



UPPSALA  
UNIVERSITET

Working Papers in Geography 2015:1

# Detaljhandelns förändrade geografi

---

*Jan Amcoff, Marcus Mohall, Anders Waxell &  
John Östh*

Department of Social and Economic Geography

## Innehåll

<b>Sammanfattande diskussion</b>	<b>4</b>
<b>Studiens upplägg och förutsättningar</b>	<b>6</b>
Inledning	6
Handelns generella utveckling, datamaterial, geografi och avgränsningar	7
Att avgränsa handel i geografien	8
Att bygga en geografi för analys	11
Metodbatteri	13
<b>Regionala mönster och döende handelsorter</b>	<b>14</b>
Regional omfördelning av detaljhandeln	14
Förutsättningar för handel i mindre orter	17
Mindre handelsorters undergångsprocess	20
Slutsatser	22
<b>Omlokalisering av detaljhandel i svenska tätorter</b>	<b>24</b>
Detaljhandel på nya platser	24
Samhällets reaktioner på extern handel	25
Hur påverkas de etablerade handelsplatserna av de nya?	26
Omlokalisering av handel i korta drag	26
Omlokalisering av befolkning	27
Detaljhandel utan agglomerationer?	27
Omlokalisering av butiker inom städer	28
Handelns lokalisering i tätorter år 2008	31
Slutsatser	33
<b>Butikssammansättningens geografi</b>	<b>35</b>
Småskalighet och specialisering – stadskärnans nisch?	35
Butikernas individuella grannskap – blandad eller ensidig handel	38
Branschblandning inom detaljhandeln mätt som entropi	40
Geografiska variationer i detaljhandelns täthet och branschbredd	44
Vilken slags handel försiggår var? Och hur förändras det?	47
Slutsatser	50
<b>Butikstillgänglighet i Sverige</b>	<b>51</b>
Befolkningens avstånd till närmsta butik	51
Livsmedelsförsörjningen – en förutsättning för befolkningens hälsa?	54
Begreppet ”matöken” – innebörd och operationaliseringar	55
Tillgång till livsmedelsbutik år 2008	57
Förändringar i tillgänglighet till livsmedelsbutik	59
Vilka har fått längre väg till livsmedelsbutiken?	61

Slutsatser	62
<b>Referenser</b>	<b>64</b>
<b>Appendix: klassificering av handel utifrån SNI2002</b>	<b>72</b>

# Sammanfattande diskussion

Svensken i gemen har fått längre avstånd till flertalet typer av handel, trots att befolkningen uppvisar tendenser till geografisk koncentration och trots att antalet butiker har blivit fler. Det beror på att handeln samtidigt har omlokaliseras. Mest iögonfallande är nog utbyggnaden av köpcentra i externa lägen. Den innebär visserligen att tätorternas stadskärnor och traditionella centrum kompletteras med fler butikskoncentrationer och innebär knappast i sig själv att avstånden har blivit längre, men den sammanfaller med andra förändringar i detaljhandelns lokaliseringmönster.

Trots tillkomsten av externa köpcentrum är, den sedan länge etablerade, handeln i stadskärnorna vid god vigör. Dess inriktning har visserligen förändrats genom att små specialiserade butiker inom vissa branscher har flyttat fram sina positioner samtidigt som annan handel har försvunnit, men som regel erbjuder stadskärnorna både fler butiker och en större branschbredd än alternativerna i tätortens utkanter.

En viktig förklaring till de ökade avstånden hittar man istället om man sätter fokus på den mer subtila förändring som har inneburit att många butiker, som för några decennier sedan fanns spridda här och där i de tätbefolkade bostadskvarter som omger centrum, har försvunnit. Den omflyttning av butiker som har gagnat externa lokaliseringar drabbar alltså främst spridda adresser utanför stadskärnan. Det glesa lokaliseringmönster som dessa butiker hade innebär att förändringen för en vanlig flanör kan framstå som om en enstaka butik stänger eller flyttar, men våra data avslöjar ett systematiskt mönster.

En annan förändring, som i varje enskilt fall också kan framstå som ett undantag, är en nyetablering av små specialiserade butiker i spridda lägen på landsbygden. Den står i skarp kontrast mot den regionala huvudtendensen för detaljhandelns omlokalisering som innebär att butiker omfördelas från mindre orter till de största. Denna geografiska koncentration dränerar butiksutbudet på många mindre orter med följd att många av dem mister sin funktion som handelsplatser.

Ibland antas butikernas nya lokaliseringar i tätorternas utkanter förorsaka kräftgången på andra platser. Logiskt sett skulle det emellertid lika gärna kunna vara tvärtom, men som framgått finns också fler framgångsrika lokaliseringar. Bilden är med andra ord mer komplicerad. Att olika typer av förändringar sammanfaller i tid behöver heller inte nödvändigtvis innebära att det alls finns orsakssamband och våra analyser reser frågetecken för en sådan tolkning.

Omfördelningen av handel från Sveriges små orter till större platser noterades exempelvis redan under mellankrigstiden, många decennier innan några externa köpcentrum etablerades. Etablering av externa köpcentrum i närheten av en mindre ort ger heller inget utslag när vi undersöker vilka faktorer som bidrar till att en del mindre orter har mist sin handelsfunktion (låt vara att underlaget är litet). Däremot har det betydelse om det finns genomfartstrafik, om avståndet till en större ort är långt och hur stort ortens befolkningsunderlag är.

Man kan också notera att utglesningen av de butiker som har legat centrumnära, men utanför den rumsliga koncentration av handel som finns i stadskärnan, äger rum i både tätorter med och utan externa köpcentrum. Detsamma gäller utflyttningen av sällanköpshandel till ytterområdena. (I det senare fallet uppstår enstaka butiker istället för hela köpcentrum.) Den internationella litteraturen på området ger också en bild av att externhandelns expansion försiggår både i länder med restriktiv och liberal planeringslagstiftning.

Externhandeln förefaller med andra ord att vara svårtämjd och dess segertåg mer allmängiltigt, än man skulle kunna vänta sig utifrån den enkla tolkningen. Styrkan i förändringarna illustreras också av den motspänstighet som kännetecknar döende handelsorter. Tillbakagåendet sker ingalunda lättvindigt, utan kantas av ett stor ombyte av butiker enligt mönstret ”en öppnar, men två slår igen” och av korta överlevnadstider för de nyöppnade.

Sammanfattningsvis ger detta skäl att tolka de tendenser till omlokalisering av detaljhandel som symptom på mer grundläggande förändringar av förutsättningarna för befolkningens varuförsörjning, snarare än som orsaker i sig. På en regional nivå har Sveriges befolkning koncentrerats geografiskt alltsedan 1930-talet. Mot den bakgrunden framstår detaljhandelns regionala koncentration som logisk. Handelns behov av större

kunderlag och den ökade rörligheten som framför allt den framväxande bilismen har möjliggjort slår dubbelt mot butiker som primärt har servat sitt grannskap (måhända i kvartersstaden utanför stadskärnan). Det gagnar priskonkurrerande butiker inriktade på bilburna kunder (kanske oftast externa etableringar), men öppnar också möjligheter för nischade butiker (t ex på landsbygden). Stadskärnan befinner sig härvidlag i ett slags mellanläge.

De mest diskuterade följderna av bristfällig tillgänglighet till butiker rör livsmedelshandeln. En stor litteratur har uppstått kring hypotesen att avståndet till en matvarubutik skulle kunna förklara geografiskt varierande förekomst av fetma och välfärdssjukdomar. Emellertid visar föreliggande studie att utsatta grupper har *närmare* till en livsmedelsbutik än befolkningen i gemen och att biltillgången är större i bostadsområdestyper med sämre tillgänglighet till livsmedelshandel. Tillgänglighetens förändring över tid visar dels att utvecklingen inte är entydig och dels att utsatta grupper inte heller därvidlag kommer särskilt dåligt ut.

För den som vill påverka handelns lokalisering utveckling innebär dessvärre slutsatserna att verkligheten förefaller mer bångstyrig än de skulle kunna ha hoppats. Studien antyder att en framgångsrik styrning snarast skulle behöva riktas mot faktorer som medborgarnas rörlighet och/eller handelns konkurrenssituation/butikernas behov av allt större kunderlag. Om det är önskvärt och vilket alternativt lokaliseringsmönster som skulle eftersträvas är naturligtvis politiska frågor, men det är lärorikt att – liksom Borsdorf och Schöffthaler (2000) – systematiskt försöka visa hur ett alternativt lokaliseringsmönster för en stad eller regions detaljhandel (t ex utan externa lokaliseringar) alls skulle kunna se ut och vad det skulle innebära för t ex trafikarbetet, givet handelns omfattning och andra restriktioner som man kanske inte vill kompromissa med (t ex prisnivån).

# Studiens upplägg och förutsättningar

## Inledning

Trots att e-handeln växer sköter människor som regel sin varuförsörjning genom att besöka butiker. (Enligt PostNord m fl 2015 svarade e-handeln för 6,4 procent av detaljhandelns totala omsättning år 2014, samtidigt som dess transportlösningar ofta dessutom förutsätter att kunden hämtar ut de beställda varorna i en fysisk butik).

Med utgångspunkt i detaljhandelns betydelse för människors varuförsörjning, så får butikernas lokaliseringsmönster stor vikt. Åtminstone så långt tillbaka i tiden som någon har intresserat sig för handelns lokalisering har den varit ojämnt fördelad i geografin och tenderat att samlas på vissa platser i en region – framför allt i städer – liksom på vissa platser inom städerna. Under decennierna kring 1900-talets mitt inföll glansdagarna för de teorier som gjorde anspråk på att förklara handelns lokaliseringsmönster. Redan då kämpade dock teoretikerna med en bångstyrig verklighet som innebar att detaljhandeln tenderade att flytta sig, ett ständigt omlokalisering som heller inte har upphört under det dryga halvsekel som nu har förflutit sedan den konferens som ibland (t ex Dale och Sjøholt 2007) pekas ut som lokaliseringssparadigmets höjdpunkt, den 20e 'International Geographical Congress' år 1960.

Mot denna bakgrund är det just handelns geografi som står i fokus här. Studien syftar för det första till att kartlägga hur omflyttningarna inom detaljhandeln förändrar dess lokaliseringsmönster. Det är uppenbart att regional koncentration och externhandelns tillväxt är ett huvudinslag i denna utveckling, men med ett detaljerat datamaterial kan bilden av denna tillväxt nyanseras. Vi kan blottlägga skillnader mellan orter av varierande storlek och identifiera ytterligare samtidiga förändringstendenser.

För det andra avser vi att belysa hur samlokaliseringen inom delar av detaljhandeln utvecklas. Teoretiskt förknippas samlokalisering med en rad fördelar för såväl handlare som konsumenter. Studien uppmärksammar både hur samlokaliseringen ser ut, d v s var butiksutbudet tenderar att vara ensidigt respektive blandat, och hur det förändras över tid.

Ett tredje syfte rör de orter som helt förlorar sin funktion som handelscentrum, med direkt följd att deras invånares avstånd till handeln ökar och indirekta följder att den lokala arbetsmarknaden och affärsverksamheten minskar, samtidigt som orten ger sina besökare ett intryck av tillbakagående. Studien avser undersöka vilka faktorer som är av betydelse för huruvida en ort slår in på en sådan väg samtidigt som andra, till synes jämförbara, platser blomstrar.

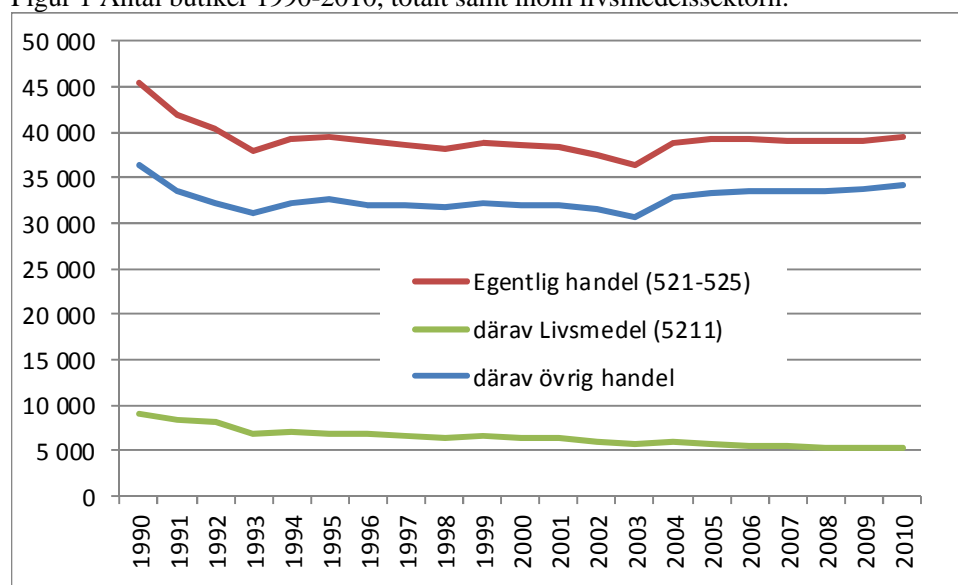
För det fjärde syftar studien till att undersöka befolkningens tillgång till detaljhandel och hur den förändras som en följd av omlokaliseringen av butiker (och kunder). I litteraturen finns oro för att i synnerhet samhällets svaga grupper mister sina livsmedelsbutiker med både en besvärligare vardag och välfärdssjukdomar (p g a dålig kosthållning) som följd. Därför har vi särskilt kartlagt olika befolkningsgruppers avstånd till närmsta livsmedelsbutik.

Framställningen inleds med en redovisning av det material som har legat till grund för studierna samt hur det har förberetts med studiens syften i åtanke. Det utgör återstoden av första kapitlet. Därefter redovisas resultaten syfte för syfte.

## Handelns generella utveckling, datamaterial, geografi och avgränsningar

Rapportens huvudfokus är detaljhandelns omlokalisering och den förändrade tillgång till varuförsörjning som kan antas följa för befolkningen. Därmed också sagt att vi bara intresserar oss för den fast lokaliserade handeln. Mot denna bakgrund har detaljhandeln operationaliserats som de verksamheter som ryms inom SNI<sup>1</sup> 52, utom SNI 526 (som omfattar postorderhandel, ambulerande handel och varuautomater) och SNI 527 (som omfattar reparation av hushålls- och personliga artiklar). Som en bakgrund finns skäl att redovisa hur handelns huvudsakliga utveckling ter sig ut i vårt datamaterial. På SNI-kategoriseringens femsiffernivå finns möjligheter att dela upp handeln i 53 delbranscher. Utvecklingen av antal arbetsställen (d v s butiker) inom hela handeln samt inom den vanligaste butikstypen (livsmedelsbutiken) framgår av Figur 1.

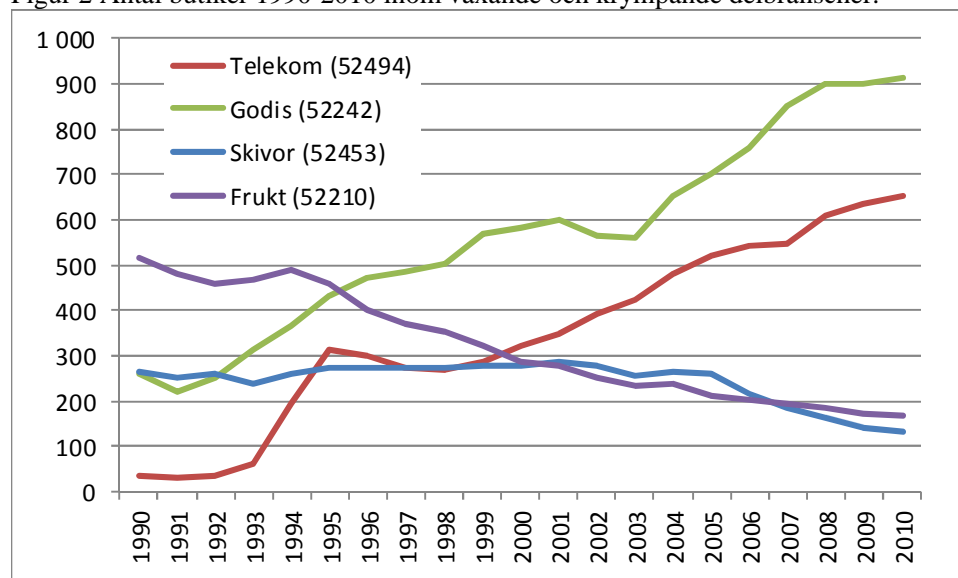
Figur 1 Antal butiker 1990-2010, totalt samt inom livsmedelssektorn.



Som Figur 1 visar minskade antalet butiker snabbt under krisåren i början av 1990-talet, för att sedan stabiliseras strax under 40 000. Butiksdöden inom livsmedelshandeln fortsätter emellertid under hela perioden (om än i långsammare takt fr o m mitten av 1990-talet) vilket innebär att antalet butiker inom övrig handel faktiskt har ökat mellan 1990-talets mitt och år 2010. Skillnaderna mellan olika delbranscher är dock stora. Vissa typer av butiker har nästan försvunnit helt. Figur 2 illustrerar hur antalet butiker har utvecklats i några av de delbranscher som har expanderat respektive kontrakterat snabbast mellan åren 1990 och 2010, mätt som antal butiker. Medan exempelvis antalet mobiltelefon- och godisaffärer har ökat väldigt snabbt har antalet frukt- och skivhandlare närmast imploderat.

<sup>1</sup> SNI=Svensk näringsgrensindelning. Här används versionen SNI2002, se vidare SCB 2003. Ju fler siffror som finns i SNI-koden, desto mer detaljerat anges branschen. 52 indikerar t ex detaljhandel, 524 specialiserad detaljhandel med nya varor, 5244 butikshandel med möbler och inredning och 52442 butikshandel med inredningstextilier.

Figur 2 Antal butiker 1990-2010 inom växande och krympande delbranscher.



Samtidigt med denna utveckling har butikerna blivit större i termer av antalet sysselsatta. Sammantaget minskade antalet sysselsatta i handeln under 1990-talets första del, men har sedan hämtat sig och ligger år 2010 högre än 20 år tidigare; över 290 000. Sysselsättningsutvecklingen varierar mellan delbranscherna och står som regel i paritet till det förändrade antalet butiker. De största förändringarna rör livsmedels- (SNI 5211) och varuhushandeln (SNI 52121) som tappade 20 000 respektive 18 000 anställda och klädbranschen som sysselsatte 30 000 fler 2010 än 1990.

Som en följd av ett minskat butiksantal och ett ökat antal arbetstillfällen inom detaljhandeln sysselsatte genomsnittsbutiken något fler (7,4 personer) år 2010 än 1990 (6,2 personer). Såväl storleken som storleksutvecklingen varierar förstas stort mellan olika delbranscher. Medan en stormarknadshandel med huvudsakligen livsmedel (SNI 52111) i genomsnitt sysselsatte 65 personer år 2010 var motsvarande antal hos en antikhandel (SNI 52501) 1,3.

Delbranschernas över tid olikartade utvecklingsförlopp reflekterar rimligen till vissa delar hur innehållet i branscherna förändras. Den största skillnaden gäller ”varuhus- och handel med brett sortiment” (SNI 52121) vars butiker genomsnittligt sysselsatte 115 personer färre år 2010 än 1990. Förändringen bör förstås i skenet av att de klassiska varuhusen i stor utsträckning försvann från stadskärnorna under denna period. Samtidigt växte nya butiker med brett sortiment till. Rörande förändringen inom ”diversehandel” (SNI 52129) bör det noteras att endast en handfull butiker fanns år 1990. Därefter hittar vi ”stormarknadshandel med huvudsakligen livsmedel” (SNI 52111) och ”detaljhandel med alkoholhaltiga drycker” (SNI 52250), d v s Systembolaget, vars genomsnittsbutik sysselsatte 5 personer färre år 2010 än 1990. Rimligen bidrar både övergången till självbetjäningbutiker och det faktum att Systembolagets nytillkomna butiker i stor utsträckning återfinns i mindre orter, till att förklara detta. Den delbransch som uppvisar störst ökning av genomsnittstorleken är klädbutiker (SNI52421) som sysselsatte nästan 10 personer fler år 2010 än 1990. Flertalet delbranscher ligger emellertid nära hela handelns snittförändring.

## Att avgränsa handel i geografien

För att uppfylla studiens syften fordras tillgång till detaljerade datamaterial rörande detaljhandels och befolkningens lokaliseringar i geografien vid olika tidpunkter. Med tillgång till koordinatsatta data som kan aggregeras på valfritt sätt maximeras frihetsgraderna (samtidigt som arbetet ökar i motsvarande grad).

Den kunskap som finns om detaljhandels (om)lokalisering i olika länder baseras som regel på fallstudier eller möjligen ett urval städer eller områden. Ett viktigt skäl till avsaknaden av heltäckande generella



studier är att någon systematisk avgränsning av olika slags detaljhandelsagglomerationer, vars utveckling kan följas över tid, hittills inte har gjorts någonstans (så vitt vi vet). I förlängningen hänger detta – åtminstone delvis – ihop med hittillsvarande brist på koordinatsatta data om butiker.

Visserligen finns en del förslag och försök på hur den rådande situationen skulle kunna hanteras. Det finns exempel på analysarbeten som har föregåtts av fältstudier, när butiks- och serviceutbudet i hela städer kartläggs manuellt innan de analyseras i GIS-applikationer (t ex Agryzkov m fl 2014). Ett sådant arbete är mycket tidskrävande och kommer knappast att utvidgas i vare sig tid eller rum. Alternativa vägar skulle kunna innebära att förekomst av butiker kopplas till karaktäristika hos någon redan kartlagd företeelse. Porta m fl (2009, 2012) har t ex visat hur detaljhandel tenderar att lokaliseras till områden med gatunät som är utformade på ett sådant vis att de maximerar genomströmningen av människor. Mackaness och Chaudhry (2011) använder både gatunätskaraktäristika och andra – redan tidigare topografiskt kartlagda – geografiska företeelser, som används som indikatorer på olika typer av handelsagglomerationer. Också fjärranalys har prövats för att automatiskt avgränsa centrumområden (Taubenböck m fl 2013). Den har fördelen att någon tillgång till kartmaterial byggt på fältarbete alls inte förutsätts.

Intressant nog verkar datainsamlingsläget ha varit likartat redan under lokaliseringsmönster-forskningens glansperiod, vid mitten av 1900-talet. Också då genomfördes visserligen enstaka storskaliga datainsamlingsprojekt (t ex Register över Sveriges tätorter från 1949-50 med detaljerade uppgifter om butiksutbudet på olika platser), men inventeringarna var alltför arbetskrävande för att alls upprepas och den geografiska upplösningsnivån tämligen grovhuggen. Flertalet studier vid denna tid byggde – precis som idag – istället på någon indikator på förekomst av handel.

De GIS-orienterade arbeten som nyss refererades får nog främst ses som metodutvecklande experiment snarare än exempel på färdiga tillämpbara metoder. Dessutom krävs ändå data som på något sätt knyter olika butiker till de avgränsade områdena för att kunna undersöka deras (förändrade) attribut (t ex antal och typ av butiker). En klassificering av de avgränsade områdena kräver dessutom att andra geografiskt bestämda egenskaper bestäms. För att kunna bestämma om ett visst avgränsat område utgör en stads centrum eller ett externt handelsområde krävs att centrumets geografiska position på något vis har stipulerats.

I Sverige finns flera geografiskt koordinatsatta material som täcker butiker av någon speciell typ, t ex databasen ”Delfi online” för dagligvarubutiker, eller ”Apoteksinfo.nu” som drivs av olika bolag. Möjligheterna till analys över längre tidsperioder är begränsade i dessa material och forskare tillhör inte de tilltänkta målgrupperna för vilka utformningen av dem är anpassade. Flera offentliga försök att skapa och underhålla databaser har också gjorts genom åren, t ex ”Servicedatabasen” som drogs igång av några myndigheter under 1990-talet eller dess sydsvenska länsstyrelseinitierade kusin ”Sisyla”, men ingen av dem täckte fackhandel.

Oavsett om ett datamaterial ska användas till att skapa polygoner som representerar agglomerationer av detaljhandel eller analysera butikerna i (eller utanför) eller oberoende av dessa polygoner är det viktigt för resultaten att den information som finns i databaserna är korrekt. I synnerhet inom den epidemiologiska litteraturen som rör tillgänglighet till livsmedelsbutiker finns en del studier som – med varierande resultat – har undersökt kvaliteten hos de koordinatsatta butiks-databaser som ibland används (en översikt finns i Fleischhacker m fl 2013). För svensk del genomfördes i början av 2000-talet ett kvalitetstest av ovan nämnda Servicedatabasen och Sisyla med förfärande resultat. Servicen i 58 slumpvis valda rutor om 2,5x2,5 km inventerades i fält och jämfördes med databasen. Av drygt 300 serviceställen som enligt databasen skulle finnas i dessa rutor var hälften behäftade med något slags fel. Därtill hittades 128 serviceställen som inte fanns med (Brage 2004).

#### *Data för att belysa handelns förändrade geografi – problem och förutsättningar*

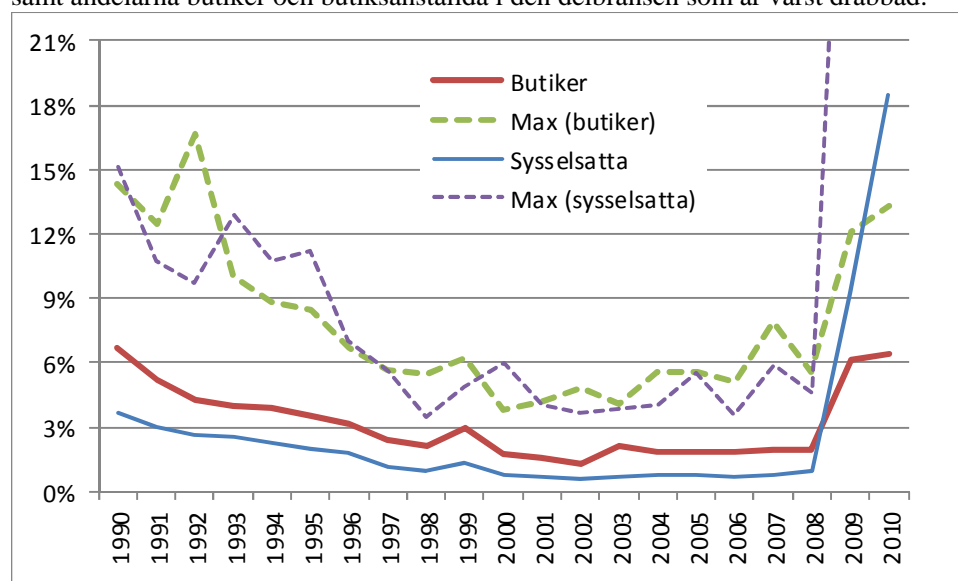
Vi har nu sett hur antalet butiker har utvecklats som helhet och i några av handelns delbranscher.

Föreliggande studies huvudsakliga fokus rör emellertid de geografiska aspekterna av utvecklingen på såväl en högt upplöst nivå (t ex traditionella centrumlägen versus externa lokaliseringar) som mer generellt (t ex storstad versus glesbygd). En förutsättning för att belysa handelns omlokalisering på detta sätt är

kännedom om butikernas lokaliseringar. Oss veterligen finns ingen fullständig koordinatsatt databas över svensk detaljhandel, förutom SCBs register över arbetsställen. SCB tillhandahåller också geografiskt detaljerade data rörande Sveriges befolkning. I vår studie används registerdata från SCB. I princip ska de omfatta alla arbetsställen som är SNI-kodade som detaljhandel.

Våra data inbegriper koordinatsättning som innebär att respektive arbetsställe förs till den ruta om 100x100 meter som innesluter mittpunkten för den fastighet på vilken arbetsstället är beläget. Dessvärre har det visat sig att ett mindre antal butiker i materialet saknar lägesdata och att andelen varierar över tid. Detta är självfallet problematiskt, i synnerhet när materialet bryts ned på detaljerad geografisk nivå kommer det t ex att framstå som om X-bytrakten helt saknar klädbutik om ortens enda butik av detta slag saknar koordinater. Förhållandena illustreras av Figur 3.

Figur 3 Andel butiker som saknar koordinater, andel butiksanställda vars arbetsställe saknar koordinater samt andelarna butiker och butiksanställda i den delbransch som är värst drabbad.



Av Figur 3 framgår att andelen butiker som saknar koordinater minskar under 1990-talet och ligger stabilt under 3% från och med 1998 och tio år framåt. Dataseten avseende 2009 och 2010 håller härvidlag än så länge sämre kvalitet. Vi kan vidare sluta oss till att de butiker som saknar koordinater är små butiker eftersom avsaknaden berör en mindre andel än 1,5 procent av de sysselsatta under perioden 1998-2008. De delbranscher som är värst drabbade av koordinatbrist (streckade linjer i Figur 3) ligger också jämförelsevis lågt under denna tioårsperiod. Därför finns det skäl att begränsa redovisningen av geografiskt uppbrutna data till 1998-2008.

Statistiska centralbyrån gör anspråk på att kvalitetskontrollera dessa data<sup>2</sup>. Det kan noteras att registrets danska motsvarighet klarar sig hyggligt (Lyseen och Hansen 2014), men såvitt vi vet saknas publicerade kvalitetstester av SCBs koordinatsättning och eftersom data släpar efter i tid låter sig inte någon systematisk fältstudiebaserad kvalitetstest göras. Däremot har en del indirekta kontroller och justeringar av materialet genomförts. Bestämningen av de olika typerna av områden har gjorts genom att koordinater för alla arbetsställen SNI-kodade som detaljhandel och uppgifter om deras antal sysselsatta har använts för att bygga buffertar kring butikerna.

<sup>2</sup> [http://www.scb.se/Statistik/NV/NV0101/\\_dokument/NV0101\\_DO\\_2010.pdf](http://www.scb.se/Statistik/NV/NV0101/_dokument/NV0101_DO_2010.pdf)

## Att bygga en geografi för analys

Analyserna i föreliggande studie bygger på två olika slags hantering av geografin. Till vissa delar utgår studierna från de enskilda koordinater (som härbärgerar butiker och/eller människor) och dessa platsers omedelbara grannskap. Med grannskap avses då antingen de objekt som återfinns inom ett visst avstånd från respektive koordinat (oavsett hur många de är) eller de objekt som tillhör de  $k$  närmsta grannarna (oavsett hur långt bort de ligger). Dessa grannskap är alltså individuella och överlappar regelmässigt varandra. Grannskap baserade på avstånd har bestämts med stöd av GIS och grannskap baserade på  $k$  närmsta grannar med stöd av programmet EquiPop, som är utformat för just detta ändamål. De individuella grannskapen har också karaktäriserats i termer av t ex butikernas inriktning, befolkningens socioekonomiska status, eller dominerande bebyggelsestyp.

Det andra huvudsättet att hantera geografin innebär att objekt (polygoner) har konstruerats och fått utgöra utgångspunkt för studierna. Att systematiskt kunna undersöka hur detaljhandeln omfördelas mellan typer av geografiska omgivningar förutsätter att olika möjliga lokaliseringar på något vis operationaliseras. Ett sådant företag kan ge annat än ett approximativt resultat. I vardagsspråket är en stadskärnas geografiska avgränsning, liksom vad som konstituerar densamma, tämligen oprecist. Också de geografiska innebörderna i begrepp som "externt köpcentrum" och "landsbygd" är diffusa. När man kategoriserar med hjälp av kriterier kommer man i bästa fall nära dessa oprecisa storheter.

Den metod som har använts för att ringa in rumsliga koncentrationer av handel bygger i grund och botten på en metod utvecklad vid Statistiska centralbyrån (SCB). Varje butik åskådliggörs som punktoobjekt på en digital karta och förses sedan med en buffertzona. Buffertzonen är tänkt att schablonmässigt svara mot butikens lokaler samt tillhörande ytor för parkering, etc<sup>3</sup>. Butiksbuffertar som skär varandra slås samman till "handelsbuffertar" som sedan klassificeras. För att försäkra oss om bästa möjliga kvalitet har alla buffertar med minst 25 sysselsatta i detaljhandeln kontrollerats med Google Earth, Google Streetview, BingMaps, etc. Därvidlag har 22 buffertar med sammanlagt 2 810 detaljhandelsysselsatta identifierats som endast består av några större detaljhandelskedjors lager och kontor. Dessa arbetsställen har uppenbarligen fått fel SNI-kod varför de har uteslutits ur analyserna.

Genom geografisk matchning med Statistiska centralbyråns senaste avgränsning (genomförd år 2010) har buffertar som är belägna i tätorter identifierats och försetts med en tätortsidentitet, men dessförinnan har tätorterna försetts med en 500 meter bred randzon avsedd att fånga in eventuell handel som i funktionell bemärkelse hör till tätorten även om den har lokaliserats strax utanför dess sammanhängande bebyggelse. Med tätortsidentiteten följer också information om tätortens befolkningsstorlek. I de fall randzoner skär varandra har den största tätorten givits företräde. Landsbygden har – där skäl finns – delats in i *tätortsnära* (<20km från en tätort  $\geq 10\ 000$  invånare) och *avlägsen* ( $\geq 20$ km från en tätort  $\geq 10\ 000$  invånare) genom buffertering kring ifrågavarande tätorter.

Utifrån buffertarnas storlek, lägen i förhållande till varandra och tidigare arbete har en centrumagglomeration identifierats i alla större och många mindre tätorter<sup>4</sup>. Övriga handelsbuffertar betraktas som representerande externa agglomerationer om de sysselsätter minst fem gånger så många som genomsnittsbufferten i den tätortsstorleksklass de tillhör. Det innebär att de måste ha minst 23-104 (beroende på ortens storlek) sysselsatta.

Stadskärnan och externa köpcentra är uppenbara agglomerationer. Därtill kommer utspridd handel. Book och Eskilsson (1999) uppmärksammar tillkomsten av subcentra i anslutning till bostadsområden och Falk (1980) noterar att detaljhandels utveckling i centrumnära områden avviker från resten av staden. Därför ska vi också försöka åtskilja externa agglomerationer i bostadsområden och industriområden, samt skilja ut

---

<sup>3</sup> Radien har beräknats som  $33 + 15 \times \sqrt{\text{antal sysselsatta}}$

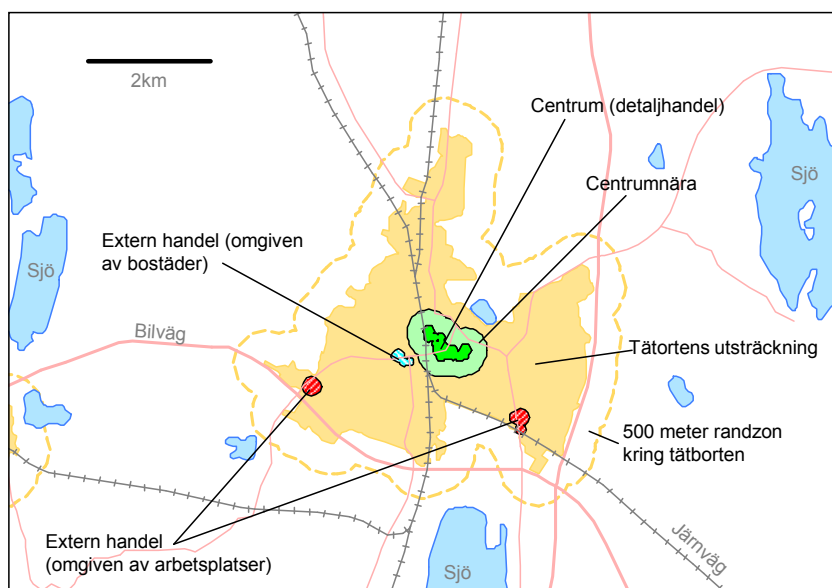
<sup>4</sup> Som centrumbuffert har bestämts a) buffertar som skär av SCB identifierad HO-buffert eller, om HO-buffert saknas b) tätortens största buffert med färre än 120 sysselsatta i fler än fem butiker. Skälet till maxgränsen för antal butikanställda är att utesluta ett antal stora köpcentrum som uppenbart inte representerar sina orters centrum av hävd, nämligen Center Syd (Löddeköpinge), Väla (Ödåkra), Gekås, mm (Ullared), Valbo köpcentrum (Valbo), Birsta (Sundsbruk) och Storheden (Gammelstad). Buffertar som skär buffert som uppfyllde kriterierna 1998 har också fått centrumstatus.

spridd handel i centrumnära områden från spridd handel längre ut i staden, där det utifrån studiens syften är lämpligt.

Med syfte att fånga centrumnära områden har ytterligare en buffert lagts kring den polygon som representerar tätorternas respektive centrumagglomerationer. Dess radie står i proportion till centrumagglomerationens area.<sup>5</sup> Antalen bosatta/sysselsatta i de externa agglomerationernas omedelbara omgivningar (400 meters radie  $\approx$  5 minuters promenad) har fått avgöra om de klassificeras som externa centrum i bostadsområden eller arbetsplatsområden.

Arbetet resulterar i att tätorternas ytor delas in i upp till fem olika typer av områden. Figur 4 illustrerar hur indelningen kan se ut med Värnamo som exempel.

Figur 4 Fem olika typer av tätortsområden med Värnamo som exempel.



Med syfte att ringa in möjliga (givet att människor handlar på närmaste handelsplats) marknadsområden har handelskoncentrationer tagits till utgångspunkt för att bygga Voronoipolygoner. Att dela in ett land i Voronoipolygoner innebär att varje geografisk punkt inom territoriet förs till sin närmaste plats av något slag, här koncentrationer av handel. Eftersom det har funnits anledning att använda olika kriterier för handelsort i olika delar av studien och eftersom den uppsättning orter som uppfyller kriterierna förändras över tid, har flera uppsättningar Voronoipolygoner konstruerats och använts.

I de delar av studien som undersöker graden av geografisk koncentration på olika upplösningssnivåer har Sverige indelats i rutor (om 1x1, 10x10 och 100x100 kilometer), varefter butikerna har förts till de respektive rutor inom vilka de är lokaliserade.

Eftersom studien tar sin utgångspunkt i befolkningens tillgång till handel behöver också geografisk data om befolkningen aggregeras, särskilt i den delstudie som handlar om deras avstånd till närmsta butik. Befolkningen har aggregerats till de olika typer av geografiska områden som redan har presenterats i den mån det har varit motiverat.

<sup>5</sup> Radien har beräknats som  $100 \times \sqrt{\text{area}/\pi}$

## Metodbatteri

Arbetet bygger på en kombination av litteraturstudier, deskriptiva och statistiska analyser. När datamaterialet väl har förberetts i enlighet med redovisningen ovan har också ett antal olika statistiska analyser genomförts. Med en logistisk regressionsanalys har vi belyst hur en rad olika faktorer bidrar till att en ort förlorar sin funktion som handelsplats. Hooverindex har använts för att beräkna handels och befolkningens grad av geografisk koncentration på olika upplösningssnivåer. Med utgångspunkt från beräkningen av branschbredd i EquiPop har mätningar med mångfaldsindex, klusteranalys och faktoranalys gjorts. Branschbredden mättes först med Shannon-Wieners entropibaserade mångfaldsindex och redovisades på koordinatnivå. Valet av mångfaldsindexet baserades på statistiska tester där indexet visade sig ge en detaljerad bild av breddens förändring och utspridning. Därefter klustrades måttet tillsammans med ett mått för avståndet mellan butiker i en k-means klusteranalys med fyra kluster. Klustringen interpolerades med metoden kriging (cellstorlek 250) och redovisas i form av kartor. Den geografiska koncentrationen av branscher mättes även med faktoranalys med syftet att kategorisera de branscher som tenderade att vara geografiskt koncentrerade på samma plats. Faktoranalysen gjordes med principal components-analys, varimax-rotation och högt satt eigenvalue (1,6).

## Regionala mönster och döende handelsorter

Bestämningen av handelsorters omland hade en höjdpunkt vid mitten av 1900-talet. I termer av den möda Christallers (1933) lade på att formulera en teori om detta, samt den genomslagskraft hans ansträngningar fick, intar hans arbete en särställning inom området. Teorin innebär i korta drag att ofta försålda varor (t ex livsmedel) kommer att handlas på många platser i geografien, ibland försålda varor (t ex kläder), på lite färre platser och sällan försålda varor (t ex musikinstrument) bara kommer att bjudas ut på ett fåtal platser. Följaktligen uppstår en hierarki av handelsplatser. De flesta orter erbjuder bara ett begränsat varuutbud (livsmedel), ett urval platser (t ex småkommunernas centralorter) erbjuder ett varierat utbud (t ex livsmedel, kläder och något mera) och ett fåtal (en regions största stad) erbjuder en komplett uppsättning butiker (livsmedel, kläder, musikinstrument och allt däremellan), även om han hade föregångare. Däremot var han inte först. Till de äldsta försöken att bestämma vilket omland som ett handelscentrum betjänar hör Allix (1914) studie av Goncellin i Frankrike och Galpins (1920) studier i USA. Bägge var resultat av omfattande fältarbeten.

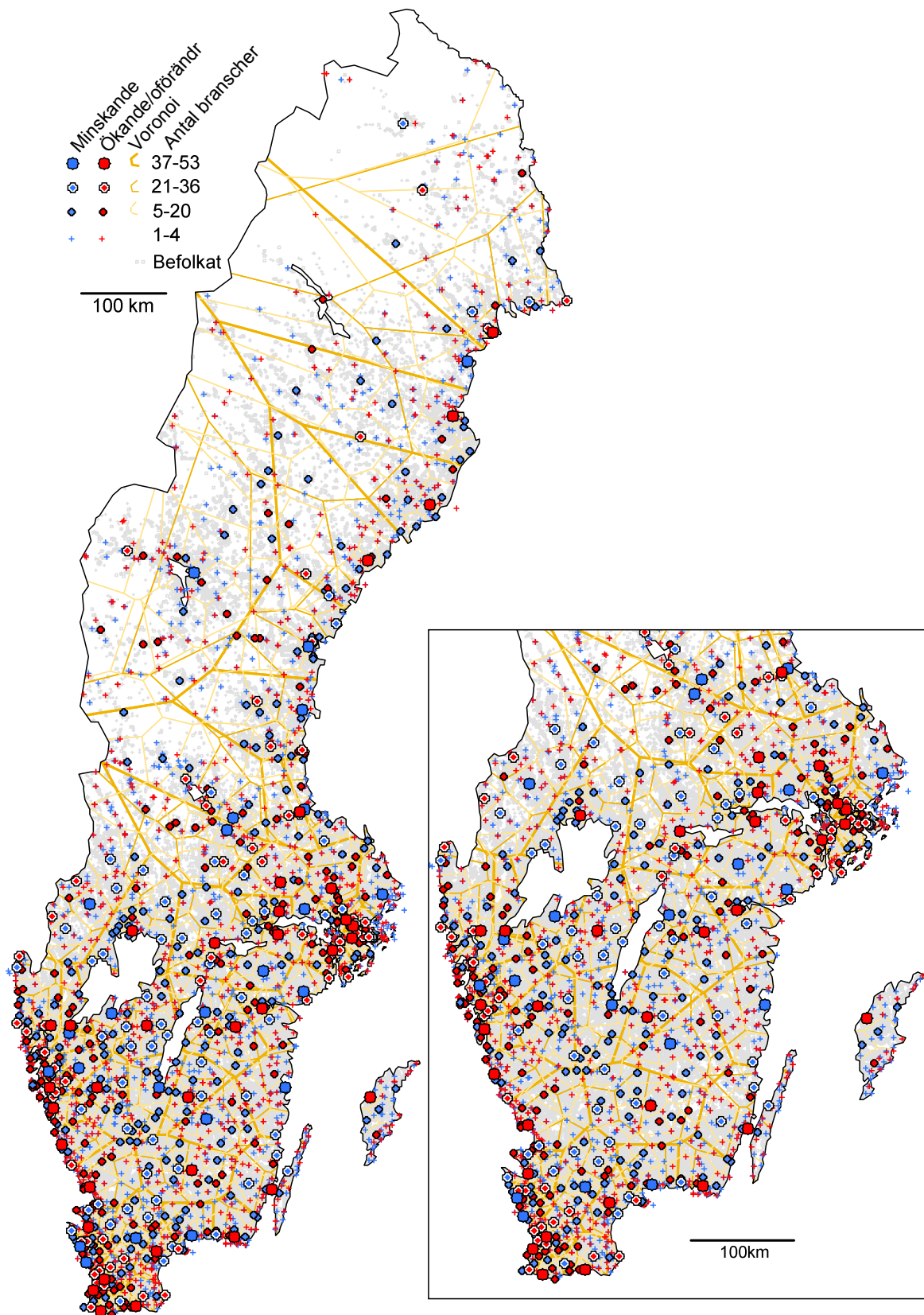
För svensk del publicerades studier över enstaka städer och landsändar redan före andra världskriget. Hölcke (1947) svarade för den första rikstäckande svenska studien som baserades på 1946 års företagsinventering i kombination med en enkät riktad till Sveriges (då ungefär 2 500) kommuner avseende respektive befolknings inköpsorter. Christaller (1950) lämnar lite utrymme för empiri och tillämpade istället sin generella teori, som ursprungligen använde data om antal telefoner per invånare, som en indikator på centralitet. Godlunds (1954) mer omfattande studie baserades på företagsinventering samt en kartläggning av busstrafiken till och från handelsorterna. Dahl (1955, 1965) och Dahl och Janlinder (1966) bygger på en enkät, riktad till landets folkskollärare, rörande befolkningens inköpsorter, i kombination med Dahls sisyfosarbete ”Register över Sveriges tätorter” som bland annat inbegrep inventering av deras detaljhandel. Med 1960-talets utgång avtog intresset för att studera handelsområden. Den teoretiska utvecklingen förde forskningen in på en annan bana. Referenser till här nämnda verk har sedan dess närmast varit närmast obefintliga i Sverige. (Internationellt har dock enstaka studier publicerats, se Dale och Sjøholt 2007.)

Kartan i Figur 5 illustrerar var de svenska handelsagglomerationerna var lokaliserade år 2008. SNI-klassificeringen omfattar 53 delbranscher inom detaljhandeln. Med utgångspunkt i hur många av dessa som finns representerade på en viss plats, har handelsplatserna hierarkiskt delats in i fyra storleksklasser. Den minsta klassen (illustrerad med ”+”) består i många fall av en enda lanthandel. Voronoi-polygonernas gränser syns i gul färg och vilka delar av landet som är befolkade framgår i grå skraffering. Syftet är att ge en ungefärlig bild av läget.

### Regional omfördelning av detaljhandeln

Vid en jämförelse med Dahls (1965) undersökningar av handelsområdena vid mitten av 1900-talet och hundra år bakåt, framträder en huvudsaklig bild av kontinuitet. Vissa småorter har stärkt sina positioner i kraft av växande handelsutbud som vänder sig till långväga bilburna kunder, t ex Valbo utanför Gävle eller Charlottenberg vid norska gränsen (enl Dahl ”degraderad som ort” för 50 år sedan). Andra har tappat (t ex Hagfors och Nynäshamn som bägge framstod som fullserviceorter i Dahls studier). Trots att mönstren i grund och botten är stabila är det förändringarna som drar till sig intresset. Kartan i Figur 5 illustrerar också förändringar mellan åren 1998 och 2008. Röd färg indikerar att antalet butiker på platsen var oförändrat eller ökade. Blå färg indikerar minskning (eller i fallet lanthandel att butiken upphör).

Figur 5 Handelsorter klassificerade efter antal representerade delbranscher år 2008, Voronoipolygoner för orter med minst fem delbranscher representerade, samt förändrat antal butiker 1998-2008.



Figur 5 visar dels att handelsområdenas storlek varierar. De är mindre i de delar av landet som har hög befolkningstäthet och större i glesbygden. Man kan också notera att medan antalet butiker ökar i flertalet orter med stor branschbredd så minskar de i flertalet orter med liten branschbredd. Därtill framträder en geografisk skillnad, huvudsakligen till gagn för storstadsområdena. Med andra ord antyder kartan en lokal koncentration av handeln till större orter (mer precist uttryckt: orter med stor branschbredd inom handeln) och en regional koncentration till de mest tätbefolkade delarna av landet.

Hooverindex ger ett samlat mått på rumsliga fenomenens grad av geografisk koncentration. Det har tidigare använts för att mäta handelns koncentration (Baird och Garrick 2014), men används oftast inom befolkningsgeografien (t ex Rogerson och Plane 2013). Av Tabell 1 framgår detaljhandelns geografiska koncentrationsgrad på två olika upplösningsnivåer åren 1998 och 2008 mätt som Hooverindex. Om alla butiker ligger samlade i en och samma ruta närmar sig index 100 och vid en jämn fördelning över alla rutor antar det värdet 0. Som framgår visar detaljhandeln med daglig- och förbrukningsvaror tecken på geografisk koncentration på både hög och låg upplösningsnivå. Detaljhandeln med sällanköpsvaror däremot, tenderer att spridas ut lokalt (d v s betraktad med den högre upplösningsnivån; kvadratmil).

Tabell 1 Hooverindex för tre typer av butiker samt befolkningen, på två olika upplösningsnivåer, år 1998 och 2008.

Delbranch (se appendix)	100 × 100 km rutor			10 × 10 km rutor		
	1998	2008	Förändring	1998	2008	Förändring
Livsmedel	50,1	53,2	3,2	71,2	74,9	3,7
Förbrukningsvaror	56,5	57,3	0,8	82,7	83,3	0,6
Sällanköp	55,7	56,5	0,8	82,4	81,7	-0,7
Befolkning	56,8	58,0	1,2	72,5	73,7	1,2

Självfallet finns det variationer inom de tre grova specialiseringar som redovisas i Tabell 1. På den lägre geografiska upplösningsnivån är de högst specialiserade branscher med få butiker (närmast definitionsmässigt) mest koncentrerade, medan monopol som Systembolaget och Apoteket faktiskt uppvisar lägre Hooverindex (d v s lägre grad av geografisk koncentration) än livsmedelshandeln. Skillnaderna är mindre på den högre upplösningsnivån. De skillnader som kan noteras avseende förändring över tid innebär huvudsakligen att krympande branscher koncentreras medan växande branscher sprids ut, vilket är logiskt. I ett försök att sätta detaljhandelns Hooverindex i ett sammanhang kan man till sist konstatera att befolkningen faktiskt koncentreras snabbare i geografien än handeln (utom livsmedel) och att befolkningen redan år 1998 uppvisade en högre grad av geografisk koncentration än handeln på den lägre upplösningsnivån (100×100 km).

En sak som är tilltalande med Hooverindex är att det fångar ett fenomenens grad av geografisk koncentration i en enda siffra. Indexet är emellertid tämligen abstrakt. Den omfördelning av detaljhandeln i tätortshierarkin som åskådliggjordes i Figur 5 återspeglas i Tabell 2. Omfördelningstalet redovisar avvikelser (i antal butiker) från antagandet att butiksantalet förändras genomsnittligt överallt. Det summerar alltså till 0 och kan jämföras med omfördelning av marknadsandelar mellan företag.

Antalet livsmedelsbutiker minskade under den studerade tioårsperioden och de andelar av dem som återfanns i större städer ökade. Vad gäller livsmedelshandeln drabbade alltså "butiksdöden" främst landsbygden och de allra minsta tätorterna, medan småstäder berörs i genomsnittlig utsträckning. Detta resultat stämmer väl överens med den geografiska koncentration som indikeras av Hooverindex. Avseende handelns andra delar ger Tabell 2 en mer nyanserad bild än Hooverindex. Dels ökade antalet butiker över huvud taget och dels kan man konstatera att tillväxten i butiksantal var snabbare än genomsnittligt i både de största städerna och på landsbygden, medan de mindre städerna halkade efter.



Tabell 2 Omfördelningstal (butiker) 1998-2008 för tre typer av handel mellan tio typer av områden

	Typ av område/tätort	Livsmedel	Förbrukningsvaror	Sällanköp
Omfördelning	Avlägsen landsbygd	-162	14	68
	Stadsnära landsbygd	-102	132	213
	200-999	-88	-95	15
	1 000-1 999	6	-81	-73
	2 000-4 999	-6	-213	-151
	5 000-9 999	5	-75	-153
	10 000-19 999	-1	-118	-147
	20000-49 999	26	-48	-39
	50 000-199 999	43	84	-30
	200 000-	280	400	297
Summa		0	0	0
Antal butiker 2008		5 275	16 107	16 872
Förändrat antal butiker		-961	391	1 423

Medan den allestädes närvarande tendensen mot koncentration till storstäder knappast överraskar, gör måhända landsbygdens framflyttade positioner inom handel med andra varor än livsmedel det. En närmare studie av detta fenomen visar att det består av två delar. Dels har en handfull större köpcentrum etablerats en kring några större städer, men tillräckligt långt ut på landet för att vare sig fångas upp av tätortsavgränsningen eller de 500 meter breda buffertzoner som vi lagt därtill. Dessa köpcentrum, som funktionellt sett kan ses som tillhörande de näraliggande städer som de betjänar, svarar för ungefär en tredjedel av landsbygdens omfördelningsvinster av butiker specialiserade på sällanköpsvaror och hälften av dess omfördelningsvinster av butiker med andra inriktningar. Återstoden består av butiker som ligger spridda på landsbygden. De är genomsnittligt mindre än städernas butiker; 2/3 av dem sysselsätter endast en person att jämföra med 1/3 generellt. Deras vanligaste specialiseringar är ”övrig detaljhandel”, hälsokost, kläder (särskilt damkläder) och antikhandlare. Sammanfattningsvis kan vi konstatera att livsmedelshandeln koncentreras till större orter medan övrig handel polariseras geografiskt och omfördelas till storstäder och landsbygd på de mindre städernas bekostnad.

## Förutsättningar för handel i mindre orter

I litteraturen har ett stort antal förklaringar till centralortssystemets förändringar identifierats. Vanligast är att peka på kundernas ökande mobilitet, men även andra typer av förändringar på både konsumentens och producentens sida diskuteras. Dit hör förändringar i hushållsstruktur, arbetspendling, efterfrågemönster, framväxten av shopping som en upplevelse i sig, organisationsförändringar inom handeln samt en skärpt konkurrens (se t ex Dale och Sjøholt 2007).

Här ska vi emellertid lägga mindre vikt på förändringar i systemet som helhet för att istället fokusera på de platser som förlorar sin funktion som handelscentrum helt och hållet. Huruvida denna utveckling ses som problematisk och bör bli föremål för någon form av bromsande åtgärder eller om den bör ses som en naturlig följd av handelns och kundernas beteenden är upp till läsaren, men oavsett vilket torde det kunna vara av intresse att förstå hur dödsprocessen går till och vad som skiljer de små blomstrande handelsorter från dem som tynar bort.

Att på någon entydigt sätt slå fast när en plats förlorar sin funktion som handelscentrum är nog omöjligt eftersom processen är utdragen över tid och kan uppfattas som fullgången trots att någon eller några butiker finns kvar. När vi här har valt att studera de platser som inhyste minst fem butiker år 1998 och som förlorar minst hälften av sina butiker under den följande tioårsperioden, ska det förstås som ett urval som antas inrymma drag som är representativa för den process som ska studeras, snarare än som en slutgiltig avgränsning av vilka platser det konkret handlar om. Det första, föga förvånande, vi kan konstatera är att

det handlar om platser som innefattade upp till 14 butiker år 1998. Typiskt finns också några privata och offentliga serviceinrättningar t ex frisörer, restauranger och vårdcentral. Företrädesvis handlar om små orter med några enstaka tusentals invånare.

Litteraturen kring handel i småorter är begränsad. Ett antal brittiska studier handlar om försök att vända den nedåtgående utvecklingen för detaljhandeln i specifika småstäder (t ex Caffyn 2004, Powe 2012, Powe m fl 2009, Powe och Shaw 2004). De presenterar inte sällan faktorer av betydelse, men trots erfarenheter och goda exempel får man intryck av att utvecklingen fortsätter att gå dessa småstäder emot. En möjlig förklaring levereras av Findlay och Sparks (2008) som studerar hela system av brittiska småstäder och kan konstatera att en ökad handel i en småort ofta sker på grannortens bekostnad. Snarlika slutsatser har också dragits i USA (t ex Davidson och Rummels 2000 eller Blanchard m fl 2003).

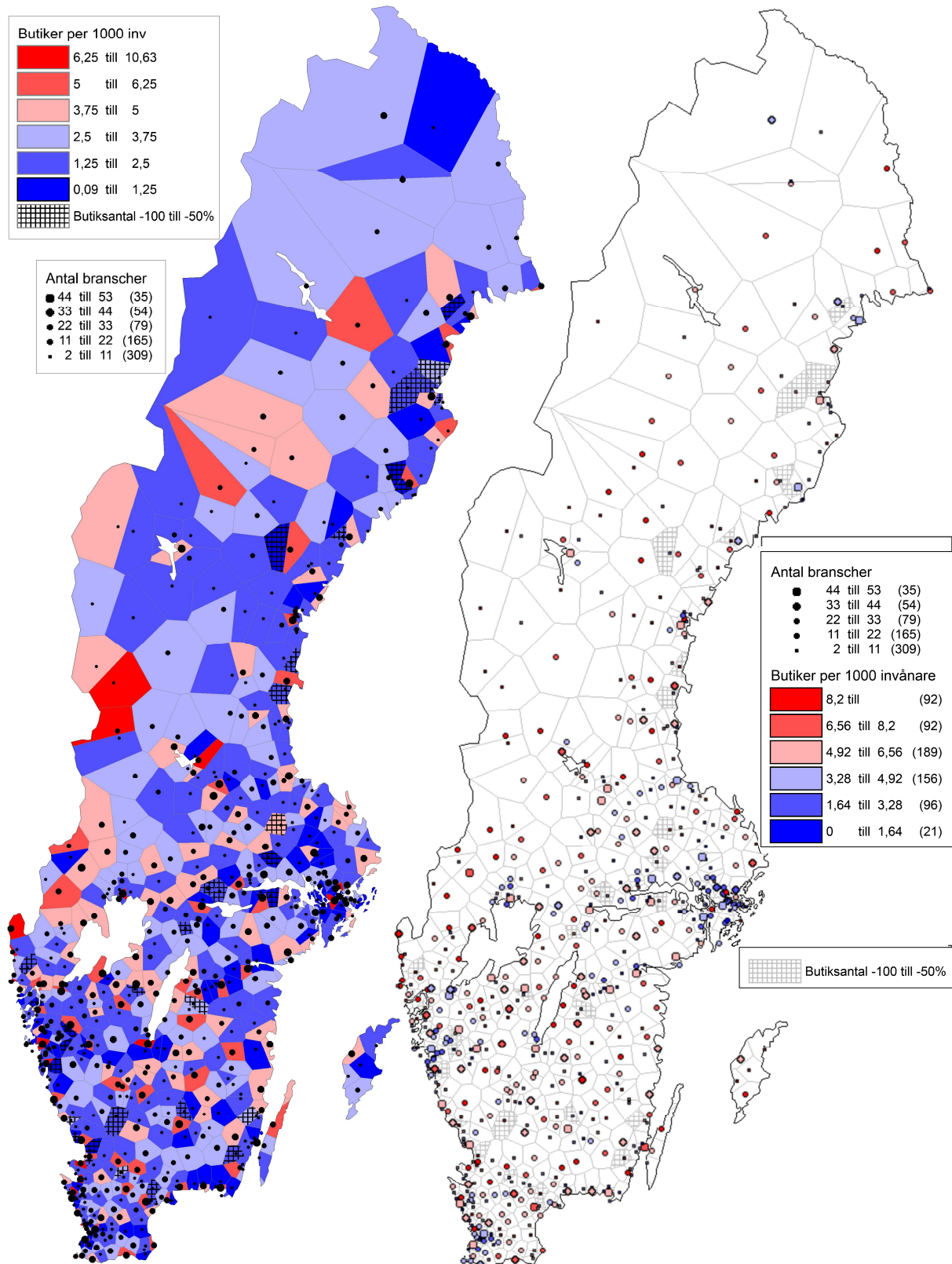
En grundläggande fråga som då inställer sig gäller befolkningsunderlaget. Bartlett (2003) förklarar varför bostadsområden så sällan härbärgerar de mysiga kaféer och spännande butiker som brukar finnas med på planeringsstadiet, genom att visa att deras befolkningstäthet inte är tillräckligt hög för att svara mot kraven från nutidens handel. Skulle möjligen en liknande situation kunna ha uppstått i småorterna i takt med att deras befolkningar minskar samtidigt som butikernas – för överlevnad – nödvändiga kundunderlag ökar?

Tabell 3 redovisar antal invånare per butik i några branscher. Avsikten är att ge en ungefärlig föreställning om vilket befolkningsunderlag som krävs. Antalet invånare per butik varierar mellan branscher.

Tabell 3 Antal invånare per butik i ett urval delbranscher inom detaljhandeln 1998 och 2008

Delbransch	Befolkning per butik	
	1998	2008
5211 Livsmedel	1 385	1 649
52421 Kläder	3 744	3 489
52487 Blomsterhandel	5 034	5 480
52310 Apotek	9 949	9 174
52471 Böcker	13 664	14 307
52483 Ur	25 665	27 549

Figur 6 Under och överförsörjning med handel i Voronoipolygoner och tätorter med minst fem butiker, år 1998.



I förhållande till befolkningsstorleken kan butiksutbudet i mindre orter te sig som både underdimensionerat och överdimensionerat, allt beroende på om man jämför med ortsbefolkningen eller befolkningen i deras Voronoipolygoner. Figur 6 illustrerar härvidlag läget vid i början av undersökningsperioden, d v s år 1998. Klassgränsen mellan röd och blå skraffering utgörs av rikssnittet som alltså också ligger till grund för att bedöma om en trakt eller ort är under- (blå) eller överförsörjd (röd) med handel. Figuren visar också (med storleken på punkterna) hur många delbranscher som finns representerade och (med rutnät) vilka orter som förlorade hälften (eller mer) av sina butiker mellan åren 1998 och 2008.

Ser man bara till tätorterna (kartan till höger) framstår flertalet som överförsörjda med handel. Det gäller särskilt mindre och lantligt belägna platser, medan en del större städer och mindre tätorter i deras närhet synes underförsörjda. Ser man istället till deras Voronoier, d v s förmodade marknadsområden (kartan till vänster), framträder motsatt bild. Förklaringen ligger alltså i att centralortssystemets hierarkiska uppbyggnad. Tätorterna tillhandahåller handel inte bara sina egna invånare utan också till befolkningen i ett större omland och de större tätorterna betjänar dessutom de mindre tätorternas invånare med specialiserad handel.

Vilket befolkningsunderlag är det i så fall som är relevant? Utifrån ett centralortsteoretiskt synsätt bör såväl ortsbefolkningen som befolkningen i ortens omland räknas in. Emellertid har studier påvisat att de som bor i omlandet, och i vilket fall måste resa några kilometer (eller mil) för att handla, är mer benägna än ortsborna att välja en annan plats än sin närmsta för sina inköp (Brown m fl 1996). Det skulle tala för att det är de på orten boende som utgör den relevanta jämförelsebefolkningen.

Trots att handel kräver ett befolkningsunderlag finns fler faktorer som skulle kunna förklara varför den tynar bort på vissa platser samtidigt som den är vid god vigör på andra. Det har t ex gjorts gällande att arbetspendlare skulle vara mer benägna att handla i näraliggande större orter (nämligen där de jobbar) än andra (Konsumentverket 2006). I så fall är utpendlingsgraden av intresse. Inpendlingen till arbetsplatser i de orter vi har att göra med här är obetydlig, men däremot varierar deras allmänna exponering för potentiella kunder från andra platser genom att vissa orter genomkorsas av en huvudväg medan andra ligger vid sidan av.

Det har redan antytts att den lilla handelsortens relativa läge också skulle kunna vara av betydelse. I litteraturen har det särskilt uppmärksammats hur små handelsorter har påverkats menligt av att stora externa shoppingcentra har uppförts (t ex Guy 1994, Thomas och Bromley 2003, Blanchard m fl 2003). I Sverige har saken undersökts av Bergström (2000) och senast Rämme och Rosén (2009). De konstaterar bägge att den externa handeln växer på bekostnad av näraliggande kommuner, men de drar olika slutsatser i fråga om vilka delar av handeln som är mest berörda. Å andra sidan konstaterar Artle (1952) att antalet lanthandlare minskade samtidigt som detaljhandeln mer generellt tenderade att koncentreras till större tätorter redan under 1930- och -40-talen, en period när det totala butiksantalet ökade och som inföll långt innan externhandeln inte ens var påtänkt.

Powe och Shaw (2003) har studerat kundernas skäl att besöka brittiska småorter som fungerar som handelscentra. Ett resultat av studien är att butiksutbudet utgör dessa platsers huvudsakliga attraktionskraft. För svensk del noterar även Rämme och Rosén (2009) att utbudet spelar en roll för handelns utveckling i de större städernas kranskommuner.

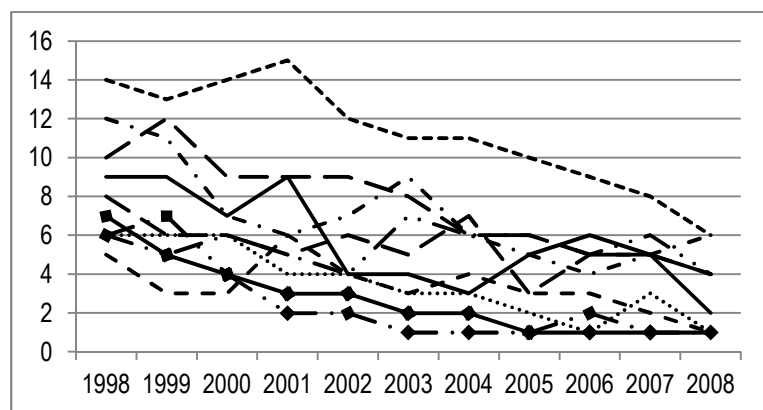
## **Mindre handelsorters undergångsprocess**

Trots att antalet butiker ökade mellan åren 1998 och 2008 innebär detaljhandelns koncentration till större städer att antalet butiker minskade i mindre tätorter. Dessutom minskade butiksutbudets bredd i alla ortsstorleksklasser utom i de tre storstäderna (som oförändrat härbärgerade maximalt antal – 53 – branscher det senare året).

Efter denna bakgrund riktas fokus på de orter vars handel har dött, d v s där butiksantalet halverades mellan åren 1998 och 2008. De är markerade med rutnät på kartan i Figur 6. År 1998 fanns 285 butiker i dessa 37 orter och tio år senare återstod 104 stycken. Låt oss nu se närmare på hur deras tillbakagång som handelscentrum gick till.

För det första kan man konstatera att tillbakagångsprocessen är mer komplicerad än att de befintliga butikerna stänger en efter en. Under tioårsperioden *nyöppnades* 260 butiker (d v s nästan lika många som fanns vid periodens början) inom 42 olika branscher i de 37 orter som till sist ändå kan sägas ha förlorat sin ställning som handelsorter. Flertalet av dessa butiker håller bara öppet något eller några enstaka år, men detta talar ändå för att handeln inte försvinner på något lättvindigt sätt.

Figur 7 Antal butiker 1998-2008 i tio slumpvis valda orter vars butiksantal halverats under perioden



För det andra kan det noteras att det sällan finns någon tydlig tröskel när tillbakagången tar fart. Snarare förefaller tillbakagången ta sig uttryck som en långsiktig process som kan rymma kortsiktig tillväxt i butiksantalet. Detta antyder att föreställningen om en ankarbutik som drar med sig ortens andra handlare när den stänger, möjligen är felaktig i detta fall.

Med syfte att belysa vad som utmärker de 37 orter som upphört att fungera som handelscentra kommer de att jämföras med orter som hade butiksutbud i samma storlek (d v s 5-14 butiker) år 1998, men vars butiksantal tio år senare var oförändrat eller större. Det kommer att göras i form av en logistisk regressionsanalys. Resultaten tar formen av oddskvoter där värden över 1 innebär att variabeln ifråga bidrar till att en ort har förlorat sin funktion som handelscentrum och värden under 1 att den "skyddar" mot att handeln tynar bort. Resultaten kan emellertid uppkomma slumpmässigt. En stjärna indikerar ett resultat där risken för slumpmässighet understiger tio procent och två stjärnor att risken understiger fem procent.

Av Tabell 4 framgår att tre av de möjliga förklarande variabelerna har stjärnor och alltså kan antas bidra till att förklara varför vissa orter förlorade sin funktion som handelscentrum mellan åren 1998 och 2008 samtidigt som andra fortlevde. I samtliga fall är oddskvoten under 1, vilket alltså indikerar att variabelerna bidrar till att "skydda" handeln.

För det första spelar befolkningens storlek en roll. Med en ortsbefolkning överstigande 4 000 personer minskar sannolikheten för en halvering av butiksutbudet på en ort avsevärt jämfört med orter med färre än 2 000 invånare. Voronoi-polygonernas befolkningsstorlek har undersökts som ett alternativt befolkningsmått och ger samma resultat, men svagare. Däremot ger inte dagbefolkningen (antalet sysselsatta som har sina arbetsplatser i orten) något signifikant resultat. Andelen utpendlare förefaller heller inte att spela någon roll (låt vara att den är tämligen hög i alla mindre orter).

För det andra är också en Orts avstånd till större konkurrerande handelscentra av betydelse. Handeln på orter som ligger långt bort från större platser kan sägas "skyddas" av avståndet, medan handel på orter som ligger nära en större stad "skadas" av närheten. Däremot förefaller det inte spela någon roll om staden ifråga får ett nytt externt köpcentrum eller attraherar bara med sina befintligt lokaliserade butiker. Nyöppnade externa köpcentrum har ingen signifikant effekt på risken att näraliggande orter förlorar sin handel.

För det tredje noteras en signifikant minskande sannolikhet för att en ort skulle förlora minst hälften av butikerna om den genomkorsas av en större väg. Genomfartstrafik gynnar handeln. Orter belägna vid sidan

av huvudvägnätet eller med kringfartsled har med andra ord sämre förutsättningar att överleva som handelsorter.

Tabell 4 Logistisk regressionsanalys; oddskvoter för ett antal attributs bidrag till att en ort förlorar minst hälften av sina butiker 1998-2008. (Tätorter med 5-14 butiker år 1998 vars butiksantal var oförändrat eller ökade under följande tio år fungerar som referens).

Ref: Oförändrat / ökat antal butiker	Butiksantal minskat $\geq 50\%$
Tätortens befolkning (ref: <1 999)	
2 000-3 999	0.56
4 000-	0.08**
Andel utpendlare (ref: <66.6%)	
66.6-75%	0.24
>75%	0.7
Avstånd till större handelscentrum (ref: <10 km)	
10-25 km	0.75
>25 km	0.18*
Nytt externt köpcentrum inom 20 km (ref: nej)	
ja	0.87
Länsväg eller större passerar tätorten (ref: ej genomfart/ringled)	
genomfart	0.36**
Representerade nyckelbranscher (ref: inga)	
apotek	0.81
systembolag	----
apotek+systembolag	0.32
Kontant	1.92
N	137
Nagelkerke R sq	0.23

\*  $p < 0.1$ , \*\*  $p < 0.05$ .

Förutom utpendling och förekomst av näraliggande nyetableringar av externhandel förefaller heller inte en ankarbutik såsom Systembolaget eller Apoteket ge orternas handelsfunktion något skydd. Det stämmer väl överens med budskapet från den beskrivande Figur 7 som visade att förlusten av handelsfunktionen inte är någon plötslig händelse, utan har ett utdraget förlopp.

## Slutsatser

Undersökningen visade inledningsvis att det svenska nätet av handelsorter i grund och botten är stabilt över tid. Icke desto mindre sker förskjutningar. Antalet butiker ökade mellan åren 1998 och 2008, men antalet butiker per invånare minskade eftersom befolkningen växte ännu snabbare. Butiksutbudet visar också en geografisk omfördelning. Den innebär att storstadsregionerna och landets större städer som svarar för ökningen, medan utbudet minskar i landets övriga delar och på mindre orter.

Ett uttryck för denna utveckling är att många mindre orter förlorade sin funktion som handelscentra. Denna förlust sker emellertid inte på något lättvindigt och okomplicerat sätt, utan kan snarare beskrivas som att det visserligen kommer till nya butiker, men på varje nyöppnad rörelse går två stängda. Med reservation för att underlaget är litet identifierades ändå tre faktorer som kan ge orter med ett begränsat antal butiker ”skydd” mot förlusten av sin handelsfunktion. Två av dem låter sig knappast påverkas, nämligen avståndet till närmsta större konkurrerande handelscentrum och befolkningsstorleken (d v s kundunderlaget). Den

tredje faktorn är förekomst av genomfartstrafik. Orter vid sidan av större vägar eller med kringfartsleder löper större risk att förlora sin handel än orter där trafiken stryker förbi affärerna.

Tre faktorer som – å döma av dataunderlaget – inte förefaller påverka risken att en ort förlorar sin funktion som handelscentrum har också noterats. Det gäller förekomst av en förmodad ankarbutik (Systembolaget eller Apoteket), etablerande av ett näraliggande externt köpcentrum och andelen utpendlare i ortens befolkning.

Utarmningen av handeln i mindre orter skylls ibland på tillkomsten av externa köpcentrum i de större städernas utkanter. Det framstår som en grav förenkling av verkligheten. Tendenserna till regional koncentration av handeln har fortgått under avsevärt längre tid än externhandels boom. Den förfördelar mindre orter i sina helheter (inklusive deras centrum) till förmån för större städer och kan förstås som en konsekvens, dels av omfördelningen av befolkningen och dels av en ökad vardagsrörlighet. Man kan emellertid notera att på en makronivå (100x100 km) var butiksutbudet *mindre* geografiskt koncentrerat än befolkningen år 2008 och handelns koncentrationstakt långsammare.

# Omlokalisering av detaljhandel i svenska tätorter

Nu, i början av det tjugoförsta århundradet, försiggår detaljhandel i en rad olika lägen; i en stad/tätorts traditionella centrum, spridd bland övrig tätbebyggelse, i agglomerationer i bostadsområden eller industriområden, samt utanför tätorterna. Så har det inte alltid varit, utan dagens mönster är snarare resultatet av en ännu fortgående omlokaliseringsskruell. Avsaknad av data och tolkningsbarheten hos begrepp som ursprunglig innebär att det knappast är görligt att försöka fastslå något slags ursprungligt lokaliseringsmönster att jämföra med dagens. Enklare är att undersöka hur lokaliseringen förväntas te sig enligt teoribildningen inom området (se Brown 1993 för en översikt). På så vis kan vi också närma oss en underbyggd rumslig kategorisering.

Walter Christallers centralortsteori, som lanserades år 1933, brukar ses som detaljhandelns ”klassiska” lokaliseringsteori. Den förutspår en hierarki av mer eller mindre välsorterade koncentrationer av handel spridda i geografien. Ett snarlikt mönster presenteras i Berrys (1963) ofta refererade studie av hur handel och service var lokaliserade i en stad – Chicago.

## Detaljhandel på nya platser

Det stora genomslaget för hierarkiska modeller av detaljhandelns lokalisering vid 1900-talets mitt indikerar att de knappast var tagna ur luften, men samtidigt kritiserades de redan i sin samtid för sina statiska och rigida drag. Idag försiggår detaljhandel tvivelsutan på fler och andra platser än man kan förvänta sig utifrån Christallers och hans efterföljares tankescheman. Lokaliseringsmönstren är dessutom tydligt stadda i förändring. Utvecklingen i denna riktning förefaller ha startat först i USA. Tarver (1957; se även Berry 1963) konstaterar att handeln började omfördelas till förmån för städernas ytterområden redan under åren efter andra världskriget, även om han tolkade det som att handeln med daglig- och förbrukningsvaror följde kunderna till de nybyggda förorterna och trodde att centrumområdena skulle behålla sin ställning som handelsplatser för sällanköpsvaror. Under 1960- och 1970-talen skulle emellertid centrumets funktion som handelsplats så när raderas ut helt i många nordamerikanska städer (t ex Robertson 1983). Under 1960-talet inleddes omfördelningen av butiker från städernas centrum till deras ytterområden också i flera europeiska länder (se t ex Whysall 2005 om Storbritannien, Cliquet 2000 om Frankrike och Leijonhufvud 1965 eller Distributionsutredningen 1975, särskilt appendix DII om Sverige). Fast som Guy och Lords (1993) jämförande studier tydligt visar, blir omlokaliseringen inte lika drastisk i Europa som i USA (se också Lord och Guy 1991)

Brittiska forskare har hävdat att 1960-talets första våg av extern handel huvudsakligen utgjordes av livsmedelsstormarknader som tioalet år senare, i en andra våg, följdes av handel med skrymmande varor (t ex möbler och byggmaterial), ofta samlokaliserad i ”retail parks” (Hallsworth 1994, Guy 1998a, 1998b). Åttioalets etablering av fullfjädrade köpgallerior i externa lägen brukar beskrivas som en tredje våg och nittioalets skapande av nya typer av handel - t ex ”outlets” och flygplatshandel – (Ferne 1995) eller nöjeskomplex med butiker utanför stadskärnan (Jones och Pal 1998), som ytterligare exempel på handelns expansion i städernas utkanter. I huvudsakliga drag har utvecklingen varit likartad i flertalet västeuropeiska länder (Reynolds 1993, Guy 1998b) och med viss fördröjning har snarlika typer av omlokaliseringar rapporterats också från bl a Israel (Kellerman 1983), Turkiet (Tokatli och Boyaci 1998) och Portugal (Farhangmehr, m fl 2000). Östeuropas chockartade övergång från planerad varudistribution till ett läge med tämligen liberala lokaliseringsmöjligheter för detaljhandeln har också rönt en hel del intresse. Medan Ilgen (1990) redogör för hur handelns lokalisering styrdes i DDR undersöker Kulke (1997) vad som hände efter murens fall när marknadskrafterna (tillfälligtvis) gavs fritt spelrum. För studier av andra östeuropeiska länder se t ex Lukić och Jakovčić (2004), Dudek-Mańkowska och Krizan (2010), Garb och Dybicz (2006), Jakovčić och Rebernik (2008), Rudolph och Brade (2005).

Från och med 1960-talet börjar externlokaliserade stormarknader och ”köpknutar” (som de kallades vid denna tid) att etableras också i Sverige (Leijonhufvud 1965; Distributionsutredningen 1975, särskilt appendix DII). På 1980-talets växer också inslagen av externlokaliserad fackhandel till sig (Forsberg 1998)



och under de senaste decennierna har dessutom delar av städernas industriområden tagits i anspråk för externt lokaliserad detaljhandelsverksamhet (Bylund m fl 2006).

Under 1900-talets andra hälft uppkommer alltså flera nya typer av detaljhandelsagglomerationer i nya lägen i städernas utkanter och omland, som inte bara (eller ens främst) säljer dagligvaror till kunder bosatta i deras omedelbara grannskap. De nya lokaliseringarna för detaljhandel bryter med andra ord det hierarkiska lokaliseringsmönstret. Bland de förklaringar som brukar nämnas ryms både nödvändiga och tillräckliga faktorer. Till de nödvändiga hör framför allt det faktum att bilen, som människors behov för att bekvämt kunna ta sig till de externa handelsplatserna och hem igen med sina varor, har blivit allmän, men också planeringslagstiftningens utformning och standardhöjningen i bostäder. Med eget kylskåp behöver man inte handla färskvaror dagligdags. Till de mer tillräckliga hör tvåförsörjarnormen, en skärpt pris konkurrens och minskad befolkningstäthet (Handy 1993, Guy 1998b, Forsberg 1998). Med avsikt att fånga den nya tidens uppsättning detaljhandelslokaliseringar har Brown (1991) har föreslagit en ny slags kategorisering som beaktar både agglomerationernas fysiska form och inriktningen på den handel de rymmer.

## Samhällets reaktioner på extern handel

I många europeiska länder sågs handelns omlokalisering med sådan oro att någon typ av lagstiftning genomförs, med avsikt att bromsa förändringarna. Till de bieffekter av handelns nya mönster som bekymrade politiker och planerare hör ökad trafik och ökade utsläpp (Carling m fl 2013; ), oklok markanvändning (Spilková och Šfrna 2010) och farhågor om att de redan etablerade handelsplatserna, särskilt stadskärnor, skulle följa den amerikanska vägen och gå under. Givet studiens syfte kommer diskussionen att begränsas till den sistnämnda punkten, åtgärder för att begränsa externhandel av omtanke om redan etablerade lokaliseringar och deras kunder.

Med de åtstramade planeringslagar som klubbas igenom i så många länder skiftar också forskningsintresset från att följa utvecklingen förutsättningslöst till att undersöka hur den påverkas av lagstiftningen; se t ex Viviano (2008) om Italien, Monino och Turolla (2008) om Frankrike, van der Krabben (2009) om Nederländerna, Hansen m fl (2009) om Norge, Nielsen m fl (2010) om Danmark, Wrigley m fl (2009), Wrigley och Dolega (2011) eller Wood och McCarthy (2013) om Storbritannien. Sammanfattningsvis är åtgärderna inte nödvändigtvis effektiva. För svensk del konstaterar Forsberg (1994, 1995) att detaljhandelsplaneringen är en kommunal angelägenhet, att en del kommuner har uttalade policyer, men att förutsättningarna för att driva dem med framgång saknas (jämför även Forsberg m fl 1994, Ljungberg, m fl 2004).

Medan samhällsdebatten i hög grad har präglats av oro för externhandelns framväxt har en och annan forskare hävdats att utflyttningen av handel är nödvändig och naturlig i växande städer med tilltagande handel. Guy (1998a) påminner om att det finns fler faktorer än externetableringar bakom den nedgång som kan noteras på vissa håll och att, åtminstone den brittiska, expansionen av externt lokaliserad handel skedde under en period av kraftig tillväxt i den totala handeln. Borsdorf och Schöffthaler (2002) undersöker, i samma anda, ett kontrafaktiskt scenario där de konstaterar att trafiken, med oförändrad handel, sannolikt skulle ha varit större och helt ohanterlig i innerstaden utan Innsbrucks externa köpcentra. Bartlett (2003) redovisar beräkningar, på basis av amerikanska data, som visar att befolkningstätheten är för liten i förhållande till det kundunderlag som handeln kräver, för att det ska vara möjligt att promenadstad ska uppstå. Lowe (2000) har argumenterat för att de nya externa handelsområdena är att betrakta som rudimentära nya städer. Powe (2012) adresserar frågan om externhandel kan rädda handeln i småstäder vars butiker går kräftgång eller om det är bättre att satsa på den gamla storgatan (Thomas och Bromley 2002, jämför också Findlay och Sparks 2008).

## Hur påverkas de etablerade handelsplatserna av de nya?

Eftersom en typ av handelslokalisering – agglomerationer i städernas utkanter – flyttar fram sina ställningar innebär det med nödvändighet att andra tappar positioner. Med den tredje vågens utlokalisering, som också inbegrep mindre specialbutiker, föreföll handeln i traditionella lägen, dvs sällanköpshandel i städernas centrum och dagligvaruhandel i deras bostadsområden, var hotad. Jakovčić (2006) redovisar en detaljerad kartläggning av konsekvenserna i centrala Zagreb, men i Utrecht finner Weltevreden m fl (2005, jämför också Borchert 1998) att stadskärnan väl höll sin ställning som stadens främsta handelsagglomeration tack vare att nya rekreationsorienterade butiker ersatte utflyttad volymhandel. En irländsk studie av Dublin visar att stadskärnans periferi vidkändes en minskande handel under 1900-talets sista decennier (O’Callaghan och O’Riordan 2003). Brittiska studier antydde att mindre shoppingdestinationer drabbades mera än både traditionella stadskärnor och närbutiker (Williams 1991, Howard 1993, Howard och Davies 1993). Ändå skärptes planeringslagstiftningen. ”Retail parks”, som är svårare att styra med planering, förefaller ha snarlika effekter som externa köpcentrum (Thomas m fl 2004, 2006). Effekten på handel i andra lägen (stadsdelscentrum eller spridd i bostadsområden) berörs bara i förbigående i litteraturen.

I Sverige har effekterna av detta, i termer av vilka lokaliseringar som har förlorat i betydelse, undersökts upprepade gånger. I Distributionsutredningen (1975, appendix DII) redovisas både egna och andras studier av några svenska städer. I korta drag kan utredningen visa att det är de stora livsmedelsbutikerna i innerstäderna som är de största förlorarna på de externlokaliserade stormarknadernas expansion och att närbeliggande butiker också drabbas, men att effekten snabbt avtar med stigande avstånd. Rimligen bidrar omlokaliseringen av livsmedelshandel också till Falks (1980) resultat som visar att handeln i Norrköpings innerstad koncentreras till centrumkärnan mellan 1951 och 1976, samtidigt som den expanderar i ytterstaden. Med andra ord är det framför allt stadens centrumnära delar som tappar positioner. I en studie av ett urval svenska städer under 1980-talet noterar Forsberg m fl (1994) en generell utglesning av livsmedelsbutiker, men konstaterar att den försiggår i både städer med och utan extern handel. När externhandeln i Tornby, i Linköpings utkanter, byggdes ut i början av 1990-talet var de manliga effekterna på tidigare etablerad handel minst i Linköpings stadskärna och större i stadens övriga delar, särskilt hos större butiker som redan tidigare hade många bilburna kunder (Ivehammar och Svensson 1996). Att stadens spridda butiker drabbas mer än de i stadskärnan av utbyggd externhandel verifieras sedan av Bergströms (2000) studie i 28 kommuner och Rämme och Roséns (2008) i 36 kommuner.

## Omlokalisering av handel i korta drag

Sammanfattningsvis kan man konstatera att tendenserna till omlokalisering av detaljhandeln från dess traditionella platser till städernas utkanter är ett generellt fenomen som har observerats fr o m 1950-talet och framåt i så gott som alla s k välutvecklade länder även om processens omfattning varierar. Den litteratur som tar handelns utlokalisering som utgångspunkt för att fokusera på något annat – t ex vilka lokaliseringsbeslut som ligger bakom utvecklingen, dess olika typer av följd effekter eller hur de hanteras genom planeringsåtgärder – är avsevärt större än den som handlar om fenomenet i sig. Den bild som tecknas under de senast gångna decennierna är grovt skissad och utan särskilt många nyanser

För svensk del kan man sammanfatta detaljhandelns hittillsvarande omlokaliseringar på följande vis (se t ex Book och Eskilsson 1999 för en utförligare översikt). Innan industrialiseringen hade de svenska städerna inte särskilt stora invånarantal; kännetecknande var istället rätten att idka handel. Med 1800- och det tidiga 1900-talets näringsfrihet, industrialisering, ökande välstånd och förbättrade kommunikationer uppstår nya tätorter och detaljhandeln sprids över landet. För de etablerade städernas del innebar detta i ett första skede att de förtätades. När städerna började expandera med nya bostadsområden försågs ofta husens bottenvåningar med lokaler avsedda för dagligvarubutiker medan sällanköpshandeln blev kvar i de gamla stadskärnorna. Vid mitten av 1900-talet ökade fortfarande antalet butiker (både dagligvaru- och sällanköps-) i Sverige, enda undantaget är lanthandeln. Genom bruttoprissystemets avskaffande blev genomslaget för efterkrigsdecenniernas skärpta priskonkurrens starkt. Samtidigt fick grannskapsplaneringen – efter amerikansk förebild – fäste. Som en följd av allt detta inleds en period av

”butiksdöd” samtidigt som nya stadsdelscentrum uppförs, med åtminstone dagligvaruhandel och undantagsvis (t ex i de då så omhuldade ABC-städerna) också fackhandel. Just när centralortsmönstret förmodligen är som tydligast börjar det alltså att krackelera.

Den tidigaste externhandeln bestod av enstaka stormarknader med stora inslag av livsmedelshandel. Inledningsvis förefaller de ha dränerat innerstäderna, kanske främst deras centrumnära delar snarare än deras absoluta kärnor, på livsmedelsbutiker. Butikerna i externlokaliseringarnas omedelbara närhet får det också svårt, liksom så småningom andra butiker med bilburna kunder. Med tiden breddas externhandelns utbud och stormarknaderna får sällskap av planlagda köpcentrum och handel i industriområden, men medan de menliga effekterna på stadskärnornas handel förefaller vara måttliga är den spridda handeln runtom i staden och i dess omland hårdare drabbad.

## Omlokalisering av befolkning

När Tarver (1957) först noterar detaljhandelns omlokalisering från städernas centrum till deras periferier konstaterar han också att ”in the nation’s major cities retail stores have followed their customers to the outlying suburbs” (s 429). Därmed tar han fasta på det uppenbara förhållandet att en butik måste lokaliseras på en plats där kunderna finns. Numera kan man lägga till att en butik alternativt kan lokaliseras dit dess kunder är beredda att förflytta sig, kunder väljer nämligen inte nödvändigtvis den närmsta butiken (t ex Detaljhandelsutredningen 1975, Léo och Philippe 2002). Det ena utesluter emellertid inte det andra och att befolkningens rumsliga omfördelning skulle kunna utgöra en delförklaring till detaljhandelns omlokalisering är ingen orimlig tanke. Dessutom har den betydelse för konsekvenserna av omlokaliseringen (i termer av befolkningens avstånd till butik).

På en regional upplösningsnivå presenterar t ex Otterstrom (2001) hur 1800-talets tendenser till utspridning av USAs befolkning övergick i sin motsats och så småningom stabiliserades under 1900-talets sista decennier. Otterstrom (2003) har också undersökt befolkningsomfördelningen i USAs 46 stadssystem och finner att tendenserna till koncentration förbyttes i sin motsats under 1960- och 70-talen, varefter de lugnar sig under det förra seklets sista decennier. Martí-Henneberg (2005) har undersökt hur Europas befolkning omfördelades under 1900-talet och kan påvisa en regional koncentration. Kasanko m fl (2006) konstaterar ett urval av europeiska städer tenderade att bli mer utspridda och mindre kompakta under 1900-talets andra hälft.

För svensk del har Borgegård m fl (1995) och Håkansson (2000) undersökt befolkningsomfördelningen på olika geografiska upplösningsnivåer. På regional nivå förbyttes spridningstendenser till koncentration under 1900-talets första hälft, men koncentrationstakten avtog mot slutet av 1900-talet. På lokal nivå koncentreras befolkningen till tätorter mellan 1870 och 1970, varefter omfördelningen avtar. Forsberg m fl (1994) konstaterar att befolkningstätheten i flertalet undersökta städer glesnar under 1980-talet och ett nedslag i tätortsstatistiken visar att utglesningen var ännu snabbare under 1970-talet (SCB 1992, tabell 11), men att trenden sedan vände till förtätning (SCB 1996, tabell 11) som därefter har accelererat (SCB 2010, tabell N).

## Detaljhandel utan agglomerationer?

En butik behöver ett kundunderlag för att överleva. I Tabell 3 framgick det genomsnittliga befolkningsunderlaget för en butik i några delbranscher inom detaljhandeln. År 2008 fanns exempelvis fanns en livsmedelsbutik per 1600 invånare, en bred klädaffär per 3 500 invånare, en sportaffär per 4 900 invånare, ett apotek per 9 200 invånare, en bokhandel per 14 300 invånare och en musikinstrumenthandel per 43 500 invånare år. Tabell 5 redovisar befolkningstätheten per kvadratkilometer i olika delar av svenska städer samma år. Den kan i sammanhanget förstås som en potentiell butiks befolkningsunderlag inom 6-7 minuters promenadväg.

Tabell 5 Befolkningstäthet (per km<sup>2</sup>) i olika delar av tätorter, år 2008

Tätortsstorlek	Centrum	Centrumnära	Yttre stadsdelar
200 000-	17 813	4 812	2 649
50 000-199 999	7 522	4 940	1 924
20 000-49 999	5 289	3 240	1 503
10 000-19 999	4 027	2 697	1 257
5 000-9 999	3 097	2 045	1 139
2 000-4 999	2 250	1 586	933

Jämför man delbranschernas befolkningsunderlag med Tabell 5 framgår att om detaljhandeln ska leva på ett lokalt kundunderlag är endast storstädernas centrala delar tillräckligt tätbefolkade för att bära ett hyggligt varierat butiksutbud. Den, förvisso triviala, men lika fullt viktiga, slutsatsen blir att den logiska förklaringen till att handeln är sammangyttrad på ett fåtal platser i geografin dit kunderna transporterar sig, är att de svenska städerna helt enkelt är alltför glest befolkade för att skapa tillräckligt stora befolkningsunderlag inom gångavstånd, givet den butiksstorlek som är gängse idag.

## Omlokalisering av butiker inom städer

Omfördelningen av handeln inom städerna har undersökts med Hooverindex på upplösningsnivån 1x1km (se Tabell 6). Resultaten visar att handeln är mer geografiskt koncentrerad i småstäder än i större städer. I de tre storstäderna var livsmedelshandeln mindre koncentrerad än annan handel år 2008. I övriga städer uppvisade livsmedelshandeln högst koncentrationsgrad och sällanköpshandeln lägst. I stora drag tenderar delbranschernas koncentrationsgrader, som väntat, att följa antalet butiker.

Tabell 6 Genomsnittliga Hooverindex för tre typer av butiker samt befolkningen år 1998 och 2008, förändringens riktning samt antal avvikande tätorter

		10 000-19 999	20 000-49 999	50 000-199 999	200 000-
Antal tätorter		60	37	18	3
Livsmedel	1998	86,2	82,5	75,1	65,6
	2008	87,8	82,7	76,5	66,0
	Förändring	+	+	+	+
	Avvikande tätorter	12	13	4	1
Förbrukningsvaror	1998	82,8	79,9	75,7	71,2
	2008	81,5	78,8	76,0	69,6
	Förändring	-	-	+	-
	Avvikande tätorter	27	14	10	0
Sällanköp	1998	81,2	79,2	74,9	70,6
	2008	79,0	76,2	74,4	69,4
	Förändring	-	-	-	-
	Avvikande tätorter	15	8	7	1
Befolkning	1998	64,2	62,1	59,4	55,5
	2008	63,6	61,2	58,5	54,6
	Förändring	-	-	-	-
	Avvikande tätorter	21	10	3	0

Genomsnittligt uppvisade livsmedelshandeln ett geografiskt lokaliseringsmönster som var mer koncentrerat år 2008 än 1998 i samtliga ortsstorleksklasser. Bilden är emellertid inte helt entydig eftersom

några städer i varje storleksklass utvecklas i motsatt riktning. Övrig handel uppvisar däremot tendenser till geografisk de-koncentration (bortsett från butiker specialiserade på förbrukningsvaror i storleksklassen 50-200 000 invånare). I vissa fall är dock antalet avvikande städer stort, vilket antyder ett mindre entydigt utvecklingsförlopp. Återigen, tenderar förändringarna i fråga om geografisk koncentrationsgrad att följa förändringarna av antalet butiker i de olika delbranscherna. Frukt- och grönsaksbutikerna som minskar i antal tenderar alltså att koncentreras geografiskt, medan t ex den växande diversehandeln uppvisar en motsatt utveckling.

Efter denna generella översikt riktas uppmärksamheten härnäst mot handelns omfördelning mellan olika typer av områden inom städerna (se Figur 4). Förändringar avseende antal butiker och deras omfördelning mellan olika typer av stadsdelar framgår av Tabell 7. Samtliga större städer, men endast ett fåtal mindre orter, innefattar externa köpcentra. De mellanstora städerna har delats in i två grupper beroende på om de inhyste något externt köpcentrum eller inte. Endast orter som inhyser ett traditionellt stadscentrum har beaktats, d v s vi bortser här ifrån ett antal mindre orter och sovstäder med väldigt begränsade inslag av handel. Antalet orter inom varje kategori framgår inom parentes i första kolumnen i Tabell 7.

Tabell 7 Förändrat antal butiker samt omfördelningstal (antal butiker) inom tätorter 1998-2008.

Tätortsstorlek (antal Butikstyp 200 000- (3)	Förändr antal butiker	Omfördelningstal					Summa
		Centrum	Utspridd handel Centrumnära	Ytteromr	Externa köpcentra Industriområden	Bostadsområden	
Livsmedel	86	19	-17	-24	22	1	0
Förbrukningsvaror	507	64	-89	-156	151	31	0
Sällanköp	641	-118	-85	-59	228	35	0
50 000-199 999 (18)							
Livsmedel	-86	14	-8	-35	21	7	0
Förbrukningsvaror	159	-26	-77	-124	219	7	0
Sällanköp	238	-140	-118	28	222	8	0
20 000-49 999 externa köpcentra (28)							
Livsmedel	-52	-11	-6	-18	20	15	0
Förbrukningsvaror	42	99	-91	-62	42	13	0
Sällanköp	148	10	-96	-14	87	13	0
20 000-49 999 inga externa köpcentra (9)							
Livsmedel	-13	8	-2	-6	0	0	0
Förbrukningsvaror	-9	24	-16	-7	0	0	0
Sällanköp	32	7	-22	15	0	0	0
10 000-19 999 externa köpcentra (33)							
Livsmedel	-89	12	-9	-31	17	11	0
Förbrukningsvaror	39	9	-54	-12	49	8	0
Sällanköp	163	-16	-68	30	39	15	0
10 000-19 999 inga externa köpcentra (25)							
Livsmedel	-52	9	-7	-2	0	0	0
Förbrukningsvaror	-77	31	-30	-1	0	0	0
Sällanköp	35	2	-34	32	0	0	0
5 000-9 999 (88)							
Livsmedel	-58	35	-6	-41	6	6	0
Förbrukningsvaror	-25	74	-53	-56	38	-3	0
Sällanköp	-46	2	-61	12	49	-2	0
2 000-4 999 (122)							
Livsmedel	-59	49	3	-62	10	0	0
Förbrukningsvaror	-194	94	-21	-92	18	1	0
Sällanköp	-109	36	-20	-43	26	0	0

Med Tabell 5 kan bilden av detaljhandelns omlokalisering inom städerna nyanseras. Den andra kolumnen, som visar förändrat antal butiker, bekräftar en omfördelning av handeln uppåt i tätortshierarkin. Medan antalet butiker blev fler i större städer minskade de i mindre orter. Följande kolumner redogör för omfördelningen mellan de fem olika typerna av stadsdelar. Omfördelningstalet summerar till 0 och kan liknas vid omfördelning av ”marknadsandelar” mellan olika platser, men uttrycks i termer av antal ”vunna” eller ”förlorade” butiker (jämfört med om branschutvecklingen hade varit geografiskt proportionellt fördelad).

Det står klart att externhandeln, särskilt i industriområden, flyttade fram sina positioner generellt under perioden 1998-2008 (om än i mindre grad i småorter). Bortsett från de mellanstora städer som var utan externa handelsagglomerationer, avvek endast tio städer (>10 000 invånare) från denna tendens.

Däremot förefaller det inte primärt vara centrumhandeln som trängs undan av denna expansion. Bortsett från sällanköpshandel i de största städerna klarar sig centrumhandeln hyggligt, särskilt de butiker som är specialiserade på andra förbrukningsvaror än livsmedel. (Endast två städer >20 000 invånare avviker från denna tendens.) Snarare är det butiker i spridda lägen som flyttar iväg eller stänger. (Endast en stad >20 000 invånare avviker från denna observation.) Livsmedelsbutikerna försvinner från de spridda lokaliseringarna i snabbare takt än de minskar generellt. Rörande övrig handel är de centrumnära områdena den stadsdelstyp som snabbast tappat butiker. Spridda lokaliseringar i ytterstaden uppvisar en mer varierad bild eftersom butiker specialiserade på sällanköpshandel ibland hamnar där

De mellanstora städerna förtjänar särskild uppmärksamhet eftersom de möjliggör en jämförelse mellan fall med och utan externa handelsagglomerationer. Av Tabell 5 framgår att omfördelningen av butiker från de centrumnära områdena försiggår i bågfall. Däremot har spridda lokaliseringar i ytterområdena en starkare utveckling i de städer som saknar externa handelsagglomerationer. För sällanköpshandeln verkar spridda lokaliseringar i ytterstaden fungera som ett alternativ till de koncentrationer vi här kallar externa handelsagglomerationer.

## **Handelns lokalisering i tätorter år 2008**

I Tabell 8 redogörs för det läge som omflyttningskarusellen hade lett till i slutet av den undersökta perioden och Tabell 9 visar branschbredden, dvs det genomsnittliga antalet specialiseringar som fanns representerade, i tätorter av olika storlek, i deras centrum och i deras externlokaliserade handelsagglomerationer. Sammantaget kan 53 specialiteter åtskiljas i datamaterialet. Avsikten med dessa tabeller är att ge en bild av hur handeln fördelade sig mellan olika slags stadsdelar år 2008.

Tabell 8 Antal butiker i tätorter år 2008, fördelat på specialiseringar, lokaliseringar och tätortstyper.

	Antal butiker	Centrum	Utspridd handel		Externa köpcentra		Summa
			Centrumnära	Ytteromr	Industriområden	Bostadsområden	
200 000-							
Livsmedel	1 342	21%	7%	58%	8%	6%	100%
Förbrukningsvaror	4 450	43%	5%	32%	11%	10%	100%
Sällanköp	4 264	41%	5%	32%	13%	9%	100%
50 000-199 999							
Livsmedel	759	20%	10%	58%	10%	3%	100%
Förbrukningsvaror	3 045	51%	6%	28%	14%	1%	100%
Sällanköp	3 157	42%	7%	35%	16%	1%	100%
20 000-49 999 externa köpcentra							
Livsmedel	456	19%	6%	60%	10%	5%	100%
Förbrukningsvaror	1 850	61%	5%	27%	5%	1%	100%
Sällanköp	2 047	49%	6%	34%	10%	1%	100%
20 000-49 999 inga externa köpcentra							
Livsmedel	110	30%	7%	63%	0%	0%	100%
Förbrukningsvaror	339	60%	3%	37%	0%	0%	100%
Sällanköp	365	50%	5%	45%	0%	0%	100%
10 000-19 999 externa köpcentra							
Livsmedel	258	31%	4%	52%	11%	2%	100%
Förbrukningsvaror	1 136	58%	4%	28%	7%	3%	100%
Sällanköp	1 248	48%	6%	37%	7%	3%	100%
10 000-19 999 inga externa köpcentra							
Livsmedel	146	45%	6%	49%	0%	0%	100%
Förbrukningsvaror	514	63%	6%	32%	0%	0%	100%
Sällanköp	557	56%	6%	38%	0%	0%	100%
5 000-9 999							
Livsmedel	376	49%	1%	40%	4%	6%	100%
Förbrukningsvaror	1 316	61%	2%	31%	5%	2%	100%
Sällanköp	1 303	47%	1%	44%	6%	2%	100%
2 000-4 999							
Livsmedel	316	67%	0%	27%	5%	1%	100%
Förbrukningsvaror	948	62%	0%	33%	4%	0%	100%
Sällanköp	968	50%	0%	45%	5%	0%	100%

Centrumdelarnas andelar av butiksutbudet var större i småstäder och mindre orter än i de största städerna. Bortsett från fallet livsmedelsbutikerna är inte skillnaderna mellan mellanstora städer med/utan externhandel iögonfallande. Externhandeln svarade som mest för 22 procent av butikerna (sällanköpshandel i storstäderna) och de spridda lokaliseringarna – bortsett från livsmedelsbutikerna – för upp till 45 procent (sällanköpshandel i mellanstora städer utan externa handelsagglomerationer).



Tabell 9 Genomsnittligt antal delbranscher i tätortstyper och typ av agglomeration, år 1998 and 2008

Tätortstyp (antal invånare)	Hela tätorten		Centrum		Externa köpcentra (totalt)	
	1998	2008	1998	2008	1998	2008
200 000-	53,0	53,0	51,7	51,0	47,0	47,3
50 000-199 999	49,3	48,5	41,1	40,1	17,2	25,2
20 000-49 999 externa köpcentra	42,6	42,5	31,5	33,0	7,3	10,8
20 000-49 999 inga externa köpcentra	33,0	34,1	22,3	24,7		
10 000-19 999 externa köpcentra	34,2	33,6	24,1	24,7	4,5	6,1
10 000-19 999 inga externa köpcentra	25,8	25,3	20,1	18,6		
5 000-9 999	19,6	19,4	13,0	13,4	4,7	6,0
2 000-4 999	10,9	10,0	9,0	8,7	4,3	6,9

Städernas centrum har inte bara fler butiker utan också en större branschbredd än externhandeln sammantagen. Till de fåtaliga undantagen hör några platser (Borlänge, Kungsbacka och Höllviken) där köpcentrum har uppförts strax utanför de traditionella stadskärnorna och en handfull gränsnära orter där handelscentrum, som primärt riktar sig utsocknes kunder, har etablerats vid genomfartsvägen i tätortens utkanter. Bortsett från sådana undantag varierar stadskärnornas andelar av butikerna i en stad mellan 30 och 80 procent och de externa agglomerationernas andelar mellan 0 och 30 procent.

Sammanfattningsvis kan man konstatera att – bortsett från livsmedelshandeln – fungerade städernas traditionella centrum år 2008 ännu regelmässigt som den primära platsen för deras detaljhandel oavsett om man mäter antal butiker eller branschbredd. Denna slutsats håller streck även om man begränsar uppmärksamheten till mellanstora städer med eller utan externa handelsagglomerationer. Stadskärnornas dominans är tydligast i mindre städer och orter.

## Slutsatser

I många mindre orter gapar gågatans skyltfönster tomma och visst har stadskärnornas ställning som självklara nav för detaljhandeln utmanats, men man måste ändå konstatera att år 2008, så långt föreliggande studie sträcker sig, fungerade centrum, med sina gågator och torg, som den primära handelsplatsen i Sveriges städer, oavsett om vi mäter antalet butiker eller branschbredden. Den omlokaliseringsskarsell som har flyttat många butiker till nya lägen under de föregående decennierna förefaller inte ha ändrat detta faktum, möjligen med undantag för sällanköpshandeln.

Tillkomsten av externa handelsagglomerationer innebär faktiskt att handeln sammantaget sprids inom staden (vilket indikeras av sjunkande Hooverindex i Tabell 6) även om den kan uppfattas på motsatt vis i vissa delar av städerna. Data visar nämligen att omfördelningen av butiker *till* externa lägen till syvende och sist främst kommer *från* spridda lägen runt om i staden, särskilt från de, oftast någorlunda tätbefolkade, delar som återfinns omedelbart utanför centrum. Denna omfördelning av butiker från centrumnära stadsdelar äger rum både i de städer som inhyser externa handelsagglomerationer och de som inte gör det och är regelmässigt av större omfattning än omfördelningen från stadskärnan. Följaktligen ter det sig orimligt att förklara omlokaliseringen av handeln med hänvisning till etableringen av externa köpcentra.

Tecken på en mer diffus och svag tendens till omlokalisering av butiker som går på tvärs mot den huvudsakliga agglomerationsinriktade trenden, har också kunnat skönjas. Den kan iakttagas på landsbygden där avsaknaden av annan handel gör att den lätt framträder, men den skulle mycket väl kunna äga rum i städerna också (även om den i så fall lätt ”drunknar i bruset” där). Den typ av butiker som berörs sysselsätter som regel bara en person och har specialinriktningar.

Både omfördelningen av butiker från städernas ytterområden och till deras omgivande landsbygder har tämligen subtil karaktär. I bägge typerna av områden ligger butikerna så glest att det är svårt att se

mönstren vid fältobservationer. Stängningen eller öppningen av en butik framstår gärna som en unik slumpmässig händelse, men registerdata antyder tvärtom systematik.

Vidare kan det konstateras att en tendens till omlokalisering till städernas ytterområden är allmänt förekommande inom sällanköpshandeln. Typiskt hamnar de butiker som flyttar i externa handelsagglomerationer, men flyttmönstret kan iaktas också i städer som saknar den typen av köpcentrum. I det senare fallet sprids sällanköpsbutikerna istället i städernas ytterområden.

Till sist visar data att även om antalet butiker ökade under den studerade perioden, så var inte ökningen i paritet med befolkningens tillväxt (och i vissa delbranscher – mest märkbart livsmedelshandeln – minskade antalet affärer). Detta visar att det kundunderlag som är nödvändigt för att få en butik att gå runt, ökade.

Samtliga slutsatser passar väl in i de förklaringar till förändringarna som har föreslagits i litteraturen. Bland dem återfinns såväl nödvändiga faktorer såsom generös planeringslagstiftning och ökande tillgång till bil och kylskåp i befolkningen, som tillräckliga faktorer såsom förändringar i hushållsstrukturen, hårdnande konkurrens och att allt färre butiker kan klara sig på ett lokalt kundunderlag (e.g. Handy 1993, Guy 1998b, Forsberg 1998, Bartlett 2003). Reimers och Clulow (2004) anlägger ett mer generellt perspektiv och betonar kundernas rumsliga bekvämlighet.

Nödvändigheten av ett tillräckligt kundunderlag är grundläggande redan i Christallers (1933) pionjärarbete. På hans tid var rörligheten mindre och man antogs handla lokalt. Butikerna lokaliserade sig alltså i anslutning till kunderna. Nuförtiden minskar antalet butiker per invånare trots att kunderna handlar för större summor än någonsin. Det antyder att det nödvändiga kundunderlaget för att dra runt en butik ökar. Butiker som förr kunde klara sig på ett lokalt kundunderlag hamnar då i svårigheter. På så vis skulle omlokaliseringen av butiker från såväl småorter som spridda lägen i städerna, men utanför centrum, kunna förstås (jämför Falk 1980 och O'Callaghan och O'Riordan 2003).

Tvåförsörjarnormen innebar att det blev svårare för hushållen att hinna med en daglig inköpsrunda av livsmedel. Att kylskåpet blev allmänt vid samma tid gjorde den dessutom onödigt. När så bilen spreds i befolkningen blev det lätt att handla några kilometer bort om det fanns en intressant butik där. Den ökade rörligheten innebar alltså att konkurrensen skärptes. Denna logik har eroderat butikernas lokala kundbaser och varit till fördel för butiker som har kapacitet att ta emot bilburna kunder, d v s externhandeln. Samtidigt har den öppnat möjligheter för små butiker i udda lägen som är specialiserade nog att dra kunder i sig själva. Det kan vara en omgjord lada på landsbygden som säljer designade damkläder, förmodligen med tämligen små hyreskostnader och kanske också begränsade förväntningar på profitabilitet eller en butik för lokalproducerade livsmedel i bottenvåningen på ett funkishus strax utanför centrum. Givet dessa förändrade förutsättningar för handeln framstår möjligen de traditionella stadskärnornas hyggliga vigör som det mest svårförklarliga faktumet.

Från ett konsumentperspektiv innebär förändringarna att befolkningen i centrumnära stadsdelar och i småorter, som förr hade en del butiker inom promenadavstånd, måste ta sig allt längre avstånd för att handla, samtidigt som många förortsbor har fått nya köpcentrum inpå knuten. Det är naturligtvis oklart vad en alternativ utveckling hade inneburit, men det är nog nödvändigt att beakta handelns snabba expansion om man skissar på en sådan. Borsdorf och Schöffthaler (2002) undersöker systematiskt konsekvenserna av ett kontrafaktiskt läge, där de i tanken stänger Innsbrucks externa köpcentrum, men ändå ska behålla stadens handelsvolym oförändrad. Ett sådant alternativ skulle innebära att det blev väldigt trångt i centrum.

Att bedöma om handelns omlokalisering leder till några samhällsproblem är visserligen en politisk uppgift snarare än en vetenskaplig, men givet att svaret på frågan är ”ja” är budskapet från denna studie att externhandels expansion snarare är ett symptom på en rad andra processer än, i sig, en orsak till omlokaliseringen. Mycket talar för att dessa processer fortgår oavsett om externhandeln begränsas politiskt eller inte, vilket också förefaller bekräftas av att utvecklingen är snarlik i olika länder trots att planeringsutfallen skiljer sig åt. Det finns skäl att tro att åtgärder som riktar sig direkt mot kundernas rörlighet och problemet med obalans mellan nödvändigt och faktiskt kundunderlag skulle vara effektivare. Sannolikt är de också politiskt svår genomförbara.

# Butikssammansättnings geografi

Bakom handelns geografiska omfördelning finns förändrade lokaliseringsförutsättningar. Med utgångspunkt i hur dessa förutsättningar beskrivs i litteraturen kan man förvånas över att förändringarna inte är mer omfattande än de är. Exempelvis skulle man lätt kunna hävda att stadskärnorna var vid godare vigör år 2008 än vad som finns anledning att förvänta (Burger m fl 2014; Wrigley och Dolega 2011). För svensk del har Rämme och Rosén (2009) tolkat stadskärnornas renässans i början av 2000-talet dels som en följd av medvetet förändringsarbete, dels av att de alltmera kommit att fylla en, i förhållande till externhandeln, komplementär funktion som erbjuder en helhet av speciella affärer (småskaliga specialbutiker) och upplevelser; de har med andra ord hittat en framgångsrik utbudsmix.

Det faktum att butiker av samma typ är samlokaliserade är känt från t ex orientens basarer sedan hundratals år, men som akademiskt studieobjekt är fenomenet nyare. Artle (1959) som delade in Stockholm i 400 rutor om 250 x 250 meter och inventerade deras efterfrågan (konsumenter) och butiksutbud, brukar ses som en pionjär både i Sverige och internationellt. Med det dataset han så skapade kunde han visa att butiksutbudet är mer rumsligt sammanflyttat än efterfrågan kan motivera i ett antal delbranscher inom detaljhandeln (med undantag för Systembolaget). Rogers (1965) följde upp och utvecklade Artles arbete och genomförde snarlika studier med snarlika resultat i fler städer. En systematisk översikt över dessa och ytterligare ett antal studier som har genomförts sedan dess finns i Krider och Putler (2013) som empiriskt undersöker saken i två kanadensiska städer. För svensk del har Öner och Larsson (2014) nyligen undersökt var i staden olika typer av butiker är lokaliserade och vilka typer av butiker som tenderar att vara samlokaliserade.

Skälen till att butiker samlokaliseras vid vissa platser, har förklarats med hänvisning till ett antal faktorer relaterade till både utbud och efterfrågan. Generellt innebär samlokalisering att man på utbudssidan kan dra fördel av en rad kostnadsfördelar (såsom samtransport, delade infrastrukturkostnader och minskade sökkostnader), en arbetsmarknad med specifika kunskaper inom efterfrågat område samt att man enklare kan dela och sprida relevant information och bättre hålla sig uppdaterad (Maskell och Malmberg 1999, Feldman 2000). På efterfrågesidan handlar det t ex om att man bättre kan hantera en ojämn efterfrågan genom att olika typer av butiker vid olika tillfällen kommer att locka till sig kunder och på så sätt bidra till ett ständigt kundflöde, men även att man har möjlighet att locka över kunder från konkurrerande butiker eller dra nytta av andra butikers marknadsföring och kampanjer som drar kunder till området. Ett större utbud vässar även konkurrensen mellan butikerna och kan leda till priskrig, förvisso knappast något handeln eftersträvar, men som samtidigt attraherar än fler kunder (se Picone m fl 2009 för en detaljerad diskussion).

Samtidigt kan det påpekas att lokaliseringsbeslut inom detaljhandeln inte nödvändigtvis är resultat av strategiska överväganden. Historia, tradition, intuition och "känsla för affärer" förefaller ha större betydelse för butikers lokaliseringsbeslut än man skulle kunna vänta sig i en tid med bättre tillgång än någonsin till både data om detaljhandeln och verktyg att analysera den (t ex Hernández och Bennison 2000, Picone m fl 2009). Lokaliseringsmönster och samlokalisering av butiker har också "evolutionära" kopplingar, genom att de som väljer "fel" lokalisering snart flyttar eller slås ut från marknaden om de inte lyckas få snurr på verksamheten. Till sist kan också nämnas att samlokalisering av butiker och mer komplementära verksamheter (såsom restauranger, nöjen eller annan service) också kan antas ha stor betydelse för handeln, t ex möjligheten att ta en kaffepaus, att utträta något annat ärende eller tillgång till parkeringsplatser.

## Småskalighet och specialisering – stadskärnans nisch?

Här kommer vi att fokusera på hur sammansättningen av olika slags butiker ser ut och förändras i tre typer av generella butikslokaliseringar (agglomererade i stadskärnan eller i externa köpcentra samt mer utspridda butikslokaliseringar) mellan åren 1998 och 2008. I grund och botten utgår studien från de 53 delbranscher som SNI åtskiljer inom detaljhandeln. I vissa delar har också små (<10 sysselsatta) specialiserade (SNI

522-525) butiker brutits ut och särredovisats. De jämförs primärt med SNI 521 (detaljhandel med brett sortiment, såsom varhus och stormarknader), även om ett antal butiker också hamnar i en restpost av ”övriga butiker”. Utvecklingen av olika slags butiker framgår av Tabell 10

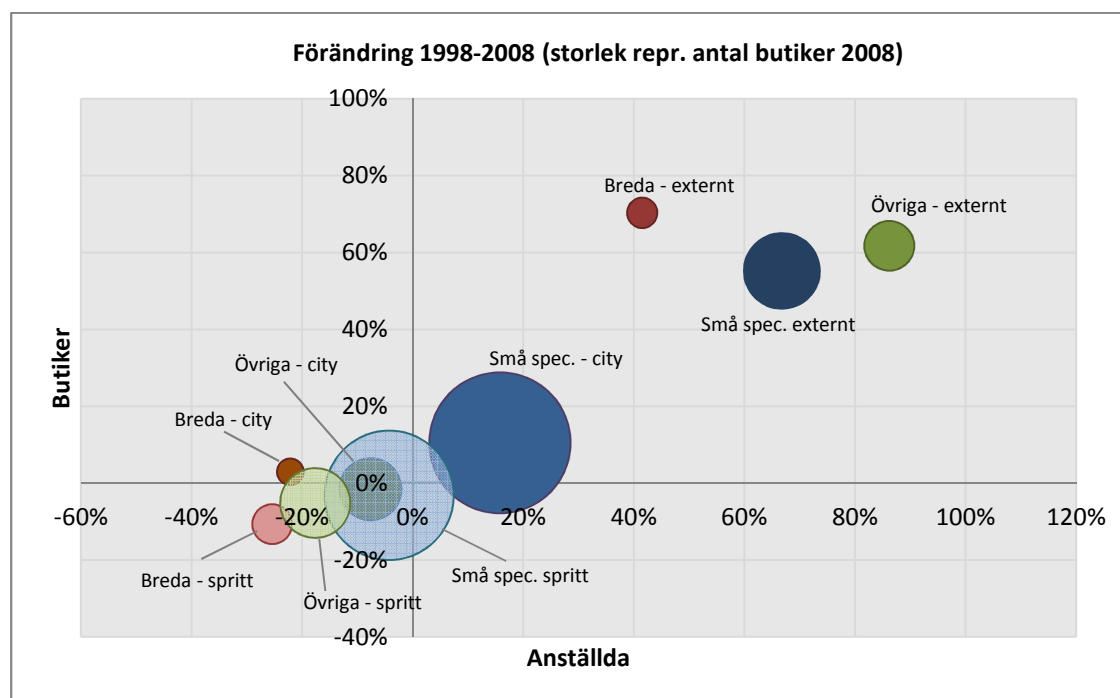
Tabell 10 Detaljhandelns utveckling 1998-2008 fördelat på typer och lokaliseringar

Typ av handel	Lokalisering	Arbetsställen (butiker)			Sysselsatta		
		Antal 2008	Andel 2008	Förändr 98-08	Antal 2008	Andel 2008	Förändr 98-08
Små specialiserade	Stadskärnan	7 779	47%	10%	27 479	52%	16%
	Externa	2 240	14%	55%	9 577	18%	67%
	Utspridd	6 540	39%	-3%	16 029	30%	-4%
<b>Summa</b>		<b>16 559</b>	<b>75%</b>	<b>9%</b>	<b>53 085</b>	<b>34%</b>	<b>15%</b>
Varuhus/stormarkn	Stadskärnan	278	22%	3%	9 595	23%	-22%
	Externa	356	29%	70%	19 067	46%	42%
	Utspridd	613	49%	-11%	13 164	31%	-25%
<b>Summa</b>		<b>1 247</b>	<b>6%</b>	<b>7%</b>	<b>41 826</b>	<b>27%</b>	<b>-4%</b>
Övriga	Stadskärnan	1 504	34%	-2%	22 831	38%	-8%
	Externa	969	22%	62%	22 499	37%	86%
	Utspridd	1 916	44%	-5%	15 387	25%	-18%
<b>Summa</b>		<b>4 389</b>	<b>20%</b>	<b>6%</b>	<b>60 717</b>	<b>39%</b>	<b>9%</b>
<b>Totalt</b>		<b>22 195</b>	<b>100%</b>	<b>8%</b>	<b>155 628</b>	<b>100%</b>	<b>7%</b>

Av Tabell 10 framgår både att en stor majoritet av butikerna (75 procent år 2008) är små och specialiserade (enligt kriterierna ovan) och att de har flyttat fram sina positioner snabbare än andra butiker (oavsett om man mäter antal butiker eller antal anställda). Dessutom framgår att nästan hälften av dessa butiker var lokaliserade i en stadskärna. Ser man till förändringen över tid står det också klart att de små specialiserade butikerna har en starkare utveckling i stadskärnorna (+10 procent) än andra typer av butiker (+3/-2 procent). Mönstret är än tydligare mätt som antal sysselsatta.

Trots en till synes positiv utveckling i stadskärnorna har dock de små specialiserade butikerna vuxit till än snabbare i externa köpcentra. Detta skulle kunna tolkas som att den externlokaliserade handeln blivit mer inriktad mot specialiserad småskalig detaljhandel och inte enbart fokusera på volymhandel av skrymmande varor (som dock också stärkt sina positioner i externa köpcentra). Förklaringen till detta skulle i sin tur till stora delar kunna reflektera tillkomsten och utbyggnaden av externt belägna inomhusköpcentra som under ett och samma tak inrymmer en uppsättning butiker av varierande slag samt restauranger och nöjesetablissemang, såsom exempelvis Heron City i Kungens Kurva utanför Stockholm. Trots denna utveckling står dock den breda handeln för merparten av sysselsättningen i externa köplägen. En annan tydlig tendens i materialet, som tidigare har framgått, är att handeln minskar i spridda lägen. Figur 8 visar att detta gäller alla typer av butiker även om de små specialiserade butikerna trots allt är minst berörda av tillbakagången.

Figur 8. Förändring butiker och anställda efter typ och lokalisering.



Trots att tillväxten andelsmässigt varit störst i externa handelsområden kan dock konstateras att de små och specialiserade butikerna i stadskärnorna fortsatt utgör den största delen av butiksutbudet i Sverige, vilket i ännu högre grad återspeglas i antalet butiksanställda i centrumbutikerna. Oavsett lokalisering i staden har den nischade och specialiserade handeln i mindre butiker också vuxit mer än de stora butikerna med brett utbud. Detta är än mer tydligt om ser till antalet anställda där de specialiserade vuxit med 15 % och de breda överlag minskat med -4 procent, även om tillbakagången faller helt på stadskärnan och spridda lägen.

Med andra ord växer den specialiserade handeln i stadskärnorna samtidigt som antalet varuhus, stormarknader och övriga större butiker lägger ned eller flyttar. Detta kan i sin tur vara ett resultat av konkurrensen från externhandeln. För att behålla attraktionen i stadskärnorna blir deras butiker mer specialiserade och diversifierade. Huruvida en tillsynes tilltagande trend inom externhandeln att även tillhandahålla mer specialiserade och komplementära verksamheter, såsom service och underhållning, i större gallerialiknande affärskomplex har påverkat utvecklingen i stadskärnorna efter 2008 återstår att undersöka.

I materialet finns inte heller något som tyder på att tätortsstorleken varit direkt avgörande för utbudet av butiker i stadskärnorna, där antalet butiker blivit något fler i storstäderna Stockholm, Göteborg och Malmö (14 %) och i mindre tätorter (10 %) än i de mellanstora städerna (1 %).

Storstäderna, särskilt Stockholm, svarar alltså för merparten av butikstillväxten. Utmärkande för storstäderna är också den stora mängden av små och specialiserade butiker, vilka också är betydligt fler än andra butikstyper. Tillväxten av de små och specialiserade butikerna har framför allt skett i centrum och i något högre utsträckning i externa handelsagglomerationer (där också den relativt sett största tillväxten skett (49 % jämfört med 15 %). Stockholm är annars den tätort som med bred marginal ökat mest i antal små och specialiserade butiker (motsvarande en ökning om 19 %). Detta kan tyda på att Stockholm är mer varierat och har större tröskelvärde gällande visst typ av specialiserat utbud. De mindre tätorter som uppvisar stor tillväxt av små och specialiserade butiker saknar som regel externa handelsområden. Örnsköldsviks och Visby centrum tillhör dem med störst tillväxt. Det antyder att förändringen av stadskärnornas detaljhandel har en mer generell förklaring än som reaktion på etableringen av externa köpcentrum.

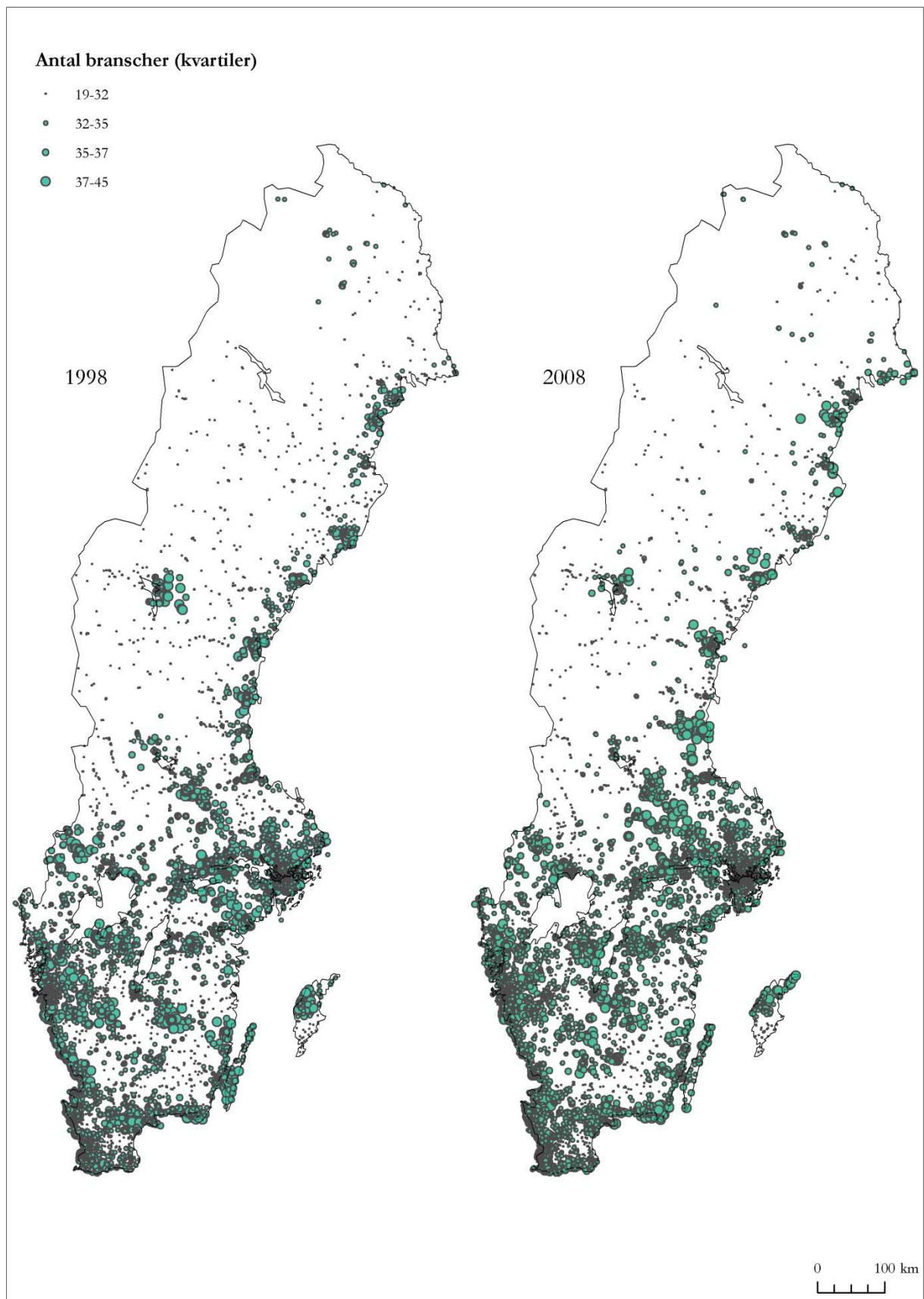
## **Butikernas individuella grannskap – blandad eller ensidig handel**

Ett alternativt sätt att närma sig hur detaljhandelns branschsammansättning varierar geografiskt innebär att ta utgångspunkt i varje enskild butik och undersöka huruvida dess grannbutiker tillhör samma delbransch. Som grannar räknas här varje enskild butiks 100 närmsta butiker (oavsett hur långt bort de är belägna). Det innebär visserligen att resultatens geografiska upplösningsnivå blir approximativ i handelsglesa områden, men den stora fördel som uppnås är att miljöer med tät och gles handel kan jämföras utan att riskera att analysen störs av att antalet butiker i den omedelbara närheten är olika och ibland väldigt litet (t ex på landsbygden).

Figur 9 illustrerar hur många av detaljhandelns 53 delbranscher som finns representerade i grannskapen kring alla butiker åren 1998 och 2008. I de delar av Sverige där detaljhandeln är mest ensidig, på delar av landsbygden, fanns bara ett tjugotal delbranscher representerade i grannskapen (d v s bland varje butiks 100 närmsta grannbutiker). I de mest variationsrika grannskapen, som återfinns i större städer, var antalet delbranscher mer än dubbelt så stort. Som mest (i Borås och Kristianstad) fanns 45 delbranscher representerade.

Den karterade branscbredden indikerar vissa förändringar i bland annat i Norrland och Småland. Utöver att bredden synbart har minskat i vissa regioner verkar det även som att bredden förskjutits i andra regioner, men som helhet visar kartorna baserade på andelen ett ganska väntat mönster – branscbredden inom detaljhandeln är störst kring tätorterna och storstäderna.

Figur 9. Översiktlig branschbredd 1998 och 2008 fördelad i fyra storleksklasser.



## Branschblandning inom detaljhandeln mätt som entropi

Statistiskt finns det mått som kan ge en mer detaljerad och komplex bild av bredden än vad som går att åstadkomma genom att enbart redovisa hur många delbranscher som finns representerade bland respektive butiks hundra närmsta grannar. Till grund för analyserna ligger också framledes beräkningen av andelen butiker – bland varje enskild butiks hundra närmaste grannar – som tillhör samma delbransch.

För att få ett samlat mått på de geografiska variationerna av detaljhandels branschbredd har Shannon-Wieners entropibaserade mångfaldsindex använts. Entropimåttet kommer ursprungligen från fysik och termodynamik och kan förenklat beskrivas som graden av oordning i ett system. Oordning ska i det här fallet i första hand tolkas som variationen av förekommande delbranscher bland varje butiks hundra närmaste grannbutiker. Entropivärdet har alltså beräknats för varje enskild butiks individuella grannskap (100 närmaste grannbutiker). Höga värden motsvarar stor bredd av branscher inom detaljhandeln. Figur 10-12 visar entropimåttet på koordinatnivå för 1998 och 2008 för de större städerna och några mellanstora tätorter. De grå ytorna som visas i kartorna beskriver hur respektive tätort breder ut sig.

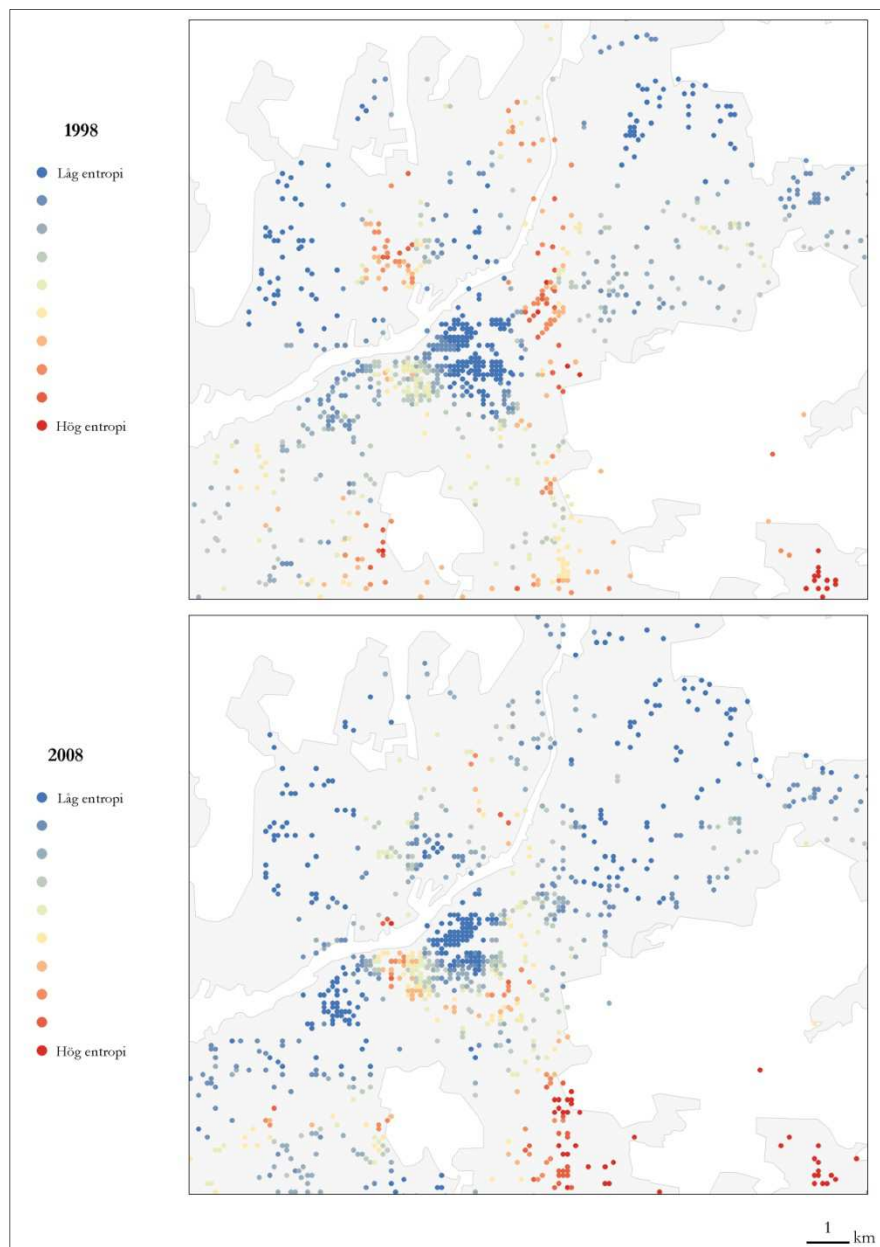
Det går att skönja en tydlig förändring mellan de båda åren bara genom att betrakta hur verksamheterna och branschbredden har förändrats och förflyttats geografiskt. I Göteborgs perifera områden syns exempel på hur detaljhandels branschbredd både har ökat och minskat, samtidigt som innerstadshandeln till stor del verkar ha behållit ungefär samma nivå. Branschbredden i stadshandeln i Stockholm har ökat något. Branschbredden i områden i stadens sydvästra delar har minskat, samtidigt som den har ökat i de sydöstra stadsdelarna. Tydligast är kanske ändå de starka koncentrationerna av butiker med låga entropivärden i både Stockholm och Göteborgs centrum. De låga värdena indikerar att handeln i de mest centrala (och attraktiva) delarna av städerna är relativt homogen med en stark dominans av ett mindre antal branscher. I dessa stadskärnor märks framför allt kläd- och skobranschernas närvaro.

Figur 12 visar att detaljhandeln i Malmö har genomgått en förändring där bredden har minskat kraftigt i stadens södra delar och koncentrationen av koordinater med störst branschbredd har förflyttats från stadens södra delar till området kring centralstationen. Som helhet har antalet koordinater med hög branschbredd minskat i hela staden, samtidigt som externhandeln inte verkar ha påverkats.

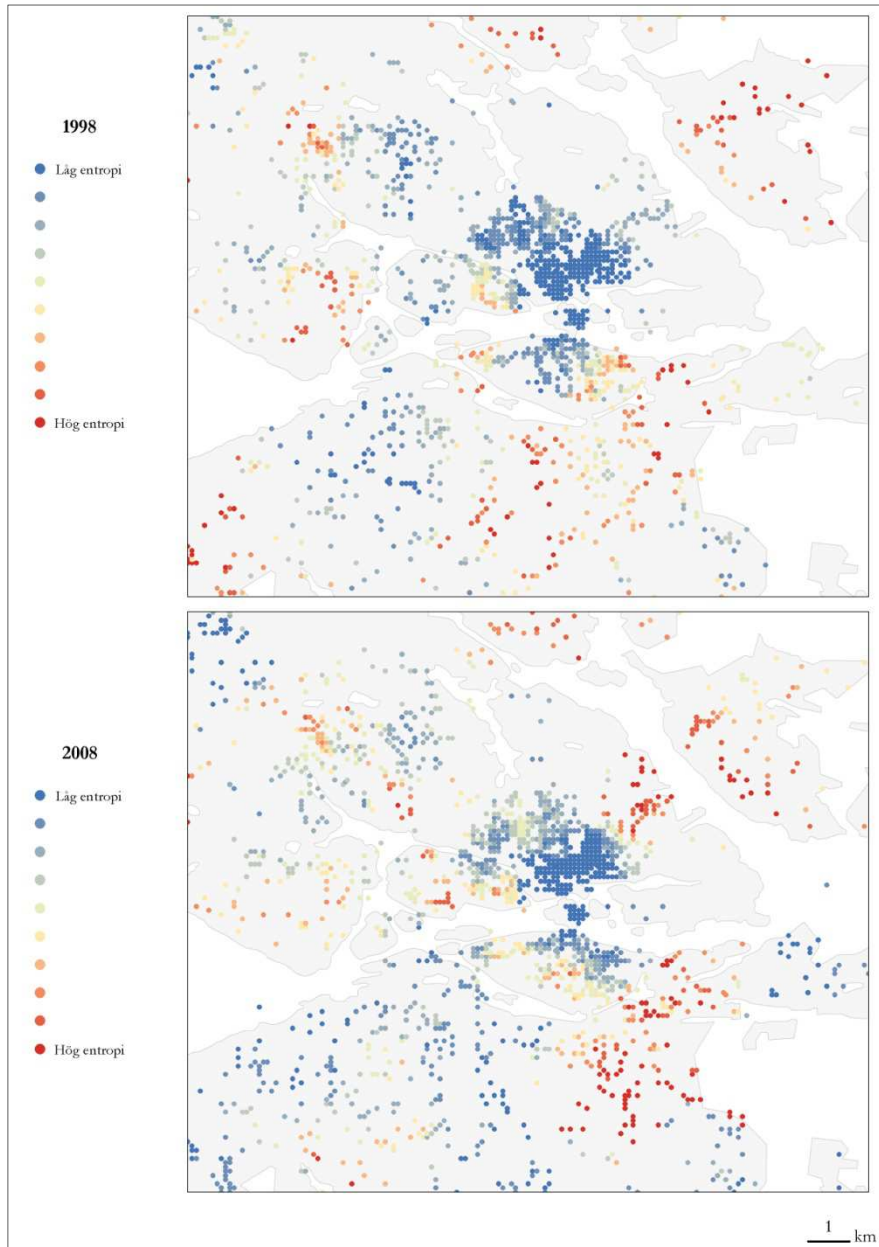
Umeå och Norrköping utgör exempel på mellanstora tätorter med skilda utvecklingar. I Umeå har områdena med ett varierat butiksutbud minskat och koncentrerats till ett mindre område, medan butiksutbudet i Norrköping, särskilt stadens nordvästra delar, istället blivit mer varierat.



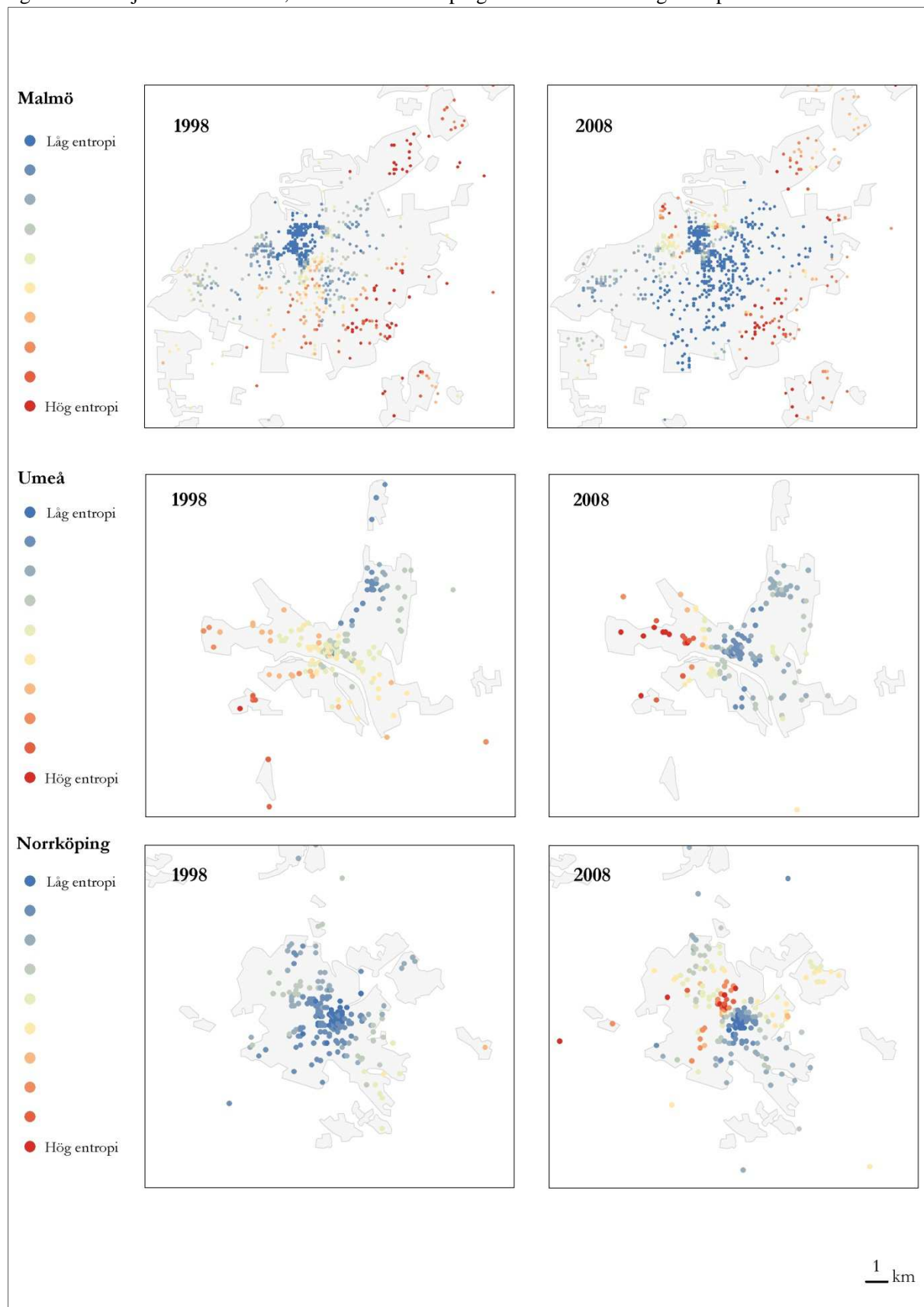
Figur 10. Detaljhandeln i Göteborg 1998 och 2008. Hög entropi indikerar stor bredd.



Figur 11. Detaljhandeln i Stockholm 1998 och 2008. Hög entropi indikerar stor bredd.



Figur 12. Detaljhandeln i Malmö, Umeå och Norrköping 1998 och 2008. Hög entropi indikerar stor bredd.



## Geografiska variationer i detaljhandelns täthet och branschbredd

Med syfte att ge en överblick över hela landet har butikernas individuella grannskap kategoriserats med klusteranalys, ett effektivt tillvägagångssätt för att dela in det stora antalet verksamheter i mindre grupper. Metoden har fördelen att klustringen kan göras utifrån flera variabler. I detta fall innebär det att vi kan kompletter uppgifterna om entropibredden i den lokala handeln med en variabel som beskriver det geografiska avståndet till den butik – av de hundra närmsta grannbutikerna – som ligger längst bort. Genom att med en s.k. *k*-means klustringsteknik klustra samtliga koordinater med butiker efter både branschbredd och avståndet till den hundrade grannen, har bredden mätts i relation till hur långt bort de närmsta grannarna finns lokaliserade. Eftersom både 1998 och 2008 års handel mätts med samma metod är det enkelt att jämföra förändringar över tid.

Tabell 11. 1998 års handelskoordinater uppdelade i kluster.

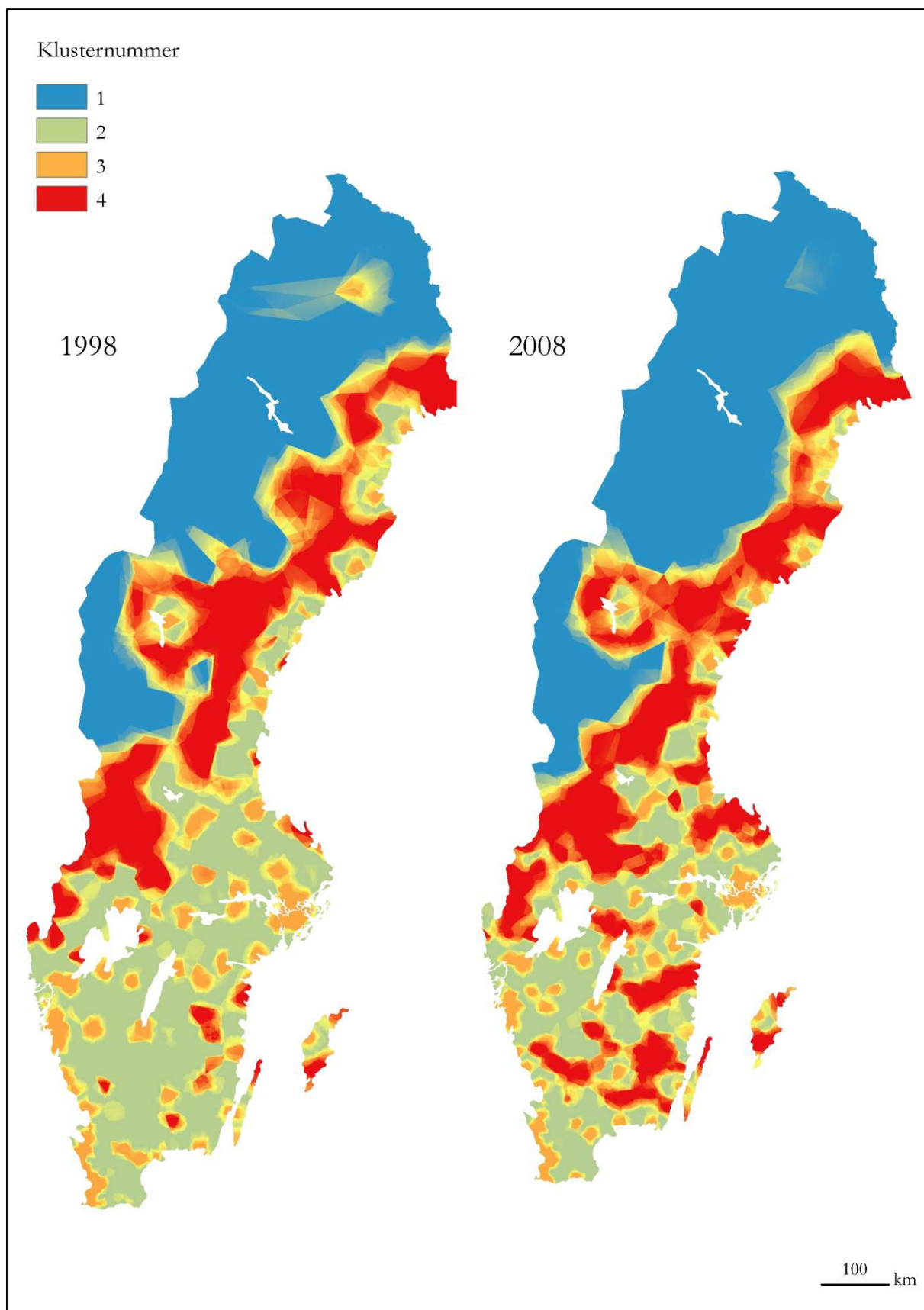
Klusternummer	Antal koordinater	Andel i %	Medelavstånd (kilometer)	Medelentropi (bredd)	Maximal entropi
1	426	2 %	92	3,69	5,73
2	7088	35 %	21	4,54	5,73
3	11376	56 %	4	4,29	5,73
4	1353	7 %	45	4,00	5,73
<b>Total</b>	<b>20243</b>	<b>100 %</b>			

Tabell 12. 2008 års handelskoordinater uppdelade i kluster.

Klusternummer	Antal koordinater	Andel i %	Förändring sedan 1998	Medelavstånd (kilometer)	Medelentropi (bredd)	Maximal entropi
1	562	3 %	+136	87	3,76	5,75
2	6122	29 %	-966	18	4,62	5,75
3	11947	57 %	+571	3	4,23	5,75
4	2334	11 %	+981	34	4,45	5,75
<b>Total</b>	<b>20965</b>	<b>100 %</b>	<b>+722</b>			

Det är tydligt att bredden för samtliga kluster ligger någonstans kring värdet 4, med undantag för det första klustret som särskiljer sig med ett betydligt lägre värde (det maximala värdet för 2008 är marginellt större på grund av det ökade antalet koordinater). Skillnaden i avstånd är dock avsevärt större och indikerar den främsta skillnaden mellan klustren. För att resultatet ska bli lättare att tolka behöver klustringen också karteras. Det stora antalet koordinater innebär att kartan snabbt skulle bli oöverskådlig för jämförelser för hela landet på koordinatnivå. Resultatet från klusteranalysen har därför karterats med en teknik liknande den som brukar användas för väder- och temperaturkartor, s.k. interpolering. Med interpolation har klustertillhörighet beräknats för hela landets yta, alltså även för koordinater som saknar handel. Det verkar kanske förvirrande att tilldela ett värde för butiker till koordinater där några sådana inte finns, men eftersom interpolationen utgår från de befintliga koordinaterna kan kartorna tolkas som en beskrivning av det genomsnittliga värdet för tätheten och bredden på både koordinaterna och utrymmet mellan dem.

Figur 13. Handelskoordinater fördelade i fyra kluster 1998 och 2008.



Med den interpolerade kartan sätts värdena i Tabell 11 och 12 i ett geografiskt sammanhang som berättar en delvis annorlunda historia. Koordinaterna inom det tredje och största klustret utgörs kanske inte helt oväntat av handeln i de större tätorterna där avståndet mellan butikerna är kort och branschvariationen genomsnittligt är hygglig, men inte hög. Det första och minsta klustret domineras av detaljhandeln i Norrlands inland med liten branschbredd och långa avstånd. Det andra klustret är framför allt fördelat på landsbygden i södra delen av landet och på områden strax utanför tätorterna. Här är den genomsnittliga branschbredden som högst, men avstånden till den hundrade grannbutiken nästan 2 mil. Det fjärde klustret utgörs av koordinater förlagda kring både Norrlandskusten och vissa regioner i söder. Det kännetecknas av god branschbredd, men ganska långa avstånd. Vid en jämförelse av förändringar av karaktäristiken för och antalet medlemmar i varje kluster kan värdena i tabellerna först se ut att variera relativt lite mellan åren. Kartan ger dock en delvis annan bild, särskilt vad gäller förändringen av det andra och det fjärde klustret. Även om förändringen i andel ser ut att vara relativt liten har ändå en betydande rumslig förändring skett.

Det andra och det fjärde klustret kan betraktas som samhörande eftersom de framför allt täcker landsbygden och områden utanför tätorterna. Den avgörande skillnaden gäller avståndet, där det fjärde klustret har ett relativt sett betydligt längre medelavstånd till den sista grannen än det andra (ett avstånd som förvisso är något kortare 2008). I jämförelse med 1998 är det fjärde klustret 2008 utspritt över ett betydligt större område och i större utsträckning i södra delen av landet, bland annat i delar av Småland och Östergötland. Hur ska då resultatet av förändringen tolkas? Det finns anledning till att vara försiktig med hur stora växlar som dras utifrån klustringen, men i åtminstone någon utsträckning indikerar den förändrade utbredningen av det fjärde klustret en försämring av bredden och en ökning av avstånden mellan butikerna i de regioner där ljusgröna ytor övergått till röda.

## Vilken slags handel försiggår var? Och hur förändras det?

Ytterligare en kategorisering har genomförts med faktoranalys<sup>6</sup>. Till skillnad från klusteranalysen kan faktoranalysen ge en bild av *vilka* branscher som är starkast koncentrerade i de olika butiksmiljöerna. Butiksverksamheten på varje koordinat har åter kategoriserats utifrån branschvariationerna för de hundra närmaste grannarna och det tidigare nämnda avståndet till den hundrade grannen. Förenklat kan tillvägagångssättet beskrivas som en analys av på vilka platser branschandelarna med samma värde i hög utsträckning verkar hänga samman. För varje koordinats butiksmiljö har de gemensamma nämnarna för branscherna som dominerar verksamheterna på koordinaten mätts. För att jämförelse över tid skall vara möjlig har faktoranalysen genomförts på ett samlat statistiskt material som består av samtliga butiker och deras branschtillhörighet både 1998 och 2008. Detta innebär att kategoriseringen utförts på ett identiskt sätt och att förändringar över tid endast kan härledas till faktiska rumsliga förändringar och inte till data- eller metodspeficikationer. Faktoranalysen är värdefull av framför allt två skäl. Dels kan jämförelser göras av förändringen av butiksmiljöerna över tid genom att studera hur de geografiska koncentrationerna av kategorierna förändrats. Dessutom kan kategoriseringen för 2008 användas som en översiktlig karta för detaljhandeln som helhet.

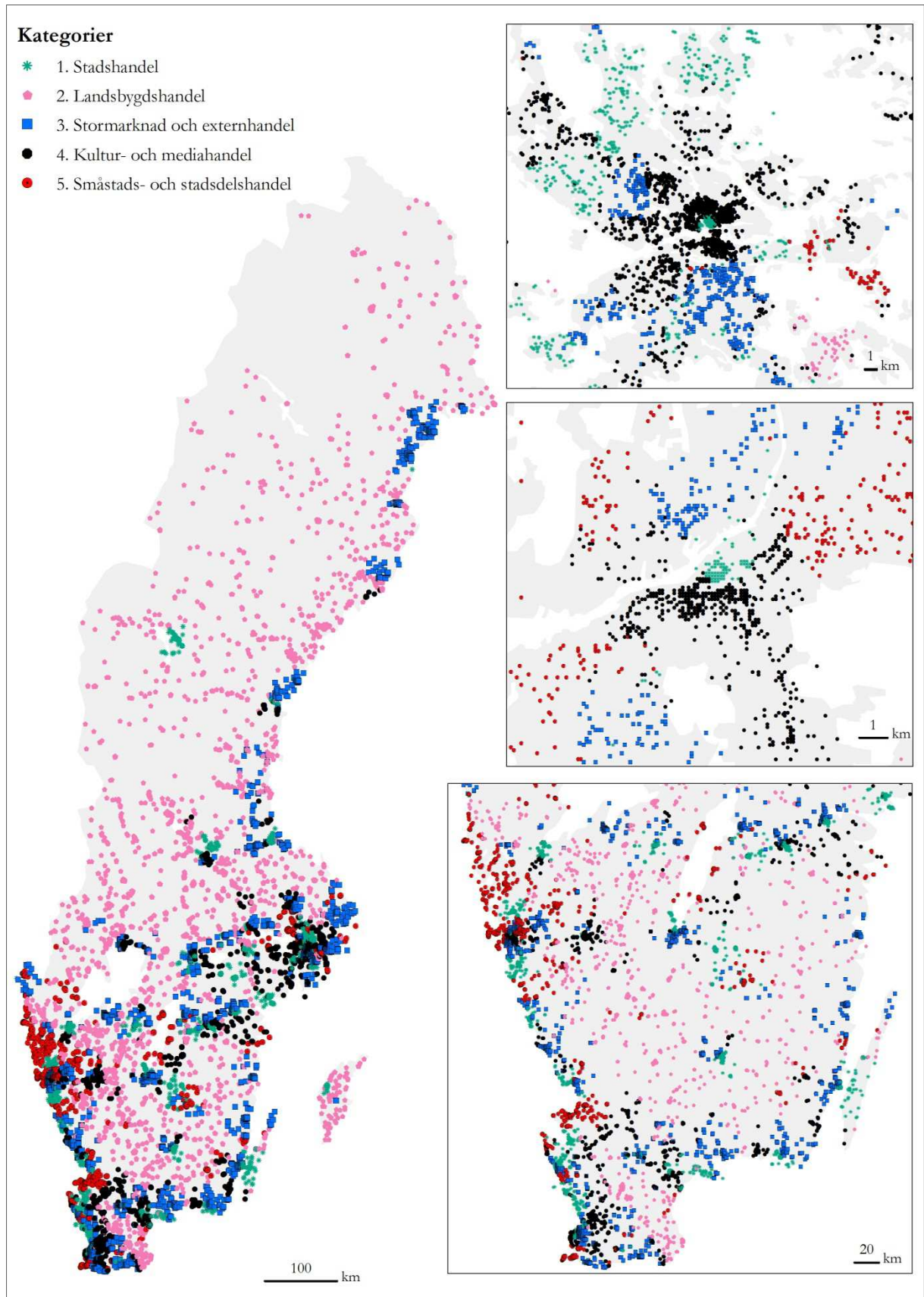
Tabell 13. Kategorisering av 1998 och 2008 års handelskoordinater med faktoranalys.

Faktornummer	Kategori	Dominerande branscher	Andel i % 1998	Andel i % 2008	Avstånd mellan butiker
1	Stadshandel	Kläder, kosmetika, sport, elektronik	22 %	23 %	Kort
2	Landsbygdshandel	Systembolag, apotek, souvenirer, hemslojd	27 %	16 %	Långt
3	Stormarknad och externhandel	Större mataffärer, möbler, elektronik, byggvaruhus	20 %	22 %	-
4	Kultur- och mediahandel	Konst, ljud och hifi, bokhandel, antik	23 %	11 %	Kort
5	Småstads- och stadsdelshandel	Konfektyr, hälsokost, kosmetika, barnkläder	8 %	28 %	
Total			100 %	100 %	-

Genom att tolka resultatet och justera gränsvärdet för analysens känslighet har antalet kategorier reducerats till fem huvudsakliga typer av handelskoordinater. För tre kategorier indikerade analysen samband mellan branschammansättning och korta eller långa avstånd till närmaste butik. Kategoriseringen kan inte bli statistiskt hundra procentigt "rätt" för alla branscher eller koordinater, men metoden är fortfarande ett av de mest effektiva tillvägagångssätten för att finna gemensamma nämnare i ett stort material. Det finns anledning till att vara försiktig med hur betydelsen av kategoriernas andelar och den procentuella förändringen mellan åren tolkas, men den stora ökningen av den femte kategoriens andel av det totala antalet handelskoordinater antyder en betydande förändring. Kategoriseringen tolkas dock lättare med hjälp av kartan.

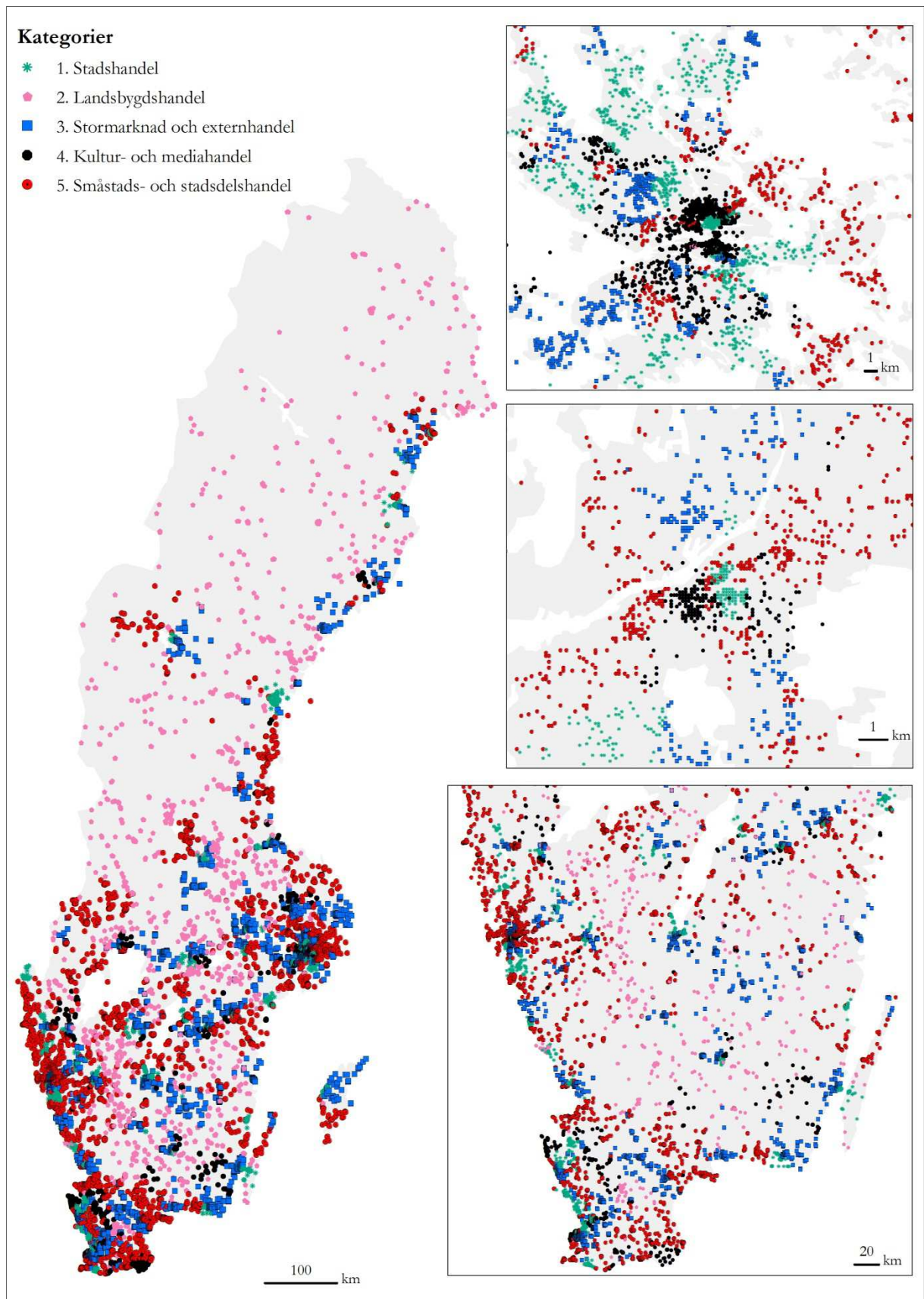
<sup>6</sup> Faktoranalysen har genomförts med s.k. principal components-metod. Körningsspeficikationer som är värda att nämnas är att eigenvalue är satt högt till värdet 1.6 och att en s.k. varimax-rotationsteknik har använts.

Figur 14. Uppdelning av 1998 års handel i kategorier med utifrån branschbredd och avstånd till omkringliggande butiker. De mindre kartorna visar Stockholm, Göteborg och södra delen av landet.





Figur 15. Uppdelning av 2008 års handel i kategorier med utifrån branschbredd och avstånd till omkringliggande butiker. De mindre kartorna visar Stockholm, Göteborg och södra delen av landet.



Till att börja med kan noteras att Göteborgs och särskilt Stockholms innerstad båda uppvisar kraftiga koncentrationer av kultur- och mediahandel och stadshandel. Den homogenitet bland innerstadshandeln som indikerades av mångfaldsindexet verkar ta sig ett liknande uttryck även här. För Stockholms del syns förändringar på stadsdels- och områdesnivå som antyder stora skillnader i hur handeln förändrats i olika stadsdelar. I de sydvästra förorterna har utbredningen av stormarknads- och externhandel ökat kraftigt. Samtidigt verkar handeln i de sydöstra områdena och "söder om söder" genomgått en motsatt utveckling där utbudet snarare har blivit mer likt innerstadens handelsutbud. Det är rimligt att anta att förändringen hänger samman med ett större mönster av demografiska förändringar i Stockholm där vissa områden har blivit mer attraktiva och underlaget för stadsdelshandeln därmed förändrats. Även i Göteborg syns klara förändringar på stadsdelsnivå. I stadens sydvästra delar syns liksom i Stockholm en övergång från stormarknader till stadshandel, samtidigt som vissa andra stadsdelar uppvisar motsatta förändringar. Delar av innerstadshandeln verkar också ha övergått från kultur- och mediahandel till stadsdelshandel, en förändring som möjligen kan vara ett uttryck för en minskning av innerstadens funktion som platsen för den typen av konsumtion. Uppgifterna i Tabell 13 om förändringen av andelar visar också att kultur- och mediahandeln minskat i hela landet.

På nationell nivå utgörs den kanske tydligaste förändringen av tillkomsten av rödfärgade koordinater, det vill säga koncentrationer av småstads- och stadsdelshandel. Tabell 13 indikerar också att landsbygdshandelns andel av den totala handeln har minskat med 11 procentenheter samtidigt som småstads- och stadsdelshandeln ökat med 20 procentenheter. Att det till stor del är den femte kategorin som tagit över från den andra kategorin syns exempelvis i Skåne och Östersundstrakten. Sett till de dominerande branscherna inom kategorin verkar det kanske först som att antalet godis- och hälsokostbutiker skulle ha ökat i hela landet som svar på en ökad efterfrågan av just dessa varor. En mer rimlig tolkning är att förändringen i regionerna utanför tätorterna speglar en övergång från en serviceinriktad landsbygdshandel till ett mer begränsat utbud. Förmodligen beror förändringen på att befolkningsunderlaget för en handel som erbjuder ett basutbud inte längre är tillräckligt stort. Förändringen kan med andra ord tolkas som en tydlig försämring av den breda och serviceinriktade landsbygdshandeln.

## Slutsatser

Det finns indikationer på att innerstadshandeln inte har genomgått en negativ utveckling i en sådan utsträckning som ofta påstås. Det finns tendenser till att innerstadshandeln i åtminstone de större tätorterna i flera fall har förstärkts, även om mönstret inte är helt entydigt. Vad som är tydligt är att de centrala delarna av städerna ofta har blivit mer ensidiga – det är oftast ett mindre antal branscher som dominerar stadskärnorna, särskilt konfektionsbranscherna. Möjligen har homogeniteten också bidragit till överlevnaden av handeln i innerstäderna i och med att utbudet har reducerats till de branscher och typer av butiker som klarar sig bäst. Sett till hela Sverige är det dock framförallt i de större tätorterna som branschbredden är som störst.

Landsbygden har å andra sidan genomgått en betydligt mer omfattande förändring. Det finns uppenbara tecken på att utbudet av handel i stora delar av landet har försämrats både vad gäller bredden och den geografiska koncentrationen av butiker. Särskilt tydligt är att handeln på landsbygden omvandlas från ett serviceinriktat utbud till betydligt småskaligare verksamheter.

# Butikstillgänglighet i Sverige

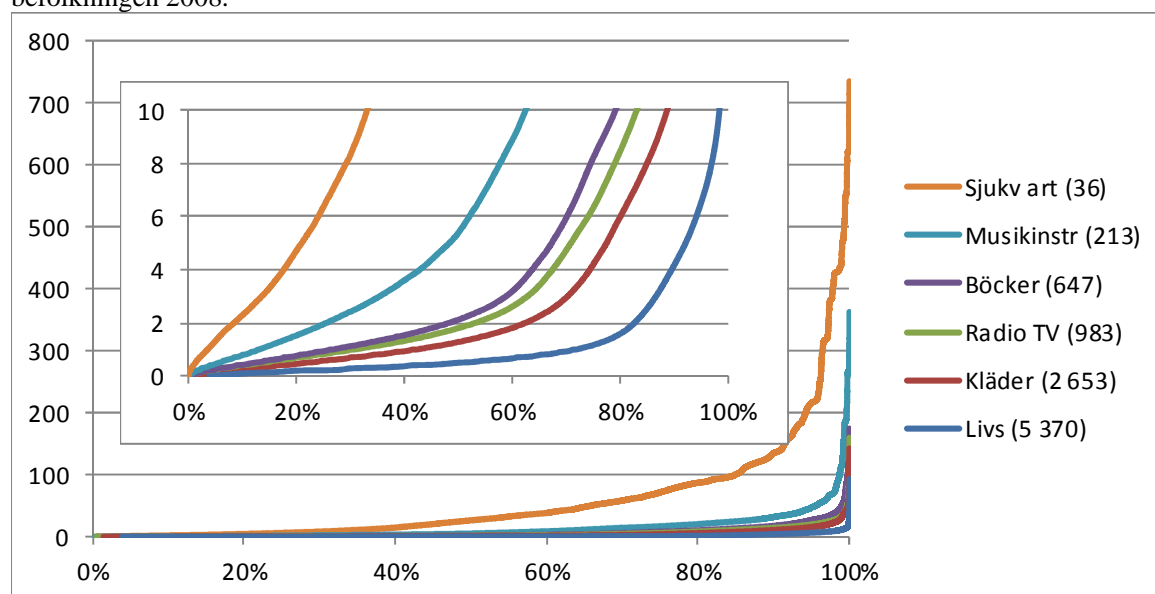
Såväl befolkningen som handeln uppvisade tendenser till regional koncentration mellan åren 1998 och 2008. Inom tätorterna tenderade handeln att gytt sig samman i agglomerationer, även om stadens centrum har som regel kompletterats med externa köpcentra och således inte längre är den enda agglomerationen. Härnäst ska vi undersöka vad detta har inneburit för befolkningens tillgänglighet till handeln. De frågeställningar som belyses gäller huruvida omlokaliseringarna har inneburit att människor har fått längre eller kortare avstånd till detaljhandeln och om det finns utsatta grupper i befolkningen som har orimligt långa avstånd till den handel som är nödvändig för att kunna leva ett gott liv.

I studier om människors geografiska tillgänglighet till handel har livsmedelshandeln en särställning i kraft av sin uppgift att förse folk med de dagligvaror som alla har behov av. Också tillgängligheten till andra butiker och servicepunkter, som man lätt skulle kunna hävda är särskilt angelägna för människors välfärd, har erhållit uppmärksamhet. Dit hör apotek (t ex Lin 2004, Mangano 2010, Law m fl 2011, 2013), vårdcentraler (Terry m fl 2013 ger en översikt) och bankkontor (t ex. Bernad m fl 2008, Leyshon m fl 2008, Alamá och Tortosa-Ausina 2012, Huysentruyt m fl 2013). Studier av avstånd till handel mer varor som inte lika lätt kan hävdas vara livsnödvändiga är mindre vanliga (se dock Scott och Horner 2008, Lotfi och Koohsari 2009, Apparicio och Séguin 2006, Pearce m fl 2008). Här ska vi börja i avståndet till handel generellt och sedan ägna livsmedelshandeln merparten av uppmärksamheten i kraft av dess särskilda ställning och att den ofta fyller fler funktioner än att bistå med livsmedelsförsörjning (särskilt i trakter där butiksutbudet är glest).

## Befolkningens avstånd till närmsta butik

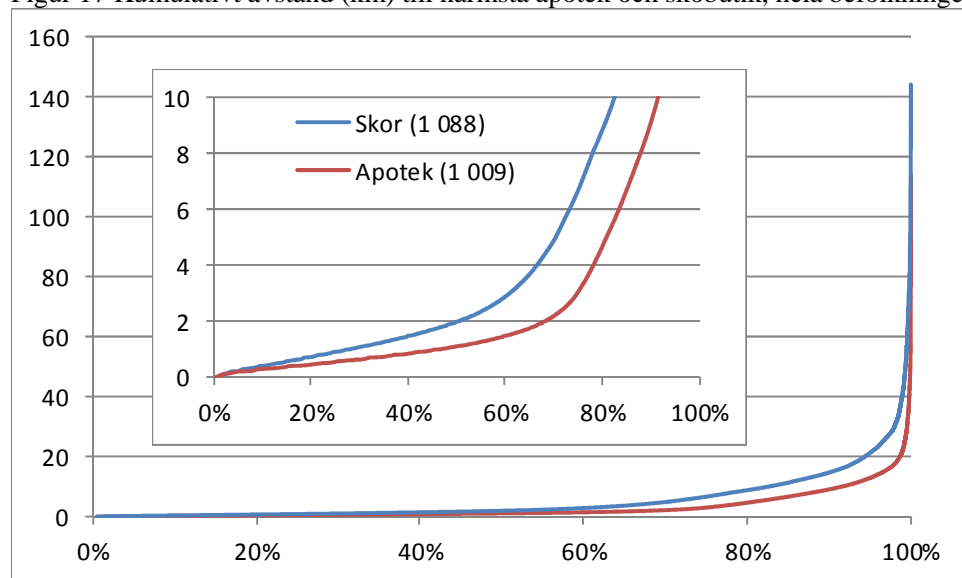
Befolkningens avstånd till närmaste butik varierar självfallet mellan detaljhandelns delbranscher. Generellt gäller förstås att avstånden tenderar att vara kortare ju fler butiker som finns, även om avstånden också varierar geografiskt. Genomsnittsavståndet är sålunda kortast till någon av landets 5 370 livsmedelsbutiker och längst till en butik specialiserad på sjukvårdsartiklar (fanns endast 36 stycken år 2008). Figur 16 illustrerar några branscher. De två närmsta kilometrarna har förstörats.

Figur 16 Kumulativt avstånd (km) till närmsta butik inom några delbranscher i detaljhandeln, hela befolkningen 2008.



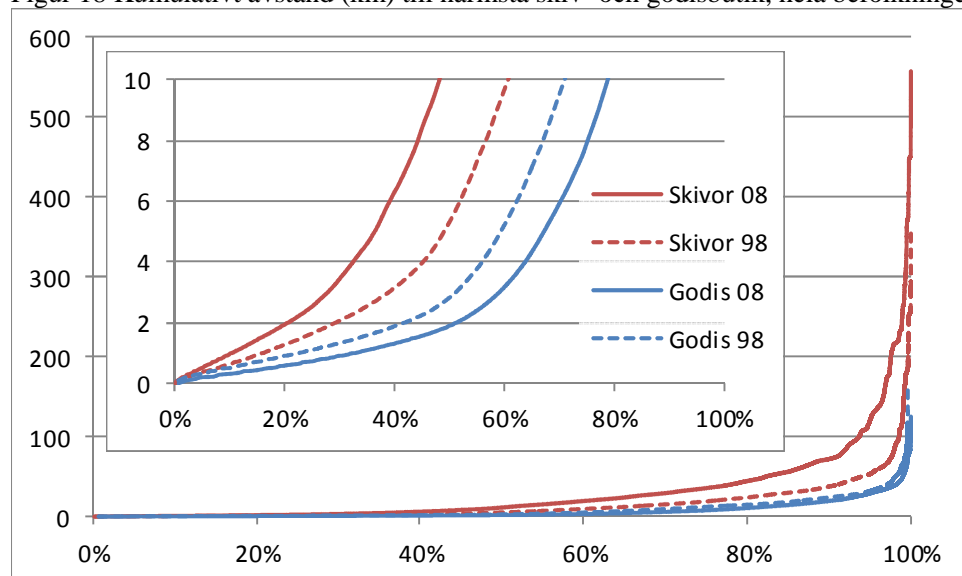
Medan över 80 procent av befolkningen har en livsmedelsbutik inom två kilometers avstånd och 98 procent inom en mil år 2008, var motsvarande andelar 62 och 89 procent inom klädbranschen och åtta respektive 33 procent avseende butiker specialiserade på sjukvårdsprodukter. Monopolbranscherna alkoholhaltiga drycker och apotek<sup>7</sup> sticker ut genom korta avstånd i relation till antalet butiker. Figur 17 exemplifierar detta genom att illustrera skillnaden mellan delbranschen skohandel och monopolbranschen apotek, bägge med strax över 1 000 butiker i Sverige.

Figur 17 Kumulativt avstånd (km) till närmsta apotek och skobutik, hela befolkningen 2008.



Figur 18 illustrerar hur tillgängligheten till branscher som är stadda i expansion respektive kontraktion förändras. Medan antalet skivbutiker nära nog halverades fördubblades nästan antalet godisbutiker mellan åren 1998 och 2008. År 1998 hade hälften av svenskarna en godisbutik inom tre kilometer och en skivbutik inom sex kilometer. Tio år senare hade de en godisbutik inom två kilometer, medan skivbutiken låg en dryg mil bort.

Figur 18 Kumulativt avstånd (km) till närmsta skiv- och godisbutik, hela befolkningen 2008



<sup>7</sup> Apoteksmonopolet upphörde år 2009, d v s efter denna studies undersökningsperiod hade avslutats.

I 29 av 50 delbranscher blev antalet butiker fler och i 28 av dem minskade befolkningens genomsnittsavstånd till närmsta butik och i allmänhet sammanfaller detta. De enda nämnvärda undantagen gäller sko- och sporthandeln till vilka befolkningens genomsnittsavstånd har ökat trots ökande butiksantal samt blomsterhandeln som genomsnittligt låg närmare kunderna 2008 än 1998 trots att antalet butiker har minskat. De förändrade genomsnittsavstånden till närmsta butik inom olika delbranscher är emellertid ojämnt fördelade inom tätortshierarkin. Tabell 14 ger en överblick av det.

Tabell 14 Antal delbranscher inom detaljhandeln med ökad butiksnärhet 1998-2008 fördelat på befolkningens bostadsort

Ortstyp Miljö	Minskande medelavstånd				Andel av befolkningen som har butik inom x meter ökar							
	Livs	Förbr	Sällanköp	Totalt	400 meter (≈5 min promenad)				1km (≈5 min cykel)			
					Livs	Förbr	Sällanköp	Total	Livs	Förbr	Sällanköp	Total
Avlägsen landsb	0	12	17	29	0	13	25	38	0	11	21	32
Stadsnära landsb	0	13	12	25	0	10	14	24	0	11	16	27
200-999	0	13	17	30	0	8	11	19	0	9	12	21
1 000-1 999	0	10	14	24	0	7	11	18	0	6	11	17
2 000-4 999	0	8	9	17	0	5	10	15	0	5	12	17
5 000-9 999	0	10	11	21	0	11	7	18	0	9	11	20
10 000-19 999	0	11	7	18	0	9	9	18	0	8	7	15
20 000-49 999	0	10	12	22	0	9	11	20	0	10	11	21
Centrum	0	13	12	25	1	13	16	30	0	12	8	20
C-nära	0	11	13	24	0	8	7	15	0	11	10	21
Ytteromr	0	9	11	20	0	6	13	19	0	7	13	20
50 000-199 999	0	9	10	19	0	8	10	18	0	11	11	22
Centrum	0	6	7	13	0	7	10	17	0	4	8	12
C-nära	0	5	7	12	0	5	4	9	1	5	5	11
Ytteromr	0	9	10	19	0	9	13	22	0	10	13	23
200 000-	0	9	14	23	0	9	13	22	0	9	13	22
Centrum	1	12	11	24	1	12	14	27	0	7	12	19
C-nära	0	8	9	17	1	7	14	22	1	8	13	22
Ytteromr	0	10	15	25	0	9	15	24	0	11	16	27
<b>Sverige</b>	<b>0</b>	<b>13</b>	<b>15</b>	<b>28</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>21</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>15</b>	<b>24</b>

Befolkningen på landsbygden och i små orter kommer bäst ut, men det beror inte främst på att detaljhandeln har flyttat ut på landet (även om vi alltså har kunnat konstatera en sådan tendens). Materialet vittnar istället om en befolkningsomfördelning inom dessa ortsstorleksklasser, som innebär att de småorter och landsbygdsområden som ligger nära större platser (med ett stort utbud av handel) växer medan den mer avlägsna glesbygden har fått vidkännas en minskande befolkning

I de större tätorterna, där butikerna har blivit fler, ökade befolkningens genomsnittsavstånd till närmsta butik, trots detta, i flertalet delbranscher. Vi har tidigare konstaterat att städernas centrumnära delar har varit primära förlorare på detaljhandelns omlokaliseringsskarusell. Här framgår att det också tar sig uttryck i form av ökande genomsnittsavstånd till närmsta butik i större antal branscher än någon annanstans. Ytterområdena framstod å andra sidan som mindre drabbade av förändringarna. Fast även om de kommer ut bättre än städernas centrala delar också när vi ser till antalet delbranscher med minskat genomsnittsavstånd mellan befolkning och närmsta butik, så är det ett stort antal delbranscher som uppvisar ökande avstånd trots att antalet butiker har vuxit. Förklaringen till att avstånden mellan butik och

kund generellt sett har ökat ligger i den ökande benägenheten att lokalisera sig i agglomerationer samt att dessa agglomerationer oftare ligger i industriområden än i de delar av ytterstaden där människor bor.

Vi har tidigare sett att centrum hade en starkare ställning som handelsplats i de mellanstora tätorterna (20 000-49 999 invånare). I Tabell 14 reflekteras detta genom att de mellanstora tätorternas ytterområden är mer drabbade av ökade avstånd till handeln än de centrala stadsdelarna.

Tabell 14 redovisar också i hur många delbranscher andelen invånare som har en butik inom 400 meter ( $\approx$ 5 minuters promenad) respektive 1 km ( $\approx$ 5 minuters cykelväg) minskade mellan åren 1998 och 2008. Tabellen budskap skiljer sig därvidlag inte från genomsnittsavståndet.

Den generella slutsats som kan dras är att omlokaliseringen av handeln och befolkningen sammantaget ledde till att de som bor på landsbygden och i de minsta tätorterna fick närmare att handla, framför allt genom en omflyttning av befolkning från mera avsides belägna, till stadsnära, landsändar. Inom städerna blev avstånden till detaljhandeln längre, i synnerhet i de större städernas centrurnära delar och de mellanstora städernas ytterområden.

## Livsmedelsförsörjningen – en förutsättning för befolkningens hälsa?

Befolkningens livsmedelsförsörjning är inget nytt forskningsområde i Sverige, men uppmärksamheten har genom åren gått upp och ned. För landsbygdsbefolkningens del kunde Bergersen och Ramström (1956) konstatera att lanthandeln började glesna ut redan framåt mitten av 1900-talet, även om de inte diskuterar konsekvenserna för konsumenterna. 1969 års glesbygdsutredning kom fram till att samhällsliga åtgärder var nödvändiga för att vidmakthålla glesbygdens serviceförsörjning, även om den krympande livsmedelshandeln då ännu bedömdes ha betydande geografisk spridning och antalet hushåll med stora serviceförsörjningsproblem, enligt utredningen, nog var litet (Glesbygdsutredningen 1972). Glesbygdsutredningens undersökningar följdes upp tio år senare (Konsumentverket 1981) och så småningom i Glesbygdsverkets och Tillväxtanalys återkommande och mer heltäckande och detaljerade kartläggningar (t ex Glesbygdsverket 2008 och Tillväxtanalys 2013).

Under 1970-talet stod det klart att efterkrigsdecenniernas effektivisering av detaljhandeln innebar förändringar i konsumenternas butikstillgänglighet mer generellt. Därför initierades kartläggningar av befolkningens avstånd till butik (i mindre urval av bostadsområden) också i stadsmiljö. Statens planverk (1973) konstaterade visserligen att verkligheten inte svarade mot deras rekommendationer, men Distributionsutredningen (1975 särskilt appendix DI) finner inte någon större anledning till oro. Under 1900-talets sista decennier togs GIS i anspråk för att undersöka befolkningens tillgänglighet till livsmedelsbutik i några urval svenska städer. Forsberg, m fl (1994) visar att avståndet ökade under 1980-talet. Reneland (1998) undersöker förutom folks avstånd till livsmedelsbutik också deras tillgänglighet till postkontor och bibliotek. Sistnämnda arbete kompletterades med ett nedslag i början av 2000-talet (Boverket 2005) samt fördjupade kartläggningar i Uppsala (Reneland 2000) och Örebro (Reneland 2006), men lider av att det huvudsakligen har karaktär av GIS-övning och knappast alls förhåller sig till annan forskning inom området eller varuförsörjningens vidare kontext.

Internationellt sett har studier av konsumenters butikstillgänglighet exploderat sedan termen ”food desert” myntades i Storbritannien på 1990-talet. Tjugotalet år senare finns hundratals artiklar publicerade. Enstaka studier finns rapporterade från Quebec (t ex Apparicio och Séguin 2006), Iran (Lotfi och Koohsari 2009), Sverige (Kawakami m fl 2011), Danmark (Svastisalee m fl 2011), Frankrike (Shaw 2012) och Japan (Choi och Suzuki 2013), men den stora mängden av studier har genomförts i engelskspråkiga länder (se översikter i Beaulac m fl 2009; Gamba m fl. 2014). Resultaten är motstridiga. I en uppmärksammat vetenskaplig debattartikel hävdade Cummins och Macintyre redan år 2002 att förekomsten av brittiska matöknar var faktoider; att idén låg så väl i tiden och att begreppet var så retoriskt slagkraftigt att dess innebörd hade accepterats trots avsaknad av empiriskt stöd. I USA konstaterar Eckert och Shetty (2011) i en studie att ”within the City of Toledo, we are not faced with any severe food deserts, no matter which definition is applied” samtidigt som McEntee och Agyeman (2010) efter undersökningar i Vermont drar

slutsatsen att "certain areas of the state are at a higher risk of inadequate food access than others". I Kanada fastställer Apparicio m fl (2007) att "there are very few problematic food deserts in Montréal", medan deras kollegor Larsen och Gilliland (2008) skriver att "we conclude that urban food deserts exist in London, Ontario". Fler exempel finns.

Å döma av litteraturen har forskningsområdet "matöknar" två rottrådar. För några decennier sedan var huvudfrågan för studier av butiker i olika urbana områden vilket utbud de hade och till vilka priser; ett vanligt spörsmål gällde huruvida utsatta och välbeställda områden härvidlag skiljde sig åt (e.g. Kunreuther 1973; Hall 1983). Att det fanns butiker överallt förefaller då ha varit självklart, men lanseringen av matökenbegreppet på 1990-talet antyder att utvecklingen påkallade en mer grundläggande uppgift; att undersöka i vilka områden som det alls fanns tillgång till butik. Den andra rottråden leder till frågor om livsmedelsförsörjning som främst har studerats i utvecklingsländer. Litteraturen antyder att utglesningen av olika slags service på landsbygden, liksom i Sverige, tidigt noterades som ett problem också i anglosaxiska länder (t ex Clawson 1966; Rainey 1976), men med kopplingar till hunger och folkhälsa (Cohen 1990; Morris m fl 1992) som inte har någon explicit motsvarighet i den svenska diskussionen.

## Begreppet "matöken" – innebörd och operationaliseringar

I de tidigaste brittiska uppsatserna förefaller termen matöken helt enkelt ha refererat till "populated areas with little or no food retail provision" (Cummins och Macintyre 1999). Givet att befolkningens geografiska utbredning och butikernas lokaliseringar är kända kan matöknar då enkelt kartläggas med hjälp av GIS om bara ett längsta-acceptabla-avstånd stipuleras. Om avståndet uttrycks euklidiskt, som Manhattanavstånd, genom vägnätverk eller restid förefaller spela mindre roll; flera metodstudier visar att de olika måtten korrelerar. I samband med diskussionen om matöknar har saken undersökts av Apparicio m fl (2008) och Sparks m fl (2011). Det avstånd bortom vilket matöknen antas börja har ofta höftats, utan särskilt mycket argumenterande. Ett särskilt problem har varit att ett avstånd som anses vara kort på landsbygden, framstår som långt i sta'n. Ofta har man löst detta genom att ha olika kriterier för vad som är ett rimligt avstånd till matbutik i stad och land. I USA, vars myndigheter har stipulerat kriterier för matöknar, uppgår t ex avståndskriteriet till 1 mile ( $\approx 1,6$  km) i städer och 10 miles på landsbygden (Ver Ploeg m fl 2011). Såväl skälen för denna åtskillnad, som till att välja just dessa avstånd, är emellertid höljda i dunkel. Paez m fl (2010) har föreslagit ett mer dynamiskt sätt att stipulera avstånd genom att låta dem korrespondera mot de avstånd en trakts invånare pendlar till sina jobb. Ett sådant förhållningssätt förutsätter förstås tillgång till geografiskt detaljerade resvanedata.

Problematiken kring bristande butikstillgänglighet intresserade emellertid inte minst hälsovetare och det antydde tidigt i diskussionen att matöknarna förväntades sammanfalla med resurssvaga områden och kunna bidra till att förklara varför socioekonomiskt mindre välbeställda grupper åt sämre och var mer drabbade av övervikt och välfärdssjukdomar (e.g. Lang och Caraher 1998). Några år in på 00-talet infogades så resurssvaghetskriteriet definitivt i matökenbegreppet. Clarke m fl (2002) argumenterade för att bara områden utan butik vars invånare hade bristfälliga möjligheter att transportera sig till butiker med ett tillfredsställande utbud av livsmedel (något de menade indikerades av ett områdes sociala hushållssammansättning) kvalificerade sig för beteckningen "matöken". Det är också i ett sådant sammanhang det kan bli till ett politiskt problem (jämför den dåvarande brittiske hälsoministerns uttalande som refereras i Furey m fl 2001).

Ur ett geografiskt perspektiv blir emellertid ett sådant matökenbegrepp problematiskt eftersom transportmöjligheter strängt taget är ett individuellt attribut. I avsaknad av både data om individuella transportresurser och individuella data över huvud taget används istället någon slags socioekonomisk indikator aggregerad till arbiträrt avgränsade geografiska områden för att indikera om de kan komma ifråga som matöknar. På så vis kan det också förefalla som om geografin kan räddas, även om inget som regel är känt om graden av socioekonomisk homogenitet i dessa områden. Risken för MAUP-effekter är uppenbar, men sällan diskuterad (Lee och Lim 2009 är ett undantag). Ett annat problem har att göra med att avståndet till butik vanligtvis räknas från någon slags polygoncentroid, vilket kan leda fel om befolkningen – som t ex ofta är fallet på landsbygden – är ojämnt fördelad över ifrågakvarande område

(McEntee och Agyeman 2010). Ibland nöjer man sig med att undersöka förekomst av butik inom det undersökta området (t ex Breyer och Voss-Andreae 2013) vilket för med sig spatiala autokorrelationsproblem eftersom avsaknad av butik kan bero på förekomsten av butik i ett lättillgängligt grannområde (Sadler m fl 2011). Som en följd av detta har Ver Ploeg m fl (2014) nyligen argumenterat för behovet av studier baserade på individdata och genomfört sådana (Wilde m fl 2014).

Frågan om vad som utgör ett tillfredsställande utbud leder också till tvetydigheter. Många studier av data baserade på enkäter, fokusgrupper eller intervjuer har visat att människor inte nödvändigtvis handlar i sin närmaste livsmedelsbutik (Kirkup m fl 2004, White m fl 2004, Thomas 2010; Drewnowski m fl 2012, jämför också Wang och Lo 2007, Coveney och O'Dwyer 2009; Distributionsutredningen 1975; Julander och Fjaestad 1978, Anell 1979, även Léo och Philippe 2002). Möjligen sammanhänger detta med att det faktiska avståndet till butik inte nödvändigtvis motsvarar det upplevda avståndet (Caspi m fl 2012, Macdonald m fl 2013) och att konsumenter handlar i samband med andra ärenden (Widener m fl 2013), men också med att valet av butik också involverar andra slags överväganden såsom prisläge, utbud och varornas kvalitet (Drewnowski m fl 2012, Thomas 2010). Short m fl (2007) hävdar rentav att butiker med dyr och/eller ohälsosam mat bör ses som "hägringar" i matöknen, snarare än "oaser" (se också Breyer och Voss-Andreae 2013). Helt oavsett om man accepterar detta argument eller inte, är det uppenbart att operationaliseringen av kriterier som "dyr" och "ohälsosam" kommer att påverka i vilken utsträckning matöknar kan identifieras, trots att det knappast finns något enda självskrivet sätt att göra det.

Shaw (2006) argumenterar för att begreppet matöken inte ens nödvändigtvis behöver innebära bristande fysisk otillgänglighet till butiker över huvud taget, utan lika gärna kan referera till människors finansiella problem eller en avog mental inställning till nyttig mat. Därmed fjärras forskningsproblemet definitivt från geografi i betydelsen något som har med utbredning eller avstånd i det fysiska rummet att göra.

Låt oss nu sammanfatta diskussionen om matöknar. För det första kan vi konstatera att begreppet matöken har givits olika innebörder och därför kan sägas vara luddigt. Vidare har det operationaliserats på olika sätt i olika studier. Som en följd kallas också äpplen för päron och förväxlas därför lätt med päron vid jämförelser. För det andra är vissa studier registerbaserade kartläggningar av en verklighet som avspeglas i mätbara sekundärdata, medan andra bygger på invånarnas upplevelser som alltså ibland avviker från de förhållanden som indikeras i registren. För det tredje varierar studiernas geografiska upplösningsnivå och allmänna hantering av geografi och geografiska aggregat.

Mot denna bakgrund är det knappast konstigt att resultaten varierar helt oavsett om matöknarnas eventuellt mellan städer/regioner varierande utbredning. Det framstår också som alltför godtroget att som t ex Beaulac m fl (2009), på basis av studier som skiljer sig avseende både metoder, data och operationaliseringar, dra slutsatser om var fenomenet eventuellt existerar. Med McEntee (2009), som menar att begreppet "food desert" har blivit så disparat och svajigt att det därför är mer lämpligt och mindre vilseledande att använda begreppet "food access", kan man kanske säga att cirkeln sluts och vi är tillbaka där vi började, i en fråga om geografisk tillgänglighet.

Eftersom litteraturen om matöknar är så stor och den rumsliga dimensionen nästan alltid central kan det förefalla märkligt att så lite uppmärksamhet har riktats mot tidsdimensionen. Tidigt efterlystes studier av vad vilka förändringar som följer av ett förändrat matvaruutbud (t ex öppnandet av en butik i en matöken) (Wrigley 2002). Sådana studier har också genomförts (t ex Wrigley m fl 2004; Cummins m fl 2008; Russell och Heidkamp 2011). Studier av hur tillgängligheten till butiker förändras över tid mer allmänt är mindre vanliga, men se Guy m fl (2004); Larsen och Gilliland (2008), Bedore (2013), Forsberg m fl 1994 eller Boverket (2005). En svaghet i hittillsvarande studier är också att de som regel är fallstudier (Pearce m fl 2008 och Kawakami m fl 2011, tillhör undantagen).

Även om man accepterar McEntees (2009) synpunkt att det geografiska avståndet, i kraft av sin entydighet, är den rimligaste utgångspunkten för att undersöka förekomsten av matöknar så kan man fundera på vad man ska utgå ifrån. Här avser vi att kartlägga hur långt från närmsta matbutik som samtliga befolkade koordinater i Sverige ligger. Vilka platser som ska anses ligga alltför långt bort ifrån en butik för att sägas ha tillgänglighet, d v s matöknar, lämnar vi till läsaren att avgöra. I ett andra steg undersöks i vilken utsträckning människor som bor i de potentiella matöknarna tillhör grupper som kan antas vara



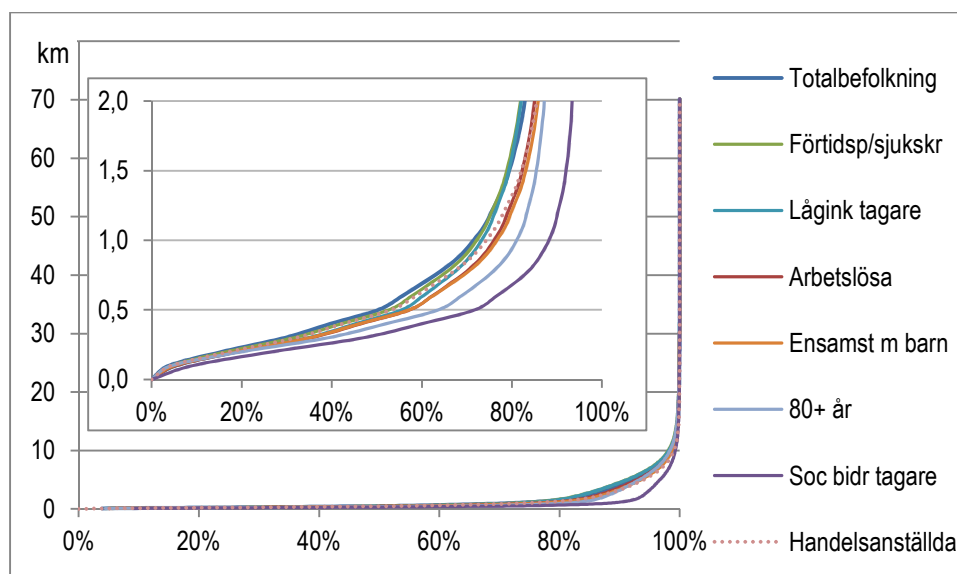
särskilt exponerade för matöknens olägenheter. Med butik menar vi stormarknader med huvudsakligen livsmedel samt livsmedelsbutiker med brett sortiment (kod 5211 enligt SNI2002).

## Tillgång till livsmedelsbutik år 2008

År 2008 bodde Medelvensson 1,4 kilometer (fågelvägen) från sin närmsta livsmedelsbutik, men medianavståndet var endast 499 meter och över 78 procent av befolkningen bodde närmare än genomsnittet. Med andra ord bor det stora flertalet svenskar nära en mataffär, men ett mindre antal har väldigt långa avstånd. Den som bodde längst bort hade 7 mil till närmsta livsmedelsbutik. Bland dem som bodde i tätorter som inhytte en butik var det maximala avståndet 6,1 kilometer (i Lima i Dalarna). I större (>10 000 invånare) uppgick de maximala avstånden till 4-5 kilometer som mest (bl a i Borlänge och i Boden).

Av litteraturöversikten framgick att diskussionen om bristande tillgänglighet till livsmedelshandel ofta presenteras som en förklaring till spridningen av fetma och välfärdssjukdomar. Den typen av åkommor är vanligare i befolkningens svaga eller utsatta grupper. Självfallet kan innebörden i dessa beskrivande begrepp diskuteras, men några möjliga operationaliseringar redovisas i Figur 19 nedan som visar andelen i respektive befolkningsgrupp rangordnad efter avstånd till närmsta livsmedelsbutik. De två närmaste kilometrarna har förstörats.

Figur 19 Avstånd till närmaste livsmedelsbutik år 2008, hela befolkningen och några subgrupper



Som framgår av Figur 19 bor de grupper som här fått representera de svaga eller utsatta generellt sett närmare en livsmedelsbutik än befolkningen i stort. Socialbidragstagare utmärker sig särskilt. De undantag som finns gäller förtidspensionärer och låginkomsttagare som bor väldigt långt bort från närmaste butik (d v s på landsbygden). Det huvudsakliga budskapet är dock att utsatta eller svaga grupper i samhället knappast kan sägas ha längre avstånd till närmsta livsmedelsbutik än andra grupper i samhället. Motsatt slutsats ligger faktiskt närmare till hands. Handelsanställda redovisas också i Figur 19, men snarare i kraft av sin yrkesmässiga koppling till butiker än av att de skulle vara utsatta. Som framgår tenderar de att bo något närmare en butik än genomsnittsbefolkningen.

Trots att socialbidragstagare, arbetslösa, etc i gemen snarast förefaller ha kortare avstånd än andra till närmsta livsmedelsbutik kvarstår möjligheten att det skulle kunna finnas geografiska koncentrationer av utsatta grupper som har så långt att deras hälsa påverkas. För att undersöka detta har de tusen koordinater i Sverige som har högst andel arbetslösa, förtidspensionärer, etc bland sina hundra närmsta grannar (oavsett

hur långt borta de bor), identifierats. Totalbefolkningen på dessa koordinater varierar mellan 20 000 (förtidspensionärer) och 180 000 (låginkomsttagare), (d v s förtidspensionärerna återfinns oftare på landsbygden och låginkomsttagarna i staden).

När koordinaterna väl har identifierats har de grupperats på grundval av geografisk närhet, varefter det maximala avståndet till närmsta livsmedelsbutik har beräknats. På så vis kan det beaktas att koncentrationer på landsbygden rimligen är större och glesare än koncentrationer i urbana miljöer. Resultaten framgår av Tabell 15. Andelen arbetslösa, förtidspensionärer, etc i de tusen mest drabbade koordinaterna framgår inom parentes i första kolumnen.

I Sverige bor landsbygdens befolkning mer blandat än stadsbefolkningen oavsett om de demografiska, socioekonomiska eller några andra aspekter avses. Följaktligen är det utan förvåning det kan konstateras att de geografiska koncentrationerna av svaga grupper är fåtaliga på landsbygden. De som trots allt finns har däremot som regel långa avstånd till närmsta mataffär. Den mest avlägsna koncentrationen består av ett område i Norrland med 25 procent förtidspensionärer som har tre mil till närmsta butik.

Tabell 15 Antal geografiska koncentrationer av utsatta grupper (andel som tillhör respektive grupp inom parentes) fördelade efter maximalt avstånd till närmsta livsmedelsbutik år 2008.

Subgrupp	Omgivning	≤400m	400m-1km	1-2km	>2km
Arbetslösa (24.8-48.6%)	Rural	0	0	0	14
	Urban	96	117	24	3
Förtidspens, etc (23.0-47.9%)	Rural	0	1	1	38
	Urban	62	65	17	2
Socialbidragstagare (31.3-80.1%)	Rural	0	0	3	3
	Urban	90	124	16	1
Låginkomsttagare (46.6-95.8%)	Rural	0	0	2	11
	Urban	86	94	10	2
Ensamst föräldrar (26.7-47.7%)	Rural	0	0	3	32
	Urban	137	140	44	6
Äldre (80+) (45.3-92.4%)	Rural	0	0	1	3
	Urban	195	131	18	1

Flertalet koncentrationer återfinns emellertid i stadsmiljöer. Mindre än hälften av dem har en mataffär inom 400 meter (brukar anses motsvara fem minuters promenad), men en stor majoritet inom en kilometer. Icke desto mindre finns också ett antal koncentrationer av svaga grupper med större avstånd än så och ett mindre antal med avstånd överstigande två kilometer. Det kan dock noteras att områdena tenderar att överlappa, d v s de områden som utgör geografiska koncentrationer av arbetslösa tenderar att sammanfalla med de områden som utgör geografiska koncentrationer av låginkomsttagare, osv.

Av litteraturöversikten framgick också att god tillgång till egen transport ibland har ansetts diskvalificera områden från att komma ifråga som matöknar även om de har saknat egen livsmedelsbutik. Tabell 16, som bygger på SCBs levnadsnivåundersökningar, visar att tillgången till bilar är högst i småhusområden och på landsbygden och lägst i flerbostadshusområden. Blandade områden hamnar i ett mellanläge.

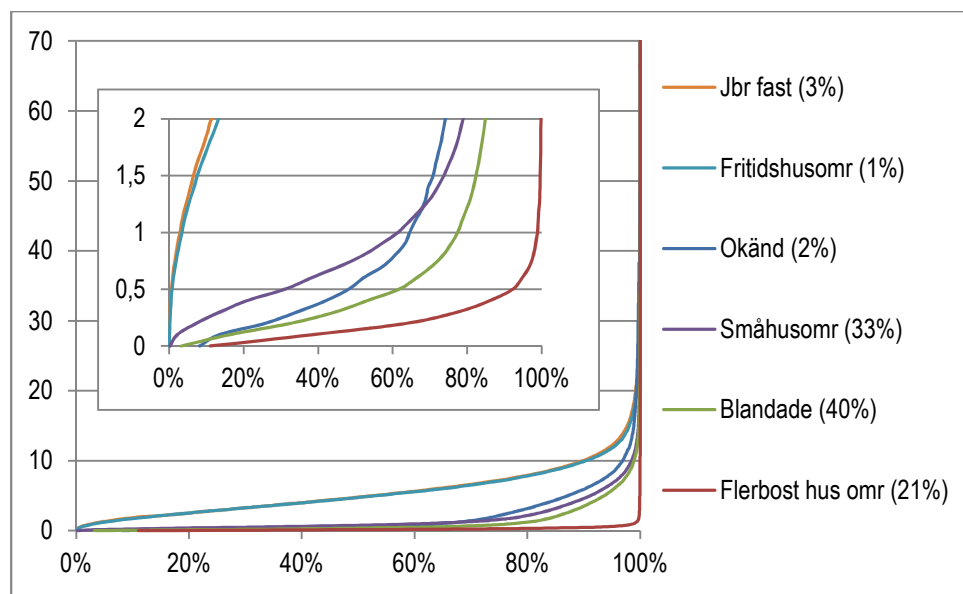
Tabell 16 Tillgång till en eller flera bilar (%) bland invånare 18-84 år i olika typer av boendemiljöer, år 2006-2007.

Boendemiljö	Tillgång till bil(ar)
Urbana områden, huvudsakligen...	
...flerbostadshus	68.3
...blandade områden	81.1
...småhus	96.6
Landsbygd	94.2
Sverige	85.3

Källa: Tabell 15.2, bilagd SCB 2009.

Figur 20 illustrerar avståndet till närmsta livsmedelsbutik för befolkningen i olika typer av bostadsområden. Medan 86 procent av befolkningen i flerbostadshusområden har en butik inom 400 meters avstånd uppgår motsvarande andel till 0,4 procent bland dem som bor omgivna av lantgårdar och fritidshus (d v s på landsbygden). Övriga typer av områden hamnar i mellanlägen. Det samlade budskapet från Tabell 16 och Figur 20 är att biltillgången är högst bland människor som bor i områden med långa avstånd till närmsta livsmedelsbutik och vice versa.

Figur 20 Avstånd till närmsta livsmedelsbutik år 2008 fördelat på bostadsområden (andel av befolkningen)



## Förändringar i tillgänglighet till livsmedelsbutik

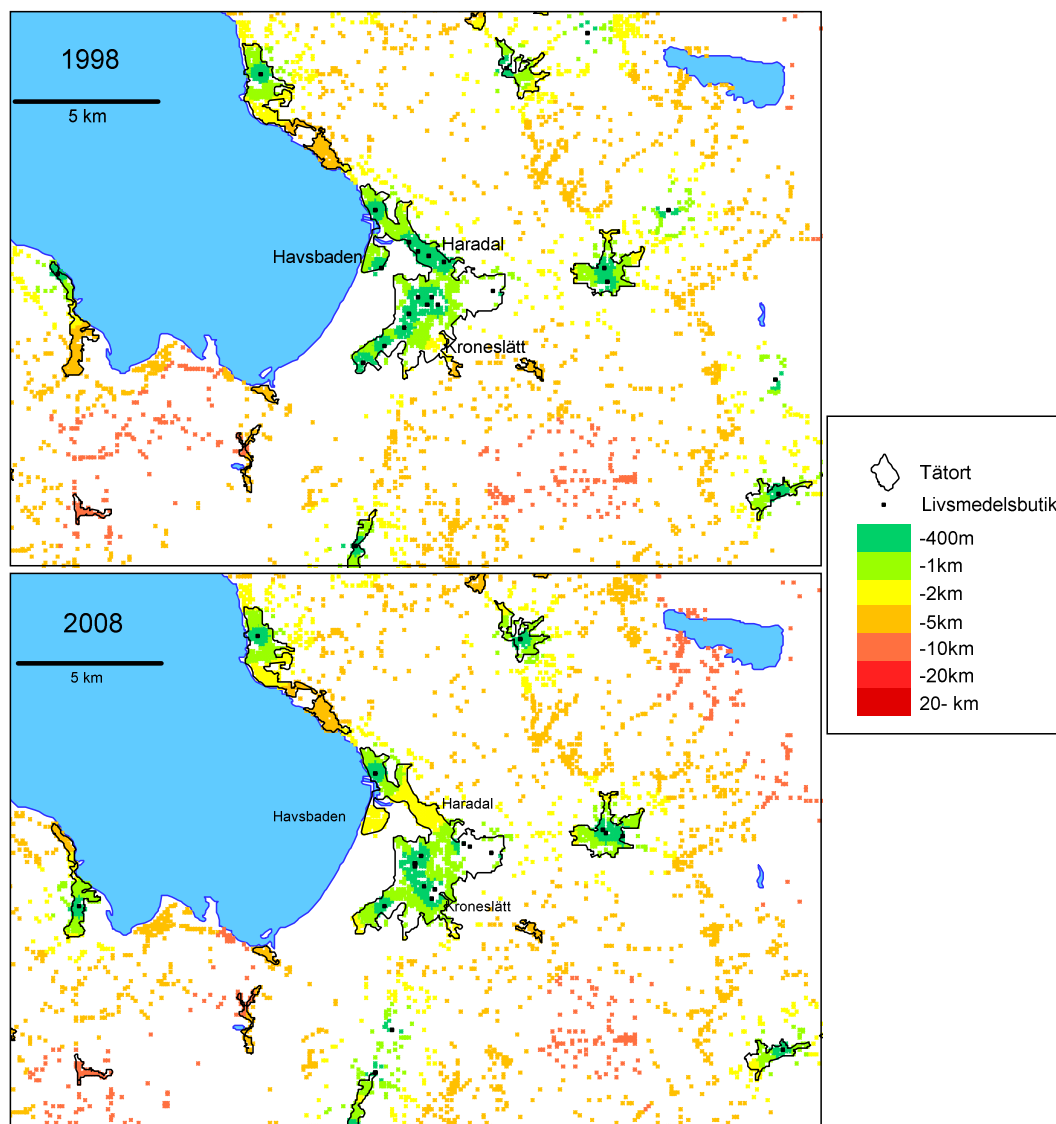
Enligt datamaterialet fanns 5 370 livsmedelsbutiker (med brett sortiment) år 2008. Det var ungefär 1 000 färre än år 1998. Många butiker slog alltså igen under denna period. Eftersom materialet också inrymmer nyöppnade och flyttade butiker är bruttoförändringen långt större än 1 000 butiker (exakt hur många går av olika skäl inte att utläsa ur datamaterialet). Stadsdelsbutikerna och lanthandlarna har tenderat att ersättas av stormarknader i städernas utkanter. Samtidigt var befolkningen spridd över fler koordinater år 2008 än 1998 (trots att den sammantaget sett koncentrerades).

Mot en sådan bakgrund är det knappast med förvåning man kan konstatera att medelavståndet till närmsta livsmedelsbutik ökade från 1,21 till 1,37 kilometer under den studerade perioden. Medianavståndet ökade samtidigt från 446 till 499 meter. Därför skulle man kanske kunna argumentera för att en process som

leder till matöknar är under vardande i Sverige, helt oavsett om det kan hävdas att faktiska matöknar var etablerade redan år 2008 eller ej.

De delar av landet som ligger mer än en mil från en livsmedelsbutik blir allt större. År 1998 återfinns de framförallt i Norrland, men breder ut sig alltmera i söder under den studerade perioden. Som en följd har också andelen av befolkningen som bor i sådana delar av landet ökat från 0,9 procent till 1,4 procent av befolkningen (motsvarande 131 000 personer). Förändringarna i på befolkade koordinater i trakterna kring Ängelholm framgår av kartorna i Figur 21.

Figur 21 Avstånd till närmaste livsmedelsbutik åren 1998 and 2008 i Ängelholmstrakten, NV Skåne.



För det första framgår det att avståndet till närmsta livsmedelsbutik varierar stort utanför de större tätorterna. För det andra visar en jämförelse av de två kartorna att den sista butiken har stängt i ett antal byar, men knappast någon har tillkommit. För det tredje kan det noteras att närheten till livsmedelsaffär skiljer sig åt också mellan städernas olika delar. För det fjärde så skiljer sig stadsdelarnas avstånd till en dagligvarubutik i vissa fall mellan de två tidpunkterna. Exempelvis har butikerna i Ängelholmsstadsdelen Haradal slagit igen medan nya butiker å andra sidan har öppnats i Kroneslätt. På så vis har de olika stadsdelarnas tillgång till butiker förändrats.

På grundval av något avståndskriterium skulle det kunna hävdas att delar av nordvästra Skånes landsbygd och stadsdelar som Haradal och Havsbaden i Ängelholm drabbas av ”matökenspridning”. Låt oss till sist undersöka mer systematiskt vilka grupper som i så fall berörs av detta gissel.

## Vilka har fått längre väg till livsmedelsbutiken?

För en stor majoritet av befolkningen har avståndet till närmsta livsmedelsbutik förändrats obetydligt (eller inte alls) mellan åren 1998 och 2008. Bland de som trots allt berördes av förändringar fick flertalet längre avstånd, men bilden är inte entydig. De delar av stadsbefolkningen som hade längre än en kilometer till närmsta livsmedelsbutik år 1998 och som uppvisade ett kortare avstånd tio år senare var större än den andel som hade fått det längre. Det skulle kunna förklaras av att den expanderande externhandeln har gagnat många av de bostadsområden som ligger i städernas utkanter, på förhållandevis långt avstånd från en stadskärna (liksom den stadsnära landsbygden), jämför Tabell 14. I vilket fall som helst illustrerar Tabell 17 följderna av den dynamik i livsmedelshandelns omlokalisering som alltså inte bara innebär att butiker stänger, utan också att många butiker nyöppnats och på så vis förbättrat tillgängligheten i vissa delar av städerna (även om nettot är negativt).

Tabell 17 Andel av urban befolkning på olika avstånd från en livsmedelsbutik år 1998, rural och total befolkning som har närmare, lika långt respektive längre avstånd år 2008

	Urban				Rural	Totalt
	-400m	400m-1km	1-2km	2-5km		
närmare	0,0%	6,8%	24,0%	35,9%	14,3%	6,8%
±400m	90,1%	85,1%	69,6%	57,1%	50,5%	78,4%
längre	9,9%	8,2%	6,4%	7,0%	35,2%	14,8%
Befolkning 1998	3 803 232	2 482 757	563 383	48 294	1 956 586	8 854 252

Tabell 18 visar att landsbygdsbefolkningen är värst drabbad av ökade avstånd till närmsta livsmedelsbutik, men bilden är inte entydig. I städerna är småhusområdena värst drabbade medan flerbostadshusområdena är minst berörda. I samtliga fall är dock den andel av befolkningen som har fått längre avstånd större än den andel som har fått närmare till en livsmedelsbutik. Med andra ord är det de typer av boendemiljöer med bäst tillgång till bilar som har drabbats värst av ökade avstånd till närmsta livsmedelsbutik.

Tabell 18 Andel av urban befolkning i olika typer av bostadsområden år 1998, rural och total befolkning som har närmare, lika långt respektive längre avstånd år 2008

	Urban				Rural	Totalt
	flerbosthusomr	blandade	småhus	okänd		
närmare	2,7%	4,3%	6,5%	5,3%	14,3%	6,8%
±400m	93,4%	87,5%	79,4%	86,6%	50,5%	78,4%
längre	3,9%	8,2%	14,1%	8,1%	35,2%	14,8%
Befolkning 1998	1 665 800	2 717 693	2 148 856	365 317	1 956 586	8 854 252

Tabell 19 visar att de utsatta delarna i befolkningen, generellt sett inte kan sägas vara mer berörda än andra av ökande avstånd till närmsta livsmedelsbutik mellan åren 1998 och 2008. Visserligen är andelen låginkomsttagare som fick längre till butiken större än i totalbefolkningen, men det gäller också andelen låginkomsttagare som fick närmre. Andelarna som har fått längre till närmsta livsmedelsbutik är mindre i samtliga andra redovisade grupper, jämfört med totalbefolkningen.

Tabell 19 Andel av befolkningen i olika subgrupper på olika avstånd från en livsmedelsbutik år 1998, som har närmare, lika långt respektive längre avstånd år 2008

	Arbetslösa	Förtidspen	Socialbidr	Lågink	Ensamst	>80 år	Totalt
närmare	6,2%	6,6%	5,1%	7,1%	6,3%	5,7%	6,8%
±400m	79,8%	78,7%	85,1%	77,0%	80,5%	82,7%	78,4%
längre	14,0%	14,7%	9,8%	15,9%	13,2%	11,6%	14,8%
Befolkning 1998	1 142 907	405 976	489 058	532 099	574 056	432 632	8 854 252

Merparten av den befolkning som skulle kunna klassas som tillhörande ”utsatta” grupper har ett oförändrat eller obetydligt förändrat avstånd till närmsta livsmedelsbutik och de andelar som har drabbats av längre avstånd är generellt sett mindre än i totalbefolkningen. Därför kan de utsatta grupperna inte sägas vara värre drabbade än andra av detta problem.

## Slutsatser

Under de senast gångna decennierna har fetma och välfärdssjukdomar blivit vanligare i Sverige och jämförbara länder, särskilt i samhällets så kallade utsatta grupper. En del forskare har velat förklara detta samband med hänvisning till att dessa grupper har fått en försämrad livsmedelsförsörjning genom att deras avstånd till närmsta livsmedelsbutik har blivit alltför långa i takt med att livsmedelshandeln har glesnat. En stor mängd empiriska studier har genomförts i olika länder, men deras upplägg varierar och resultaten är motsägelsefulla. I kraft av tillgång till osedvanligt detaljerade geografiska data har denna studie genomförts med ett minimum av svårmotiverade antaganden och stipuleringar.

Medelvensson hade 1,4 kilometer till sin närmaste livsmedelsbutik år 2008 och ”Mediansvensson” 499 meter. Generellt sett har befolkningens utsatta grupper kortare avstånd än så. Data indikerar också att de typer av bostadsområden som kännetecknas av mindre god tillgänglighet till biltransporter har närmare till butiken. Icke desto mindre kan man identifiera ett antal geografiska koncentrationer av utsatta människor som har längre avstånd än genomsnittligt till sin närmsta livsmedelsbutik. Så långt stämmer slutsatserna nästan helt överens med Wildes m fl (2014) US-amerikanska studie som också bygger på geografiskt detaljerade data och därmed kan marginalisera de problem som uppstår vid geografisk aggregering.

Här har vi dessutom kunnat klarlägga att avstånden till närmsta livsmedelsbutik ökade mellan åren 1998 och 2008. En stor majoritet av svenskarna, liksom merparterna av de undersökta subgrupperna i befolkningen, har ett oförändrat eller obetydligt förändrat avstånd till närmsta livsmedelsbutik, men andelarna som har fått längre avstånd är i flertalet fall större än andelarna som har fått kortare avstånd. I fem av sex subgrupper, tänkta att fånga in ”utsatta grupper”, var andelen som har fått ökade avstånd till närmsta livsmedelsbutik mindre än i totalbefolkningen. Bland låginkomsttagare förhåller det sig emellertid tvärtom. Störst andel ”vinnare” (d v s vars avstånd har minskat) finns bland dem som bor i bostadsområden som hade långt till butiken år 1998. Trots att låginkomsttagarna kom något sämre ut än genomsnittligt, är det landsbygdsborna som framstår som de stora förlorarna. Medan mindre än en sjättedel av dem fick kortare avstånd till närmsta butik fick mer än en tredjedel längre väg.

Den enda rimliga förklaringen till landsbygdsbefolkningens ökande avstånd till närmsta livsmedelsbutik är den uttunning av det rurala butiksnätet som pågick samtidigt. Att en knapp sjättedel av landsbygdsborna trots allt fick kortare avstånd beror dels på flyttrörelser i landsbygdsbefolkningen och dels att tätorternas butiker har tenderat att flytta till externa lägen (d v s närmare landsbygden). Det sistnämnda förklarar också att en hyggligt stor andel av dem som bodde i tätortsdelar med (förhållandevis) långa avstånd till en livsmedelsbutik år 1998, kunde notera förbättringar tio år senare.

Vi lämnar till läsaren att bedöma vilka (om några) delar av Sverige som förtjänar epitetet ”matökna” (givet att tillgänglighet accepteras som kriterium). I vilket fall som helst står det klart att befolkningens utsatta grupper generellt sett har närmare än genomsnittligt till en livsmedelsbutik. Därför förefaller det långsökt att förklara en förhöjd risk för välfärdssjukdomar i dessa grupper med hänvisning till bristfälligt

tillgänglighet till livsmedelsbutik. Dessutom förefaller långa avstånd till en livsmedelsbutik att kompenseras med god tillgänglighet till bil.

Vad gäller tillgänglighet till andra typer av butiker än livsmedelshandel är skillnaderna mellan detaljhandelns delbranscher självfallet stora. Medan en stor majoritet av svenskarna har en klädaffär inom 2 kilometer har bara några procent en butik specialiserad på sjukvårdsartiklar inom det avståndet. Monopolbranscherna, apotek och alkoholhaltiga drycker, utmärker sig för ett ”effektivare” lokaliseringsmönster.

Förändringarna i en delbranschs tillgänglighet tenderar – föga överraskande – att återspegla om antalet butiker inom branschen blev fler eller färre. Sammantaget är antalet delbranscher vars avstånd till kunderna har minskat, störst på landsbygden och i de minsta orterna. Det beror på att befolkningen har omfördelats till förmån för den stadsnära landsbygden. Trots att antalet butiker har ökat i de större tätorterna har kundernas avstånd till dem ökat i flertalet branscher. Det beror på att en allt större andel av butikerna är samlokaliserade med annan handel. Eftersom nya handelsagglomerationer företrädesvis har uppstått i städernas utkanter kommer ytterstadens befolkning lite bättre ut medan de som bor centrumnära har drabbats av den största försämringen.

## Referenser

- Agryzkov, T., Oliver, J. L., Tortosa, L., Vicent, J. F. (2014). Analyzing the commercial activities of a street network by ranking their nodes: a case study in Murcia, Spain. *International Journal of Geographical Information Science* 28(3) s 479-495.
- Alamá, L. och Tortosa-Ausina, E. (2012). Bank Branch Geographic Location Patterns in Spain: Some Implications for Financial Exclusion. *Growth and Change* 43(3) s 505-543.
- Allix, M. A., (1914). La foire de Goncelin. *Recueil des travaux de l'institut de géographie alpine* 2(3) s 299-332.
- Anell, B. (1979). *Hushållen och dagligvarudistributionen. En konsumentekonomisk analys*. EFI Stockholm.
- Apparicio, P. och Séguin, A-M. (2006). Measuring the Accessibility of Services and Facilities for Residents of Public Housing in Montréal. *Urban Studies* 43(1) s 187-211.
- Apparicio, P., Cloutier, M-S., Shearmur, R., (2007). The case of Montréal's missing food deserts: Evaluation of accessibility to food supermarkets. *International Journal of Health Geographics* 6(4).
- Apparicio, P., Abdelmajid, M., Riva, M. and Shearmur, R. (2008). Comparing alternative approaches to measuring the geographical accessibility of urban health services: Distance types and aggregation-error issues. *International Journal of Health Geographics* 7:7.
- Artle, R. (1952). *Svenskt distributionsväsende, Några drag i dess uppbyggnad och utveckling*. Industriens utredningsinstitut. Stockholm.
- Artle, R. (1959). *Studies in the Structure of the Stockholm Economy*. Företagsekonomiska forskningsinstitutet vid Handelshögskolan i Stockholm.
- Bartlett, R. (2003). Testing the 'Popsicle Test': Realities of Retail Shopping in New 'Traditional Neighbourhood Developments'. *Urban Studies* 40(8) s 1471-1485.
- Beaulac, J., Kristjansson, E. and Cummins, S. (2009). A Systematic Review of Food Deserts, 1966-2007. *Preventing Chronic Disease* 6(3) A105.
- Bedore, M. (2013). Geographies of capital formation and rescaling: A historical-geographical approach to the food desert problem. *The Canadian Geographer/Le Géographe Canadien* 57(2) s 133-153.
- Bergersen, K. och Ramström, D. (1956). *Detaljhandelns utveckling mellan 1931-1951*. Företagsekonomiska forskningsinstitutet vid Handelshögskolan i Stockholm.
- Bergström, F. (2000). Är externa köpcentra ett hot mot cityhandeln? *Ekonomisk Debatt* 28(4) s 331-343.
- Bernad, C., Fuentelsaz, L. Gómez, J. (2008). Deregulation and its long-run effects on availability of banking services in low-income communities. *Environment and Planning A* 40(7) s 1681-1696.
- Berry, B. J. L. (1963). *Commercial structure and commercial blight. Retail patterns and processes in the city of Chicago*. Department of Geography Research Paper no 85.
- Blanchard, T., Irwin, M., Tolberg, C., Lyson, T. och Nucci, A. (2003). Suburban sprawl, regional diffusion, and the fate of small retailers in a large retail environment, 1977-1996. *Sociological Focus* 36(4) s 313-331.
- Book, K. och Eskilsson, L. (1999). *Centrum Utarmning eller renässans? KFB-rapport 1999:13*. Kommunikationsforskningsberedningen.
- Borchert, J. G. (1998). Spatial dynamics of retail structure and the venerable retail hierarchy. *GeoJournal* 45(4) s 327-336.
- Borgegård, L-E., Håkansson, J., Malmberg, G. (1995). Population Redistribution in Sweden – Long Term Trends and Contemporary Tendencies. *Geografiska Annaler B* 77(1) s 31-45.
- Borsdorf A. och Schöffthaler, G. (2000). Erzeugen Einkaufszentren Verkehr? Eine Bewertung des Einkaufsverkehrs am Beispiel nicht-integrierter Einkaufszentren im grossraum Innsbruck. *Erdkunde* 54 s 148-156.
- Boverket (2005). *Stadsbefolkningens avstånd till bibliotek, livsmedelsbutiker och postservice 1980, 1995 och 2004*. Boverket Karlskrona.
- Brage, T. (2004). *Kvalitetskontroll av servicedatabasen Sisyla*. Seminarieuppsatser nr 105. Centrum för Geobiosfärvetenskap Naturgeografi och Ekosystemanalys. Lunds universitet.



- Breyer, B. och Voss-Andreae, A. (2013). Food Mirages: Geographic and economic barriers to healthful food access in Portland, Oregon. *Health & Place* 24 s 131-139.
- Brown, R. B., Hudspeth C.D. and Odom, J.S. (1996). Outshopping and the viability of rural communities as service/trade centres. *Journal of the Community Development Society* 27(1) s 90-112.
- Brown, S. (1991). Retail location: the post hierarchical challenge. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research* 1(3) s 367-381.
- Brown, S. (1993). Retail location theory: evolution and evaluation. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research* 3(2) s 185-229.
- Burger, M. J., Meijers, E. T. J. och van Oort, F. G. (2014). Regional Spatial Structure and Retail Amenities in the Netherlands. *Regional Studies* 48(12) s 1972-1992.
- Bylund, S-Å. (2006). *Handel i industriområden - dags att ta på allvar: redovisning av pilotstudier och kommunenkät*. Sveriges kommuner och landsting. Stockholm.
- Caffyn, A. (2004). Market Town Regeneration; Challenges for Policy and Implementation. *Local Economy* 19(1) s 8-24.
- Carling, K., Håkansson, J. och Jia, T. (2013). Out-of-town shopping and its induced CO<sub>2</sub>-emissions. *Journal of Retailing and Consumer Services* 20(4) s 382-388.
- Caspi, C. E., Kawachi, I., Subramanian, S. V., Adamkiewicz, G. and Sorensen, G. (2012). The relationship between diet and perceived and objective access to supermarkets among low-income housing residents. *Social Science & Medicine* 75(7) s 1254-1262.
- Choi, Y. och Suzuki, T. (2013). Food deserts, activity patterns, & social exclusion: The case of Tokyo, Japan. *Applied Geography* 43 s 87-98.
- Christaller, W. (1933). *Die zentralen Orte in Süddeutschland. Eine ökonomisch-geographische Untersuchung über die Gesetzmäßigkeit der Verbreitung und Entwicklung der Siedlungen mit städtischen funktionen*. Verlag von Gustav Fischer, Jena.
- Christaller, W. (1950). Das Grundgerüst der räumlichen Ordnung in Europa. *Frankfurter Geographische Hefte* 24(1), Verlag Dr Waldemar Kramer, Frankfurt a M.
- Clarke, G. Eyre, H. and Guy C. (2002). Deriving Indicators of Access to Food Retail Provision in British Cities: Studies of Cardiff, Leeds and Bradford. *Urban Studies* 39(11) s 2041-2060.
- Clawson, M. (1966). Factors and forces affecting the optimum future rural settlement pattern in the United States. *Economic Geography* 42(4) s 283-293.
- Cliquet, G. (2000). Large format retailers: a french tradition despite reactions. *Journal of Retailing and Consumer Services* 7(4) s 183-195.
- Cohen, B. E. (1990). Food Security and Hunger Policy for the 1990s. *Nutrition Today* 25(4) s 23-27.
- Collins, C., Berkeley, N. and Fletcher, D. R., (2000). Retail decline and policy responses in district shopping centres. *Town Planning Review* 71(2) s 149-168.
- Coveney, J. och O'Dwyer, L. A. (2009). Effects of mobility and location on food access. *Health & Place* 15(1) s 45-55.
- Cummins, S. och Macintyre, S. (1999). The location of food stores in urban areas: a case study in Glasgow. *British Food Journal* 101(7) s 545-553.
- Cummins, S och Macintyre, S (2002). "Food deserts"—evidence and assumption in health policy making. *BMJ* 325 s 436-438.
- Cummins, S., Findlay, A., Petticrew, M., Spraks, L. (2008). Retail-led regeneration and store-switching behavior. *Journal of Retailing and Consumer Services* 15(4) s 288-295.
- Dahl, S. (1955). Karten zur Geographie des Schwedischen Innenhandels. *Geographische Rundschau* 7(5) s 163-168.
- Dahl, S. (1965). *Det svenska nätet av handelsorter*. Handelshögskolan i Göteborg Skrifter 1965:1.
- Dahl, S. and Janlinder, H. (1966). *Handelsområden i Sverige. Ekonomisk-geografisk atlas*. Sveriges köpmannaförbund.
- Dale, B. och Sjøholt, P. (2007). The changing structure of the central place system in Trøndelag, Norway, over the past 40 years—viewed in the light of old and recent theories and trends. *Geografiska annaler B* 89(S1), s 13-30.
- Davidson, S. M. and Rummels, A. (2000). Retail changes associated with Wal-Mart's entry into Maine. *International Journal of Retail & Distribution Management* 28(4/5) s 162-169.
- Distributionsutredningen (1975). *Samhället och distributionen*. SOU 1975:69-70. Stockholm.

- Drewnowski, A., Aggarwal, A., Hurvitz, P. M., Monsivais, P. and Moudon, A. V. (2012) Obesity and Supermarket Access: Proximity or Price? *American Journal of Public Health* 102(8) s e74-e80.
- Dudek-Mańkowska, S. och Krizan, F. (2010). Shopping centres in Warsaw and Bratislava: A comparative analysis. *Miscellanea Geographica vol 14* s 215-226.
- Eckert, J. och Shetty, S. (2011). Food systems, planning and quantifying access; Using GIS to plan for food retail. *Applied Geography* 31(4) s 1216-1223.
- Falk, T. (1980). Retail change and downtown commercial viability. The case of Norrköping, Sweden. *Geografiska Annaler B* 62(1) s 21-24.
- Farhangmehr, M., Marques, S., Silva, M. (2000). Consumer and retailer perceptions of hypermarkets and traditional retail stores in Portugal. *Journal of Retailing and Consumer Services* 7(4) s 197-206.
- Feldman, M. P. (2000) Location and innovation: the new economic geography of innovation, spillovers, and agglomeration, in: M. P. Feldman, M. S. Gertler & G. L. Clark (red.) *The Oxford handbook of economic geography*, pp. 373-394 (Oxford/New York: Oxford University Press)
- Fernie, J. (1995). The coming of the fourth wave: new forms of retail out-of-town development. *International Journal of Retail & Distribution Management* 23(1) s 4-11.
- Fernie, J. (1998). The breaking of the fourth wave: recent out-of-town retail developments in Britain. *International Journal of Retail Distribution and Consumer Research* 8(3) s 302-317.
- Findlay, A. och Sparks, L. (2008). Weaving new retail and consumer landscapes in the Scottish Borders. *Journal of Rural Studies* 24(1) s 86-97.
- Findlay, A. M., Stockdale, A., Findlay, A. and Short, D. (2001). Mobility as a Driver of Change in Rural Britain: An analysis of the Links between Migration, Commuting and Travel to Shop Patterns. *International Journal of Population Geography* 7(1) s 1-15.
- Fleischhacker, S. E., Evenson, K. R., Sharkey, J., Jilcott Pitts, S. B., Rodriguex, D. A. (2013). Validity of Secondary Retail Food Outlet Data: A Systematic Review. *American Journal of Preventive Medicine* 45(4) s 462-473.
- Forsberg, H. (1994). *Kampen om köpkraften. Externa köpcentra i sex kommuner*. Bygghörsningsrådet R5:1994.
- Forsberg, H. (1995). Out-of-town shopping centres in Sweden – a political struggle for purchasing power. *Scandinavian Housing and Planning Research* 12(2) s 109-113.
- Forsberg, H. (1998). Institutions, consumer habits and retail change in Sweden. . *Journal of Retailing and Consumer Services* 5(3) s 185-193.
- Forsberg, H., Hagson, A., Tornberg, J. (1994). *Effekter av externa köpcentran*. STACTH Rapport 1994:1 Chalmers Tekniska Högskola Göteborg.
- Furey S., Strugnell, C., McIlveen, H. (2001). An investigation of the potential existence of “food deserts” in rural and urban areas of Northern Ireland. *Agriculture and Human Values* 18(4) s 447-457.
- Galpin, C. J. (1920). The social anatomy of an agricultural community. In Phelan, J (ed) *Readings in Rural Sociology*. The Macmillan Company. New York. s 490-499.
- Gamba, R. J., Schuchter, J., Rutt, C. and Seto, E. Y. W. (2014). Measuring the Food Environment and its Effects on Obesity in the United States: A Systematic Review of Methods and Results. *Journal of Community Health*, published online 18 October 2014.
- Garb, Y. och Dybicz, T. (2006). The retail revolution in post-socialist Central Europe and its lessons. In: Tsenkova, S. och Nedovic-Budic, Z. (eds). *The Urban Mosaic of Post-Socialist Eastern Europe*. Springer.
- Glesbygdsutredningen (1972). *Kommersiell service i glesbygder*. SOU 1972:13. Stockholm.
- Glesbygdsverket (2008). *Sveriges gles- och landsbygder*. Glesbygdsverket.
- Godlund, S. (1954). *Busstrafikens framväxt och function i de urbana influensfälten*. Samhällsvetenskapliga studier 11, Gleerup, Lund.
- Guy, C. (1998a). Off-centre retailing in the UK: prospects for the future and the implications for town centres. *Built Environment* 24(1) s 16-30.
- Guy, C. (1998b). Controlling New Retail Spaces: The Impress of Planning Policies in Western Europe. *Urban Studies* 35(5-6) s 953-979.
- Guy, C. (1998c). Classifications of retail stores and shopping centres: some methodological issues. *GeoJournal* 45(4) s 255-264.

- Guy, C. (1994). Whatever happened to regional shopping centres. *Geography* 79(4) s 293-312.
- Guy, C. Clarke, G. och Eyre, H. (2004). Food retail change and the growth of food deserts: a case study of Cardiff. *International Journal of Retail & Distribution Management* 32(2) s 72-88.
- Guy, C. M. och Lord D. J. (1993). Transformation and the city centre. I: Bromley, RDF och Thomas, CJ (red) *Retail Change. Contemporary issues*. UCL Press London.
- Hall, B. F. (1983). Neighborhood differences in retail food stores: Income versus race and age of population. *Economic Geography* 59(3) s 282-295.
- Hallsworth, A. C. (1994). Decentralization of Retailing in Britain: The Breaking of the Third Wave. *Professional Geographer* 46(3) s 296-307.
- Handy, S. (1993). A Cycle of Dependence: Automobiles, Accessibility and the Evolution of the Transportation and Retail Hierarchies. *Berkeley Planning Journal* vol 8 s 21-43.
- Hansen, J. U., Loftsgarden, T., Nielsen, G. (2009). *Prinsipper og retningslinjer for handel i regionale planer*. TØI rapport 1016/2009 Transportøkonomisk institutt Oslo.
- Hernández, T. och Bennison, D. (2000). The art and science of retail location decisions. *International Journal of Retail & Distribution Management* 28(8) s 357-367.
- Higgs, G. och Langford, M. (2013). Investigating the validity of rural-urban distinctions in the impacts of changing service provision: The example of postal service reconfiguration in Wales. *Geoforum* 47 s 53-64.
- Huysentruyt, M., Lefevre, E., Menon, C. (2013). Dynamics of retail-bank branching in Antwerp (Belgium) 1991-2006: Evidence from micro-geographic data. *Journal of Banking & Finance* 37(2) s 291-304.
- Håkansson, J. (2000). Spatial Population Redistribution in Sweden 1810-1990. I: Håkansson, J *Changing Population Distribution in Sweden – Long Term Trends and Contemporary Tendencies*. Gerum Kulturgeografi 2000:1.
- Hölcke, O. (1947). Sveriges inköpsområden I 1947 års dyrortsgruppering. *Ymer* 67(3) s 183-196.
- Ilgen, K. (1990). Der Einzelhandel und seine räumliche Ordnung in der Deutschen Demokratischen Republik. *Berichte zur deutschen Landeskunde* 64(1) s 25-47.
- Ivehammar, P. och Svensson, T. (1996). *Effekter av stormarknadsetableringarna i Linköping*. Arbetsnotat nr 158 Tema T Linköpings universitet.
- Jakovčić, M. (2006). Business Functions and Problem of Closure of Commercial Premises in Ilica Street in Zagreb. *Hrvatski Geografski Glasnik* 68(1) s 27-50.
- Jakovčić, M. och Rebernik, D. (2008). Comparative Analysis of Development of Retail and Shopping Centres After 1990 in Ljubljana and Zagreb. *Hrvatski Geografski Glasnik* 70(2) s 33-48.
- Jensen, P., Boisson, J. och Larralde, H. (2005). Aggregation of retail stores. *Physica A* 351, s 551-570.
- Jones, P. och Pal, J. (1998). Retail services ride the waves. *International Journal of Retail & Distribution Management* 26(9) s 374-376.
- Julander C-R. och Fjaestad, B. (1978). *Konsumenternas köpvanor i Norrköping och Söderköping*. Rapport nr 8 från forskningsprogrammet ”Detaljhandel i omvandling”. EFI Handelshögskolan Stockholm.
- Kasanko, M., Barredo, J. I., Lavalle, C., McCormick, N., Demicheli, L., Sagris, V., Brezger, A. (2006). Are European cities becoming dispersed? A comparative analysis of 15 European urban areas. *Landscape and Urban Planning* 77(1-2) s 111-130.
- Kawakami, N., Winkleby, M., Skog, L., Szulkin, R. och Sundquist, K. (2011). Differences in neighborhood accessibility to health-related resources: A nationwide comparison between deprived and affluent neighborhoods in Sweden. *Health & Place* 17(1) s 132-139.
- Kellerman, A. (1983). The suburbanisation of retail trade: the Israeli case. *Area* 15(3) s 219-222.
- Kirkup, M., de Kervenaël, R., Hallsworth, A., Clarke, I., Jackson, P., Perez del Aguila, R. (2004). Inequalities in retail choice: exploring consumer experiences in suburban neighbourhoods. *International Journal of Retail & Distribution Management* 32(11) s 511-522.
- Konsumentverket (1981). *Serviceutbud i glesbygd. En analys av utvecklingen i fem kommuner*. Rapport 1981:6-10. Konsumentverket. Vällingby.
- Konsumentverket (2006). *Redovisning och analys av insatser för kommersiell service*. Konsumentverket.
- van der Krabben, E. (2009). Retail Development in The Netherlands: Evaluating the Effects of Radical Changes in Planning Policy. *European Planning Studies* 17(7) s 1029-1048.

- Krider, R. E. och Putler, D. S. (2013). Which Birds of a Feather Flock Together? Clustering and Avoidance Patterns of Similar Retail Outlets. *Geographical Analysis* 45(2) s 123-149.
- Kulke, E. (1997). Effects of the economic transformation process on the structure and locations of retailing in East Germany. *Journal of Retailing and Consumer Services* 4(1) s 49-55.
- Kunc, J. Frantál, B. Tonev, P. och Szczyrba, Z. (2012). Apatial patterns of daily and non-daily commuting for retail shopping: the case of the Brno city, Czech Republic. *Moravian Geographical Reports* 20(4) s 39-54.
- Kunreuther, H. (1973). Why the Poor May Pay More for Food: Theoretical and Empirical Evidence *The Journal of Business* 46(3) s 368-383.
- Lang, T. och Caraher, M. (1998). Access to healthy foods: part II. Food poverty and shopping deserts: what are the implications for health promotion policy and practice? *Health Educational Journal* 57(3) s 202-211.
- Larsen, K. och Gilliland, J. (2008). Mapping the evolution of 'food deserts' in a Canadian city: Supermarket accessibility in London, Ontario, 1961-2005. *International Journal of Health Geographics* 7:16.
- Law, M. R., Dijkstra, A., Douillard, J. A., Morgan, S. D. (2011). Geographic Accessibility of Community Pharmacies in Ontario. *Healthcare Policy* 6(3) s 36-46.
- Law, M. R., Heard, D., Fisher, J., Douillard, J., Muzika, G. och Sketris, I. S. (2013). The geographic accessibility of pharmacies in Nova Scotia. *Canadian Pharmacists Journal/Revue des Pharmaciens du Canada* 146(1) s 39-46.
- Lee, G. och Lim, H. (2009). A Spatial Statistical Approach to Identifying Areas with Poor Access to Grocery Foods in the City of Buffalo, New York. *Urban Studies* 46(7) s 1299-1315.
- van der Leeuwen, E.S. och Rietveld, P. (2011). Spatial Consumer Behaviour in Small and Medium-sized Towns. *Regional Studies* 45(8) s 1107-1119.
- Leijonhufvud, H. S. (1965). *Varuhusens segertåg*. Rabén & Sjögren, Stockholm.
- Léo, J-F., Philippe, J. (2002). Retail centres: Location and Consumer's Satisfaction. *The Service Industries Journal* 22(1) s 122-146.
- Leyshon, A. och French, S. (2008). Financial exclusion and the geography of bank and building society branch closure in Britain. *Transactions of the Institute of British Geographers* 33(4) s 447-465.
- Lin, S-J. (2004). Access to Community Pharmacies by the Elderly in Illinois: A Geographic Information Systems Analysis. *Journal of Medical Systems* 28(3) s 301-309.
- Ljungberg, C., Modig, K., Neergaard, K. och Rosqvist, L. S. (2004). *Externa och halvexterna affärsetableringar – litteraturstudie och kartläggning*. Publikation: 2003:148. Vägverket.
- Lotfi, S. och Koohsari, M. J. (2009). Measuring objective accessibility to neighborhood facilities in the city (A case study: Zone 6 in Tehran, Iran. *Cities* 26(3) s 133-140.
- Lord, J. D. och Guy C. M. (1991). Comparative retail structure of British and American cities: Cardiff (UK) and Charlotte (USA). *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research* 1(4) s 391-436.
- Lowe, M. S. (2000). Britain's Regional Shopping Centres: New Urban Forms? *Urban Studies* 37(2) s 261-274.
- Lukić, A. och Jakovčić, M. (2004). Location and function of hypermarkets and shopping centers in Zagreb. *Dela* 22 s 39-54.
- Lyseen A. K., Hansen, H. S. (2014), Spatial and Semantic Validation of Secondary Food Source Data. *ISPRS International Journal of Geo-Information* 2014; 3(1):236-253.
- Macdonald, L., Kearns, A., Ellaway, A. (2013). Do residents' perceptions of being well-placed and objective presence of local amenities match? A case study in West Central Scotland, UK. *BMC Public Health* 13:454.
- Mackanness, W. A., Chaudhry, O. Z. (2011). Automatic Classification of Retail Spaces from a Large Scale Topographic Database. *Transactions in GIS* 15(3) s 291-307.
- Mangano, A. (2010). Community Pharmacies in the City Area: Evidence from an Italian Province. *European Planning Studies* 18(3) s 485-496.
- Martí-Henneberg, J. (2005). Empirical Evidence of Regional Population Concentration in Europe, 1870-2000. *Population, Space and Place* 11(4) s 269-281.

- Maskell, P. & Malmberg, A. (1999) Localised learning and industrial competitiveness, *Cambridge Journal of Economics*, 23(2), pp. 167-185.
- McEntee, J. (2009). Highlighting food inadequacies: does the food desert metaphor help this cause? *British Food Journal* 111(4) s 349-363.
- McEntee, J. och Agyeman, J. (2010). Towards the development of a GIS method for identifying rural food deserts: Geographic access in Vermont, USA. *Applied Geography* 30(1) s 165-176.
- McKinnon, R. A., Reedy, J., Morrisette, M. A., Lytle, L. A. och Yaroch, A. L. (2009). Measures of the Food Environment. A Compilation of the Literature, 1990-2007. *American Journal of Preventive Medicine* 36(4S). s S124-S133.
- Monino, J-L. och Turolla, S. (2008). Urbanisme commercial et grande distribution. Etude empirique et bilan de la loi Raffarin. *Revue française d'économie* 23(2)s 139-178.
- Morris, P. M., Neuhauser, L., Campbell, C.. (1992). Food Security in Rural America: A Study of the Availability and Cost of Food. *Journal of Nutritional Education* 24(1) s 52S-58S.
- Nielsen, M. L. G., Kristensen, S. S. och Holm, U. M. (2010). *Detailhandel. Den fysiske strukturudvikling 1998-2008*. Aalborg universitet.
- O'Callaghan, E. och O'Riordan, D. (2003). Retailing at the periphery: an analysis of Dublin's tertiary city centre shopping streets (1972-2002). *International Journal of Retail & Distribution Management* 31(8) s 389-400.
- Otterstrom, S. M. (2001). Trends in national and regional population concentration in the United States from 1790 to 1990: from the frontier to the urban transformation. *The Social Science Journal* 38(3) s 393-407.
- Otterstrom, S. M. (2003). Population concentration in United States city-systems from 1790 to 2000: Historical trends and current phases. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie* 94(4) s 477-495.
- Paddison, A. and Calderwood, E. (2007). Rural retailing: a sector in decline? *International Journal of Retail & Distribution Management* 35(2) s 136-155.
- Paez, A. Mercado, R. G., Farber, S., Morency, C. och Roorda, M. (2010). Relative Accessibility Deprivation Indicators for Urban Settings: Definition and Application to Food Deserts in Montreal. *Urban Studies* 47(7) s 1415-1438.
- Pearce, J., Witten, K., Hiscock, R. och Blakely, T. (2008). Regional and urban – rural variations in the association of neighbourhood deprivation with community resource access: a national study. *Environment and Planning A* 40(10) s 2469-2489.
- Pellegrini, L. och Cardani, A. M. (1993). *The Italian Distribution System*. OECD Economics Department Working Papers No 139.
- Picone, G. A., Ridley, D. B. och Zandbergen, P. A. (2009) Distance decreases with differentiation: Strategic agglomeration by retailers. *International Journal of Industrial Organization* 27 s 463-473.
- Porta, S., Strano, E., Iacovielli, V., Messori, R., Latora, V., , Cardillo, A., Wang, F. och Scellato, S. (2009) Street centrality and densities of retail and services in Bologna, Italy. *Environment and Planning B* 36(3) s 450-465.
- Porta, S., Latora, V., Wang, F., Rueda, S., Strano, E., Scellato, S., Cardillo, A., Belli, E., Cárdenas, F., Cormenzana, B. och Latora, L. (2012). Street Centrality and the Location of Economic Activities in Barcelona. *Urban Studies* 49(7) s 1471-1488.
- PostNord, Svensk Digital Handel och HUI Research (2015). *e-barometern 2014*. Årsrapport.
- Powe; N. A. (2012). Small town vitality and viability: learning from experiences in the North East of England. *Environment and Planning A* 44(9) s 2225-2239.
- Powe, N. A., Hart, T. and Bek, D. (2009). Market Town Centres in England: Meeting the Challenge of Maintaining their Contemporary Relevance. *Planning, Practice & Research* 24(3) s 301-319.
- Powe, N. and Shaw, T. (2004). Exploring the current and future role of market towns in servicing their hinterlands: a case study of Alnwick in the North East of England. *Journal of Rural Studies* 20(4) s 405-418.
- Powe, N. and Shaw, T. (2003). Market Towns: Investigating the Service Role through Visitor Surveys. *Planning, Practice & Research* 18(1) s 37-50.
- Rainey, K. (1976). Forces Influencing Rural Community Growth. *American Journal of Agricultural Economics* 58(5) s 959-962.

- Reneland, M. (1998). *Befolkningens tillgänglighet till service. GIS-projektet Tillgänglighet i svenska städer 1980 och 1995*. STACTH Rapport 1998:5 Chalmers Tekniska Högskola, Göteborg.
- Reneland, M. (2000) *Befolkningens tillgänglighet till service i Uppsala*. Tema Stad & Trafik, Chalmers Tekniska Högskola, Göteborg.
- Reneland, M. (2006). *Stadsbefolkningens avstånd till viss service I Örebro*. Tema Stad & Trafik, Chalmers Tekniska Högskola.
- Reynolds, J. (1993). The proliferation of the planned shopping centre. I: Bromley, RDF och Thomas, CJ (eds) *Retail Change. Contemporary issues*. UCL Press London.
- Robertson, K. A. (1983). Downtown retail activity in large American cities 1954-1977. *Geographical Review* 73(3) s 314-323.
- Rogerson, P. A. och Plane D. A. (2013). The Hoover Index of Population Concentration and the Demographic Components of Change: An Article in Memory of Andy Isserman. *International Regional Science Review* 36(1) s 97-114.
- Rudolph, R. och Brade, I. (2005). Moscow: Processes of restructuring in the post-Soviet metropolitan periphery. *Cities* 22(2) s 135-150.
- Russell, S. E. och Heidkamp, C. P. (2011). 'Food desertification': The loss of a major supermarket in New Haven, Connecticut. *Applied Geography* 31(4) s 1197-1209.
- Rämme, U. och Rosén, E. (2009). *Hot eller möjlighet? En analys av externhandels effekter på den etablerade handeln*. Rapport Handels Utvecklingsråd.
- Sadler, R. C., Gilliland, J. A. och Arku, G. (2011). An application of the edge effect in measuring accessibility to multiple food retailer types in Southwestern Ontario, Canada. *International Journal of Health Geographics* 10(34).
- SCB (1992). *Tätorter 1990. Befolkning och areal i tätorter och glesbygd. Reviderade uppgifter*. Statistiska meddelanden Na38SM9201.
- SCB (1996). *Tätorter 1995*. Statistiska meddelanden Be16SM9601.
- SCB (2003). SNI 2002. *Standard för svensk näringsgrensindelning 2002*. Meddelanden i samordningsfrågor för Sveriges officiella statistik 2003:2.
- SCB (2010). *Tätorter 2010*. Statistiska meddelanden MI39SM1101.
- Scott, D. M. och Horner, M. W. (2008). The role of urban form in shaping access to opportunities. *Journal of Transport and Land Use* 1(2) s 89-119.
- Shaw, H. (2006). Food deserts: towards the development of a classification. *Geografiska annaler B* 88(2) s 231-247.
- Shaw, H. (2012). Access to healthy food in Nantes, France. *British Food Journal* 114(2) s 224-238.
- Short, A. Guthman, J, Raskin, S (2007). Food Deserts, Oases or Mirages? Small Markets and Community Food Security in the San Fransisco Bay Area. *Journal of Planning Education and Research* 26(3) s 352-364.
- Sparks, A. L., Bania, N. och Leete, L. (2011). Comparative Approaches to Measuring Food Access in Urban Areas: The Case of Portland, Oregon. *Urban Studies* 48(8) s 1715-1737.
- Spilková, J. och Šfrna, L. (2010). Uncoordinated new retail development and its impact on land use and soils: A pilot study on the urban fringe of Prague, Czech Republic. *Landscape and Urban Planning* 94(2) s 141-148.
- Statens planverk (1973). *Rymlighet och tillgänglighet i elva bostadsområden*. Rapport 25.
- Stelder, D. (2012). Spatial monopoly of multi-establishment firms: An empirical study for supermarkets in the Netherlands. *Papers in Regional Science* 91(1) s 182-193.
- Stewart, C. T. (1958). The size and spacing of cities. *Geographical review* 48(2) s 222-245.
- Svastisalee, C. M., Nordahl, H., Glümer, C., Holstein, B. E., Powell, L. M. och Due, P. (2011). Supermarket and fast-food outlet exposure in Copenhagen: associations with socio-economic and demographic characteristics. *Public Health Nutrition* 14(9) s 1618-1626.
- Tarver, J. D. (1957). Suburbanization of retail trade in the standard metropolitan areas of the United States, 1948-1954. *American Sociological Review* 22(4) s 427-433.
- Taubenböck, H., Klotz, M., Wurm, M., Schmieder, J., Wagner, B., Wooster, M., Esch, T. och Dech, S. (2013). Delineation of Central Business Districts in mega city regions using remotely sensed data. *Remote Sensing of Environment Vol 136* s 386-401.
- Terry, M. M., Terry, D. R., Hoang, H och Hannah, C. (2013). The Shortage-Surplus Paradox: A Literature Review of Primary Health Care Accessibility. *Universal J of Public Health* 1(3) s 40-50.

- Thomas, B. J. (2010). Food Deserts and the Sociology of Space: Distance to Food Retailers and Food Insecurity in an Urban American Neighborhood. *World Academy of Science, Engineering and Technology Vol 43* 2010-07-25.
- Thomas, C. J. och Bromley, R. D. F. (1995). Retail decline and the opportunities for commercial revitalisation of small shopping centres. *Town Planning Review* 66(4) s 431-452.
- Thomas, C. J. och Bromley, R. D. F. (2002). The Changing Competitive Relationship between Small Town Centres and Out-of-town Retailing: Town Revival in South Wales. *Urban Studies* 39(4) s 791-817.
- Thomas, C. J., Bromley, R. D. F. och Tallon, A. R. (2004). Retail parks revisited: a growing competitive threat to traditional shopping centres? *Environment and Planning A* 36(4) s 647-666.
- Thomas, C. J., Bromley, R. D. F. och Tallon, A. R. (2006). New 'High Streets' in the Suburbs? The Growing Competitive Impact of Evolving Retail Parks. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research* 16(1) s 43-68.
- Tillväxtnanalys (2013). *Tillgänglighet till kommersiell och offentlig service 2012*. Rapport 2013:04
- Tokatli, N. och Boyaci, Y. (1998). The changing retail industry and retail landscapes. The case of post-1980 Turkey *Cities* 15(5) s 345-359.
- Walker, R. E., Keane, C. R. och Burke J. G., (2010). Disparities and access to healthy food in the United States: A review of food deserts literature. *Health & Place* 16(5) s 876-884.
- Wang, L. och Lo, L. (2007). Immigrant grocery-shopping behaviour: ethnic identity versus accessibility. *Environment and Planning A* 39(3) s 684-699.
- Weltvreden, J., Atzema, O. och Frenken, K. (2005). Evolution in city centre retailing: the case of Utrecht (1974-2003). *International Journal of Retail & Distribution Management* 33(11) s 824-841.
- Ver Ploeg, M., Nulph, D. och Williams, R. (2011). Mapping Food Deserts in the U.S. *Amber Waves* 9(10) s 46-49.
- Ver Ploeg, M., Dutko, P. och Breneman, V. (2014). Measuring Food access and Food Deserts for Policy Purposes. *Applied Economic Perspectives and Policy*. Advanced Access, published Nov 17, 2014.
- White, M., Bunting, J., Williams, L., Raybould, S., Adamson, A. och Mathers, J. (2004). *Do food deserts exist? A multi-level, geographical analysis of the relationship between retail food access, socio-economic position and dietary intake*. Final report to the Food Standards Agency.
- Whysall, P. (2005). GEM, 1964-1966: Britain's First Out-of-Town Retailer. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research* 15(2) s 111-124.
- Widener, M. J., Farber, S., Neutens, T. and Horner, M. W. (2013). Using urban communication data to calculate a spatiotemporal accessibility measure for food environment studies. *Health & Place* 21 s 1-9.
- Wilde, P., Llobrera, J. och Ver Ploeg, M. (2014). Population Density, Poverty, and Food Retail Access in the United States: An Empirical Approach. *International Food and Agribusiness Management Review* 17(A) s 171-186.
- Viviano, E. (2008). Entry regulations and labour market outcomes: Evidence from the Italian retail trade sector. *Labour Economics* 15(6) s 1200-1222.
- Wood, S. och McCarthy, D. (2014). The UK food retail 'race for space' and market saturation: a contemporary review. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research* 24(2) s 121-144.
- Wrigley, N. (2002). 'Food Deserts' in British Cities: Policy Context and Research Priorities. *Urban Studies* 39(11) s 2029-2040.
- Wrigley, N., Warm, D., Margetts, B. och Lowe, M. (2004). The Leeds "food deserts" intervention study: what the focus group reveal. *International Journal of Retail & Distribution Management* 32(2) s 123-136.
- Wrigley, N., Branson, J., Murdock, A. och Clarke, G. (2009). Extending the Competition Commission's findings on entry and exit of small stores in British high streets: implications for competition and planning policy. *Environment and Planning A* 41(9) s 2063-2085.
- Wrigley, N. och Dolega, L. (2011). Resilience, fragility, and adaptation: new evidence on the performance of UK high streets during global economic crisis and its policy implications. *Environment and Planning A* 43(10) s 2337-2363 .

## Appendix: klassificering av handel utifrån SNI2002<sup>8</sup>

Livsmedelshandel:	
52111	Varuhus- och stormarknadshandel, mest livsmedel, drycker och tobak
52112	Livsmedelshandel med brett sortiment, ej varuhus eller stormarknad
Förbrukningsvaror:	
52121	Annan varuhus- och stormarknadshandel
52129	Övrig detaljhandel med brett sortiment
52210	Butikshandel med frukt och grönsaker
52220	Butikshandel med kött och charkuterier
52230	Butikshandel med fisk, skal- och blötdjur
52241	Butikshandel med bröd och konditorivaror
52242	Butikshandel med konfektyrer
52250	Butikshandel med alkoholhaltiga och andra drycker
52260	Tobakshandel
52271	Butikshandel med hälsokost
52279	Övrig specialiserad butikshandel med livsmedel
52310	Apotekshandel
52320	Butikshandel med sjukvårdsartiklar
52330	Butikshandel med kosmetika och hygienartiklar
52410	Butikshandel med textilier
52421	Butikshandel med herr-, dam- och barnkläder, blandat
52422	Butikshandel med herrkläder
52423	Butikshandel med damkläder
52424	Butikshandel med barnkläder
52431	Butikshandel med skodon
52472	Butikshandel med tidningar och tidskrifter
52487	Butikshandel med blommor och andra växter, frön och gödselmedel
Sällanköpsvaror:	
52425	Butikshandel med pälsar
52432	Butikshandel med väskor, reseffekter och lädervaror
52441	Butikshandel med möbler för hemmet
52442	Butikshandel med inredningstextilier
52443	Butikshandel med glas, porslin och andra bosättningsvaror
52444	Butikshandel med belysningsartiklar
52451	Butikshandel med elektriska hushållsmaskiner och hushållsapparater
52452	Butikshandel med ljud- och bildanläggningar samt videoutrustning
52453	Butikshandel med inspelade och oinspelade kasset- och videoband samt dvd-, cd- och grammofonskivor
52454	Butikshandel med musikinstrument och noter
52461	Butikshandel med järnhandels-, bygg- och VVS-varor
52462	Butikshandel med färger, färgsador och lacker
52471	Butikshandel med böcker och kontorsförbrukningsvaror
52481	Butikshandel med glasögon och andra optiska artiklar, ej fotoutrustning
52482	Butikshandel med fotoutrustning
52483	Butikshandel med ur
52484	Butikshandel med guldsmedsvaror och smycken
52485	Butikshandel med sport- och fritidsartiklar
52486	Butikshandel med spel och leksaker
52487	Butikshandel med blommor och andra växter, frön och gödselmedel
52488	Butikshandel med smådjur
52491	Butikshandel med konst; galleriverksamhet
52492	Butikshandel med mynt och frimärken
52493	Butikshandel med datorer, kontorsmaskiner och programvara
52494	Butikshandel med telekommunikationsutrustning
52495	Butikshandel med tapeter, mattor och mjuka golvbeläggningar
52496	Detaljhandel med båtar och båtillbehör
52499	Övrig specialiserad butikshandel
52501	Butikshandel med antikviteter och begagnade böcker
52509	Butikshandel med övriga begagnade varor

<sup>8</sup> SNI2002=Svensk näringsgrensindelning reviderad år 2002, se vidare SCB 2003.