christaller 1933) behöver varje handelsplats ett visst kundunderlag för att vara lönsam, och detta gäller stora köpcentrum såväl som en liten detaljhandelsbutik på glesbygden. Om kundbasen för en butik ligger under tröskelvärdet är det sannolikt att butiken läggs ner eller flyttar från området eftersom avkastningsgraden inte tillåter butiken att fortsätta sin verksamhet. De starka urbaniseringstrender som vi har sett under de senaste decennierna har gjort att kundunderlaget för butiker i glesbygden har minskat markant. Som en konsekvens av detta har ett stort antal butiker som fanns i glesbygdsområden försvunnit.

Dessutom möter glesbygdsbutikerna flera problem som gör att de har det extra svårt att överleva på marknaden. De har exempelvis ofta svårt att få ett smidigt fungerande varuflöde på grund av logistik- och transportproblem, säsongerna är korta och kundunderlaget är begränsat. Dessa problem, ofta kombinerat med hög skuldsättning och höga fasta kostnader i förhållande till butikens omsättning, kan leda till en skakig finansiell situation (ÅSUB 2000; Amcoff m.fl. 2011). Vidare möter de också konkurrens från stormarknader och externa köpcentrum som är lokaliserade på betydande avstånd ifrån glesbygden, men som attraherar kunder från längre distanser (Engström och Håkansson 2012).

Ett flertal studier redan uppmärksammat att det finns ett behov av stöd till butiker i glesbygd eftersom vi observerat en ”butiksdöd” i dessa områden under en längre tid (Amcoff m.fl. 2011; Engström och Håkansson 2012). När en stödmodell utformas är det ett några viktiga faktorer som behöver beaktas, bland annat behovet av stödet och för- och nackdelar med stödet, inklusive de incitamentseffekter som stödet ger upphov till.

2.1. Behovet av stödet

Statliga företagsstöd kan motiveras utifrån ekonomisk teori av att en verksamhet skapar positiva externa effekter eller att man tillhandahåller tjänster med inslag av kollektiva nyttigheter. Dagligvarubutikerna i glesbygdsområden har en central roll som tydligt sträcker sig bortom deras direkta funktion som leverantörer av dagligvaror. Bland annat fungerar dagligvarubutikerna i glesbygden som post- och apoteksombud, de sköter pakethantering, de tillhandahåller drivmedel, och de erbjuder betaltjänster (SOU 2015). De post- och betaltjänster som glesbygdshandeln

levererar ger möjligheter för konsumenter att ta ut kontanter, turister att växla pengar, och andra lokala företag att driva en fungerande verksamhet, ofta i form av e-handel. Genom systemet med hemleveranser står handlarna även för service och trygghet för många äldre, något som förstärks av att de också ofta är den lokala leverantören av läkemedel (Mihaescu m.fl. 2015). Slutligen fungerar butiken i glesbygden även som en mötesplats där sociala relationer och det sociala kapitalet stärks (Clarke och Banga 2010). Studier har också påtalat att minskningen av butiker i glesbygd indirekt kan leda till hälsoproblem eftersom konsumenterna ökar sin konsumtion av färdigmat, chips och snask, men minskar sin konsumtion av mer näringsriktiga råvaror som ofta inte säljs på de försäljningsställen (t.ex. bensinmackar) som återstår i glesbygd (Morland m.fl. 2002; Rex och Blair 2003).

I sårbara ekonomiska miljöer, vilket glesbygden ofta är, kan konsekvenserna av nedläggningar vara ännu mer bekymmersamma eftersom detaljhandelssektorn är viktig för sysselsättningen bland missgynnade grupper av arbetstagare. Tillgången till handel påverkar också konkurrensförmågan på mindre orter. En ort blir mindre attraktiv att bo i eller att besöka när den sista mataffären stänger. Nedläggningarna kan alltså bidra till att öka avfolkningen i glesbygden (Amcoff m.fl. 2011). Detta går tillbaka till lokaliseringsteorierna, där en ords attraktivitet anses vara direkt proportionell till dess marknadsstorlek (Christaller 1933; Reilly 1931). Så när vissa butiker försvinner, kommer de orter som har kvar butiker att stärkas eftersom deras räckvidd ökar.

Å andra sidan finns det dock tecken på att glesbygder och mindre städer har blivit attraktivare under covid19-pandemin. Det har visat sig att betydligt fler än vanligt flyttade från Stockholms kommun till mindre orter under första halvåret 2020 än motsvarande period de närmast föregående åren (Edwall och Kullander 2022). Att det har visat sig vara både möjligt och tillåtet att arbeta hemifrån skulle kunna vara en bidragande orsak till denna utveckling. För att glesbygden ska kunna behålla dessa nyinflyttade invånare behövs inte bara infrastruktur, vägar och elektroniska kommunikationer, god boendemiljö och utbildningsmöjligheter, utan också kommersiell och offentlig service och framförallt jobb (SOU 2015).

2.2. För- och nackdelar med företagsstöd samt incitamentseffekter

Huruvida staten ska stödja företag ekonomiskt är dock en kontroversiell fråga. Å ena sidan kan statligt stöd spela en avgörande roll för att hjälpa företag att överleva, särskilt under tider av ekonomisk nedgång eller kris. Å andra sidan understryker Fritsch och Mueller (2004) att statliga ingripanden bör undvikas eftersom de inte är i linje med teorin om att "den starkaste överlever", vilket brukar ses som en förutsättning för en långsiktigt god ekonomisk utveckling. Dåligt designade stöd kan också påverka företags beteende på negativa sätt. En risk är att företag avstår från att växa om det innebär en sänkning av det stöd som de är berättigade till när de är små. En annan risk med selektiva företagsstöd är att de kan leda till en snedvridning av

konkurrensen eftersom den gynnar vissa företag, men inte andra (Daunfeldt m.fl. 2014; Mihaescu m.fl. 2015). Företagsstöden riskerar således att snedvrider konkurrensen och kan leda till att mer innovativa företag som överlevt utan företagsstöd tvingas att lägga ned sin verksamhet.

Stödets design kan också skapa negativa incitamenteffekter. Klumpsummestöd kan till exempel få till följd att många oseriösa företagare etablerar denna typ av butiker för att få stödbeloppet. Baumol (1990) argumenterar att, om det finns ett stort inslag av selektiva företagsstöd i ekonomin, kommer fler entreprenörer lägga ned resurser på att få dessa stöd. Den förväntade avkastningen för mindre produktiva verksamheter är således relativt hög, vilket innebär att entreprenörerna kommer att använda tid och resurser till att söka stöd istället för att skapa välstånd genom att utveckla sin affärsverksamhet (Mihaescu m.fl. 2015).

Ett klumpsummestöd kan också utgöra en tillväxtbarriär för företag eftersom stödets storlek som andel av omsättningen minskar med stigande omsättning, och således gynnar de allra minsta butikerna. Beroende på stödets utformning kan detta således skapa incitament att inte växa, vilket kan ha direkt negativa effekter på den kommersiella service som finns tillgänglig i glesbygd (Mihaescu m.fl. 2015). Det är därför av vikt att inse att stöd kan leda till att aktörerna ändrar sitt beteende på ett sätt som inte var avsikten när stöden utformades.

3. Nya beräkningsmodeller för stödet

Målet med stödet är att kunna behålla en tillgänglighet till kommersiell service i glesbygd så att människor och företag kan vistas, verka och växa i alla delar av landet.

Stöd till glesbygdsbutiker måste utformas så att det ger tillräckligt starka incitament för att de minsta butikerna ska vilja expandera sin verksamhet, samt inte ge upphov till icke-produktivt entreprenörskap. Med andra ord bör stödet leda till att de minsta butikerna har incitament att växa och bredda sitt sortiment, vilket gynnar invånarna i glesbygden. Givet valen om stödbeloppets storlek och vilka som är berättigade till stödet behöver stödmodellen också utformas så att den ger så få negativa incitamenteffekter som möjligt. Det går dock inte att helt minimera risken för negativa incitamenteffekter eftersom det föreslagna stödet har en bortre gräns där inget stöd längre betalas ut. Detta innebär att en avtrappning av stödet måste ske med stigande omsättning. Vid den nivå där stödet avtrappas kommer således negativa incitamenteffekter att uppstå.

Det första som behöver bestämmas är stödbeloppets faktiska storlek, det vill säga hur mycket stöd behöver butikerna för att de ska uppnå en acceptabel lönsamhetsnivå som gör det möjligt att bedriva en dagligvarubutik i glesbygden. Det nuvarande stödbeloppet har ett tak på 300 000 kronor per år och butik. I kommande avsnitt analyserar vi om detta stödbelopp är tillräckligt för att butikerna kan uppnå en lönsamhetsnivå som är långsiktigt hållbar. Vi utgår från ett argument om att det är

rimligt att rörelsemarginalen borde täcka räntekostnader, investeringskostnader för anläggningen och erbjuder en viss vinst till ägarna som kompensation för den risk som de tar. En rörelsemarginal under 3 procent därför borde indikera att företaget inte mår speciellt bra. I vanliga fall brukar det framhållas att vinstmarginalen inte långsiktigt kan avvika från konkurrenternas vinstmarginaler eftersom detta leder till att de då inte kan överleva på marknaden. Glesbygdsbutiker möter i de flesta fall inte någon direkt lokal konkurrens och de stöd som diskuteras i denna rapport är snarare utformade för att en butik ska kunna vara kvar för att överhuvudtaget kunna erbjuda invånarna i glesbygden tillgång till kommersiell service.

Argumenten som har presenterats i detta avsnitt talar för att en stödmodell bör utformas så att stödet ökar med stigande omsättning, men bör avtrappas vid någon fastställd nivå. Med startpunkt i dessa argument analyserar vi utfallen för ett antal olika nya stödmodeller i jämförelse med den ursprungliga modellen.

3.1. Data och metod

Från Tillväxtverket har vi tillgång till data för 313 butiker med låg och mycket låg tillgänglighet till tätorter. Vi har kompletterat dessa uppgifter med information från Dun & Bradstreet, ett företag som samlar in datamaterialet från Bolagsverket dit alla aktiebolag måste skicka sina årsredovisningar. Vi fokuserar på de butiker som har mindre än 15 miljoner kronor i nettoomsättning. För varje butik har vi tillgång till följande variabler:

- Butiksnamn.
- Organisationsnummer.
- Total nettoomsättning för 2022.
- Rörelseresultat för 2022.

Den vetenskapliga litteraturen kring företagsutveckling och företagstillväxt ger här stöd för att fokusera på lönsamhetsutvecklingen eftersom det finns ett samband mellan god lönsamhetsutveckling och framtida tillväxt, samt möjligheten att överleva på marknaden (Brännback m.fl. 2009; Davidsson m.fl. 2009; Steffens m.fl. 2009; Bornhäll m.fl. 2015; Mihaescu m.fl. 2015). När det gäller hur vinsterna ska mätas finns det goda skäl att fokusera analysen på rörelseresultatet (EBIT - Earnings Before Income and Taxes) eftersom detta vinstmått i relation till omsättningen ofta anses som det bästa måttet för att bedöma effektiviteten hos en affärsmodell (Brännback m.fl. 2014).

Vi använder informationen avseende total nettoomsättning och rörelseresultat på butiksnivå för år 2022 för att beräkna rörelsemarginalen för varje butik som:

$$\text{rörelsemarginal} = \text{rörelseresultat} / \text{total_nettoomsättning} * 100 \quad (1)$$

I Tabell 1 presenteras deskriptiv statistik för de ovanstående variablerna för alla butiker i 2022. Från tabellen ser vi en stor variation i de tre variablerna samt att det saknas information ångående vissa butikers rörelseresultat och därmed rörelsemarginal. Information om rörelsemarginal saknas för 55 av våra 313 butiker. En jämförelse av de 55 butikernas nettoomsättning visar dock att de inte finns någon statistiskt signifikant skillnad mellan dem och de 258 butiker där vi har information om rörelsemarginalen. Vi har därför ingen anledning att tro att jämförelser mellan de olika stödmodellerna blir missvisande. Däremot kommer den totala kostnaden för stöden att underskattas.

Tabell 1. Deskriptiv statistik för total nettoomsättning (tsek), rörelseresultat (tsek), och rörelsemarginal (%), alla butiker, 2022

Variabel	N*	Medelvärde	Median	Std.av.	Min	Max
Total nettoomsättning	303	6 255 585	5 586 000	3 596 500	618 000	14 900 000
Rörelseresultat (EBIT)	258	158 655	95 200	456 972	-1 730 000	3 744 000
Rörelsemarginal	259	2.9	1.6	7.4	-28.9	33.0

*N=antal butiker.

För att undersöka hur lönsamheten ser ut i olika storleksklasser av butiker, delar vi in dem i fem olika grupper utifrån deras omsättning. Den minsta gruppen har 0 – 3 miljoner i omsättning, grupp två har 3 – 6 miljoner, och så vidare. Från Tabell 2 ser vi att samtliga av våra definierade omsättningsklasser har en hög andel butiker som inte når upp till en rörelsemarginal på 3 procent. Det är således inte bara de små eller de stora butikerna som har en låg genomsnittlig lönsamhet.

I nedra halvan av tabellen ser vi att det befintliga stödet har sänkt andelen butiker under 3 procent, framför bland medelstora butiker med 3 – 9 miljoner i omsättning. Inom de två största grupperna har andelen butiker under 3 procent knappt påverkats av det befintliga stödet.

Tabell 2. Antal och andel av butiker som har rörelsemarginal under 3 procent, efter omsättningsklass.

	Omsättningsklass (mnkr)					Totalt
	0 - 3	3 - 6	6 - 9	9 - 12	12 - 15	
Utan stöd						
- Antal butiker med rörelsemarginal under 3%	25	44	41	21	25	156
- Andel butiker med rörelsemarginal under 3%	54%	48%	72%	72%	74%	60%
Med befintligt stöd						
- Antal butiker med rörelsemarginal under 3%	12	9	13	17	25	76
- Andel butiker med rörelsemarginal under 3%	26%	10%	23%	59%	74%	29%
Totalt antal företag per klass	46	92	57	29	34	258

3.3. Det befintliga stödet

Enligt den befintliga stödmodellen får alla butiker som ligger i glesbygd och omsätter mellan 500 000 och 11 miljoner kronor stöd. Stödet ökar från 0 till 300 000 kronor för de mindre butikerna, når en plåtå mellan 5 och 7 miljoner kronor och trappas sedan av för de butiker som omsätter mer än 7 miljoner kronor.

Befintligt stöd

$stöd = 0$

– om omsättningen är mindre än 500 000 kronor

$stöd = -33\,333 + 1/15 * omsättning$

– om omsättningen ligger mellan 500 000 och 5 miljoner kronor

$stöd = 300\,000$

– om omsättningen ligger mellan 5 och 7 miljoner kronor

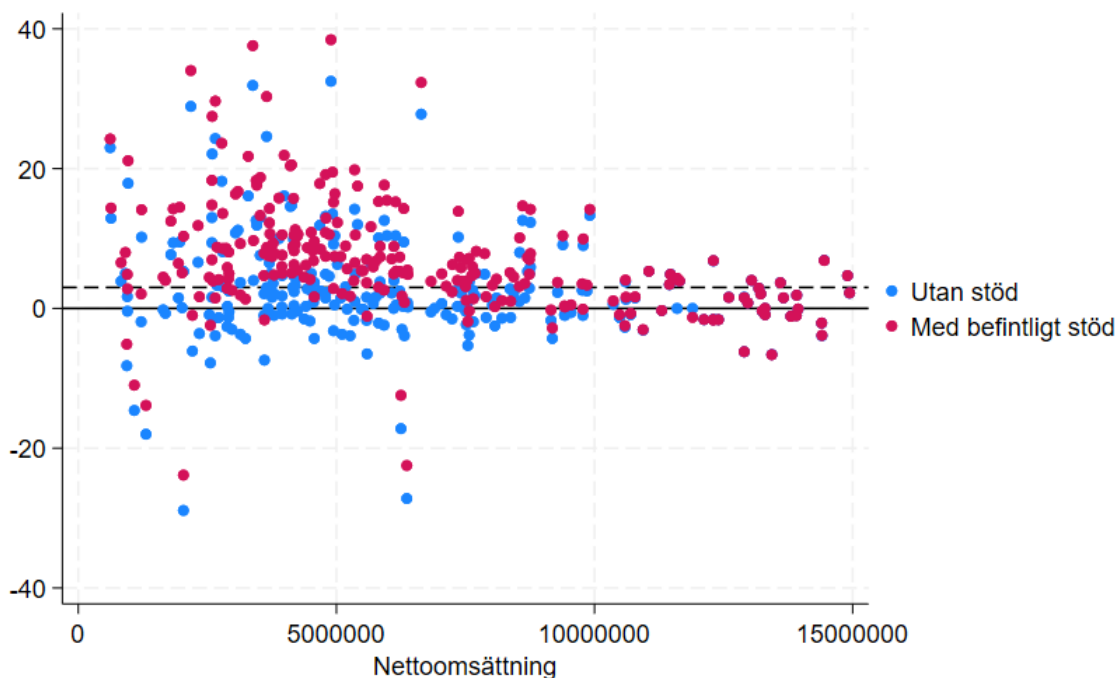
$stöd = 300\,000 - 0.075 * (omsättning - 7\,000\,000)$

– om omsättningen ligger mellan 7 och 11 miljoner kronor

$stöd = 0$

– om omsättningen är mer än 11 miljoner kronor

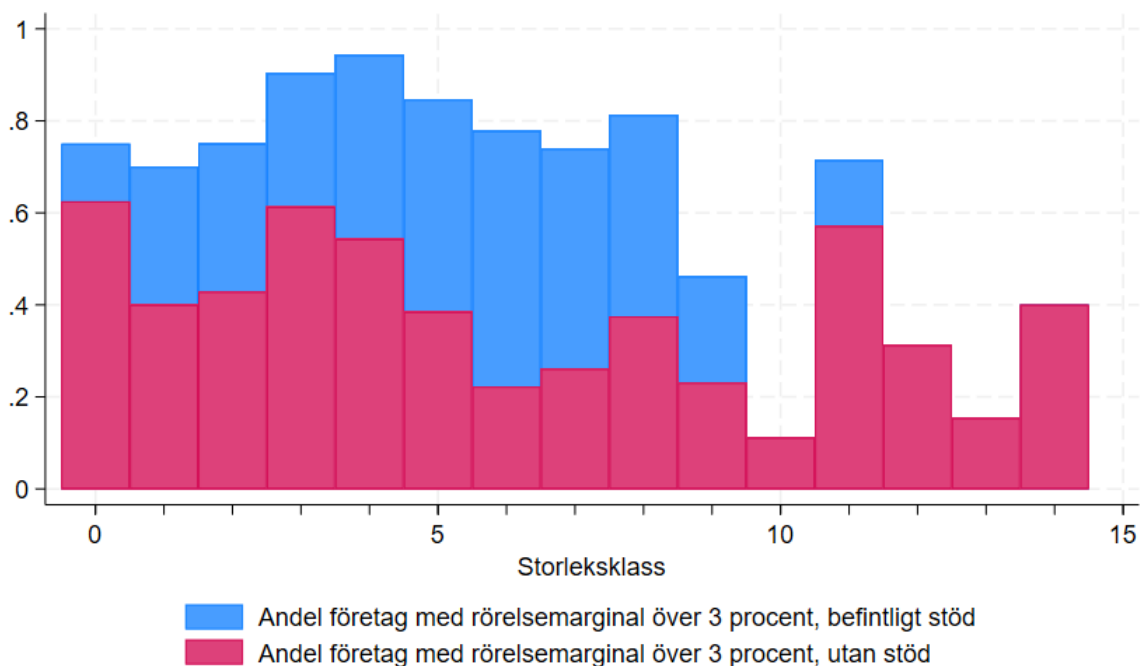
Effekten av det befintliga stödet på rörelsemarginalen illustreras i Figur 1 och 2.



Figur 1. Rörelsemarginal utan och med befintligt stöd

I Figur 1 ser vi att butikernas rörelsemarginaler utan stöd (blå punkter) höjs vertikalt till följd av det befintliga stödet (röda punkter). Den streckade horisontella linjen visar

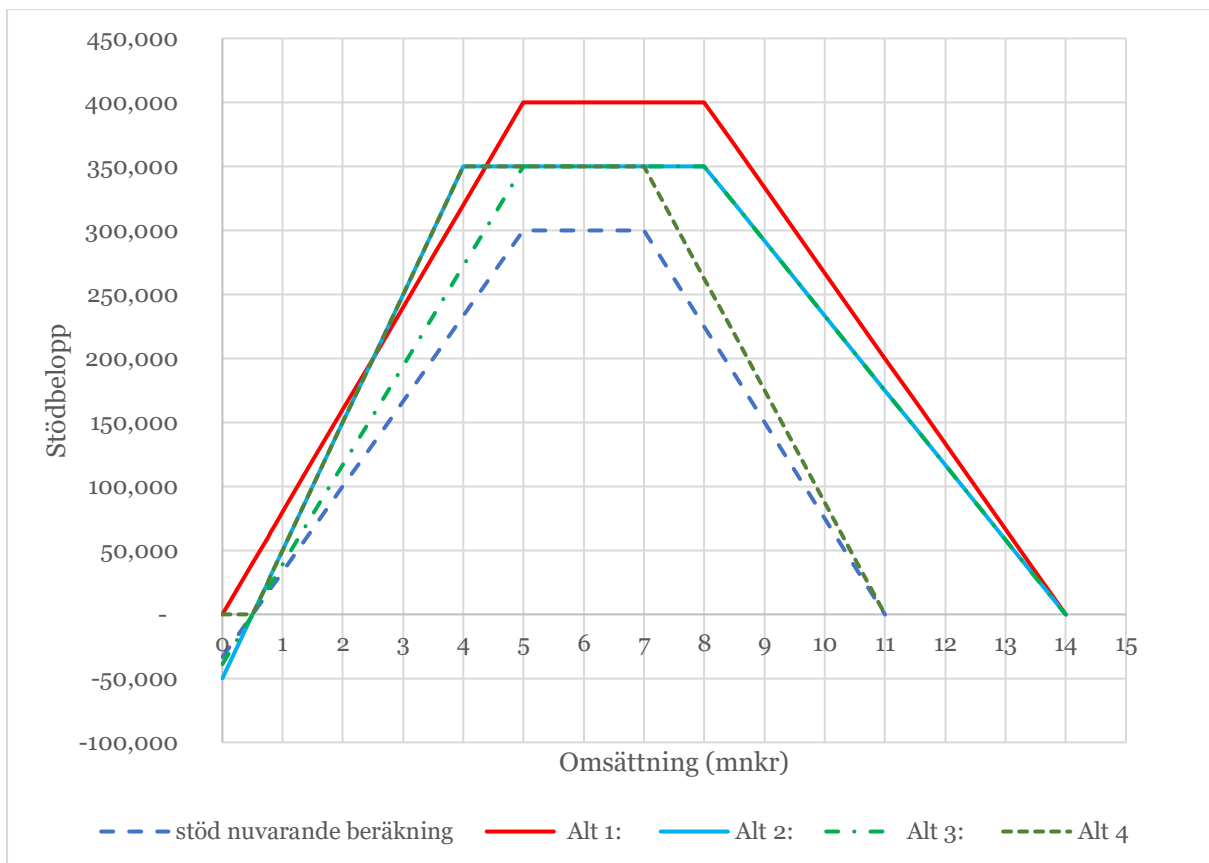
en rörelsemarginal på 3 procent. Vi noterar även att stödet har störst effekt på butiker med en omsättning runt 5 miljoner och är minst för de största butikerna. De största får lägre stödbelopp till följd av avtrappningen av stödet, och har en högre nettoomsättning vilket gör att effekten på rörelsemarginalen blir mindre i enlighet med Ekvation (1). De röda punkter som ligger under den streckade 3-procentslinjen är de butiker som fortfarande inte uppnår en rörelsemarginal på 3 procent, trots stödet. Det blir tydligt att det skulle krävas att mycket omfattande stöd för att lyfta samtliga butiker över 3-procentsgränsen.



Figur 2. Andel företag med rörelsemarginal över 3 procent, utan och med befintligt stöd

3.4. Nya beräkningsmodeller från Tillväxtverket

Tillväxtverket har presenterat tre förslag på alternativa stödmodeller som kan implementeras. Dessa nya förslag innebär 1) en ökning på stödets nuvarande tak på 300 000 kronor och 2) en minskning på stödets hitre gräns; och/eller 3) en ökning på stödets bortre gräns (Figur 3). Utöver det presenteras en fjärde stödmodell som tagits fram av Handelns Forskningsinstitut (Alt 4 i Figur 3).



Figur 3. Tillväxtverkets alternativa modell jämfört med nuvarande stödmodell

3.4.1. Stödalternativ 1

Enligt stödalternativ 1 får alla butiker som ligger i glesbygd och omsätter mindre än 14 miljoner kronor stöd. Stödet ökar från 0 till 400 000 kronor för de mindre butikerna, når en plattå på 400 000 kronor för butiker som omsätter mellan 5 och 8 miljoner kronor och trappas sedan av för att bli 0 för de butiker som omsätter mer än 14 miljoner kronor.

Stödalternativ 1

$$\text{stöd} = 2/25 * \text{omsättning}$$

– om omsättningen är mindre än 5 miljoner kronor

$$\text{stöd} = 400\ 000$$

– om omsättningen ligger mellan 5 och 8 miljoner kronor

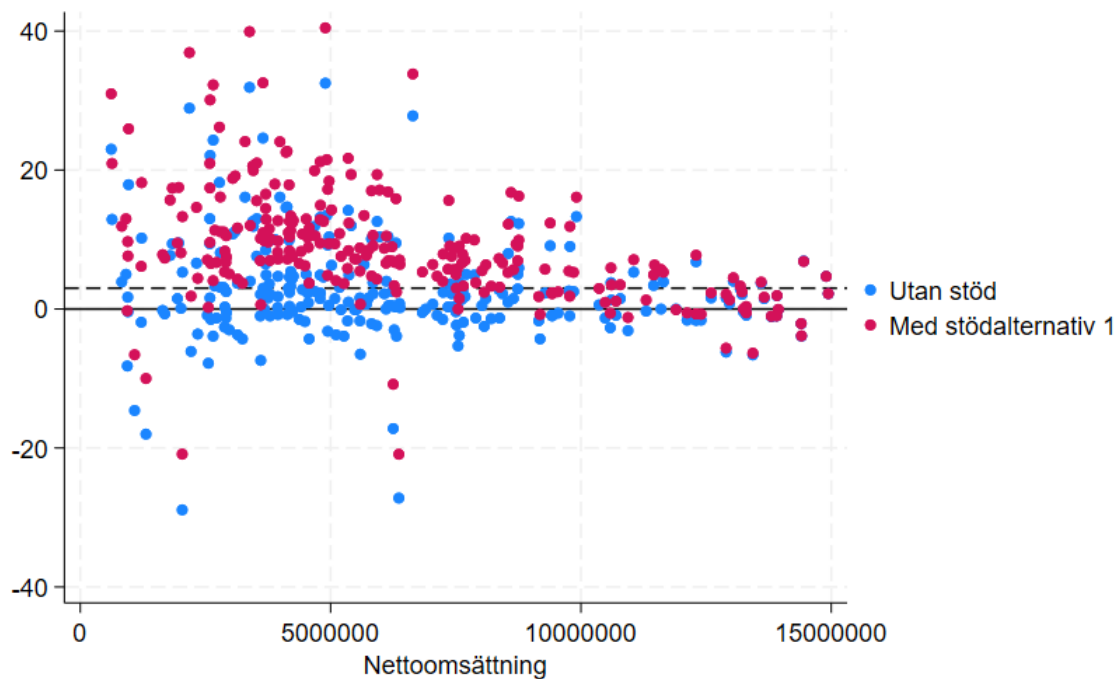
$$\text{stöd} = 933\ 333 - 1/15 * \text{omsättning}$$

– om omsättningen ligger mellan 8 och 14 miljoner kronor

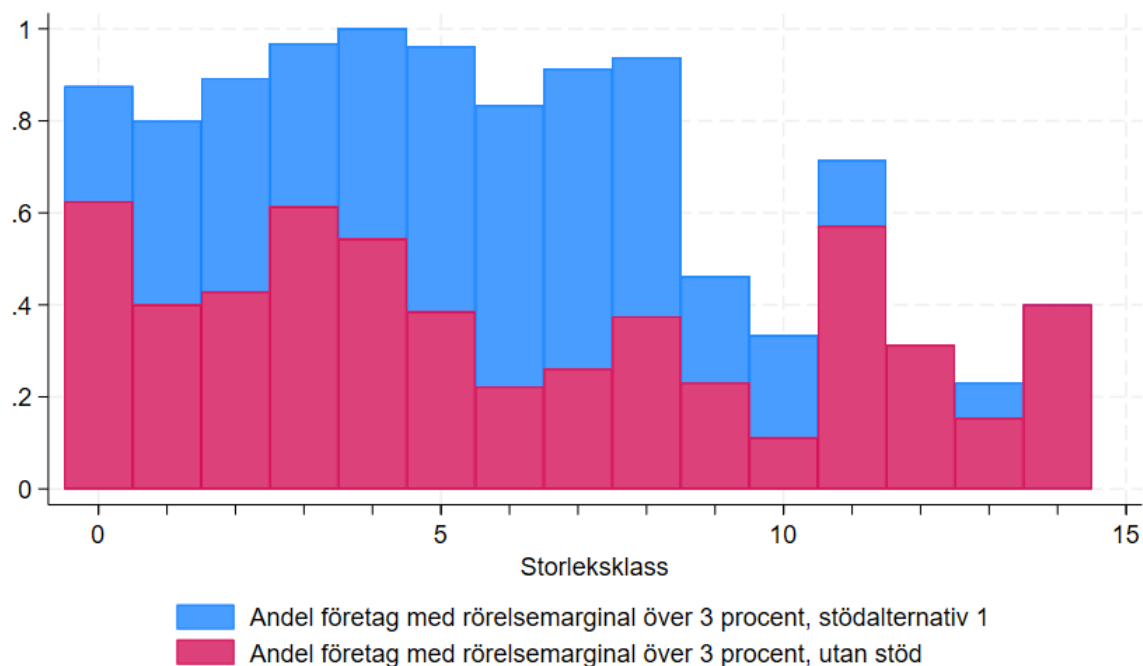
$$\text{stöd} = 0$$

– om omsättningen är mer än 14 miljoner kronor

Effekten av stödalternativet 1 på rörelsemarginalen illustreras i Figur 4 och 5.



Figur 4. Rörelsemarginal utan och med stödalternativ 1



Figur 5. Andel företag med rörelsemarginal utan och med stödalternativ 1

3.4.2. Stödalternativ 2

Enligt stödalternativ 2 får alla butiker som ligger i glesbygd och omsätter mellan 500 000 och 14 miljoner kronor stöd. Stödet ökar från 0 till 350 000 kronor för de mindre butikerna, når en plåtå på 350 000 kronor för butiker som omsätter mellan 4 och 8 miljoner kronor och trappas sedan av för att bli 0 för de butiker som omsätter mer än 14 miljoner kronor.

Stödalternativ 2

$stöd = 0$

– om omsättningen är mindre än 500 000 kronor

$stöd = -50\ 000 + 1/10 * omsättning$

– om omsättningen ligger mellan 500 000 och 4 miljoner kronor

$stöd = 350\ 000$

– om omsättningen ligger mellan 4 och 8 miljoner kronor

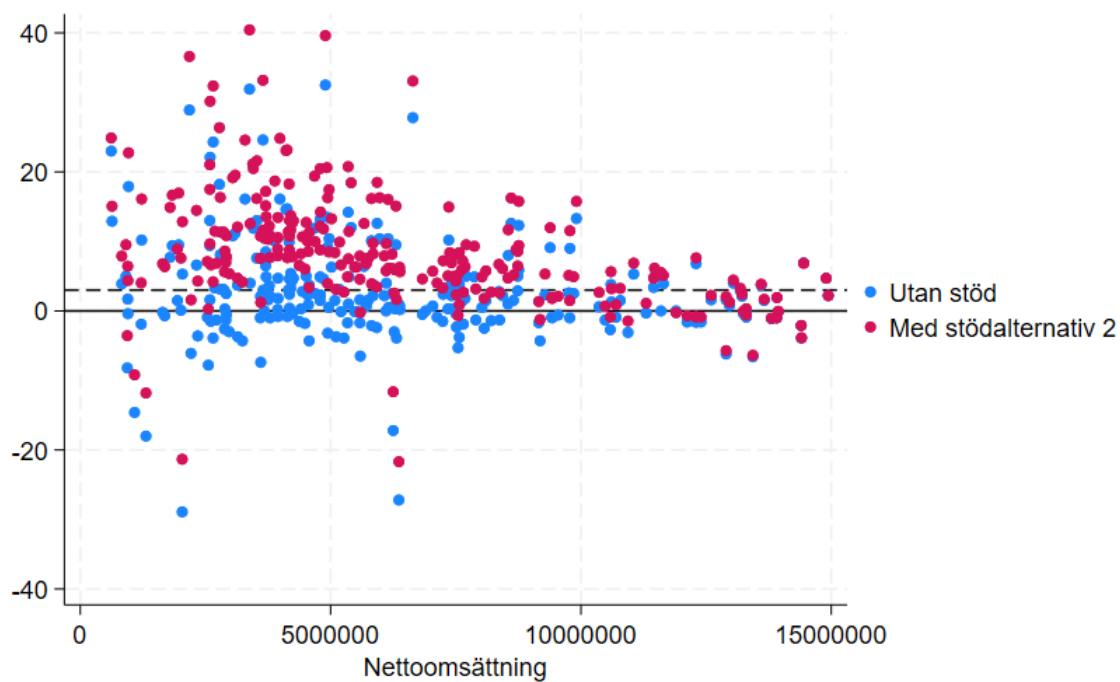
$stöd = 350\ 000 - 7/120 * (omsättning - 8\ 000\ 000)$

– om omsättningen ligger mellan 8 och 14 miljoner kronor

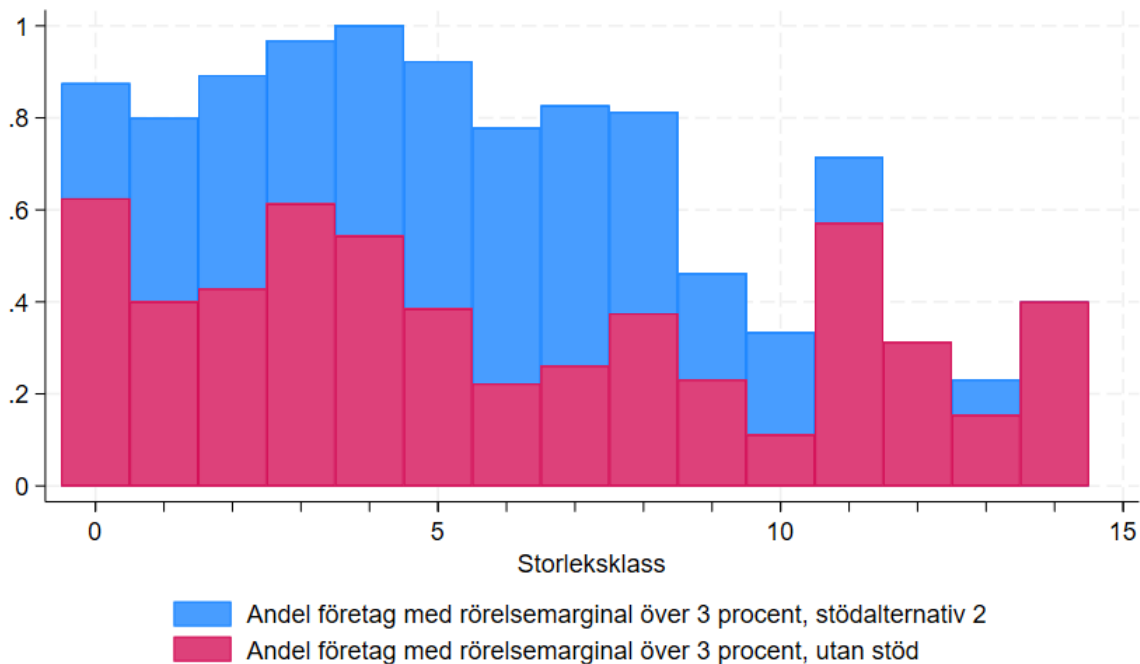
$stöd = 0$

– om omsättningen är mer än 14 miljoner kronor

Effekten av stödalternativet 2 på rörelsemarginalen illustreras i Figur 6 och 7.



Figur 6. Rörelsemarginal utan och med stödalternativ 2



Figur 7. Andel företag med rörelsemarginal utan och med stödalternativ 2

3.4.3. Stödalternativ 3

Enligt stödalternativ 3 får alla butiker som ligger i glesbygd och omsätter mellan 500 000 och 14 miljoner kronor stöd. Stödet ökar från 0 till 350 000 kronor för de mindre butikerna, når en plåtå på 350 000 kronor för butiker som omsätter mellan 5 och 8 miljoner kronor och trappas sedan av för att bli 0 för de butiker som omsätter mer än 14 miljoner kronor.

Stödalternativ 3

stöd = 0

– om omsättningen är mindre än 500 000 kronor

*stöd = $-38\,890 + 7/90 * \text{omsättning}$*

– om omsättningen är mellan 500 000 och 5 miljoner kronor

stöd = 350 000

– om omsättningen ligger mellan 5 och 8 miljoner kronor

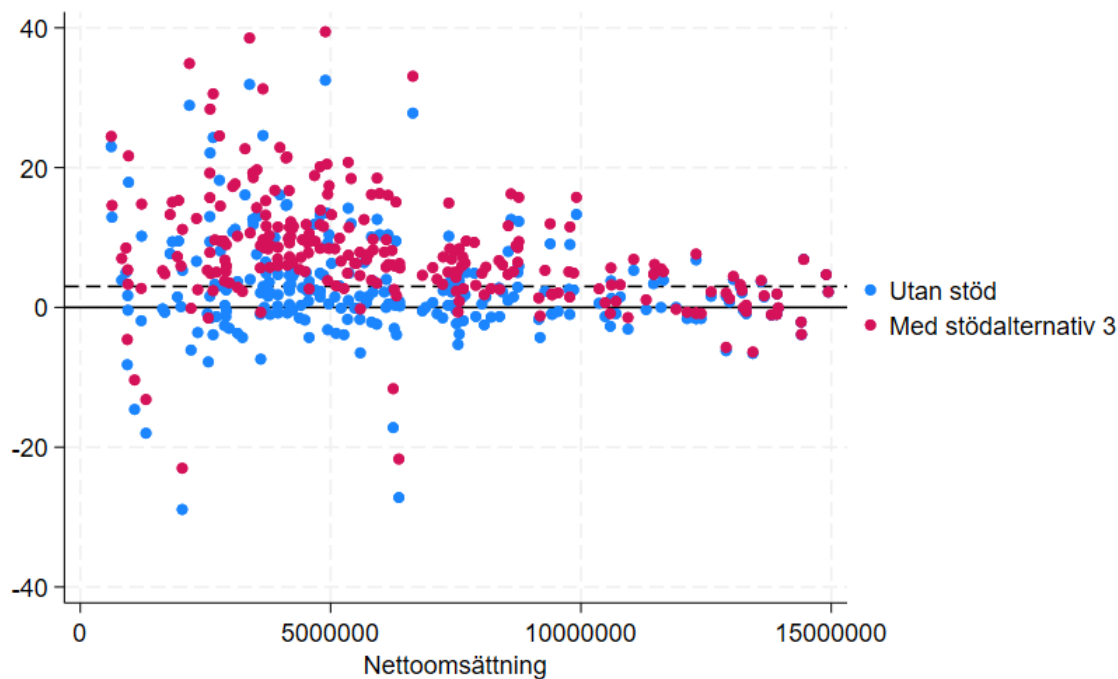
*stöd = $350\,000 - 7/120 * (\text{omsättning} - 8\,000\,000)$*

– om omsättningen ligger mellan 8 och 14 miljoner kronor

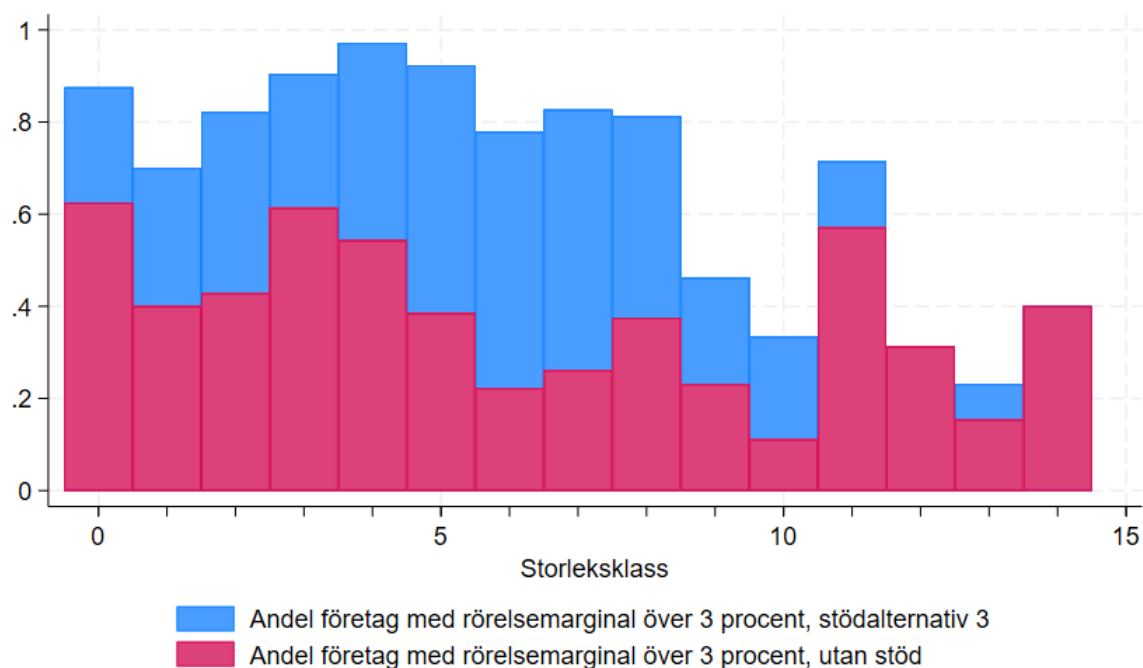
stöd = 0

– om omsättningen är mer än 14 miljoner kronor

Effekten av stödalternativet 3 på rörelsemarginalen illustreras i Figur 8 och 9.



Figur 8. Rörelsemarginal utan och med stödalternativ 3



Figur 9. Andel företag med rörelsemarginal utan och med stödalternativ 3

3.4. Ny beräkningsmodell från Handelns Forskningsinstitut

Enligt stödalternativ 4 får alla butiker som ligger i glesbygd och omsätter mellan 500 000 och 11 miljoner kronor stöd. Stödet ökar från 0 till 350 000 kronor för de mindre butikerna, når en plåtå på 350 000 kronor för butiker som omsätter mellan 4 och 7 miljoner kronor och trappas sedan av för att bli 0 för de butiker som omsätter mer än 11 miljoner kronor.

Stödmodell 4

$stöd = 0$

– om omsättningen är mindre än 500 000 kronor

$stöd = -50\ 000 + 1/10 * omsättning$

– om omsättningen är mellan 500 000 och 4 miljoner kronor

$stöd = 350\ 000$

– om omsättningen ligger mellan 4 och 7 miljoner kronor

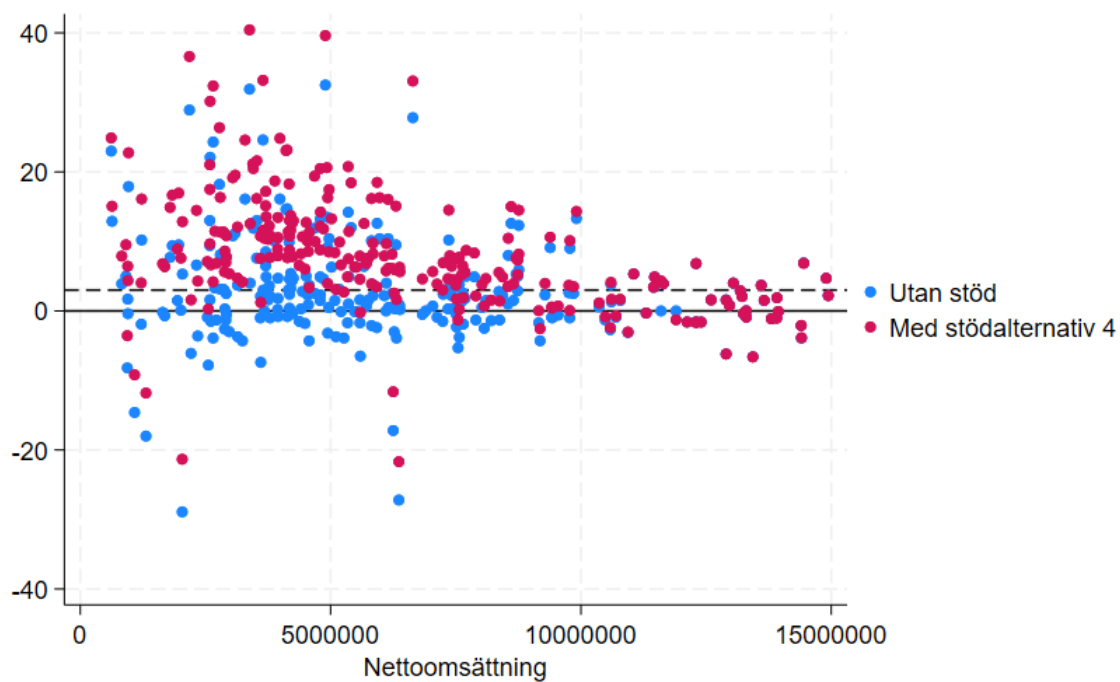
$stöd = 350\ 000 - 0.0875 * (omsättning - 7\ 000\ 000)$

– om omsättningen ligger mellan 7 och 11 miljoner kronor

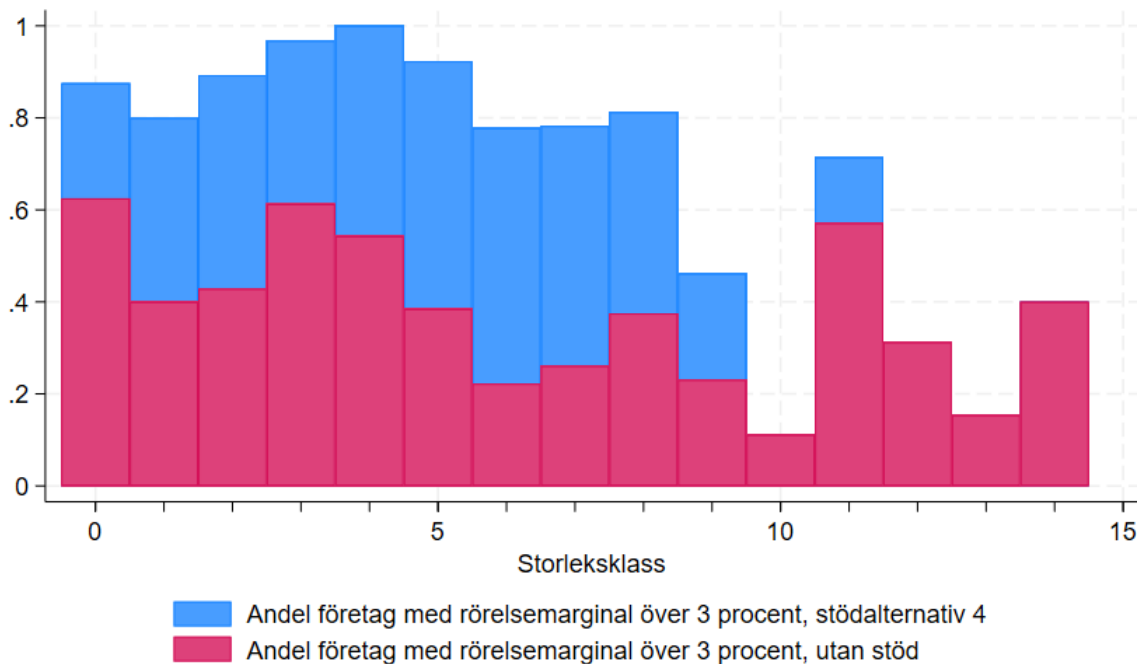
$stöd = 0$

– om omsättningen är mer än 11 miljoner kronor

Effekten av stödalternativet 4 på rörelsemarginalen illustreras i Figur 10 och 11.



Figur 10. Rörelsemarginal utan och med stödalternativ 4



Figur 11. Andel företag med rörelsemarginal utan och med stödalternativ 4

4. Analys av de olika stödmodellerna

I Tabell 3 summeras effekterna av de olika stödmodellerna med avseende på:

- Genomsnittligt stöd per butik under 2022 (kronor).
- Totala kostnader för stöden under 2022 (kronor).
- Antal butiker som lyfts över gränsen under 2022 om målet är 3 procents rörelsemarginal.
- Ökningen av genomsnittlig rörelsemarginal med stöd under 2022 (%).

Utfallen av de olika stödmodellerna jämförs sedan mot den befintliga stödmodellen.

I Tabell 3 kan vi observera att det genomsnittliga stödet per butik ökar enligt de nya stödmodellerna jämfört med den befintliga modellen. Alternativ 1, där man ökar taket till 400 000 kronor, samt minskar hitre gränsen till 0 kronor och ökar bortre gränsen till 14 miljoner kronor, uppgår till 277 175 kronor. De totala kostnaderna för denna stödmodell är 85 miljoner kronor. Enligt Alternativ 1 skulle 103 butiker lyftas över en rörelsemarginal på 3 procent. Rörelsemarginalen för butikerna skulle i genomsnitt öka till följd av stöden med i genomsnitt 2.00 procentenheter.

Med Alternativ 2 ökar man taket till 350 000 kronor, samt bortre gränsen till 14 miljoner kronor. Genom att använda en brantare kurva, ökar modellen också stödbeloppet snabbare för mindre butiker så att de snabbare når taket på 350 000 kronor – vid en omsättning på 4 miljoner kronor jämfört med Alternativ 1 och 3 där taket nås för de butiker som omsätter 5 miljoner kronor. Detta alternativ har nästan samma effekt som alternativ 1 – 97 butiker lyfts över en rörelsemarginal på 3 procent och rörelsemarginalen för butikerna ökar till följd av stödet med i genomsnitt 1.59

procentenheter. Detta med mindre totala kostnader, 79 miljoner kronor, som innebär ett genomsnittligt stöd per butik på 256 268 kronor.

Tabell 3. Effekter av de olika stödmodellerna, alla butiker

	Stöd				
	Befintligt stöd	Alternativ 1	Alternativ 2	Alternativ 3	Alternativ 4
Genomsnittligt stöd per butik (sek), 2022	205 320	277 175	256 268	236 233	263 092
Skillnad gentemot det befintliga stödet	.	+71 854	+50 948	+30 913	+57 772
Totala kostnader (sek), 2022	53 793 860	85 369 736	78 930 432	72 759 816	68 930 120
Skillnad gentemot det befintliga stödet	.	+31 575 876	+25 136 572	+18 965 956	+15 136 260
Butiker som når målet på 3% utan stöd, 2022	102	102	102	102	102
Butiker som når målet på 3% med stöd, 2022	182	205	199	193	195
Butiker som lyfts över 3% gränsen med stöd, 2022	80	103	97	91	93
Skillnad gentemot det befintliga stödet	.	+23	+17	+11	+13
Ökning rörelsemarginalen med stöd (%), 2022	3.91	5.91	5.50	4.87	5.16
Skillnad gentemot det befintliga stödet	.	+2.00	+1.59	+0.99	+1.25

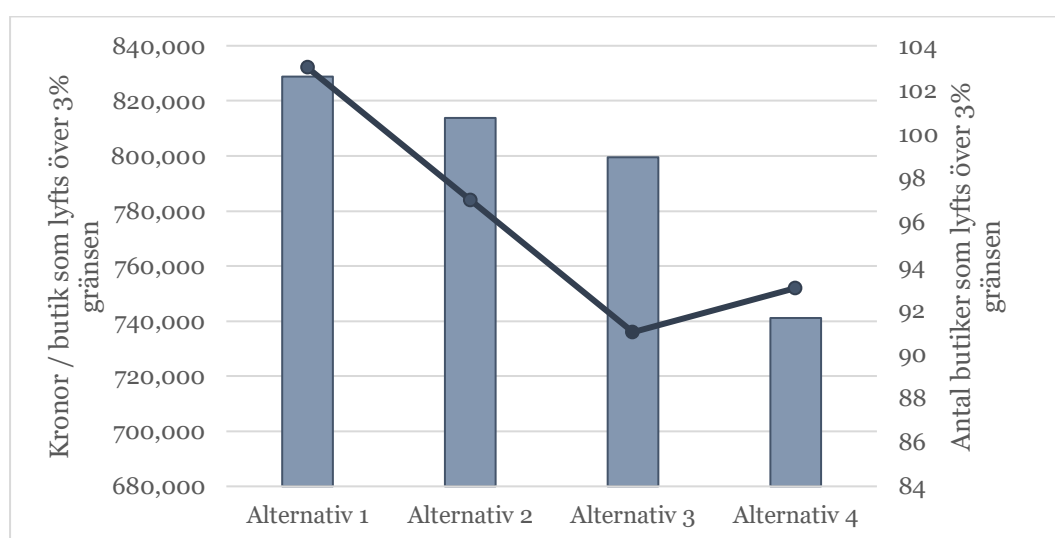
Med Alternativ 3 ökar man taket till 350 000 kronor, samt bortre gränsen till 14 miljoner kronor. Detta alternativ leder till att 91 butiker lyfts över en rörelsemarginal på 3 procent och att rörelsemarginalen för butikerna skulle i genomsnitt öka till följd av stöden med i genomsnitt 0.99 procentenheter. De totala kostnaderna för denna modell uppgår till 73 miljoner kronor, med ett genomsnittligt stöd per butik på 236 233 kronor.

Alternativ 4 är identisk med Alternativ 2 för de mindre företagen. Mindre butiker når taket på 350 000, redan vid en omsättning på 4 miljoner kronor, men taket börjar trappas av redan vid 7 miljoner och når 0 vid en omsättning på 11 miljoner. Detta alternativ leder till att 93 butiker lyfts över en rörelsemarginal på 3 procent och att den genomsnittliga rörelsemarginalen skulle öka med 1.25 procentenheter till följd av stödet. De totala kostnaderna för denna modell uppgår till 69 miljoner kronor, med ett genomsnittligt stöd per butik på 263 092 kronor.

Stödmodell 1 leder således till att flest butiker når det uppsatta rörelsemarginalmålet jämfört med stödmodellerna 2, 3 och 4 (även om skillnaderna är marginella), men resultaten i Tabell 2 visar också att de totala kostnaderna för stödmodell 1 är högre än

för övriga modeller – 85 miljoner kronor jämfört med 79, 73 och 69 miljoner kronor för stödmodell 2, 3 och 4.

I syfte att jämföra effektiviteten hos de olika stödmodellerna relateras i Figur 12 de totala kostnaderna för stödmodellerna till antalet butiker som lyfts över en rörelsemarginal på 3 procent, dvs. de totala kostnaderna per stödmodell divideras med antalet butiker som lyfts över rörelsemarginalen på 3 procent. Den genomsnittliga kostnaden per butik som lyfts över en rörelsemarginal för stödmodell 1 är exempelvis $85\,369\,736 / 103 = 828\,832$ kronor. Resultaten indikerar att den genomsnittliga kostnaden per butik som uppfyller lönsamhetsmålet med stödet varierar mellan 741 184 och 828 832 kronor, där stödmodell 4 har lägst kostnad och stödmodell 1 har högst kostnad (samtidigt som den hjälper flest butiker över 3 procent gränsen). Figuren visar även hur många butiker som lyfts över 3-procentsgränsen genom respektive alternativ (höger axel).

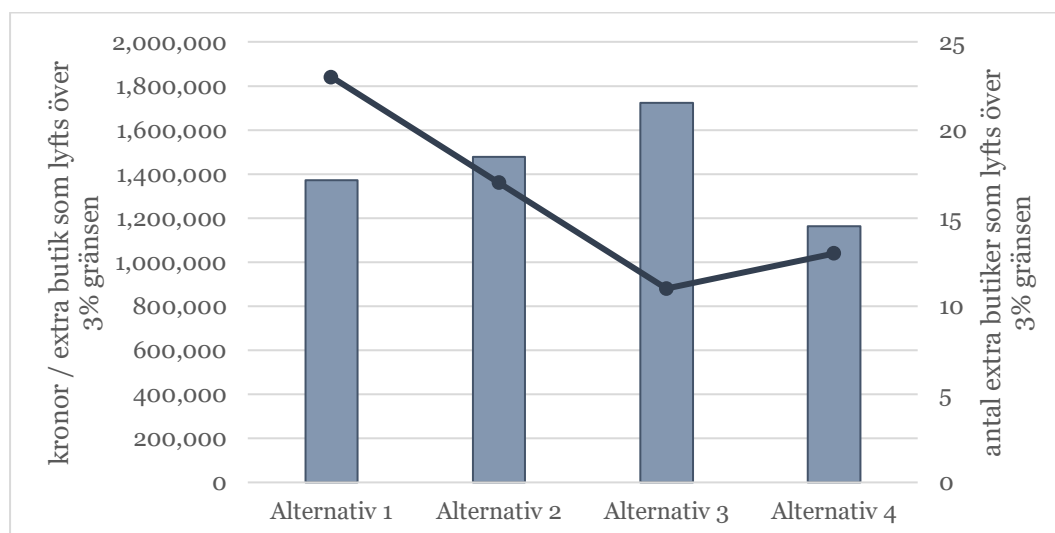


Figur 12. Genomsnittlig kostnad per butik som uppnår rörelsemarginal på 3 procent till följd av stödet, per stödmodell

När vi jämför de nya alternativen med det initiala stödet, noterar vi att de är mer kostsamma för att få fler butiker över ett rörelsemarginalmål på 3 procent. Enligt de presenterade resultaten skulle detta innebära att endast 23, 17, 11 och 13 fler butiker skulle uppnå målet på 3 procent jämfört med det ursprungliga stödet. Samtidigt skulle detta innebära en extra kostnad på 32, 25, 19 och respektive 15 miljoner kronor (för Alternativ 1, 2, 3 och 4). Det som är dock också positivt är att den genomsnittliga rörelsemarginalen ökar med 2.00, 1.59, 0.99 samt 1.25 procent, som betyder att lönsamheten ökat för alla butiker i glesbygden som får stöd, och inte endast för de extra butiker som lyfts över gränsen på 3 procent, jämfört med det ursprungliga stödet.

I Figur 13 jämförs den genomsnittliga extra kostnaden för att lyfta fler butiker än det ursprungliga stödet över en rörelsemarginal på 3 procent, det vill säga vi dividerar skillnaden i kostnad gentemot den ursprungliga stödmodellen med skillnaden i antalet

butiker som uppnår en rörelsemarginal på 3 procent. Vi observerar, återigen, att stödmodell 1 lyfter flest extra butiker över lönsamhetsgränsen, jämfört med det befintliga stödet, men den innebär också de högsta kostnaderna. Den extra kostnaden per butik som lyfts över gränsen är 1.37, respektive 1.47, 1.72 och 1.16 miljoner kronor för de fyra nya alternativen – 1, 2, 3 och 4. Kostnaden för att lyfta ett antal fler butiker över en rörelsemarginal på 3 procent per butikstillfälle anses således mycket höga. Vi observerar att av alla nya alternativen är Alternativ 4 billigast både i termer av genomsnittlig och marginalkostnad (markerat med fetstil i Tabell 4).



Figur 13. Genomsnittligt stöd per extra butik som når rörelsemarginal på 3 procent jämfört med utfall för det ursprungliga stödet, per stödmodell

Tabell 4. Kostnaden per butik som lyfts över en rörelsemarginal på 3 procent, samt kostnaden extra i förhållande till den ursprungliga stödmodellen för att lyfta fler butiker över en rörelsemarginal på 3 procent, per stödmodell

Stödmodell	Genomsnittlig kostnad (sek) ^a	Marginalkostnad (sek) ^b
Befintligt stöd	672 423	.
Alternativ 1	828 832	1 372 864
Alternativ 2	813 715	1 478 621
Alternativ 3	799 558	1 724 177
Alternativ 4	741 184	1 164 327

^a genomsnittlig kostnad = totala kostnader / antal butiker som lyfts över 3% med stöd (se Tabell 2).

^b marginalkostnad = skillnaden gentemot den befintliga modellen i totala kostnader / skillnaden gentemot den befintliga modellen i antal butiker som lyfts över 3% med stöd (se Tabell 2).

Vi är också intresserade om vilka butiker får mest nytta av de nya förslagen på beräkningsmodell. För att besvara den här frågan delar vi upp alla butiker i 5 omsättningsklasser: 0 – 3, 3 – 6, 6 – 9, 9 – 12 och 12 – 15 miljoner kronor. Vi beräknar sedan hur många butiker i varje klass lyfts över 3 procent gränsen i rörelsemarginal (Tabell 5). Vi observerar att de minsta butikerna, i omsättningsklass 0 – 3 och 3 – 6 miljoner kronor, får mest nytta av Alternativ 1, 2 och 4. Större butiker, i omsättningsklass 6 – 9 och 9 – 12 miljoner kronor, får mest nytta av Alternativ 1. Få

butiker i sista klass, 9 – 12 miljoner, får nytta av stödet; detta kan bero på att för större butiker är stödet för litet relativt deras omsättning för att skapa positiva förändringar i deras rörelsemarginaler.

Tabell 5. Effekter av de olika stödmodellerna per butiksklass

Omsättningsklass	Antal företag som får över 3 procent i rörelsemarginal				
	Befintligt stöd	Alternativ 1	Alternativ 2	Alternativ 3	Alternativ 4
0 - 3 miljoner	13	19	19	16	19
3 - 6 miljoner	35	42	41	38	41
6 - 9 miljoner	28	35	30	30	29
9 - 12 miljoner	4	6	6	6	4
12 - 15 miljoner	0	1	1	1	0
Totalt	80	103	97	91	93

5. Sammanfattning och diskussion

Den empiriska analysen i denna rapport har till största del baserats på statistik från Tillväxtverket som inkluderar 313 olika butiker som är eller eventuellt kan bli berättigade till *Särskilt driftstöd till dagligvarubutiker i sårbara och utsatta lägen*. För vissa butiker saknas information angående exempelvis rörelseresultat och rörelsemarginal. Detta gör att vi inte alltid kan inkludera samtliga 313 butiker i analysen.

Stödet baseras också på butikernas omsättning av dagligvaror. Denna information har inte varit tillgänglig för oss i de flesta fallen, därför har butikernas totala nettoomsättning använts uteslutande i denna rapport. För butiker med en omsättning mellan 500 000 och 5 miljoner, samt de mellan 7 miljoner och 11 miljoner kan omsättning från dagligvaror beräknas baklänges då vi vet hur stort stöd butikerna var berättigade till 2023. Bland dessa butiker stod omsättning av dagligvaror för cirka 90 procent av den totala nettoomsättningen. Huruvida samma andel gäller för övriga företag kan vi inte bedöma. Allt detta för med sig att vi sannolikt har överskattat storleken på butikerna. Det stödbelopp som de är berättigade till skulle alltså vara något lägre om man baserade beräkningarna på endast den omsättning som härrör från försäljning av dagligvaror.

All analys i denna rapport är grundad i butiksstatistik från 2022, ett år som kan vara påverkat av den turbulens som följde när viruset Sars-cov-2-viruset svepte över världen. Detta påverkade troligen butikernas lönsamhet med följden att resultaten i denna rapport möjligen blir mindre generaliserbara till mindre turbulenta tidsperioder. För att kontrollera detta skulle fler år behöva inkluderas i analysen.

Vi har i denna studie inte heller tagit hänsyn till de synnerligen stora kostnadsökningar som dagligvaruhandeln har genomgått sedan 2022. Höga kostnadsökningar kan ha

inflaterat butikernas omsättning så att en butik blivit av med stöd till följd av inflationen, och inte till följd av någon reell utökning av verksamheten. Exempelvis har KPI för livsmedel och alkoholfria drycker ökat med 24.13% från början av 2022 till början av 2024. Om en butik med 7 miljoner i omsättning skulle uppleva att dess omsättning ökade lika mycket, så skulle butiken ha växt till en omsättning på 8.7 miljoner med följden att stödet skulle gå från 300 000 kronor till 173 311 kronor. Som andel av omsättningen är detta innebära en minskning av stödet från 4.2 procent till 2.0 procent. Detta kan vara ett argument för att höja de övre omsättningsgränserna för driftstödet. För att undvika liknande problem i framtiden skulle man dessutom kunna tänka sig en stödmodell som är indexerad till ett basbelopp istället för att vara baserad på nominella omsättningsgränser.

Till syvende och sist blir är det ett politiskt avgörande huruvida man vill fokusera stödet gentemot de mindre butikerna eller om stödet ska vara mer betydande för även större butiker, och vilket pris man i så fall är beredd att betala för detta.

När resultaten från våra olika analyser kombineras, tycks Alternativ 4 vara att föredra jämfört med de andra modellerna. Detta argument är baserat på att:

- Modellen lyfter upp 93 butiker över 3 procent gränsen i rörelsemarginal, som betyder att skillnaden är marginell jämfört med det mest omfattande alternativet (Alternativ 1) som lyfter upp 103 butiker.
- De totala kostnaderna är betydligt mindre, 69 miljoner kronor, jämfört med 85 miljoner kronor för Alternativ 1.
- Båda den genomsnittliga kostnaden per butik och marginalkostnaden är lägst för Alternativ 4, av alla 4 alternativ.
- Modellen kräver en omsättning på över 500 000 för att få stöd, som bidrar till att minska risken för oseriösa etableringar (Mihaescu m.fl. 2015).
- Modellen innebär en brantare ökning av stödbeloppet, som skapar starkare incitament för butiken att utöka sin verksamhet.
- Ingen annan modell lyfter fler av de minsta butikerna (0 – 3 mnkr i omsättning) över lönsamhetsgränsen. Endast en modell (Alternativ 1) lyfter fler butiker i storleksklass 3 – 6 miljoner över lönsamhetsgränsen.

Modellen gynnar inte de större butikerna särskilt mycket. Egentligen gör ingen av de alternativ som analyseras här det, vilket är en indikation på att om syftet är att stödja större butiker (som omsätter mellan 12 och 15 miljoner kronor) så behövs en betydligt mer omfattande stödmodell introduceras. Att stödja dessa butiker utifrån befintliga förslag på stöd skulle kräva betydligt högre kostnader.

I frågan om vilka butiker, utifrån omsättningsklasser, har mest behov av förändrad beräkningsmodell blir det klart att butiker i alla omsättningsklasser har stort behov av stödet; om man tittar på antalet butiker som inte når en rörelsemarginal på 3 procent utan stöd verkar de mindre butikerna vara flera, men dessa utgör också till en mindre procent av alla butiker i sin klass i relativa termer (Tabell 2). Genom det befintliga stödet har ett flertal butiker lyfts över gränsen, framför allt butiker med 3 – 9 miljoner i omsättning. De som inte påverkats lika mycket är de minsta och de största butikerna.

I frågan om hur de tre olika alternativ till nya beräkningsmodeller, som Tillväxtverket tagit fram, påverkar rörelsemarginalerna för butiker som ligger i glesbygd kan vi observera att alla modeller bidrar till en ökning i rörelsemarginalerna. Stödmodell 1 (där man ökar taket till 400 000 kronor, samt minskar hitre gränsen till 0 kronor och ökar bortre gränsen till 14 miljoner kronor) lyfter flest butiker över den 3 procent gränsen, men är också mest kostsam i termer av totala kostnader samt genomsnittlig kostnad per butik som lyfts över gränsen. Stödmodell 2 (där taket höjs till 350 000 kronor samt breddas så att det börjar vid 4 och slutar vid 8 miljoner kronor, och den bortre gränsen höjs till 14 miljoner kronor) är näst dyrast i termer av genomsnittlig och marginalkostnad, samt totala kostnader. Alternativ 3 (där taket höjs till 350 000 kronor, och bortre gränsen höjs till 14 miljoner kronor) är billigast (av dessa tre modeller) i termer av genomsnittliga och totala kostnader, men dyrast i termer av marginalkostnader, och mindre effektiv då den lyfter minsta antalet butiker över 3 procent gränsen.

I frågan om att lämna förslag på ytterligare förändringar av beräkningsmodell utöver de tre förslag som Tillväxtverket tagit fram, föreslår vi Alternativ 4 (där man ökar taket till 350 000 kronor samt sänker hitre gränsen till 4 miljoner kronor). Alternativ 4 ger bra resultat med rimliga kostnader och gynnar de minsta butikerna mest, samtidigt som den skapar större incitament för de minsta butikerna att öka sin verksamhet. Vi föredrar också denna modell då det finns en alternativkostnad för stödet, som betalas ut med skattepengar. Därför rekommenderar vi den minst kostsamma stödmodellen, framförallt då det i nuläget saknas empiriska studier som har undersökts stödets effekt på butikernas överlevnad.

Referenser

- Ålands Statistik och Utredningsbyrå (ÅSUB). 2000. *Stöd till glesbygdshandeln – men hur?* Rapport 2000:9. Available at: http://www.asub.ax/files/rapport_2000_09_23.pdf.
- Amcoff, J., Möller, P., och Westholm, E. 2011. The (un)importance of the closure of village shops to rural migration patterns. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research* 21(2): 129-143.
- Baumol, W.J. (1990). Entrepreneurship: Productive, unproductive and destructive. *Journal of Political Economy* 98: 893–921.
- Bornhäll, A., Daunfeldt, S. O., & Rudholm, N. (2015). Sleeping gazelles: The unseen job creators?. In *Entrepreneurial Growth: Individual, Firm, and Region* (Vol. 17, pp. 161-185). Emerald Group Publishing Limited.
- Brännback, M., Carsrud, A., och Kiviluoto, N. 2014. *Understanding the myth of high-growth firms: The theory of the greater fool*. Springer: London.
- Christaller, W. 1933. *Central places in Southern Germany*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- Clarke, I., och Banga, S. 2010. The economic and social role of small stores: a review of UK evidence. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research* 20(2): 187-215.
- Daunfeldt, S-O., Gustavsson Tingvall, P., och Halvarsson, D. 2014. *Företagsstöd till innovativa små och medelstora företag: En kontrafaktisk effektutvärdering*. Rapport 2014:16, Myndigheten för tillväxtpolitiska utvärderingar och analyser: Östersund.
- Dawson, J. 2006. "Retail trends in Europe". I Krafft, M., och Mantrala, M.K. (Red.), *Retailing in the 21th Century*, Springer, pp. 63-81.
- Engström, C., och Håkansson, J. (2012). *The role of events in the survival of rural retail*. HUI Working Paper no. 61.
- Fritsch, M., and Mueller, P. 2004. Effects of new business formation on regional development over time. *Regional Studies* 38(8): 961-975.
- Mihaescu, O., Daunfeldt, S.-O., och Bergman, M. 2015. Stöd till service i glesbygd. I Bohman Håkansson, C., Selahn, M., och Hedlund, L., *Service i Glesbygd*. Rapport N2015:35, Statens Offentliga Utredningar, Utredningen Seevice i Glesbygden, Sotckholm.

Morland, K., Wing, S., Roux, A. D., och Poole, C. 2002. Neighborhood characteristics associated with the location of food stores and food service places. *American Journal of Preventive Medicine* 22(1): 23-29.

Nilsson, H. 2022. Population change and the changes in food store access. *Regional Studies* 57(5): 946-960.

Reilly, W.J. 1931. *The Law of Retail Gravitation*. New York: W.J. Reilly.

Rex, D., och Blair, A. (2003). Unjust des(s)erts: food retailing and neighbourhood health in Sandwell. *International Journal of Retail & Distribution Management* 31(9): 459-465.

SOU (Statens Offentliga Utredningar). 2015. *Service i glesbygd (2015:35)*. Stockholm: Elanders Sverige AB.

Wrigley, N., Warm, D. & Margetts, B. 2003. Deprivation, diet, and food-retail access: Findings from the Leeds 'food deserts' study. *Environment and Planning A* 35(1): 151-188.