

# När slutar svenska handlare acceptera kontanter?



Författare:  
Niklas Arvidsson  
Jonas Hedman  
Björn Segendorf

Forskningsrapport 2018:1

Forskningsrapport 2018:1  
*När slutar svenska handlare acceptera kontanter?*  
ingår i Handelsrådets rapportserie.

Rapporten är finansierad av Handelsrådet,  
men forskarna är själva ansvariga  
för rapportens innehåll. Rapporten är läst och  
godkänd av Handelsrådets vetenskapliga råd.

Publiceringsår 2018.

Grafisk produktion: Fotoskrift AB

Tryck: Typografiska Ateljén AB

[www.handelsradet.se](http://www.handelsradet.se)

ISBN: 978-91-86508-50-0

# Förord

Rapporten *När slutar handlare acceptera kontanter?* är resultat av ett forskningsprojekt mellan forskare från Kungliga Tekniska Högskolan (KTH), Handelshögskolan i Köpenhamn (CBS) och Riksbanken. Projektledare är Niklas Arvidsson (KTH) där även Jonas Hedman (Copenhagen Business School) och Björn Segendorf (Sveriges Riksbank) arbetat som forskare. Lars Albinsson från Maestro har bidragit med att utveckla kommunikationsplan och metaforer för att illustrera projektets resultat.

Studien har möjliggjorts genom stöd från flera olika organisationer och vi vill uttrycka vår tacksamhet gentemot dessa. Handelsrådet och speciellt Lena Strålsjö samt Andreas Hedlund har bidragit med direkt ekonomiskt stöd vilket var den mest kritiska förutsättningen för att studien överhuvudtaget kunde genomföras. Svensk Handel och Bengt Nilervall har genom hela studien varit ett centralt stöd genom att bidra med kompetens och erfarenhet vid utformning samt genomförande av studien och dessutom genom att engagera HUI Research som utformade webbversionen av vår enkät och stod för insamling av enkätdata från de handlare som utgör det empiriska materialet.

Bengt Hedlund från Convenience Stores Sweden och Clemens Wantschura från VISITA har bidragit med kloka kommentarer kring studiens utformning och direkta frågor som legat till grund för datainsamling. Vi vill även uttrycka tacksamhet till professor Jerker Holm vid Lunds Universitet, Sven Ljung vid Unionen samt Sveriges Riksbank som på olika sätt har stöttat vår studie.

Vi vill även tacka de handlare som svarat på vår enkät utan vilka studien inte gått att genomföra och speciellt även till den Ica-handlare i Stockholm som ställde upp på en intervju med en av författarna innan enkätens frågor slutligen fastställdes.

I slutändan är ansvaret för alla analyser och slutsatser i denna rapport vår egen.

Stockholm, januari 2018

Niklas Arvidsson, Kungliga Tekniska Högskolan, Stockholm  
Jonas Hedman, Copenhagen Business School, Köpenhamn  
Björn Segendorf, Sveriges Riksbank, Stockholm

# Sammanfattning

Bakgrunden till denna studie är att kontantanvändningen i Sverige har minskat under lång tid och att minskningstakten har ökat under de senaste åren. Internationella jämförelser visar dessutom att Sverige är relativt unikt i detta. Oss veterligen sjunker inte värdet av kontanter i omlopp i nominella värden i något annat land än i Sverige. Detta vill vi förstå bättre vilket är utgångspunkten för vår studie. Och vi vill mer specifikt förstå hur handlare ser på denna fråga eftersom detta är en central aktör i ett betalsystem vars roll inte belysts på ett gediget sätt i tidigare forskning.

Vi har identifierat en brist på kunskap kring frågor om handlarnas syn på den minskande kontantanvändningen, kontanters kostnader, om handeln avser att sluta acceptera kontanter samt när handeln slutar acceptera kontanter. Detta har lett fram till studien.

Frågeställningen som projektet ställer är sålunda när svensk handel kommer att sluta acceptera kontanter?

Tidigare studier har på olika sätt visat att tvåsidiga marknader, det vill säga marknader som präglas av att båda sidor – till exempel en betalare och en betalningsmottagare – ska vara aktiva för att alla användare ska dra full nytta av denna marknad. Betaltjänster som kontanter är en tvåsidig marknad där nyttan för alla aktörer beror på hur många andra som accepterar och använder kontanter. Därmed är det viktigt att studera och förstå frågan om när handlare kommer att sluta acceptera kontanter. Den dag då allt fler av dessa inte längre accepterar kontanter kommer rimligen den totala kontantanvändningen sjunka och till slut kanske bli mycket marginell.

För en handlare bör beslutet att sluta acceptera kontanter vara kopplat till om de får en positiv lönsamhet från kontantbaserad försäljning eller inte. Dessutom kan det påverka deras image om deras inställning till kontanter inte är densamma som deras kunders syn på detta. Under förutsättningen att en handlare kan säga nej till kontanter förväntar vi dock oss att de gör just detta när det inte längre finns en lönsamhet med kontantbaserad försäljning.

I samarbete med Svensk Handel, Convenience Stores Sweden och Handelsrådet har vi därför genomfört denna studie som grundar sig på enkäter skickade till handlare i hela



Sverige under våren 2017. Totalt sett fick vi in över 800 svar där 741 var så kompletta att de kan användas i vår studie.

Studiens resultat visar att 97 procent handlarna accepterar kontanter idag men att endast 18 procent av försäljning baseras på kontanter. Redan år 2020 kan dock en fjärdedel av handlarna ha slutat acceptera kontanter. År 2025 kan det vara 50 procent som slutat acceptera kontanter. Utvecklingen mot ett samhälle där kontanter spelar en mycket marginell roll går i rasande takt.

I en beräkning av när det inte längre är ekonomiskt motiverat för en genomsnittlig svensk handlare kommer vi fram till att detta kommer att inträffa den 24 mars år 2023. Det är detta datum som enligt denna beräkning kommer vara det datum då kontanter i Sverige inte längre har en viktig roll för vårt betalningssystem.

*Frågeställningen som projektet ställer är sålunda när svensk handel kommer att sluta acceptera kontanter?*

# Innehållsförteckning

<b>1</b>	<b>Inledning</b>	<b>8</b>
1.1	Behovet av ny kunskap och ökad förståelse	9
1.2	Syfte och frågeställning	10
1.3	Disposition	10
<b>2</b>	<b>Teori och metod</b>	<b>11</b>
2.1	Teori	11
2.1.1	Tvåsidiga marknader	11
2.1.2	Ekonomiska rationella beslut	12
2.2	Undersökningsmodell	13
2.3	Tillvägagångssätt	13
2.3.1	Framtagning av enkät	13
2.3.2	Svarsfrekvens enkät	14
2.3.3	Sekundärdata för beräkning av slutdatum	14
2.4	Beskrivning av respondenter	14
<b>3</b>	<b>Resultat</b>	<b>16</b>
3.1	När kommer handlarna sluta acceptera kontanter?	16
3.2	Hur fattar man beslut kring att sluta acceptera kontanter?	19
3.3	Hur påverkas försäljningen om en handlare slutar med kontanter?	20
3.4	Vad kostar betalsätten?	20
3.5	När är det ekonomiskt motiverat att sluta acceptera kontanter?	21
3.6	Vad säger handlarna själva?	22
3.6.1	Tema: Behåll kontanterna	22
3.6.2	Tema: Kontantbytet	23
3.6.3	Tema: Kostnader	23
3.6.4	Tema: Ta bort kontanterna	23
3.7	När blir Sverige kontantlöst?	24
<b>4</b>	<b>Slutsatser och avslutande diskussion</b>	<b>26</b>

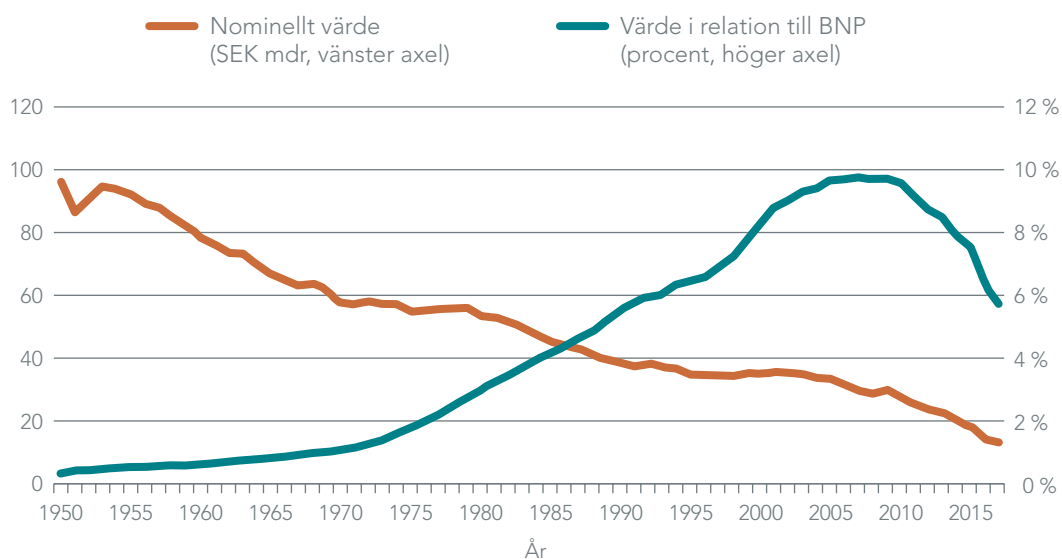
<b>Appendix</b> . . . . .	<b>28</b>
A. Enkät . . . . .	28
B. Publika presentationer relaterade till projektet . . . . .	31
C. Media bevakning . . . . .	32
C1. Tryckt media . . . . .	32
C2. Radio . . . . .	34
C3. Bokkapitel . . . . .	34
 <b>Referenser</b> . . . . .	 <b>35</b>
 <b>Andra källor</b> . . . . .	 <b>37</b>

# 1 Inledning

En av de mest centrala förändringskrafterna i dagens samhällen är digitalisering. De finansiella systemen har länge varit till största delen digitala men trots allt har vissa delar fortsatt vara fysiska. När det gäller betalningar är kontanter tillsammans med vissa gireringar fortfarande pappersbaserade. Kontanter är i princip den enda icke-digitala betaltjänsten men vi ser att dessa minskar i snabb takt och frågan som uppstår är därför om och i sådana fall när de kommer att försvinna helt.

Kontanter och betalkort är de vanligaste betelsätten bland konsumenter. Betelsätten förändras dock snabbt och kontanter används i allt mindre utsträckning. Det blir allt vanligare med kort och på sikt kanske även mobila betalningar. Kontanter är idag cirka 18 procent av betalningarna i butiker vilket kan jämföras med cirka 40 procent 2010 (Sveriges Riksbank). Figur 1 visar hur kontantmängden hos allmänheten i förhållande till bruttonationalprodukten (BNP) har halverats sedan 2007. Idag, det vill säga i november 2017, har vi cirka 47 miljarder kronor i giltiga sedlar och mynt i cirkulation, vilket motsvarar cirka 1,1 procent av BNP.

Figur 1. Allmänhetens innehav på kontanter årligt genomsnitt (Sveriges Riksbank<sup>1</sup>).



1 Denna statistik är en uppdaterad version av den statistik som till exempel redovisas i Sveriges Riksbank (2016).



Det är viktigt att poängtera att butiker i Sverige inte är skyldiga att acceptera kontanter och att banker i Sverige endast måste acceptera kontanter på ett fåtal bankkontor (Segendorf och Wilbe, 2014). För köpmannen ger kontanter inte bara intäkter utan även kostnader, såsom att kontantkassan måste räknas, avgifter för att sätta in pengar på bankkonto, kostnader för kontanthanteringssystem samt förvaringsskåp för kontanter och avgifter när växelkassan måste fyllas på. Detta leder till en situation där den ekonomiskt rationella handlaren står inför ett beslut att inte längre acceptera kontanter, det vill säga när lönsamheten från den kontantbaserade försäljningen inte längre täcker dess kostnader. Detta gäller även andra betaltjänster som bankkort, kreditkort, fakturor och mobila betalningar men med utgångspunkt från att kontantanvändningen minskar snabbt i Sverige idag så fokuserar denna rapport på kontanter.

## 1.1 Behovet av ny kunskap och ökad förståelse

De stora förändringarna inom betalsystemet med allt fler typer av betaltjänster och fler företag som tillhandahåller dessa tjänster har lett till att forskare inom flera discipliner studerar utvecklingen inklusive informatik (Mallat, 2007), konsumentforskning (Hirschman, 1979; Penz och Sinkovics, 2013), marknadsföring (Lawson och Todd, 2003; Raghuram och Corfman, 1999), nationalekonomi (Garcia-Swartz et al., 2006; Penz et al., 2004), sociologi (Knights et al., 2007), företagsekonomi (Arvidsson, 2013a; Arvidsson, 2013b; Priem, 2007) samt bank och finans (Humphrey, 2010; Kahn och Roberds, 2009). Detta har lett till forskning med olika fokus som till exempel cost-benefit analys av kontanter och kort (Garcia-Swartz et al., 2004; Runnemark et al., 2015), konkurrens inom mobila betalningslösningar (Hedman och Henningsson, 2015), sociala effekter av digitala pengar (Linné, 2008), beslut och hantering av pengar (Runnemark et al., 2015), betalsystem (Carton et al., 2012), hur konsumenter börjar använda mobila betaltjänster (Arvidsson, 2014; Mallat, 2007), samt samhällskostnader för betalsystemen (Segendorf och Jansson, 2012).

Trots den breda forskning så finns det fortfarande en viktig fråga som inte belysts på ett gediget sätt och den rör handlares, det vill säga betalningsmottagares, beslut att acceptera en viss typ av betaltjänst. Det finns några undantag, som till exempel köpmäns acceptans av mobila betaltjänster (Mallat och Tuunainen, 2008) och en studie av hur handlare hanterar data om kundköp (Raghuram och Corfman, 1999), men i stort sett saknas forskning med denna inriktning. Ett annat resultat är att kontanter är dyrare än kortbetalningar (Garcia-Swartz et al., 2006) och det finns tydliga tecken på: *"... movement toward greater use of electronic payment methods, though gradual, is uniform and unmistakable, both across countries and over time"* (Humphrey et al., 1996). Schreft (2006) kritiserar dock forskningen eftersom den enligt honom är: *"... is backward looking. It tells us what payment instruments were chosen in the past may not be a good indicator of what will be chosen [accepted] in the future"*. En brist på forskning samt tydliga tecken på att handlare föredrar elektroniska betalningstjänster har lett oss fram till att utforma denna studie av när handlare kan tänkas sluta acceptera kontanter.

## 1.2 Syfte och frågeställning

Inom en nära framtid kan handlare sluta ta emot kontanter vilket dessutom riskerar att ge upphov till en självförstärkande spiral med ömsom allt lägre kontantanvändning och kontantaccepterande i handel. En ökad kunskap om köpmännens kostnader och intäkter av kontanter kan därför bidra till möjliga åtgärder för att mildra omställningen till ett kontantlöst samhälle.

Frågeställningen som projektet ställer är när svensk handel kommer att sluta acceptera kontanter?

## 1.3 Disposition

I kapitel två presenteras projektets teori och metod. Teoriavsnittet presenterar tvåsidiga marknader och ekonomiskt rationellt beslutsfattande som de teoretiska utgångspunkterna. Dessutom presenteras metodiken bakom detta projekt. Resultaten av studien presenteras i kapitel tre av rapporten. Baserat på dessa resultat, summeras projektet i kapitel fyra med ett fokus på implikationer för handlares möjligheter att hantera kontanter. Till sist avslutas rapporten med diskussion av implikationer samt förslag på vidare forskning.

# Teori och metod

Projektets syfte är att öka förståelsen kring handlarnas kostnader för att ta emot kontanter och identifiera en tidpunkt när handlare slutar acceptera kontanter. Vår studie bygger på antagandet att handlare är ekonomiskt rationella och kommer enbart acceptera kontanter så länge det är lönsamt. För att uppfylla syftet har projektet utvecklat en enkät och samlat in data<sup>2</sup> från svenska handlare. Vidare har projektet samlat in sekundärdata från publika källor kring kontantmängd i samhället, vinstmarginal inom sällanköps och dagligvarubransch, kostnader för betalkort och kontanthantering, samt lönekostnader. En övergripande beskrivning av studien återfinns nedan.

## 2.1 Teori

### 2.1.1 Två-sidiga marknader

När det gäller att förstå marknader för tjänster som betalningar utgår vi ifrån teorier om tvåsidiga marknader, det vill säga där hela marknadens effektivitet och funktionalitet är beroende av det antal aktörer som finns på varje sida av denna marknad. Nyttan av tjänsten på denna typ av marknad kommer öka – både för säljaren och köparen – om det finns många som erbjuder tjänsten och många som använder den. Det klassiska exemplet på denna typ av tjänst är telefoner vars funktion bygger på att det finns många som kan ringa och många som kan ringas till. Samma sak gäller för betaltjänster. Nyttan av betaltjänsten ökar om det finns många som kan betala och många som kan ta emot betalningar med samma tjänst.

Teorin om tvåsidiga marknader förklarar hur värde skapas när två eller flera agenter (olika kundgrupper) interagerar på en marknad (Rochet och Tirole, 2003). Typiskt för tvåsidiga marknader är nätverkseffekter (Eisenmann et al., 2006), det vill säga att en agents nytta är beroende av en annan agents agerande. Även storleken på respektive agentgrupp påverkar det totala värdeskapandet (Armstrong, 2006). Bankkort är en illustration av tvåsidiga marknader där konsumenter använder kort som accepteras av många handlare medan handlare accepterar kort som används av många konsumenter. Detta blir värdefullt för bägge parter. Konsumenter vet att en typ av kort kan användas för att köpa nästan vad som helst och handlare vet att nästan vilken konsument som helst kan betala i dennes butik.

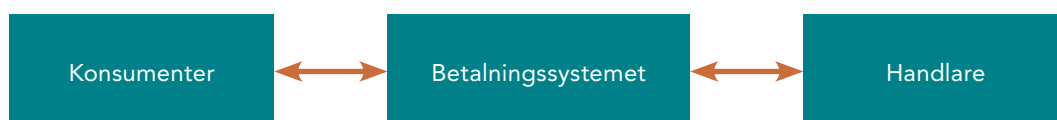
En följd av en tvåsidig marknads karaktär, det vill säga att det är kritiskt med många agenter eller aktörer på båda sidorna av en marknad, är att utvecklingen av dessa marknader ofta inte sker linjärt med inkrementella förändringar i en given riktning. När en marknad med denna karaktär växer fram finns ofta bara en eller några få leverantörer

-----  
2 Enkäten återfinns i sin helhet i appendix A.

och få kunder. Då är nätverkseffekterna låga och ingen får egentligen ut så mycket av att använda tjänsten. När sedan antalet aktörer på båda sidorna ökar kommer det totala värdet öka med varje ytterligare användare i en exponentiell process. Detta gör att nätverken ofta växer långsamt i början och sedan allt snabbare. Givetvis gäller detta även omvänt. När några få aktörer – till exempel några handlare och några konsumenter – slutar använda kontanter minskar värdet av kontantsystemet långsamt till en början och sedan allt snabbare. Detta är denna exponentiella minskning av värdet av ett nätverk för kontanter som vår studie belyser.

Vid betalningstillfället finns det oftast alternativ, som till exempel kontanter, bankkort, kreditkort, faktura, och mobila betalningar (Rochet och Tirole, 2003), med olika tillhörande kostnader för handlaren. Detta betyder att både kostnader för de respektive betalsätten samt antalet kunder blir av betydelse vid förståelsen av handlarens beslut att acceptera en given betalningstjänst. I kommande avsnitt tar vi utgångspunkt i besluts-teorin, det vill säga teorier om rationella beslut.

Figur 2. Dubbelsidiga marknader.



### 2.1.2 Ekonomiska rationella beslut

Mycket av forskning om företag och beslut har sitt ursprung i teorier om ekonomisk rationalitet det vill säga att företag kan förväntas fatta beslut som leder till att verksamhetens ekonomiska avkastning blir så hög som möjligt. Tidiga modeller hade ofta antaganden att det var möjligt att fatta fullt rationella beslut (Simon, 1958) medan det under de senaste decennierna växt fram modeller som istället säger att företag kan förväntas fatta beslut som är tillfredsställande<sup>3</sup>, det vill säga att de tar in och analyserar så mycket information de kan under en given tidsperiod och sedan fattar ett beslut som leder till att de kan nå sina mål (Simon, 1958; Cyert och March, 1963). Vi utgår från dessa teorier för att kunna förklara när en handlare kan tänkas sluta acceptera kontanter.

Ekonomisk rationalitet innebär då att beslutsfattaren borde fatta beslut som antingen ökar intäkterna, sänker kostnaderna eller möjligtvis leder till en gynnsam kombination av detta. Ett ekonomiskt rationellt beslut kan exempelvis vara att acceptera betalsätt som har den lägsta kostnaden. Men beslutet kan givetvis även påverkas av hur ett givet betalsätt påverkar intäkterna. Dessutom är det normalt sett svårt för beslutsfattare att förutse vilka ekonomiska konsekvenser ett givet beslut kommer att få långt in i framtiden.

-----  
<sup>3</sup> På engelska används begreppet "satisficing", det vill säga då beslut anses vara tillräckligt bra för att kunna tas. Detta i motsats till den tidigare tesen om att varje beslut skulle leda till en maximering av nytta utifrån beslut.

## 2.2 Undersökningsmodell

Vi utgår från att handlare är ekonomiskt rationella och endast väljer att ta emot kontanter om det är ekonomiskt lönsamt. Modellen avser således att beskriva hur en kritisk nivå (brytpunkt) i kontantanvändningen kan identifieras. För att förenkla modellen så antar vi att samtliga som använder kontanter lämnar handlaren när denna slutar acceptera kontanter.

Vi antar att det finns två betaltjänster,  $a$  och  $b$ , vilka idag kan tänkas på som kontanter och kort. För att ytterligare förenkla, antag att alla handlare accepterar metod  $b$  (kort) och att beslutet därför blir att avgöra om kontanter också ska accepteras ( $a = 1$ ) eller inte ( $a = 0$ ). Låt  $r_i(a) = r_i^a * a + r_i^b$  beteckna försäljningsintäkten för köpman  $i$  vid olika val av  $a$  (0 eller 1) och där  $r_i^a$  är värdet på kontantförsäljning  $r_i^b$  är intäkten från kortförsäljning.

På kostnadssidan, låt  $\pi_i$  beteckna köpmannens vinst och låt  $c_j$  vara den fasta kostnaden för metalletod  $j = a, b$  och låt  $v_j$  vara den rörliga kostnaden, det vill säga som beror på försäljningens storlek. Slutligen, låt  $x \in (0, 1)$  beteckna vinstmarginalen här definierat som den andel av försäljningsintäkten som överskrider varans anskaffningsvärde. Den rationella handlaren val att acceptera kontanter eller inte beskrivs då av följande maximeringsproblem:

$$\text{Max } \pi_i(a) = a * r_i^a (x - v_a) + r_i^b (x - v_b) - c_a * a - c_b$$

Handlaren kommer att acceptera kontanter om  $r_i^a (x - v_a) - c_a \geq 0$ . Brytpunkten för kontantförsäljningen, i absolut värde, ges därför av:

$$r_i^{a*} = c_a / (x - v_a)$$

För att beräkna den numeriskt behöver vi estimerade de fasta och rörliga kostnaderna för kontanter samt vinstmarginalen, vilket studiens enkät samt data från andra källor hjälper oss att göra.

## 2.3 Tillvägagångssätt

### 2.3.1 Framtagning av enkät

Vid utvecklingen av enkäten utgick vi ifrån delar av en metodologi som utarbetats av Europeiska Centralbanken (ECB) och som använts vid tidigare studier kring betaltjänsters kostnader (Schmiedel et al., 2012; Segendorf och Jansson, 2012).

Vår studie inriktar sig på de enskilda handlarna (beslutsfattare) och deras butiker vilket innebär att studien inte omfattar e-handel utan endast handlare med fysiska butiker och våra frågor rör betalningar till en butik. Detta innebär dock att handlarna även kan ha e-handel men den data vi samlat in rör endast butiker.

### 2.3.2 Svarsfrekvens enkät

Under perioden 12 april till den 28 april 2017 samlade HUI Research in data gällande butikens kontanthantering bland Svensk Handel och Convenience Stores Swedens medlemmar. Enkäten gick ut till totalt 6 787 butiker och efter två påminnelser har vi slutligen erhållit 741 stycken fullständiga svar. Det motsvarar en svarsfrekvens om 10,9 procent.

Mer i detalj gick enkäten ut till 5 583 respondenter bland Svensk Handels medlemmar varav antalet fullständiga svar landade på 647. Det motsvarar en svarsfrekvens om tolv procent. Vidare skickades enkäten ut till 1 204 respondenter bland Convenience Stores Swedens medlemmar varav antalet fullständiga svar landade på 94. Det motsvarar en svarsfrekvens om 7,8 procent.

Branschfördelningen har på ett bra sätt speglat hur detaljhandeln ser ut (sett till branschernas storlekar mätt i omsättning). Trots att fördelningen ser bra ut har antalet svar inom vissa branscher varit något lågt (Sport- och fritidshandeln, sko- och klädhandeln samt elektronikhandeln). Storleksklasserna sett till omsättning har god täckning av företag i samtliga klasser. Tittar man på antalet anställda omräknat till heltidstjänster är antalet företag med fler än 50 anställda något få. Storleksklassen 10–49 anställda bland Convenience Stores Swedens medlemmar har något för få respondenter.

I jämförelse med andra studier framförallt genomförda av centralbanker kring betalningskostnader, till exempel Schmiedel et al. (2012) (tabell 2) och 3,5 procent för Kosse et al. (2017) så är vår svarsfrekvens hög, vilket beror på samarbetet mellan forskare och handel.

### 2.3.3 Sekundärdata för beräkning av slutdatum

Studien bygger primärt på insamling av enkätdata men för att få en helhetsbild av handlare och betalningstjänster har vi kompletterat denna primärdata med sekundärdata från andra källor. Detta är statistik över kontantanvändningen mellan 2010 och 2016 som har tagits från Riksbankens intervjuundersökning ”Svenska folkets betalningsvanor”<sup>4</sup>. Data för allmänhetens innehav av kontanter finns i tabell 5.1 i SCB:s finansmarknadsstatistik och data för BNP är från SCB:s nationalräkenskaper. Uppgifter om den genomsnittlige handlaren är från Svensk Handel (2014).

## 2.4 Beskrivning av respondenter

Våra respondenter är ett representativt urval av handlare inom de mest kontantintensiva branscherna som exempelvis bygg- och järnhandel, livsmedel, tobak, möbler, kiosker, kläder, elektronik samt sport och fritid. Runt 35 procent av företagen sålde dagligvaror och runt 65 procent sällanköpsvaror (tabell 1).

4 <http://www.riksbank.se/sv/Statistik/Betalningsstatistik/>

Tabell 1. Respondenter översikt.

	Antal	Procent av totalt antal svar
Bygg- och järnhandel	55	7,4
Dagligvaruhandel	258	34,8
Elektronik	20	2,7
Möbler och heminredning	67	9,0
Övrig sällanköpsvaruhandel	195	26,3
Sko- och klädhandeln	29	3,9
Sport och fritid	29	3,9
Ej angett	88	11,9
Totalt	741	100,0

Handlarnas hade i genomsnitt cirka åtta anställda, en omsättning runt 24 miljoner kronor (exklusive moms) och genomsnittliga köp på knappt 1 400 kronor (tabell 2). Men som vanligen är fallet när det gäller företag så finns ett fåtal företag som är riktigt stora och många företag som är relativt små vilket innebär att de vanligast förekommande egenskaperna – och därmed de mest representativa egenskaperna – skiljer sig från genomsnittet. Det mest representativa företaget i vår studie kan sägas vara en handlare som har fyra anställda, en omsättning på sju miljoner kronor (exklusive moms) och genomsnittliga köp på 300 kronor<sup>5</sup>.

Tabell 2. Egenskaper respondenter.

Översikt av respondenter i studien			
	Hur många anställda (heltidstjänster) var sysselsatta på arbetsplatsen under 2016?	Hur stor var försäljningsställets totala försäljning i miljoner kronor (exklusive moms) under 2016?	Hur stort var ett genomsnittligt köp i kronor hos er under 2016 (genomsnittlig transaktion)?
Antal företag	741	740	724
Ej svar	0	1	17
Medelvärde	7,9	24,4	1 393
Median	4	7	300

När det gäller frågan om geografiskt läge för de handlare som deltagit i vår studie så visar en analys av postnummer för de butiker som deltar i studien att alla postnummerregioner är väl representerade och att studien täcker i princip hela Sverige. Möjligtvis är till exempel Storstockholm något underrepresenterat men i övrigt är studien väl täckande.

<sup>5</sup> Vi bör påpeka att medlemmarna i Svensk Handel, som utgör den största delen av de svarande, i snitt är något fler än handlare som inte är med. Det förklarar att siffrorna ibland kan se sig höga.

## 3

## Resultat

Vi vet sedan tidigare att kort används i stor omfattning, att kontanter minskar och att fakturabetalningar används i en icke betydande omfattning. Alla dessa insikter bekräftas i vår studie. Handlarna tar i genomsnitt emot betalningar framför allt genom kort (71 procent), kontanter (18 procent) och fakturor (tio procent) (tabell 3). Det vi trodde men inte tidigare fått bekräftat var att mobila betalningstjänster ännu inte slagit igenom vid betalningar i butik. Enligt våra handlare är det endast 0,4 procent av betalningarna i butik som sker med mobilen. Detta var inte helt överraskande men ändå anmärkningsvärt. Sverige använder oerhört lite kontanter men har ännu inte anammat mobila betalningar.

Tabell 3. Vilka betalningstjänster används inom handeln idag?

Betalsätt	Andel av värde i procent
Kort – totalt	71
Varav	
– Bankkort	47
– Kredit- och betalkort	18
– Handlares egna kort	3
– Andra kort (till exempel arbetsgivares kort)	3
Kontanter	18
Faktura	10
Mobila betalningar	0,4
Övriga (kuponger, bonuscheckar, med flera)	0,6
Total	100

Vid frågade även handlarna om de idag accepterar kontanter eller ej och där visade svaren att hela 97 procent av de svenska handlarna accepterar kontanter. Men då uppstår ju givetvis den centrala frågan: om och i sådana fall när kommer de sluta acceptera kontanter?

### 3.1 När kommer handlarna sluta acceptera kontanter?

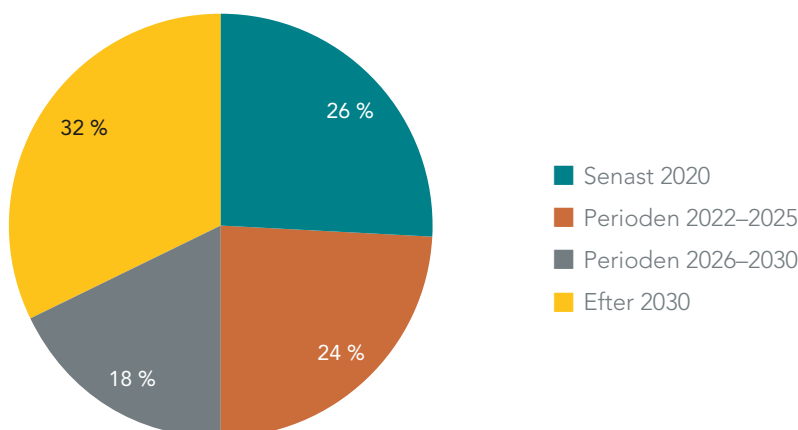
Vår huvudfråga i denna studie är ju när handlare kommer att sluta acceptera kontanter och här kommer svaren. Vid en öppen fråga där handlarna själva fick ange det år de tror deras butik kommer sluta acceptera kontanter visar svaren att en fjärdedel kommer att sluta senast år 2020, ytterligare en fjärdedel under perioden 2021–2025, en sjättedel under perioden 2026–2030 och resten – cirka en fjärdedel – efter 2030 eller till och med aldrig (figur 3). I vår analys har vi kontrollerat omsättning och andel kontantförsäljning. För hela populationen har omsättning idag inget signifikant samband med när man kommer



att sluta acceptera kontanter, vilket var något överraskande. Större butiker borde ha lägre genomsnittliga kostnader för kontanter och kanske även vara belägna i områden med lägre kontantanvändning, men studien visade inte detta. Däremot har andelen kontantförsäljning idag ett positivt samband med när man avser sluta med kontanter, vilket är logiskt. Butiker med högre andel kontantförsäljning idag kommer med andra ord sluta senare än de med lägre andel kontantförsäljning.

Figur 3. När slutar handlare acceptera kontanter – hela gruppen?

När slutar ni acceptera kontanter?



Helheten av svaren överraskade oss något. Vi trodde inte att handlarna redan var så genomtänkta i denna fråga att de kunde ange ett år som inföll redan före 2020. Detta tyder på att många handlare redan reflekterat kring problemställningen och står inför sitt beslut att sluta acceptera kontanter och att de ser det som troligt att de faktiskt slutar inom en mycket nära framtid.

Vi vill också förstå hur processen för denna omställning kan komma att se ut. Ovan diskuterade vi hur tvåsidiga marknader fungerar och att den totala nyttan ökar ju fler deltagare det finns på respektive sida av denna marknad. Det innebär givetvis även det omvända, det vill säga att nyttan för alla sjunker när antalet deltagare på ena eller båda sidorna av marknaden minskar. Det totala värdet av kontanter – för handlare som accepterar kontanter för att sälja sina varor och tjänster samt för konsumenter som vill använda kontanter för att köpa dessa varor och tjänster – minskar därmed när det blir färre handlare som tar emot kontanter och färre konsumenter som använder kontanter.

Vår studie visar därmed ett scenario där det redan år 2020, det vill säga inom två år, kanske endast 75 procent av svenska butiker accepterar kontanter vilket ska jämföras med 97 procent idag. Vi ser redan att endast 18 procent av konsumenters betalningar sker med kontanter och med en fortsatt nedgång i antalet butiker som accepterar kontanter kommer den tvåsidiga marknaden för kontanter försämrats drastiskt redan om två år.

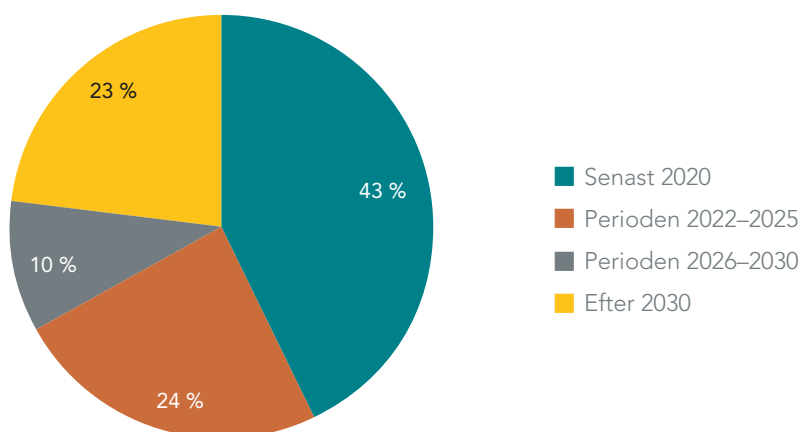
Sedan kan vi även ställa oss frågan om vad som händer när handlare slutar att acceptera kontanter. Antingen kan andra handlare reagera så att de stärks i sin uppfattning att acceptera kontanter – och kanske därigenom också locka till sig de konsumenter som vill använda kontanter – eller så går de i samma riktning som de som slutar med kontanter. Varje enskild handlare kan fatta sitt eget beslut men om den tvåsidiga marknaden för kontanter fortsätter att försämrans – färre handlare som accepterar kontanter och färre konsumenter som vill använda kontanter – är det mest troligt att den rationella handlaren går i samma riktning. Vi tror därför att utvecklingen som visas i figur 3 snarare ska ses som en underskattning av hastigheten i förändringen än något annat. Troligen är det så att handlare som idag funderar kring detta beslut kan komma att påverkas att faktiskt sluta med kontanter när andra handlare redan fattat sina beslut.

*Sedan kan vi även ställa oss frågan om vad som händer när handlare slutar att acceptera kontanter.*

För att förstå denna troliga underskattning studerade vi även hur de handlare som redan idag har låg försäljningsandel med kontanter svarade på vår fråga (figur 4). När vi enbart studerade de handlare som idag har kontantförsäljning på tio procent eller lägre visade det sig att dessa var mycket mer benägna att sluta med kontanter än genomsnittet. Detta var inte överraskande men bekräftade vår tes om att utvecklingen kan komma att skyndas på när handlare tar efter varandra. Hela 43 procent av de handlare som redan idag har kontantförsäljning på tio procent eller lägre kommer sluta med kontanter senast år 2020. Dessa kommer troligen påverka andra handlare att sluta tidigare än de tänkt förut.

Figur 4. När slutar handlare acceptera kontanter – de handlare som redan 2016 har mindre än tio procent av sin totala försäljning i kontanter.

När slutar ni acceptera kontanter?



## 3.2 Hur fattar man beslut kring att sluta acceptera kontanter?

För att förstå hur handlare fattar beslut i denna fråga hade vi också med ett antal frågor kring detta. En viktig fråga rör om en handlare – en butik – självständigt kan fatta beslut att sluta med kontanter eller om dessa beslut till exempel fattas i en koncernledning eller av en franchisegivare. Här svarade hela 84 procent att de kan fatta beslut själva vilket betyder att besluten ligger i butiksägarnas händer och att de därmed kan förväntas fatta dessa beslut utifrån hur deras butik fungerar och deras tro om hur ett sådant beslut kommer att påverka deras framtida verksamhet.

Tabell 4. Kan butiker själva fatta beslut om när de slutar med kontanter?

Kan er butik självständigt fatta beslut om att sluta acceptera kontanter? (Svar Ja/Nej)	
Andel som kan fatta beslut själva (1)	84 %
Andel som inte kan fatta beslut själva (2)	14 %

Nästa fråga rör då vad som kan tänkas avgöra dessa handlares beslut. Här är det tydligt att handlare kommer att fatta detta beslut framför allt utifrån hur deras kunder kommer att uppfatta detta beslut och hur det kommer att påverka butikens försäljning. Detta är egentligen inte överraskande då en betalningstjänst egentligen endast är ett verktyg som möjliggör försäljning av de varor och tjänster som butiken erbjuder. När det gäller frågan om när en handlare kommer sluta med kontanter verkar det som ett ”kunden har rätt” svar.

Övriga faktorer som var viktiga är till exempel om det fattas ett större genomgripande beslut att sluta med kontanter. Många handlare verkar tycka att det är en känslig fråga och verkar oroade över vad deras kunder skulle säga vid ett sådant beslut. Om till exempel en branschorganisation fattade ett beslut att en given bransch inte längre rekommenderas att acceptera kontanter skulle den enskilda handlaren lättare kunna göra sitt individuella beslut. Detta fungerar givetvis även åt andra hållet, det vill säga om en branschorganisation rekommenderar sina medlemmar att acceptera kontanter kommer det bli svårt för en enskild butik att sluta.

Andra faktorer som kan nämnas kopplar till förtroendet för kortsystemet, det vill säga om detta faller kommer handlare vara benägna att fortsätta acceptera kontanter, samt de anställdas trygghet och säkerhet. Om kontanter lockar fram rån av butiker kommer handlarna rimligtvis sluta med kontanter. Det verkar dock inte som avstånd till närmaste bank, det vill säga en indikator på banktäthet och service, är en avgörande faktor för handlarna.



Tabell 5. Vad är viktigast för beslutet att sluta acceptera kontanter?  
(1 = Inte viktigt; 5 = Mycket viktigt)

Rangordning – viktigast överst	Rangordning	Svar medelvärde
Våra kunder uppfattar det negativt	1	4,1
Negativ påverkan på vår försäljning	2	4,0
Ett branschbeslut att sluta med kontanter	3	3,5
Allmänhetens förtroende för kort minskar	4	3,5
Våra anställdas trygghet och säkerhet	5	3,4
Det är färre kunder som använder kontanter	5	3,4
Vårt förtroende för kontanthantering	7	3,3
Att butiker i vår närhet inte accepterar kontanter	8	2,8
Riksbankens utbyte av sedlar och mynt	9	2,8
Avstånd till närmaste bank	10	2,7

### 3.3 Hur påverkas försäljningen om en handlare slutar med kontanter?

Det är givetvis också viktigt att veta hur handlarna tror att deras affärer kommer att påverkas om de slutar med kontanter. Det var tydligt att de tror att det kommer att påverka omsättningen negativt men att de – uppenbarligen – trots detta kan tänka sig att sluta med kontanter. Det var i princip ingen som trodde att ett kontantstopp skulle leda till ökad försäljning medan över hälften trodde att försäljningen skulle minska med minst sex procent och 30 procent trodde den skulle minska med minst en procent.

Tabell 6. Hur skulle er försäljning påverkas om ni slutade med kontanter?

Antag att ni slutade acceptera kontanter (eller om ni redan gjort detta): hur tror ni att er butiks försäljning skulle påverkas (eller redan har påverkats)?	
6–10 % minskning	53 %
1–5 % minskning	30 %
Ingen förändring	16 %
1–5 % ökning	~ 0 %
6–10 % ökning	1 %

### 3.4 Vad kostar betalsätten?

Det är uppenbart att handlares uppfattningar om vad en betaltjänst kostar och vad den faktiskt kostar inte stämmer överens. När vi analyserar svaren på dessa frågor (tabell 7) ser vi att handlare verkar ha en tendens att överskatta kostnaderna för bankkort och underskatta kostnaderna för kontanter. Det verkar som att de inte riktigt ser de arbetskostnader – i snitt 113 minuter per dag – som hanteringen av kontanter medför och därmed underskattar kontanternas totala kostnader. När vi studerar deras faktiska

kostnader för bankkort – enligt de avtal som Svensk Handel förhandlat fram<sup>6</sup> – som är lägre än kostnaderna för kontanter så anser handlarna trots detta att bankkortet är för dyra. Detta är inte orimligt utan en rationell åsikt men det paradoxala är att färre handlare tycker att kontanter är dyra än handlare som tycker att bankkort är dyra – detta trots att det de facto är tvärtom.

Tabell 7. Faktiska och uppskattade kostnader för kontanter.

	Faktiska kostnader	Handlars uppfattning om kostnader
Kontanter	<ul style="list-style-type: none"> <li>I snitt 113 minuters arbete per dag</li> <li>I genomsnitt 182 000 kronor per år för en genomsnittlig kontantomsättning på 4,4 miljoner kronor vilket innebär att kontanter kostar 4,1 procent av köpesumman (inklusive arbetstid samt andra kostnader)<sup>7</sup></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>40 procent av handlarna tycker kostnader för kontanter är höga</li> </ul>
Bankkort	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cirka 0,4 procent av beloppet för bankkort</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>54 procent av handlarna tycker kostnader för bankkort är höga</li> </ul>

### 3.5 När är det ekonomiskt motiverat att sluta acceptera kontanter?

Varje handlare är unik och hur de ser på sina egna kostnader för kontanter varierar. Det är därför svårt att prognostisera när en enskild handlare når den punkt där kontanterna blir olönsamma. I termer av vår ekonomiska modell (avsnitt 2.2) kan kostnadskomponenterna och vinstmarginalen i ekvationens högerled skilja sig åt markant. Samtidigt är det intressant att undersöka om de kostnader handlarna själva har uppgivit stämmer med deras uppgivna slutdatum.

Vi valde att utgå från en genomsnittlig handlare hos Svensk Handel. Denne har en omsättning på 8,5 miljoner kronor och en vinstmarginal på 32 procent (Svensk Handel, 2014:12). Utifrån enkäterna estimerade vi den rörliga och den fasta kostnadskomponenten enligt modellen (avsnitt 2.2). Vår statistiska beräkning anger att den fasta kostnaden är knappt 175 tusen kronor och den rörliga är 0,27 öre per intjänad krona. Detta ger vid handen att den kritiska brytpunkten för den genomsnittlige handlaren ligger på cirka sju procent.

<sup>6</sup> Svensk Handels avtal för sina medlemmar, <http://www.svenskhandel.se/verksam-i-handeln/medlemskap/formaner/betallosningar/>

<sup>7</sup> Vi har räknat på genomsnittlig omsättning som är 24,4 miljoner kronor per år varav genomsnittlig kontantförsäljning är 18 procent, vilket ger en genomsnittlig kontantförsäljning på 4,4 miljoner kronor. I enkäten har handlarna angett att kostnader för kontanter är i genomsnitt 182 000 kronor per år vilket inkluderar arbetstid och avgifter för tjänster samt kostnader för utrustning. Detta innebär att 182 000 kronor per år motsvarar 4,1 procent av 4,4 miljoner kronor.

Vi antog därefter att denne genomsnittlige handlare hade samma kontantomsättningsandel som genomsnittet i vårt urval (18 procent; tabell 3) och att kontantanvändningen även framöver fortsätter att minska i samma årliga takt som under 2010–2016 i Riksbankens intervjuundersökning *Det svenska folkets betalningsvanor*, det vill säga 15 procent per år. Givet dessa antaganden kommer det att ta drygt sex år för handlaren kontantomsättningsandel att minska från 18 till den kritiska brytpunkten sju procent. Eftersom vår enkät frågat efter kostnadsuppgifter från 2016 börjar vi räkna tid från första januari 2017. Det betyder att den genomsnittlige handlaren når den kritiska brytpunkten i mars 2023. Den tidpunkten stämmer ganska väl med att hälften av handlarna tror att de har slutat ta kontanter 2025 och kan möjligtvis ses som ett stöd för vår uppfattning att utvecklingen till och med kan komma att gå lite snabbare<sup>8</sup>.

### 3.6 Vad säger handlarna själva?

Utöver de fasta frågorna, så fanns det utrymme för respondenterna att ge sina egna åsikter kring kontanter och betalningar. Sammanlagt fick vi 130 kommentarer. Det vi kan säga sammanfattningsvis är att kontanter och betalningar är mycket emotionellt för många av Sveriges handlare. Den vidare presentationen av de öppna svaren är strukturerad utifrån några återkommande teman: behåll kontanterna, kontantbyte, kostnader, och ta bort kontanter.

#### 3.6.1 Tema: Behåll kontanterna

*”Med ett kontantlöst samhälle skapar vi snabbt ett arrogant förhållningssätt till icke obetydliga kundgrupper... Kontantfrågan är en praktiskandal om jag får säga min mening.”*

*”Jag förstår inte hur småköp ska hanteras i ett kontantlöst samhälle? Alternativen just nu är att neka kunden ett köp eller ta en förlust. Inget av alternativen är särskilt trevligt. Det känns som bankerna uppmanar/ hjärntvättar konsumenter att inte ha kontanter vilket jag kan förstå – de tjänar ju massor på oss småhandlare.”*

*”Ta inte bort kontanterna, tänk på alla äldre.”*

*”Jag anser att Svensk Handel inte ska bedriva en kampanj mot kontanter, kontanter är det ultimata betalningsmedlet i världen.”*

*”Det finns naturligtvis nackdelar med kontanter (rånrisk, svart-handel) men så länge världens länder använder kontanter så anser vi att man ska kunna betala med kontanter. Om kontanterna*

8 Vi ska nämna att vi i denna uträkning antar att handlare slutar acceptera kontanter i en linjär minskningstakt, vilket egentligen inte kan förväntas med tanke på de negativa nätverkseffekter som uppstår när handlare slutar acceptera kontanter. Vi antar dessutom att det inte finns mönster vad gäller vilka som först slutar acceptera kontanter som kan påverka utvecklingstakten som helhet. Dessa förenklingar är en förutsättning för att vi ska kunna göra dessa skattningar.

*försvinner blir samhället mer sårbart för 'driftstörningar'... Vi tycker att det är alldeles för dyrt med alla avgifter som är kopplade till kortbetalningar. Vi var delaktiga i en undersökning för ett antal år sedan då det rapporterades om att bankerna gjorde drygt sju miljarder i vinst på kort/kortbetalningar. Sedan dess har vi varit ganska negativt inställda till kortbetalningar när det gäller mindre belopp."*

### 3.6.2 Tema: Kontantbytet

*"Svensk Handel har tillsammans med sina medlemsföretag agerat "tandlöst" mot Riksbanken i sedel/myntutbytet. Tänk om hela branschen hade sagt redan förra sommaren att vi slutar att göra jobbet åt Riksbanken vid utbytet och tar ej emot kontanter utan det får Riksbanken lösa som är den part som ska göra det. Men NEJ nu får vi butiker ta HELA smällen för utbytet."*

*"Bankerna måste ta större ansvar!"*

### 3.6.3 Tema: Kostnader

*"Bankar mycket sällan kontanter på grund av avstånd till bank och alldeles för höga kostnader. Tar istället ut de små belopp som betalas kontant som privat löneuttag och belastar därmed någon annan handlare som får ta emot våra privata kontanter."*

*"Bankerna tar ut för stora avgifter för transaktionerna med tanke på att de i sin tur kan låna ut pengarna. Bankerna tar också stora avgifter för att ta emot kontanter så det är dyrt oavsett om det gäller kort eller kontanter."*

*"Vi betalar för att sätta in pengar, vi betalar för att få ut pengar, vi betalar för att kunder ska kunna betala med kort, vi ska betala för allt, men får inget tillbaka av bankerna."*

### 3.6.4 Tema: Ta bort kontanterna

*"Kontanthantering är otroligt dyr för handlare i landsbygd med stora avstånd till bank och företag som håller på med service kring kontanthantering".*

*"Jag anser att hela samhället ska bli kontantfritt, ersätt kontanter med smarta enkla lösningar, det är ju köp under 500:- som kontanter idag används, så enkla mobilbetalningar bör vara framtiden, tänker också på säkerhetsrisken med personhot skulle bli betydligt mindre... Men svårt att se att handeln ska gå i framkant här då det är stor risk att vi tappar omsättning."*

### 3.7 När blir Sverige kontantlöst?

De centrala resultaten av vår studie visar att svenska handlare inte alls är främmande för tanken att inte längre acceptera kontanter men att de kommer anpassa sitt beslut främst till vad deras kunder tycker om detta, hur det påverkar försäljningen samt huruvida det fattas principbeslut – från till exempel branschorganisationer – att butiker rekommenderas att sluta med kontanter. På den direkta frågan om när de kan tänkas sluta acceptera kontanter ser vi att 26 procent kan göra detta senast 2020, ytterligare 24 procent mellan 2021 och 2025, ytterligare 18 procent mellan 2026 och 2030 samt slutligen 32 procent efter 2030. Med denna minskningstakt samt beräkningar på lönsamhet respektive kostnader för kontantbaserad försäljning kommer vi fram till att den genomsnittlige butiken redan år 2023 har hamnat i en situation där det inte längre är lönsamt att erbjuda kontantförsäljning.

Andra resultat visar att en majoritet av butikerna – 84 procent – kan fatta självständiga beslut om de ska sluta acceptera kontanter eller ej, att de flesta – 83 procent – tror det kommer påverka deras försäljning negativt om de slutar acceptera kontanter samt att det finns stora regionala skillnader när det gäller frågan om när man kommer sluta med kontanter.

Vi ser också att det finns en skillnad mellan handlares uppfattningar om vad olika betaltjänster kostar samt vad de faktiskt kostar. Handlare verkar överskatta kostnaden för kort och underskatta kostnaden för kontanter. Delvis har detta troligen att göra med att de inte räknar in arbetskostnaden för kontanthantering – räkna kassan, ge växel och andra arbetsuppgifter kopplat till kontanthantering – när de uppskattar kostnaderna för kontanthantering. Studien beräknar även när det inte längre är ekonomiskt lönsamt att acceptera kontanter och kommer fram till att det finns en brytpunkt när den kontantbaserade försäljningen understiger sju procent av den totala omsättningen. Med reservation för att det givetvis finns stora skillnader mellan handlare, regioner och branscher så kommer vi fram till att om den kontantbaserade försäljningen understiger sju procent av den totala omsättningen är det inte längre ekonomiskt motiverat att fortsätta erbjuda kontanter.

Givet beräkningen av när det inte längre är ekonomiskt lönsamt för en handlare att acceptera kontanter samt den nuvarande minskningstakten av kontantmängden kommer vi fram till att den genomsnittlige handlaren inte finner det ekonomiskt lönsamt att acceptera kontanter den 24 mars 2023.

Vi tror dock att detta sannolikt är en underskattning, det vill säga att det till och med kan komma att inträffa tidigare, eftersom beräkningen bygger på en konstant minskningstakt. Vi har alltså räknat på möjligheten att förändringstakten kan minska eller öka.



FOTO: FALKUGGLA



Det som talar för att den kan komma att öka och vara högre än i våra beräkningar är effekterna av när en tvåsidig marknad försämras, det vill säga effekter när det blir färre deltagare på vardera sidan vilket i sin tur leder till kontinuerligt minskande incitament för andra att stanna kvar på denna marknad. Nyttan för de som vill acceptera respektive vill betala med kontanter minskar med andra ord när andra väljer att sluta acceptera respektive slutar betala med kontanter. Faktorer som kan leda till denna stigande minskningstakt är till exempel att vi kan förvänta oss ökade kostnader för kontanthantering för de handlare som vill acceptera kontanter eftersom de fasta kostnaderna för dessa tjänster nu ska delas av allt färre handlare. Det kan röra sig om minskad tillgänglighet av bankers tjänster för kontanthantering – främst i glesbygd – när färre efterfrågar detta. När dessutom någon eller några handlare sagt nej kommer det inte bli lika stor risk för att nästa handlare som säger nej blir kritiserad av sina kunder, media eller andra. Enskilda handlare kan komma att ta efter andra handlare som slutar med kontanter, vilket skapar trender där handlare – och kanske även konsumenter – härmar varandra. Problemet med denna gradvis försämrade dubbelsidiga marknad kommer innebära en självförstärkande negativ spiral.

*Med reservation för att det givetvis finns stora skillnader mellan handlare, regioner och branscher så kommer vi fram till att om den kontantbaserade försäljningen understiger sju procent av den totala omsättningen är det inte längre ekonomiskt motiverat att fortsätta erbjuda kontanter.*

Faktorer som kan leda åt andra hållet, det vill säga leda till en minskad förändringstakt och därmed en senare tidpunkt för när kontanter inte längre är ekonomiskt lönsamma för handlare, kan vara problem med att hantera de elektroniska lösningarna samt problem kopplat till ett alltför starkt beroende till en given betalningstjänst – till exempel kort – när kontanterna minskar. Det kan uppstå motreaktioner som gör att minskningstakten sjunker. Så vitt vi kan bedöma idag är det dock mycket som pekar på att vår skattning är realistisk.

## 4

## Slutsatser och avslutande diskussion

Den övergripande slutsatsen i vår studie är att vi med utgångspunkt i den nuvarande minskningstakten i kontantanvändning och den kostnadsbild för handlare kring kontanter som studien visar skattar att Sverige i praktiken är kontantfritt den 24 mars 2023. Detta är det datum då den genomsnittliga handlaren i Sverige inte längre finner det ekonomiskt motiverat att fortsätta ta emot kontanter. Det kommer att inträffa efter en gradvis sjunkande effektivitet på den tvåsidiga marknaden för kontanter.

Denna förutsägelse bygger på antaganden som vi redovisar i rapporten och kan givetvis komma att vara något felaktig när vi väl vaknar upp den 24 mars år 2023 men givet dagens förutsättningar bedömer vi den som rimlig. Det finns både faktorer som talar för att det kommer att inträffa tidigare än detta datum samt faktorer som talar för att det kommer att inträffa senare än detta datum.

Vi har även sett att handlare, det vill säga butikschefer och enskilda butiker, själva kan fatta beslutet att sluta acceptera kontanter vilket givetvis är en förutsättning för vårt resonemang om när kontanter kan tänkas försvinna. Sedan såg vi att handlarna kommer grunda detta beslut framför allt på vad deras kunder tycker om detta samt hur de tror det kommer att påverka deras försäljning. Detta var inte överraskande då handlare främst vill sälja sina varor och tjänster vilket innebär att valet av betalningstjänst beror på dess koppling till försäljning.

*Den övergripande slutsatsen i vår studie är att vi med utgångspunkt i den nuvarande minskningstakten i kontantanvändning och den kostnadsbild för handlare kring kontanter som studien visar skattar att Sverige i praktiken är kontantfritt den 24 mars 2023.*

En annan viktig faktor som nämndes var hur det påverkar tryggheten och arbetsmiljön för de anställda. Om butikerna tror att det kan finnas risker kopplade till arbetsmiljön om de hanterar kontanter kan de förväntas sluta snabbare. En intressant aspekt rörde processen för hur dessa beslut bör fattas. Många handlare verkar vara osäkra kring negativa effekter på deras rykte och image om de slutar med kontanter och välkomnar därför om branschorganisationer som Svensk Handel och Convenience Stores Sweden går i bräsch och ger väl underbyggda rekommendationer till sina medlemmar i denna svåra fråga. En annan intressant observation var att avstånd till närmaste bank inte betraktades som viktigt för frågan om när de kommer sluta acceptera kontanter. En naturlig förklaring

till detta kan vara att många handlare köper kontanthanteringstjänster och att avstånd till närmaste bank därför inte är så viktigt för dem.

En annan intressant slutsats vi drar från denna studie är att handlare inte riktigt verkar veta vad det kostar dem att hantera olika typer av betalningstjänster. Paradoxalt nog tycker många handlare att kostnaderna för kontanthantering är låga medan de faktiska kostnaderna är högre än för kort. Och vi ser det motsatta för kort. Många handlare anser att kostnader för kort är höga medan de faktiska kostnaderna är lägre än för kontanter. Studien ger därmed stöd för vår tes att handlarna inte alltid agerar helt rationellt i denna fråga. Vi föreslår därför att denna fråga behöver utforskas vidare med grund både i studier av detta slag fast med fokus på andra branscher i Sverige och/eller andra geografiska marknader samt i mer djupgående kvalitativa studier baserat på djupintervjuer, workshops och diskussionsgrupper. Ett annat viktigt framtida forskningsområde vore att ta fram GIS-data om de handlare vi studerat och därmed kunna samköra data i vår studie med den data som Länsstyrelserna årligen samlar in i sin bevakning av tillgång till grundläggande betalningstjänster.



FOTO: FALKUGGLA

Vi anser att resultaten i denna studie är centrala för ett antal aktörer. För det första ger de information och kunskap till handlare som står inför beslutet att eventuellt sluta acceptera kontanter samt även till branschorganisationernas arbete och dialog med sina medlemsorganisationers hur dessa ska hantera omställningen mot en kontantlös handel. Dessutom utgör studien ett värdefullt komplement till Länsstyrelsernas bevakning av tillgång till grundläggande betaltjänster i Sverige och därmed även viktig kunskap för politiska beslutsfattare som ska hantera denna omställning av det svenska betalsystemet. Vi tror även att exempelvis leverantörer av utrustning och tjänster för kontanthantering samt banker och andra betaltjänstleverantörer kan dra nytta av resultaten i denna studie.

# Appendix

För de läsare som önskar att få en mer detaljerad beskrivning av enkäten återfinns den nedan. Vidare finns en lista över de publika presentationer som har genomförts av de medverkande forskarna i studien. Slutligen har vi referenslista till olika media som har uppmärksammat studiens resultat.

## A. Enkät

### Övergripande frågor

1. Butikens postnummer: \_\_\_\_\_
2. Hur många anställda hade butiken (FTE – heltidsekvivalenter) under 2016? \_\_\_\_\_
3. Hur stor var butikens totala försäljning (exklusive moms) under 2016? \_\_\_\_\_ MSEK
4. Vilka betalstätt använder era kunder?

Bedöm vilka andelar (procent) av er försäljning respektive transaktioner som nedanstående betalningsmedel stod för under 2016. Basera bedömningen på en genomsnittlig dag.		
	Andel av försäljning (%)	Andel av transaktioner (%)
Kontanter	%	%
Bankkort	%	%
Kredit- och betalkort	%	%
Företagskort	%	%
Faktura	%	%
Mobila betalningar (till exempel Swish, SEQR, Paypal, Masterpass, Visa.me, och liknande)	%	%
Annat betalstätt	%	%
Totalt	100 %	100 %

5. Har ni som policy att acceptera kontanter som betalningsmedel? \_\_\_\_\_ (Ja / Nej).  
Om nej, hoppa till fråga 15.
6. Har ni som policy att acceptera elektroniska betalningsmedel (till exempel kort eller mobila betalningar)? \_\_\_\_\_ (Ja / Nej).

### Kostnader för att acceptera kontanter

7. Vad var den uppskattade kostnaden för att ta emot, hantera och banka kontanter exklusive arbetstid (till exempel avskrivning på säkerhetsutrustning, kassaskåp, bankavgifter, avgifter till värdetransportbolag, kostnader för att köpa växelkassa, med mera ) under 2016?  
\_\_\_\_\_ SEK
8. Hur mycket arbetstid använde er personal (i genomsnitt) för att hantera kontanter (till exempel räkna växelkassa, transporter till bank för insättning, och så vidare.). Ge en uppskattning av den genomsnittliga dagliga arbetstiden för era anställda under 2016: \_\_\_\_\_ timmar och \_\_\_\_\_ minuter per dag
9. Uppskatta vilka övriga typer av kostnader ni hade som är kopplade till kontanter (till exempel kostnader för fel i kassan och växling, stöld, rån, falska sedlar, med mera som inte täcktes av butikens försäkring) under 2016?
10. Och; kan ni bedöma hur stora dessa kostnader (till exempel försäkringar eller annat) var under 2016? \_\_\_\_\_ SEK

Uppge hur väl ni instämmer eller inte instämmer med nedanstående påståenden.

11. Att sluta acceptera kontanter skulle skada vårt rykte och anseende.

Håller verkligen inte med	Håller inte med	Håller varken med eller inte med	Håller med	Håller verkligen med	Vet ej

12. Vår butiks totala kostnader för kontanthantering är låga.

Håller verkligen inte med	Håller inte med	Håller varken med eller inte med	Håller med	Håller verkligen med	Vet ej

13. Vår butik överväger att sluta acceptera kontanter.

Håller verkligen inte med	Håller inte med	Håller varken med eller inte med	Håller med	Håller verkligen med	Vet ej

14. Vilket år tror du att butiken kommer (eller redan har) sluta(t) acceptera kontanter? \_\_\_\_\_

15. Kan er butik självständigt fatta beslut om att sluta acceptera kontanter? \_\_\_\_\_ (Ja / Nej)

16. Vilka faktorer kommer påverka (eller har påverkat) ert beslut att sluta acceptera kontanter?

	Det skulle inte påverka beslutet alls	Det skulle ha en marginell påverkan	Det skulle definitivt påverka men inte så starkt	Det skulle ha en stark påverkan	Det skulle ha en mycket stark påverkan	Vet ej
Att andra butiker i vår närhet inte accepterar kontanter						
Kostnader för kontanthantering						
Vad våra kunder tycker om detta						
Vår butiks rykte och anseende						
Vad våra anställda anser om detta						
Avstånd till närmaste bank						
Negativ påverkan på vår försäljning						
Panaxia skandalen						
Att det är få personer i samhället som använder kontanter						
Annan faktor, ange gärna:						

17. Antag att ni slutade acceptera kontanter (eller om ni redan gjort detta): hur tror du att er butiks försäljning skulle påverkas (eller redan har påverkats)?

6–10 % minskning	1–5 % minskning	Ingen förändring	1–5 % ökning	6–10 % ökning

Om andra siffror (högre eller lägre), vad tror ni då: \_\_\_\_\_ % ökning eller \_\_\_\_\_ % minskning.

#### Kostnader för att acceptera kort

18. Hur mycket betalade er butik till bank/kortföretag utöver de fasta kostnaderna för bankkort under 2016? Per transaktion (i genomsnitt): \_\_\_\_\_ SEK; eller: avgift + \_\_\_\_\_ % av summan.
19. Hur mycket betalade er butik till bank/kortföretag utöver de fasta kostnaderna för kredit- och betalkort under 2016? Per transaktion (i genomsnitt): \_\_\_\_\_ SEK; eller: avgift + \_\_\_\_\_ % av summan.
20. Hur mycket betalade er butik till bank/kortföretag utöver de fasta kostnaderna för företagskort under 2016? Per transaktion (i genomsnitt): \_\_\_\_\_ SEK; eller: avgift + \_\_\_\_\_ % av summan.
21. Vid vilken köpesumma anser ni att det ej är lönsamt att ta emot betalningar med kort?

Korttyp	Under 20 kronor	Mellan 21 och 49 kronor	Mellan 50 och 69 kronor	Mellan 70 och 99 kronor	Över 100 kronor	Vet ej
Bankkort						
Kredit- och betalkort						
Företagskort						

Uppge hur väl ni instämmer eller inte instämmer med nedanstående påståenden.

22. Vår butiks totala kostnader för bankkort är låga.

Håller verkligen inte med	Håller inte med	Håller varken med eller inte med	Håller med	Håller verkligen med	Vet ej

23. Vår butiks totala kostnader för kredit- och betalkort är låga.

Håller verkligen inte med	Håller inte med	Håller varken med eller inte med	Håller med	Håller verkligen med	Vet ej

24. Vår butiks totala kostnader för företagskort är låga.

Håller verkligen inte med	Håller inte med	Håller varken med eller inte med	Håller med	Håller verkligen med	Vet ej

**Övriga frågor**

Uppge hur väl ni instämmer eller inte instämmer med nedanstående påståenden.

25. Anställda i vår butik jobbar ensamma.

Aldrig	Årligen	Varje månad	Varje vecka	Varje dag	Vet ej

26. Vår butik kan bli rånad.

Håller verkligen inte med	Håller inte med	Håller varken med eller inte med	Håller med	Håller verkligen med	Vet ej

27. Våra konkurrenter har slutat acceptera kontanter.

Håller verkligen inte med	Håller inte med	Håller varken med eller inte med	Håller med	Håller verkligen med	Vet ej

Tack för ert deltagande! Har ni några andra kommentarer eller annan information kopplat till våra frågor som ni vill dela med era av? Skriv gärna nedan.

## B. Publika presentationer relaterade till projektet

- Cashless Society: When will Merchants Stop Accepting Cash in Sweden – A Research Model, FinanceCom 2016, University of Frankfurt, 8 november 2016.
- The Cashless Society and a World Moving Towards Openness, University of Twente, 30 november 2016.
- FinTech revolution: Cashless society and designed money, University of Cape Town, 13 mars 2017.
- Den kontantfria handeln – framtidsutopi eller verklighet redan 2025?, Svensk Handel, 4 juli 2017. Medverkande: Per Åsling, riksdagsledamot, Centerpartiet; Christina Rehnberg, samordnare, Länsstyrelsen; Niklas Arvidsson, universitetslektor, KTH; Jonas Hedman, Associate Professor at the Department of IT Management, Copenhagen Business School; Bengt Nilervall, näringspolitisk expert, Svensk Handel; Hans Tjärnström, moderator, presschef, Svensk Handel.
- Case study: Will Sweden be at the vanguard of the death of cash?, Payment International, Hilton London Tower Bridge, London, 12–15 september 2017.

- When will Sweden stop using cash?, seminarium om *Sweden in transition* ordnat av KTH Executive School för KTH:s kinesiska partner Shanghai Jiaotong University, 19 september 2017.
- Sweden – the route towards a cashless society, på konferensen Smart Payment organiserat av Management Circle i Frankfurt, Tyskland, 25 september 2017.
- Kontantlös handel: När slutar handlare att ta emot kontanter?, presentation och paneldebatt på Handelsrådets seminarium Forskningsinblick 2017 i Stockholm, 5 oktober 2017.
- Cashless society – When will merchants in Sweden stop accepting cash?, seminarium med titeln ”Towards a cashless society” ordnat av Svenska Ambassaden i Italien och Business Sweden i Milano, Italien, 11 oktober 2017.
- Cashless Sweden: How did it happen?, Open Innovations Forum: MBA Express, 16 oktober, 2017.
- Is future Cashless?, Open Innovation, Moskva, 17 oktober 2017.
- Sveriges väg mot ett (möjligt) kontantlöst samhälle, Institutet för framtidsstudier, första seminariumet i en serie om ”Kontanternas historia och framtid”, 17 oktober 2017, Kungliga Myntkabinettet.
- Sweden – the route towards a cashless society, KTH Campus 100 år, en del av KTH:s maratonseminarium i samband med att KTH Campus firar 100 år, 18 oktober 2017.
- Cashless Society: A story from Sweden, Pengemanual, Blaa Galleri, Köpenhamn, Danmark, 19 oktober 2017.
- När slutar svenska handlare acceptera kontanter?, presentation för Finansutskottet i Sveriges Riksdag av Niklas Arvidsson, 13 december 2017 (ej publik presentation).

## C. Media bevakning

### C1. Tryckt media

1. Kontantlös snabbare än du tror. Urban Lindstedt, Jajja, 13 oktober 2017, [https://www.jajja.com/jajja-magazine/kontantlos-snabbare-du-tror/?utm\\_source=jajja-magazine&utm\\_medium=email&utm\\_content=23-2017](https://www.jajja.com/jajja-magazine/kontantlos-snabbare-du-tror/?utm_source=jajja-magazine&utm_medium=email&utm_content=23-2017)
2. Det här datumet försvinner de sista kontanterna. Henrik Högström, Femina, 11 oktober 2017, <https://www.femina.se/det-har-datamet-forsvinner-de-sista-kontanterna/>



3. Report: Sweden Cashless By 2023. Steven Anderson, Payment Week, 13 oktober 2017, <https://paymentweek.com/2017-10-13-report-sweden-cashless-2023/>
4. Will Sweden Become the First Country to Go Cash-Free? Cards and mobile payment apps will do it all by 2023, according to a new report. Kyree Leary, 12 oktober 2017, <https://www.nbcnews.com/mach/science/will-sweden-become-first-country-go-cash-free-ncna809811>
5. Money, Money, Money: Sweden to Become World's First Cashless Society by 2023. Aol, 12 oktober 2017, <https://www.aol.co.uk/money/2017/10/12/is-sweden-going-cash-free/>
6. Money, Money, Money: Sweden to Become World's First Cashless Society by 2023. Sputnik, 11 oktober 2017, <https://sputniknews.com/europe/201710111058135760-sweden-cashless-society/>
7. Signal of change / Sweden on track to becoming first cashless society by 2023. UNUR MUNUROGLU the Futures Centre, 11 oktober 2017, <https://www.thefuturescentre.org/signals-of-change/189310/sweden-track-becoming-first-cashless-society-2023>
8. 24 mars 2023 – då är det stopp för kontanter? Christina Söderberg, Compricers, 11 oktober 2017, [https://www.compricer.se/nyheter/artikel/24-mars-2023--da-ar-det-stopp-for-kontanter#.Wd3\\_nZgxO2Q.facebook](https://www.compricer.se/nyheter/artikel/24-mars-2023--da-ar-det-stopp-for-kontanter#.Wd3_nZgxO2Q.facebook)
9. På denne datoen er vi et kontantfritt samfunn. Jan Normann, P4 Lyden af Norden, 11 oktober 2017, <http://www.p4.no/det-gode-liv/familie/pa-denne-datoen-er-vi-et-kontantfritt-samfunn/artikkel/713673/>
10. Här är datumet Sverige väntas bli kontantfritt. Simon Henriksson, Dagens Vimmerby, 12 oktober 2017, <http://www.dagensvimmerby.se/nyheter/e/15542/har-ar-datumet-sverige-vantas-bli-kontantfritt/>
11. Forskare: Dagen då kontanterna försvinner. Alexandra Ramnewall, Dagens Industri, 10 oktober 2017, <https://www.di.se/nyheter/forskare-dagen-da-kontanterna-forsvinner/>
12. Kontanter blir irrelevanta 2023. Då vill inte handeln längre ta emot dem enligt ny studie. Feber, 10 oktober 2017, [http://feber.se/samhalle/art/371899/kontanter\\_bli\\_irrelevanta\\_202/](http://feber.se/samhalle/art/371899/kontanter_bli_irrelevanta_202/)
13. Ny forskning: Då får vi ett kontantfritt samhälle, 10 oktober 2017, <https://www.aftonbladet.se/minekonomi/a/WQkkG/ny-forskning-da-far-vi-ett-kontantfritt-samhalle>

14. Reports Indicate That Sweden Will Stop Using Cash by 2023. Futurism, 10 oktober 2017, <https://futurism.com/reports-indicate-that-sweden-will-stop-using-cash-by-2023/>
15. Det här datumet försvinner kontanter ur handeln. Johan Wikén, Metro, 9 oktober 2017, <https://www.metro.se/artikel/studie-det-här-datumet-försvinner-kontanter-ur-handeln>
16. Dagen då kontanterna kan försvinna. Fredrik Sandberg, TT DN, 9 oktober 2017, <https://www.dn.se/ekonomi/dagen-da-kontanterna-kan-forsvinna/>
17. När slutar handeln med kontanter? Nu finns det ett datum för det. Karin Lindström, Computer Sweden, 9 oktober 2017, <https://computersweden.idg.se/2.2683/1.690197/kontanter-slut-datum>

## **C2. Radio**

Blir Sverige världens första kontantlösa samhälle? 11 oktober 2017, <http://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=101&artikel=6796624>

## **C3. Bokkapitel**

Arvidsson, N., Hedman, J. och Segendorf, B., 2017. Cashless society: when will merchants stop accepting cash in Sweden – A research model, Enterprise applications, markets and services in the finance industry: FinanceCom 2016, LNBIP 276 proceedings, 105–113.

# Referenser

Armstrong, M., 2006. Competition in two-sided markets, *The RAND Journal of Economics*, 37(3), 668–691.

Arvidsson, N., 2013a. Det kontantlösa samhället: Rapport från ett forskningsprojekt, TRITA IEO-R 2013:01. INDEK, KTH.

Arvidsson, N., 2013b. Proceedings third international cashless society roundtable (Icsr), Stockholm.

Arvidsson, N., 2014. Consumer attitudes on mobile payment services – Results from a proof of concept test, *International Journal of Bank Marketing*, 32(2), 150–170.

Carton, F., Hedman, J., Damsgaard, J., Tan, K.-T. och McCarthy, J., 2012. Framework for mobile payments integration, *Electronic Journal of Information Systems Evaluation*, 15(1), 14–25.

Cyert, R. M. och March, J. G., 1963. *A behavioral theory of the firm*, Cambridge, MA: Basil Blackwell.

Eisenmann, T., Parker, G. och Van Alstyne, M. W., 2006. Strategies for two-sided markets, *Harvard business review*, 84(10), 92.

Garcia-Swartz, D. D., Hahn, R. W. och Layne-Farrar, A., 2004. *The economics of a cashless society: An analysis of the costs and benefits of payment instruments*, AEI-Brookings Joint Center for Regulatory Studies.

Garcia-Swartz, D., Hahn, R. och Layne-Farrar, A., 2006. The move toward a cashless society: A closer look at payment instrument economics, *Review of Network Economics*, 5(2), 175–197.

Hedman, J. och Henningsson, S., 2015. The new normal: Market cooperation in the mobile payments ecosystem, *Electronic Commerce Research and Applications*, 14(5), 305–318.

Hirschman, E. C., 1979. Differences in consumer purchase behavior by credit card payment system, *Journal of Consumer Research*, 6(1), 58–66.

Humphrey, D. B., 2010. Retail payments: New contributions, empirical results, and unanswered questions, *Journal of Banking & Finance*, 34(8), 1729–1737.

- Humphrey, D. B., Pulley, L. B. och Vesala, J. M., 1996. Cash, paper, and electronic payments: A cross-country analysis, *Journal of Money, Credit and Banking*, 28(4), 914–939.
- Kahn, C. M. och Roberds, W., 2009. Why pay? An introduction to payments economics, *Journal of Financial Intermediation*, 18(1), 1–23.
- Knights, D., Noble, F., Vurdubakis, T. och Willmott, H., 2007. Electronic cash and the virtual marketplace: Reflections on a revolution postponed, *Organization*, 14(6), 747.
- Kosse, A., Chen, H., Felt, M. H., Jiongo, V. D., Nield, K. och Welte, A., 2017. The costs of point-of-sale payments in Canada, Bank of Canada staff discussion paper, 2017:4.
- Lawson, R. och Todd, S., 2003. Consumer preferences for payment methods: A segmentation analysis, *International Journal of Bank Marketing*, 21(2), 72–79.
- Linné, T., 2008. Digitala pengar. Nya villkor i det sociala livet, *Lund Dissertations in Sociology*, Lunds Universitet.
- Mallat, N., 2007. Exploring consumer adoption of mobile payments: A qualitative study, *The Journal of Strategic Information Systems*, 16(4), 413–432.
- Mallat, N. och Tuunainen, V. K., 2008. Exploring merchant adoption of mobile payment systems: An empirical study, *E-Service Journal*, 6(2), 24–57.
- Penz, E. och Sinkovics, R. R., 2013. Triangulating consumers' perceptions of payment systems by using social representations theory: A multi-method approach, *Journal of Consumer Behaviour*, 12(4), 293–306.
- Penz, E., Meier-Pesti, K. och Kirchler, E., 2004. It's practical, but no more controllable: Social representations of the electronic purse in Austria, *Journal of Economic Psychology*, 25(6), 771–787.
- Priem, R. L., 2007. A consumer perspective on value creation, *Academy of Management Review*, 32(1), 219–235.
- Raghubir, P. och Corfman, K., 1999. When do price promotions affect pretrial brand evaluations?, *Journal of Marketing Research*, 211–222.
- Rochet, J. C. och Tirole, J., 2003. Platform competition in two-sided markets, *Journal of the european economic association*, 1(4), 990–1029.
- Runnemark, E., Hedman, J. och Xiao, X., 2015. Do consumers pay more using debit cards than cash?, *Electronic Commerce Research and Applications*, 14(5), 285–291.

Schmiedel, H., Kostova, G. L. och Ruttenberg, W., 2012. The social and private costs of retail payment instruments: a European perspective, ECB Occasional Paper, 137.

Schreft, S. L., 2006. *How and why do consumers choose their payment methods?*, DIANE Publishing.

Segendorf, B. och Wilbe, A., 2014. Economic commentaries.

Segendorf, B. och Jansson, T., 2012. The cost of consumer payments in Sweden, Sveriges Riksbank, working paper series, 262, juni.

Simon, H. A., 1958. *Organizations*, John Wiley, New York.

Svensk Handel, 2014. Finansiella nyckeltal för handeln 2014, HUI Research.

Sveriges Riksbank, 2016. Den svenska finansmarknaden 2016.

## Andra källor

<http://www.riksbank.se/sv/Statistik/Betalningsstatistik/>

SCB:s finansmarknadsstatistik, penningmängd, tabell 5.1.

SCB:s nationalräkenskaper, data för BNP, BNP från användningssidan och försörjningsbalans.





” Forskning för att stärka handelns konkurrenskraft och skapa goda villkor för branschens medarbetare.



**Handelsrådet** | 103 29 Stockholm  
Besöksadress: Kungsgatan 24  
Telefon växel 010-471 85 80  
[www.handelsradet.se](http://www.handelsradet.se)