

Handeln och covid-19:

Lärdomar från pandemin och dess hantering

– EN NULÄGESRAPPORT



Mats Bergman, Cecilia Hermansson,
Sara Rosengren och Erik Åsbrink (ordförande)

Innehåll

Förord	3
1. Inledning	4
2. Det makroekonomiska perspektivet	5
3. Handelns försäljningsutveckling i Sverige och internationellt	12
4. Handelns struktur före och efter pandemin	28
5. Stödåtgärdernas inverkan på handeln	44
6. Slutsatser och framåtblick	58
Referenser	62
Appendix	65

Förord

Handelns ekonomiska råd inrättades hösten 2016 av Handelsrådet. Denna rapport är den fjärde som Handelns ekonomiska råd lägger fram.

I början av detta år planerade vi att skriva en rapport om hur handelns konkurrenskraft skulle kunna stärkas och presentera rapporten under försommaren. Covid-19 pandemin gjorde emellertid att vi beslutade att inte fullgöra arbetet med rapporten utan att istället fokusera på hur handeln har påverkats av covid-19 pandemin. Den 19 maj utvecklade vi våra tankar i detta ämne på ett webinarium som Handelsrådet anordnade.

Den nu föreliggande rapporten har gjort det möjligt att bygga på de ytterligare erfarenheter som har kunnat inhämtas under sommaren och hösten. Det handlar om en enkätundersökning som vi har gjort, en rad intervjuer, statistik till och med tredje kvartalet och en omfattande litteratur. Vi har också haft möjlighet att inhämta synpunkter från chefs-ekonomerna i de organisationer som utgör Handelsrådets huvudmän. Vi vill tacka både de personer som ställt upp för intervjuer och chefsekonomerna för deras synpunkter.

Rapporten färdigställdes den 23 november, även om huvuddelen av vårt arbete utfördes tidigare. Händelser som inträffat därefter och information som kommit senare har därför ej kunnat beaktas.

Vi vill framföra att stort tack till Mats Johansson, Andreas Hedlund och Ylva Åkesson på Handelsrådets kansli, som har gett oss ett värdefullt administrativt stöd. Ett stort tack också till Johan Davidson och Brill Ivarsson på Svensk Handel, som tillhandahållit en företagspanel och administrerat utskicket av vår enkät. Handelns ekonomiska råd har fyra ledamöter – Mats Bergman, Cecilia Hermansson, Sara Rosengren och undertecknad. Rådet är oberoende och svarar självt för rapportens innehåll och dess slutsatser.

Erik Åsbrink

Ordförande i Handelns ekonomiska råd

1. Inledning

Vi försöker i den här rapporten ge en bild av hur pandemin indirekt och direkt påverkat svensk handel. Smittspridningen har en direkt påverkan på människors beteende och därmed på handeln. Flertalet av oss har blivit mer återhållsamma med att röra oss i miljöer där vi träffar många andra, inklusive i butiker.

Pandemin har också föranlett statsmakterna, regionerna och ansvariga myndigheter att besluta om restriktioner och att ge rekommendationer till allmänheten, i syfte att begränsa spridningen av covid-19. Sådana samhällsåtgärder påverkar också handeln, liksom de ekonomiska stödåtgärder som satts in. I den här rapporten behandlar vi däremot inte hur restriktioner och rekommendationer påverkat smittspridningen.

I kapitel två beskriver vi hur pandemin drabbat Sverige och några geografiskt närliggande och ekonomiskt viktiga länder. Vi redovisar ett mått på hur hårt länderna drabbats av pandemin och hur BNP påverkats och ger en översikt över vilka restriktioner som beslutats om och som vi tror har en särskild påverkan på handeln.

I kapitel tre redogörs mer i detalj för hur handeln och dess olika sektorer drabbats.

I rapportens fjärde kapitel sammanfattar vi några av de aspekter som vi menar pekar på handelns stora betydelse för samhället och en del av de utvecklingstrender som präglat handeln. Vi försöker också göra en bedömning av vilka trender som kan komma att förstärkas av pandemin, som exempelvis e-handelns redan snabba tillväxt.

I kapitel fem redovisar vi resultatet från en enkätundersökning om de ekonomiska stödåtgärdernas effekter på handelsföretagen och diskuterar mer allmänt hur stödåtgärder bör utformas i en kris som den vi nu befinner oss i.

I det avslutande sjätte kapitlet samlar vi några av de viktigaste slutsatserna.

2. Det makroekonomiska perspektivet

I detta kapitel görs en genomgång av den makroekonomiska utvecklingen i Sverige och några andra länder och hur den har påverkats av pandemin och de åtgärder både i form av restriktioner och stödåtgärder som vidtagits. Tyngdpunkten ligger på andra och tredje kvartalet 2020.

Utvecklingen under det andra kvartalet

Covid-19 viruset uppstod i Kina men spred sig snabbt till andra länder. I början av mars blev det uppenbart att en pandemi var på gång och restriktioner infördes i många länder, även i Sverige. De svenska restriktionerna var mildare än i våra nordiska grannländer och många andra länder i Europa. En stor del av dödsfallen i Sverige och övriga Norden under våren – cirka tre fjärdedelar – drabbade äldre i äldreboenden och äldre som hade hemtjänst.

► HUR PANDEMIN INDIREKT OCH DIREKT PÅVERKAT HANDELN

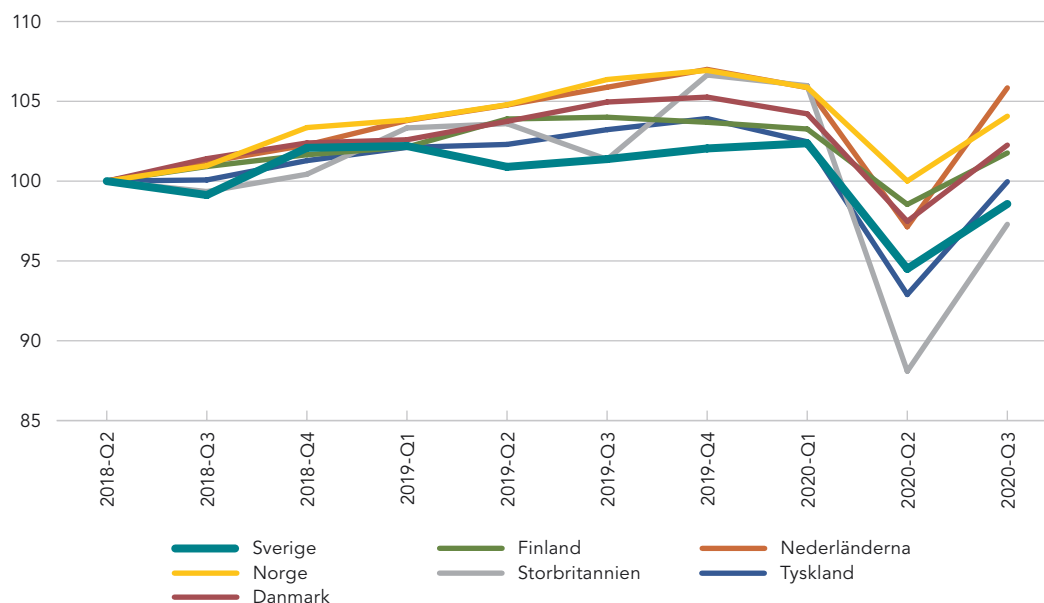
Restriktionerna inklusive den självpåtagna försiktigheten hos många människor ledde till ett kraftigt BNP-fall. I Sverige minskade BNP med 8,3 procent under andra kvartalet 2020 jämfört med samma kvartal 2019, en unikt stor nedgång. Hushållens konsumtion minskade med 7,7 procent. Exporten minskade med 18,2 procent till följd av stora efterfrågebortfall från omvärlden och leveransproblem. Industriproduktionen föll med hela 23 procent. Arbetslösheten uppgick i juni 2020 till 9,8 procent att jämföra med 7,2 procent i juni 2019.

Jämfört med första kvartalet var BNP-fallet i Sverige 7,7 procent, i Danmark 6,5 procent, i Norge (fastlands-BNP) 5,5 procent och i Finland 4,6 procent, det vill säga lägre än i Sverige. I Tyskland minskade BNP med 9,3 procent, i Storbritannien med 16,9 procent, i Nederländerna med 8,2 procent och i Frankrike med 11,7 procent. I USA föll BNP med 8,3 procent.¹

¹ Statistisk Sentralbyrå för Norge, Bureau of Economic Analysis för USA, Eurostat för övriga länder.

I figur 2.1 återges den kvartalsvisa BNP-utvecklingen för sju länder, inklusive Sverige, med start det andra kvartalet 2018.

► Figur 2.1. BNP per kvartal, säsons- och kalenderjusterat. Index: Q2 år 2018=100.



Källor: Eurostat, Statistisk Sentralbyrå/Statistics Norway samt för tredje kvartalet även SCB, Danmarks Statistik, Finska Statistikbyrån. BNP för Norge avser fastlandet, BNP för Danmark Q3 2020 prognos, för Sverige Q3 2020 har använts BNP-indikator.

Tjänstesektorn i Sverige minskade kraftigt under andra kvartalet medan varusektorn ökade. Den stora minskningen av hushållens konsumtion medförde att hushållens sparkvot ökade, vilket i sin tur innebär en uppdämd köpkraft, som kan leda till ett uppsving framöver den dag rädslan för pandemin släpper. Detta gäller förstås inte de människor som fått kraftigt minskade inkomster efter att ha blivit arbetslösa eller vilkas företag gått i konkurs.

Den svenska kronan föll kraftigt i värde i början av andra kvartalet men den har sedan återhämtat sig. Börsen har uppträtt mycket volatil. Efter en kraftig initial nedgång repade den sig. I slutet av oktober föll den igen och har därefter återhämtat sig på nytt. De positiva signalerna om att ett vaccin skulle kunna bli tillgängligt i början av år 2020 ledde ånyo till en uppgång. I början av pandemin fanns förväntningar om att även bopriserna skulle falla men så har inte skett.

► HUR HAR BNP PÅVERKATS AV PANDEMIN?

När pandemin bröt ut gällde det att handla snabbt och improviserat. Sverige, liksom de flesta andra länder, har inte i modern tid upplevt någon liknande pandemi. Informationsunderskottet

var stort. Till en del kunde Sverige lära av de åtgärder som andra länder vidtagit. Det blev i vissa fall nödvändigt att göra justeringar i de hastigt vidtagna åtgärderna.

Utbrottet av pandemin ledde till kraftfulla finanspolitiska åtgärder i Sverige liksom i andra länder för att motverka efterfrågebortfallet, undvika konkurser, hålla tillbaka arbetslösheten och för att stötta sjukvården. (Se vidare kapitel 5.) Det framstod redan från början som uppenbart att de ekonomisk-politiska åtgärderna i Sverige, liksom i andra länder, huvudsakligen måste ske genom finanspolitiken. Penningpolitiken kunde inte vara så aktiv, eftersom reporäntan låg på noll, även om vissa kvantitativa lättnader genomfördes, bland annat genom köp av statsobligationer och företagsobligationer.

► KRAFTFULLA FINANSPOLITISKA ÅTGÄRDER

Sedan början av mars har regeringen lagt ett drygt tiotal så kallade vårändringsbudgetar. De åtföljdes den 21 september av regeringens budgetproposition. Sammantaget beräknas dessa motsvara en stimulans på 190 miljarder kronor 2020, 105 miljarder kronor 2021 och 85 miljarder kronor 2022. De beloppsmässigt största satsningarna gäller korttidspermittering, sänkta arbetsgivaravgifter, generella statsbidrag, sjuklöneansvar, omställningsstöd, trygghet och omställning samt extraordinära kostnader för kommunsektorn. I flera fall har kostnaderna blivit lägre än vad som ursprungligen beräknades. Flertalet av stöden är tidsbegränsade, även om förlängningar skett i flera fall.

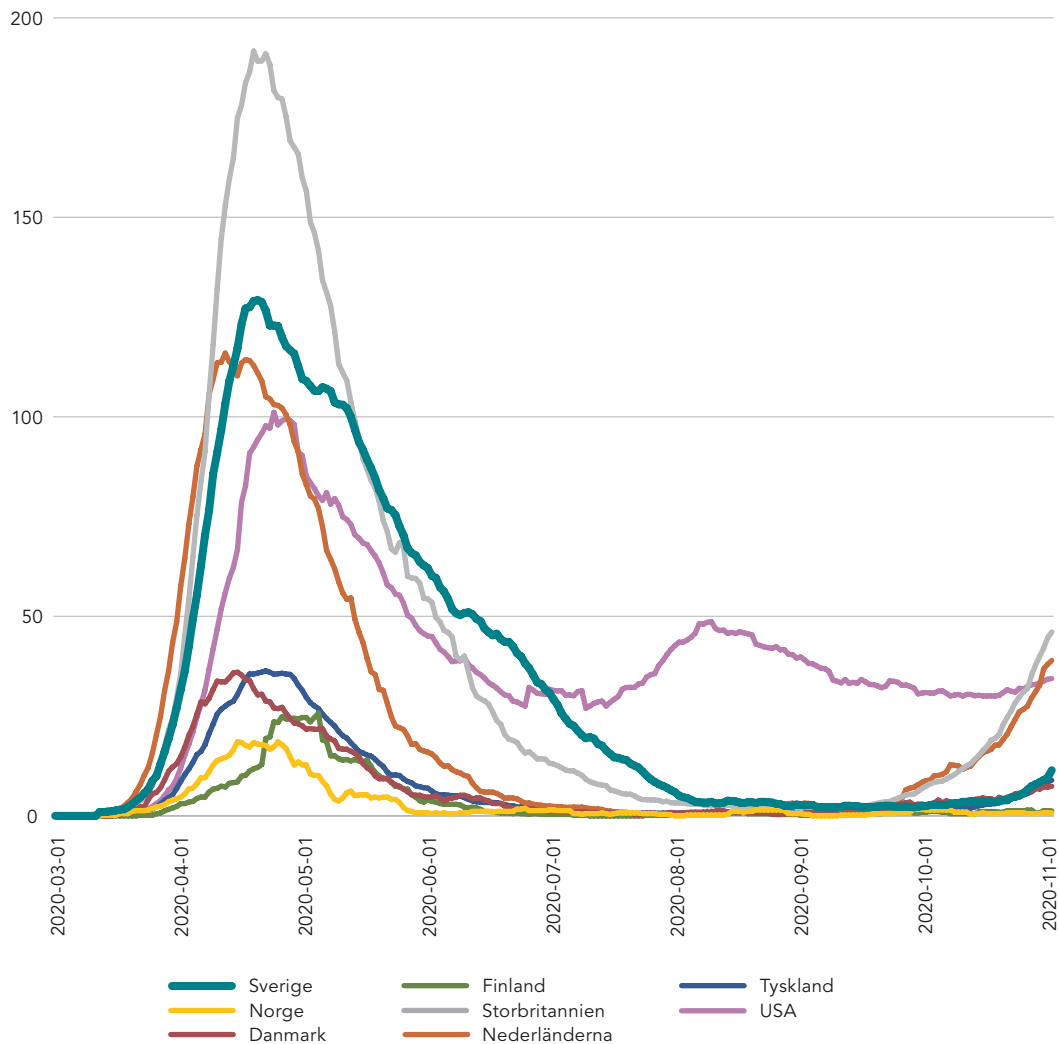
Utvecklingen i några jämförelseländer

Vi vill jämföra hur pandemin har drabbat några länder samt de icke-medicinska restriktionerna för att begränsa smittspridningen som vidtagits i de länderna. Exempel på sådana åtgärder är rekommendationer om hemarbete, stängda skolor, restauranger, gym- och idrottsanläggningar med mera eller, i extremfallet, ”lockdown”.

Figur 2.2 visar hur pandemin utvecklats i Sverige och i sju jämförelseländer under perioden januari–oktober 2020. Vi jämför här antal dödsfall per miljon invånare, eftersom det anses vara det mått på smittspridning och epidemins allvarlighetsgrad som är mest jämförbart mellan länder och över tid.² Som framgår drabbades fyra av de åtta länderna hårt under våren, nämligen Sverige, Nederländerna, Storbritannien och USA, medan de nordiska grannländerna och Tyskland klarade sig betydligt lindrigare undan.

2 Se till exempel Anand med flera, 2020.

► Figur 2.2. Antal dödsfall i covid-19 per 14 dagar per miljon invånare, åtta länder.



Källa: ECDC.

Vi redovisar smittspridningen därför att den kan förväntas ha både en direkt och en indirekt effekt på handeln. Den direkta effekten kommer sig av att konsumenter blir mer försiktiga generellt och framför allt mer försiktiga med att besöka offentliga inomhusmiljöer. Den indirekta effekten kommer genom de beslut om rörelserestriktioner och nedstängningar som beslutas av hälsoskyddsmyndigheter och politiker. En motverkande effekt kommer från de expansiva finanspolitiska beslut som fattats.

Bland de fyra värst drabbade länderna dämpades smittspridningen snabbast i Nederländerna, därefter i Storbritannien, därefter i Sverige, medan den inte återgick till en låg nivå i USA.

Efter en förhållandevis lugn sommar har smittspridningen tilltagit i de flesta europeiska länder. I figuren syns ökningen i Nederländerna och Storbritannien under tidig höst och några veckor senare också ökningar i Danmark, Tyskland och Sverige.

Den europeiska smittskyddsmyndigheten (ECDC) upprätthåller en databas över icke-medicinska interventioner i Europa. Det framgår av databasen att många länder införde någon form av rekommendationer om distansarbete ungefär samtidigt, i mitten av mars. I Danmark och Tyskland stängdes icke-väsentliga affärer i mitten av mars och förblev stängda i ungefär en månad. Motsvarande restriktion för handeln infördes i Storbritannien i slutet av mars, en bestämmelse som var i kraft en och en halv månad, varefter en bestämmelse om en mer partiell nedstängning av icke-väsentliga affärer rådde i en månad. I Danmark har en partiell nedstängning av icke-väsentliga affärer varit i kraft ända sedan mitten av april.

► SMITTSPRIDNINGEN KAN FÖRVÄNTAS HA BÅDE EN DIREKT OCH EN INDIREKT EFFEKT PÅ HANDELN

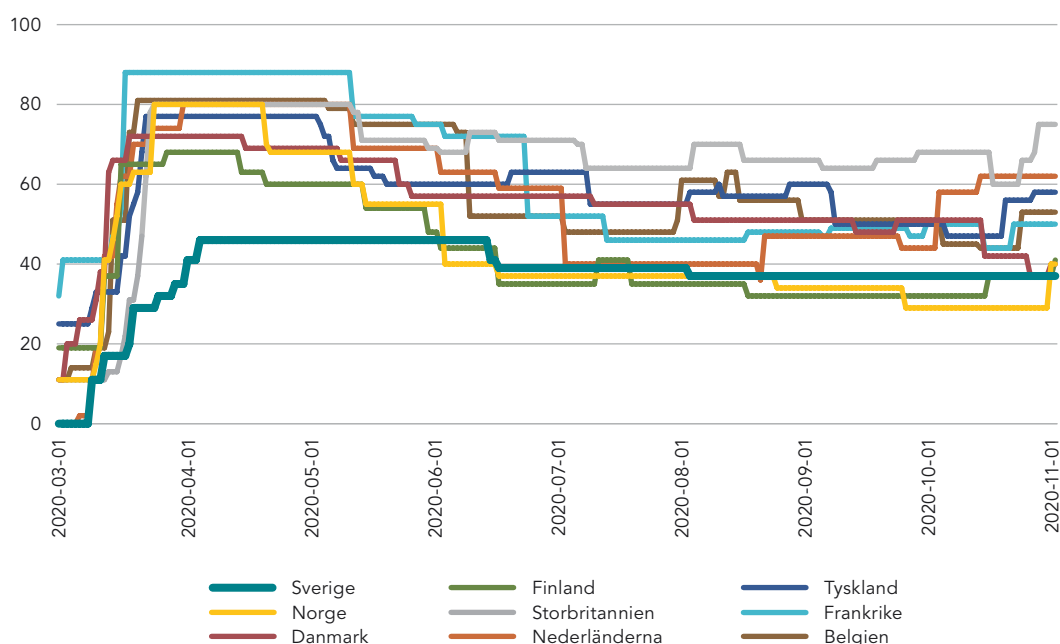
Enligt ECDC var Sverige bland de första länderna i Europa att rekommendera befolkningen att stanna hemma, redan den 10 mars. Vi hittar dock inga uppgifter om detta på Folkhälsomyndighetens hemsida. Rekommendationen vid denna tid var istället att ”var och en med symptom, även milda, ska begränsa sociala kontakter där smitta riskerar att överföras”. Den 1 april rekommenderade myndigheten distansarbete och andra åtgärder för att öka avståndet mellan människor. Cirka två veckor tidigare hade myndigheten uppmanat högskolor och gymnasier att gå över till distansundervisning och personer som fyllt 70 år uppmanades att undvika sociala kontakter.

I Storbritannien skärptes rekommendationerna i slutet av mars till en order att stanna hemma (lockdown), en bestämmelse som var i kraft i en och en halv månad, för att därefter successivt mildras och slutligen avskaffas från den 1 augusti. Liknande beslut togs i ett antal kontinentaleuropeiska länder under våren.

Flertalet länder har infört restriktioner mot stora sammankomster och begränsat eller helt stängt möjligheten för restauranger och pubar att hålla öppet. Sverige avviker från övriga länder genom att varken kräva att allmänheten bär munskydd i vissa sammanhang, som flertalet länder, eller rekommenderar densamma att ha munskydd i vissa sammanhang, som i Finland. Sverige har också haft mindre omfattande nedstängning av skolor än övriga länder (ett förhållningssätt som fler länder anammat under hösten) och har heller inte, i motsats till flertalet övriga länder, beordrat gym- och idrottsanläggningar att stänga under någon period.

Figur 2.3 illustrerar hur restriktionerna varierat mellan länder och över tid med utgångspunkt från ett annat dataset sammanställt av en forskargrupp vid Oxford University, som speglar hur stränga åtgärderna varit i nio länder. Det framgår att restriktionerna i Sverige genomgående varit bland de minst stränga, tillsammans med de i Finland och Norge.

► Figur 2.3. Index för graden av pandemirelaterade restriktioner.



Källa: Oxford COVID-19 Government Response Tracker; se Hale med flera 2020 för detaljer. Figuren använder Index of stringency, som är ett mått som väger ihop restriktioner som de vi beskrivit ovan, men inte åtgärder som ekonomiskt stöd eller testning och smittspårning.

Utvecklingen under de tredje och fjärde kvartalen

Smittspridningen i Sverige och andra europeiska länder avtog mot slutet av våren och under sommaren. Restriktionerna i andra länder, som varit mycket strängare än i Sverige, lättades efterhand.

Flera prognoser som presenterades i början av hösten var relativt optimistiska och pekade mot en successiv återhämtning för svensk ekonomi, även om arbetslösheten väntades ligga kvar på en hög nivå och att det skulle dröja innan BNP hade återgått till den nivå som rådde före pandemin. Osäkerheten i prognoserna angavs dock vara osedvanligt stor. Dessa

prognoser som lades fram i september byggde på att smittspridningen då fortfarande var ganska låg.

I figur 2.1 återges även BNP-utvecklingen det tredje kvartalet för de länder där det finns uppgifter tillgängliga. BNP ökade markant jämfört med det andra kvartalet.

Smittspridningen i Sverige har ökat avsevärt sedan andra hälften av oktober och stiger nu snabbare än i många andra länder. I åtskilliga andra europeiska länder minskar däremot smittspridningen, vilket har lett till att det är flera länder som har lägre smittspridning än Sverige jämfört med antalet länder som har högre smittspridning. Generellt sett har dock restriktionerna skärpts och i vissa länder har det lett till en lockdown eller semi-lockdown – den andra efter vårens lockdown. Även i Sverige har restriktionerna successivt skärpts.

Om smittspridningen fortsätter att vara hög i Europa, är det sannolikt att detta får återverkningar även i Sverige, såväl vad gäller smittspridningen som negativa återverkningar på svensk ekonomi, bland annat genom att exporten hämmas. En ljusglimt jämfört med utvecklingen i våras är att det förefaller som att leveranskedjorna kan upprätthållas.

Ovanpå pandemin finns en rad andra geopolitiska fenomen, som kan få negativa återverkningar på världsekonomin och även på den svenska ekonomin. Hit hör bland annat risken för en hård Brexit, osäkerheten kring det amerikanska presidentvalet, den handelspolitiska konflikten mellan USA och Kina, spänningarna mellan Kina och Indien och utvecklingen i Belarus.

► EN ANDRA VÅG AV COVID-19 PANDEMIN

Sverige och övriga länder i Europa genomgår nu en andra våg av covid-19 pandemin. Mycket talar för att den ekonomiska utvecklingen under fjärde kvartalet 2020 och även under 2021 blir sämre än vad som tidigare har prognostiserats med lägre BNP-tillväxt, lägre investeringar och högre arbetslöshet. På nytt kan man vänta sig att tjänsteproduktionen drabbas hårdare än varuproduktionen.

Regeringen och Folkhälsomyndigheten har infört nya restriktioner, bland annat alkoholförbud på restauranger efter klockan 22.00 och förbud/rekommendation om att folksamlingar ska uppgå till högst åtta personer.

Den senaste tiden har ytterligare utbetalningar till sjukvården och äldreomsorgen beslutats. När det gäller företagen har regeringen föreslagit förlängningar av korttidspermittering, anstånd med skattebetalningar, omställningsstöd och omsättningsstöd till enskilda företagare. Mycket talar för att ytterligare åtgärder nu förbereds från regeringens sida för att minska skadeverkningarna på ekonomin.

3. Handelns försäljnings- utveckling i Sverige och internationellt

I det här avsnittet redovisar vi hur handelns försäljning utvecklats i Sverige under pandemin, både på en övergripande nivå och med nedslag i ett antal branscher. Vi jämför också utvecklingen i Sverige med den i de nordiska grannländerna Danmark, Finland och Norge samt Storbritannien och USA. Vi gör också vissa jämförelser med utvecklingen i övriga Europa och då särskilt den i Belgien, Frankrike, Nederländerna och Tyskland. Framställningen begränsas av de data som är tillgängliga.³

Sverige

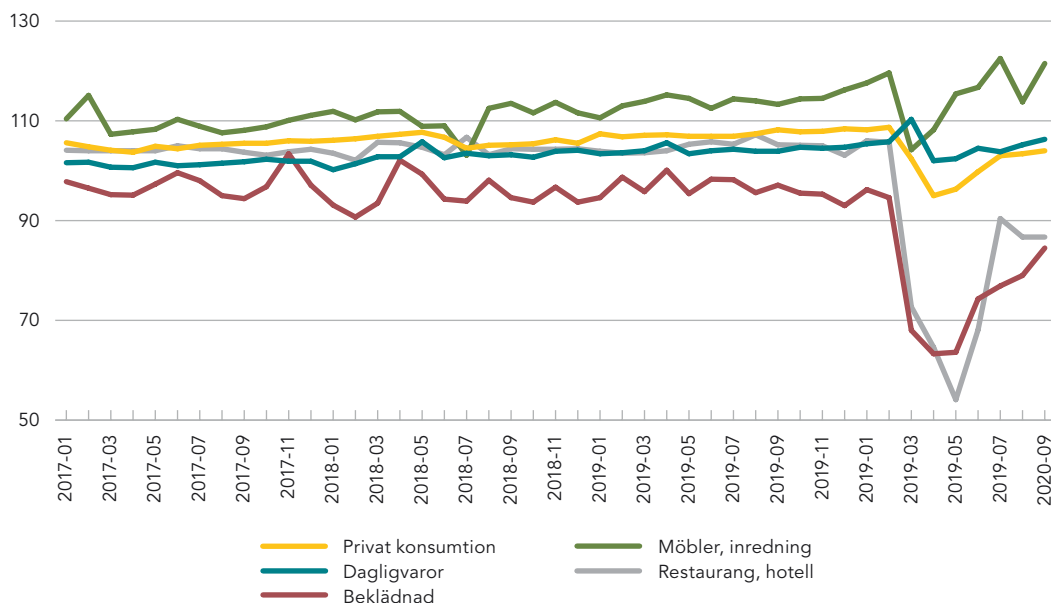
Utbrottet av covid-19 pandemin i Sverige i början av mars 2020 fick inledningsvis dramatiska effekter på handeln som helhet och mer långvariga eller möjligen bestående effekter för vissa handelssektorer.

Figur 3.1 visar utvecklingen av privat konsumtion i säsongrensade fasta priser, månadsvis för perioden januari 2017 till september 2020. Det framgår att samtliga redovisade sektorer påverkades kraftigt av pandemins utbrott, men på olika sätt.⁴ Konsumtionsbortfallet blev mest dramatiskt i beklädnadshandel respektive restaurang och hotell, med i storleksordningen 40 procents nedgång under senare delen av våren. För dagligvaruhandeln blev det istället en kort uppgång, följt av en viss nedgång, medan mönstret blev det omvända för handeln med möbler och inredning. I den senare branschen föll konsumtionen först relativt kraftigt, varefter utvecklingen varit stark under sommaren och inledningen av hösten. Det är värt att notera att påverkan på dagligvaruhandeln blev svagare än för privat konsumtion som helhet, vilket är förväntat, samt att beklädnadshandeln redan före pandemins utbrott haft en svag utveckling, medan handel med möbler och heminredning haft en stark utveckling.

³ Data redovisas med viss eftersläpning och på olika sätt i olika länder. Därför har vi inte på ett helt konsekvent sätt kunnat jämföra branscher i de olika länderna.

⁴ Bland övriga sektorer, som inte redovisas här, var det två som i varje fall på aggregerad nivå inte förefaller ha drabbats nämnvärt av pandemin, nämligen post och tele respektive bostad, el och uppvärmning.

► Figur 3.1. Hushållens konsumtion per sektor, säsongrensad, fasta priser. Index: 2015=100.



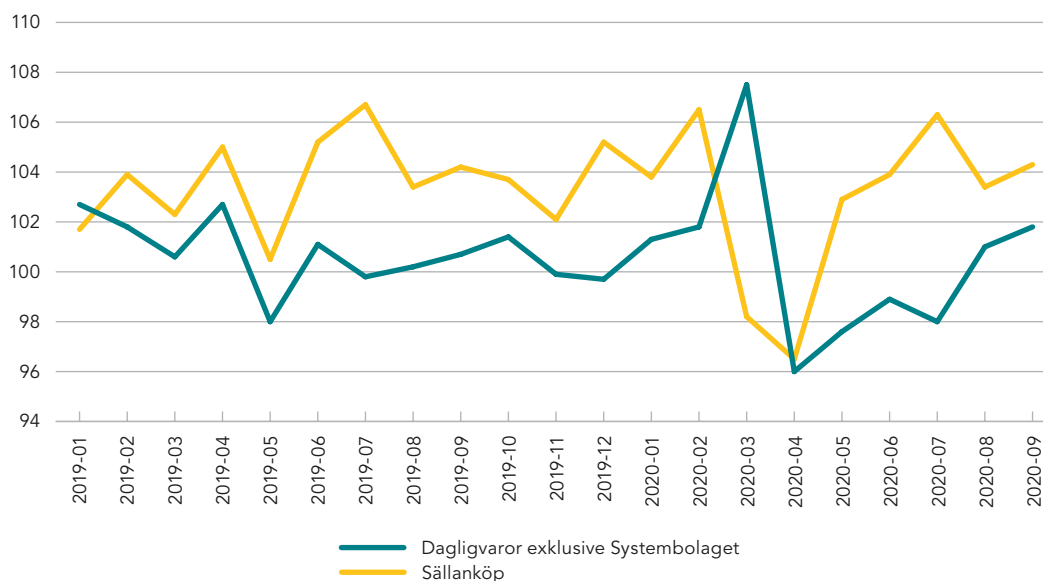
Källa: SCB, Hushållens konsumtionsindikator.

Figur 3.2 redovisar utvecklingen för de övergripande sektorerna sällanköpsvaror respektive dagligvaror. Försäljningen en viss månad jämförs här med försäljningen motsvarande månad föregående år i fasta priser, medan den tidigare figuren alltså jämförde med försäljningen år 2015. Ett värde på exempelvis 104 en viss månad i figur 3.2 betyder alltså att försäljningen på ett år ökat med fyra procent i fasta priser, medan det i figur 3.1 betyder att försäljningen ökat med fyra procent i fasta priser jämfört med en säsongrensad månad år 2015. I det följande kommer båda varianterna att användas, samt även förändring i löpande priser, beroende på datatillgänglighet.

Som framgår av figuren blev den första effekten av pandemin att försäljningen av dagligvaror ökade kraftigt under mars månad, med cirka åtta procent, varpå försäljningen föll tillbaka i april och därefter förblev relativt svag under några månader. Enskilda bolags kvartalsrapporter ger en delvis annan bild. ICA Sverige ökade exempelvis försäljningen i tredje kvartalet med drygt sju procent och deras e-handel med mat ökade med mer än 100 procent i årstakt.⁵

⁵ Värdena som redovisas i figur 3.2 är i fasta priser medan branschens redovisning avser löpande priser. Inflationstakten för livsmedel har enligt SCB varit cirka 2,5 procent under perioden, vilket alltså bara delvis förklarar skillnaden mellan figurens värden och vad branschen själv uppger.

► Figur 3.2. Månadsvis försäljning inom detaljhandeln, jämfört med samma månad föregående år, fasta priser.



Källa: SCB, Detaljhandelns försäljning.

Enligt Axfoods kvartalsrapport ökade Willys försäljning med 8,3 procent och deras e-handel med mat med 120 procent under tredje kvartalet. Av rapporten framgår också att marknaden ökade med drygt åtta procent under första kvartalet och med cirka åtta procent under andra kvartalet, med hänvisning till Svensk Dagligvaruhandel. Branschorganisationen redovisar också att försäljningen av dagligvaror ökade med 6,3 procent i september, som ett resultat av att försäljningen i butik ökade med 4,2 procent i butik och den över nätet med 75 procent.

Svensk Dagligvaruhandel redovisar att den totala försäljningsutvecklingen för tredje kvartalet 2020 motsvarar en ökning med 5,8 procent; 3,6 procent i fysiska butiker och 100,9 procent i e-handeln.⁶

► HANDELNS FÖRSÄLJNINGSGRÄNS-UTVECKLING

Utöver prisförändringar (se fotnot 5) är en förklaring till att SCB redovisar en svagare utveckling än Svensk Dagligvaruhandel att SCB i större utsträckning täcker gränshandeln,

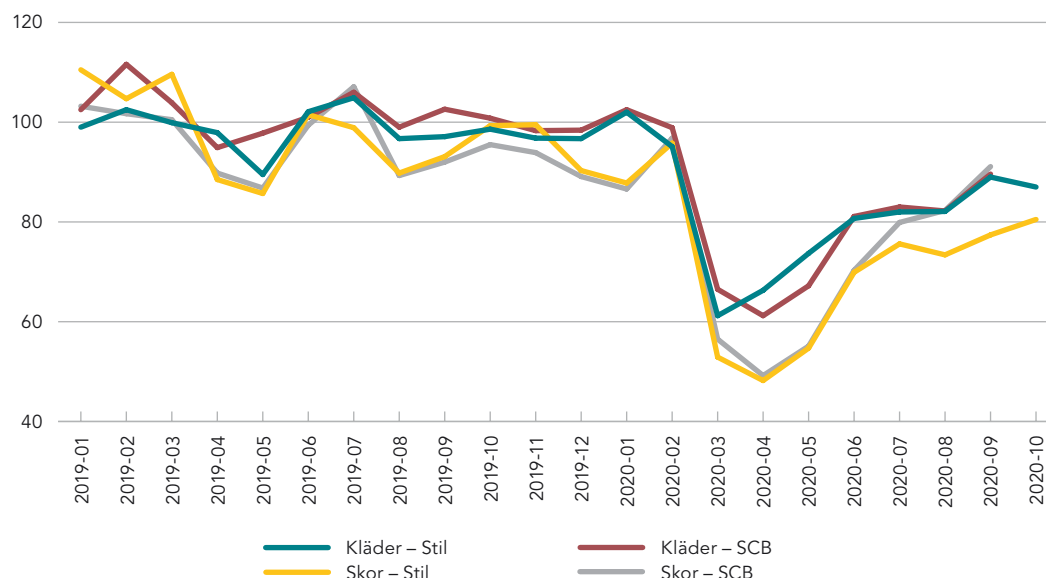
⁶ Från dessa siffror går det att räkna ut att e-handel med dagligvaror bör ha varit i storleksordningen drygt två procent och under tredje kvartalet cirka tre procent av all dagligvaruhandel i Sverige. Om vissa specialiserade e-handelsföretag inte rapporterar till Svensk Dagligvaruhandel kan den faktiska andelen vara något högre.

men det kan också mer allmänt bero på att de två undersökningarna har något olika populationer och något olika vikter för olika typer av butiker.⁷

För sällanköpshandeln blev utvecklingen annorlunda. En påtagligt låg försäljningsnivå under mars och april, i reala priser cirka två procent lägre än samma månader föregående år, följdes av en återgång till en försäljningsökning i linje med vad vi såg före pandemin, i storleksordningen fyra procent i årstakt.

Enskilda sektorer har som nämnts (se figur 3.1) drabbats betydligt hårdare. Den kanske värst drabbade delen av handeln är försäljning av kläder och skor. Figur 3.3 visar den månadsvisa utvecklingen, dels med data från SCB, dels med data från Svensk Handel Stil.

► Figur 3.3. Månadsvis försäljning av kläder och skor, jämfört med samma månad föregående år, löpande priser.



Källa: SCB, Detaljhandelns omsättningsutveckling efter näringsgren SNI 2007 samt Svensk Handel Stil.

Det framgår tydligt att försäljningen av såväl kläder som skor föll mycket snabbt, enligt både SCB:s och Svensk Handel Stils statistik, med cirka 50 procent för skor och cirka 40 procent för kläder. Under sommarmånaderna skedde en återhämtning, men ännu i augusti låg försäljningen av kläder cirka 20 procent lägre än året innan och under inledningen av

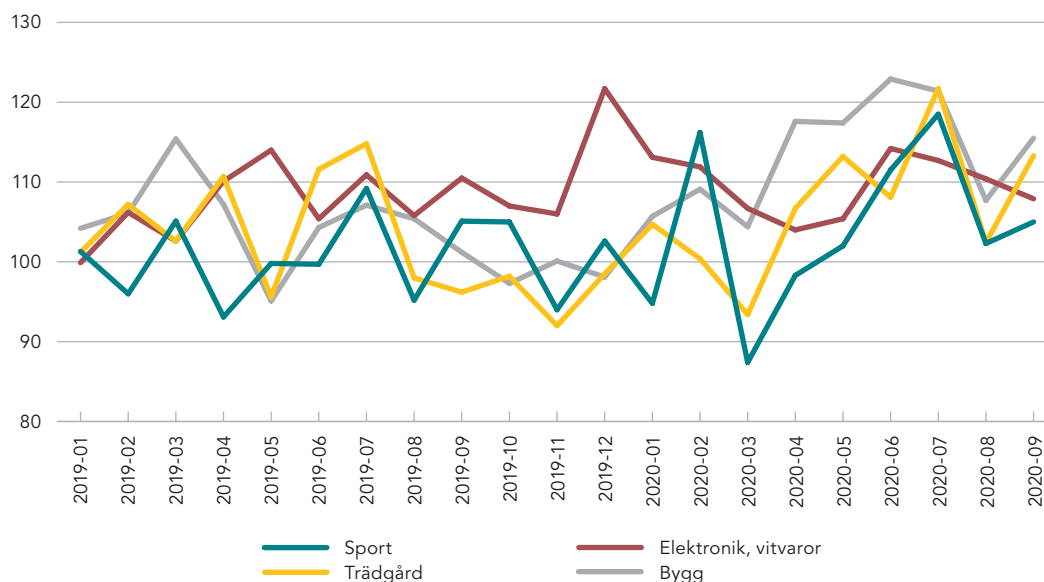
7 Muntlig uppgift från Johan Nyström, SCB, 3 november 2020.

hösten 10–13 procent lägre. För skohandeln skiljer sig Svensk Handel Stils siffror påtagligt från de som SCB rapporterar. Enligt de förra ligger försäljningen under hösten fortsatt mer än 20 procent lägre än föregående höst, medan skillnaden enligt SCB bara var tio procent i september. Det framgår av figuren att skohandeln krympte redan före pandemin också mätt i löpande priser.

► EFFEKTER AV PANDEMIN I HANDELN

Flera detaljhandelsbranscher förefaller samtidigt ha gynnats av pandemin. (Se figur 3.4.) Det gäller framför allt byggvaror respektive trädgårds- och blomsterhandel, där tillväxttakten varit cirka tio procentenheter högre under pandemin än den var tidigare. För handel med elektronik och vitvaror syns ingen påtaglig effekt; för sporthandeln följdes en svag försäljning under våren av en god försäljning under sommaren, medan inledningen av hösten ser ut att bli normal.

► Figur 3.4. Månadsvis försäljning av kläder och skor, jämfört med samma månad föregående år, löpande priser.



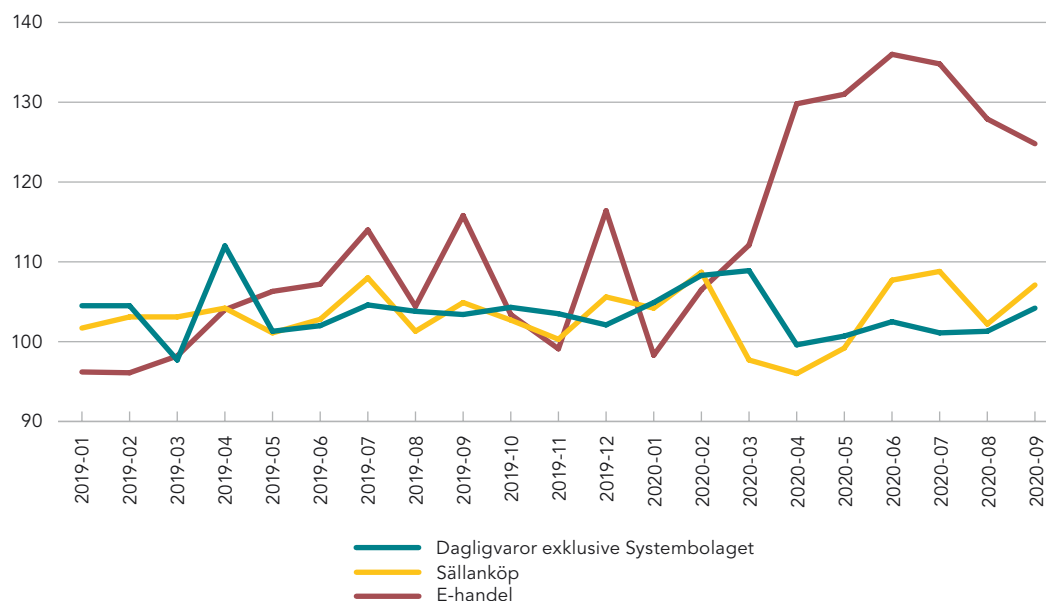
Källa: SCB, Detaljhandels omsättningsutveckling efter näringsgren SNI 2007.

Den del av handeln som uppvisar störst ökning enligt SCB:s statistik är e-handeln, vilket framgår av figur 3.5. Enligt SCB ökade försäljningen genom e-handel och postorder⁸ i

⁸ Postorder är numera en marginell företeelse, men detta är benämningen på kategorin i SCB-statistiken.

en årstakt på ungefär fem procent före pandemin, för att från och med mars i genomsnitt ha varit 28 procent. Ökningstakten är lägre än de tal som brukar redovisas i andra undersökningar. Exempelvis uppskattar PostNord och HUI tillväxttakten till 13 procent under 2019 för e-handeln totalt och ungefär lika mycket för elektronik, kläder och skor samt sporthandel, medan tillväxten för dagligvaror över nätet var drygt 20 procent.⁹

► Figur 3.5. Månadsvis försäljning inom detaljhandeln och e-handeln, jämfört med samma månad föregående år, löpande priser



Källa: SCB, Detaljhandelns omsättningsutveckling efter näringsgren SNI 2007.

SCB och PostNord/HUI är dock överens om att tillväxttakten för e-handeln hittills under pandemin ökat med i storleksordningen 20 procentenheter. Att SCB redovisar en mindre snabb tillväxt av e-handeln än PostNord/HUI kan bero på att SCB klassificerar handelns företag enligt vilken verksamhet som är den dominerande, medan PostNord/HUI i princip mäter fysisk handel och e-handel separat för varje företag. Därmed redovisas exempelvis ett dagligvaruföretags e-handel inte som sådan, såvida inte företaget till övervägande del är ett e-handelsföretag.

Vi har ovan beskrivit hur dagligvaruhandeln ökat sin internetförsäljning i en årstakt av cirka 100 procent. I tabell 3.1 jämför vi ökningen av onlineförsäljningen för tre företag:

⁹ E-handelsbarometern, årsrapport för 2019.

e-handelsföretaget Boozt med inriktning på kläder och skor, H&M samt Clas Ohlson. För alla tre företagen har onlineförsäljningen under pandemin ökat snabbt, 20–40 procentenheter snabbare än under föregående år. Försäljningsökningen har varit mindre för den specialiserade e-handlaren Boozt. (För hela gruppen Boozt, inklusive Booztlet, har dock försäljningen under perioden ökat nästan i takt med H&M:s onlineförsäljning.)

► Tabell 3.1. Ökning av e-handel för några företag, procent, årstakt.

	2019	2020 Q1	2020 Q2	2020 Q3
Boozt	18,5	0,7	37	15
H&M	18	44	32	28
Clas Ohlson	23	45	63	25

Källa: Kvartals- och årsrapporter från Boozt, H&M och Clas Ohlson. Försäljning online i lokala valutor för H&M, försäljning för segmentet Boozt.com för Boozt. För bättre jämförbarhet är Clas Ohlsons kvartalsrapporter förskjutna ett kvartal och försäljningsutvecklingen för 2019 är beräknad som genomsnittet för Q4 år 2018 och Q1–Q3 år 2019.

Tabellen redovisar bara utvecklingen för tre företag, men pekar på en möjlig förklaring till att SCB och PostNord/HUI redovisar olika tillväxttal. Möjligen är det så att onlineförsäljning under krisen ökat snabbare för etablerade handelsföretag under pandemin än för de specialiserade e-handlare, vilkas försäljning mäts i SCB:s statistik. Kanske har det varit enklare för kunderna att ta steget till e-handel med hjälp av handelsföretag de känner väl. (Melis, 2015, redovisar resultat som stödjer en sådan slutsats.)

Mycket talar för att de tre företagen i tabellen ökar sin onlineförsäljning snabbare än e-handel generellt inom deras respektive branscher. Enligt E-handelsbarometern var ökningstakten under 2019 mellan 12 och 14 procent för klädhandel över nätet respektive de redovisade branscher som ligger närmast Clas Ohlsons sortiment (elektronik, heminredning samt sport och fritid).¹⁰

Av tabellen framgår också att tillväxttakten för e-handel under hösten snabbt återgått till mer normala tal. Det är vidare noterbart, men kanske inte särskilt förvånande, att tillväxttakten för e-handel med kläder inte alls ökat lika mycket under pandemin, som den för e-handel med dagligvaror.

¹⁰ Se Handelns Ekonomiska Råds rapport från 2018 för en diskussion om e-handel med kläder och om tillväxttakten för denna.

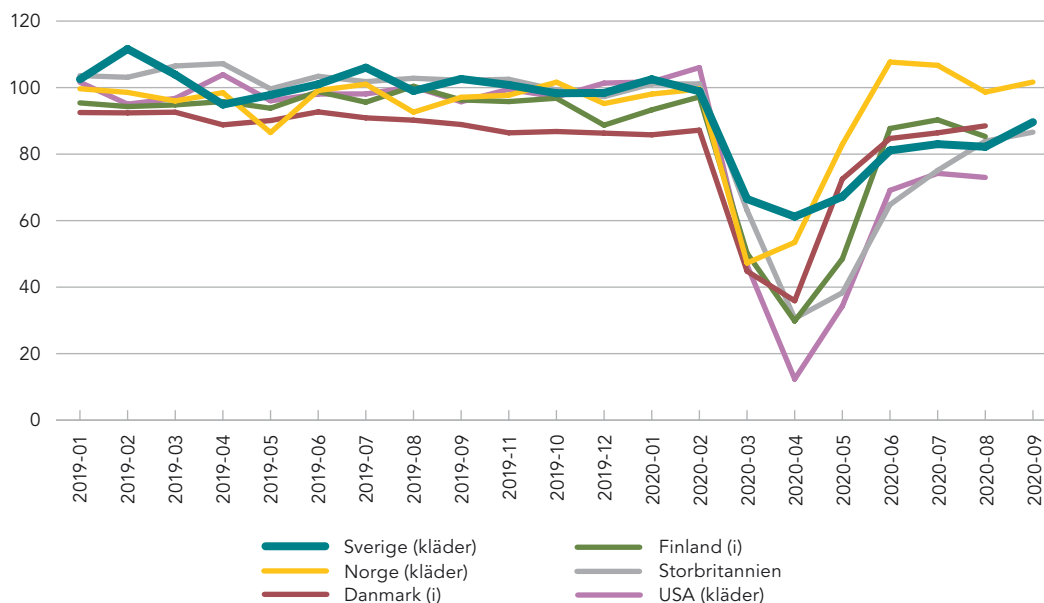
Detaljhandelns utveckling i internationell jämförelse

Vi har önskat jämföra detaljhandelns utveckling i Sverige med den i några jämförbara länder. Som nämnts ovan jämför vi i första hand med Danmark, Finland och Norge, samt Storbritannien och USA. Det hade varit önskvärt att jämföra samma branscher, men möjligheten till detta begränsas av vilken statistik vi har kunnat få tillgång till, varför vi inte helt kunnat följa en sådan princip. I slutet av avsnittet breddar vi jämförelsen till ytterligare några länder, nämligen Belgien, Frankrike, Nederländerna och Tyskland.

► JÄMFÖRELSE AV DETALJHANDELNS UTVECKLING

Innan vi redovisar fler detaljer för fem länder kan sammanfattningsvis sägas att länderna drabbats på ett liknande sätt. För vissa sektorer – särskilt kläd- och skohandel – blev försäljningsnedgången dramatisk under våren och även under sommaren låg försäljningen klart lägre än normalt. Nedgången under mars–april blev mindre i Sverige än i övriga länder, medan försäljningen under sommaren var svagare än i övriga Norden men starkare än i Storbritannien och USA. Se figur 3.6.

► Figur 3.6. Försäljning i beklädnadshandel under pandemin i sex länder.



Källa: Se figur 3.4, 3.8–3.12. Beklädnad, det vill säga inklusive skor, för Danmark, Finland och Storbritannien, men enbart kläder för Norge och Sverige. Försäljning jämfört med index för 2015 för Danmark och Finland, markerat med "i". Försäljning jämfört med samma månad föregående år för övriga länder.

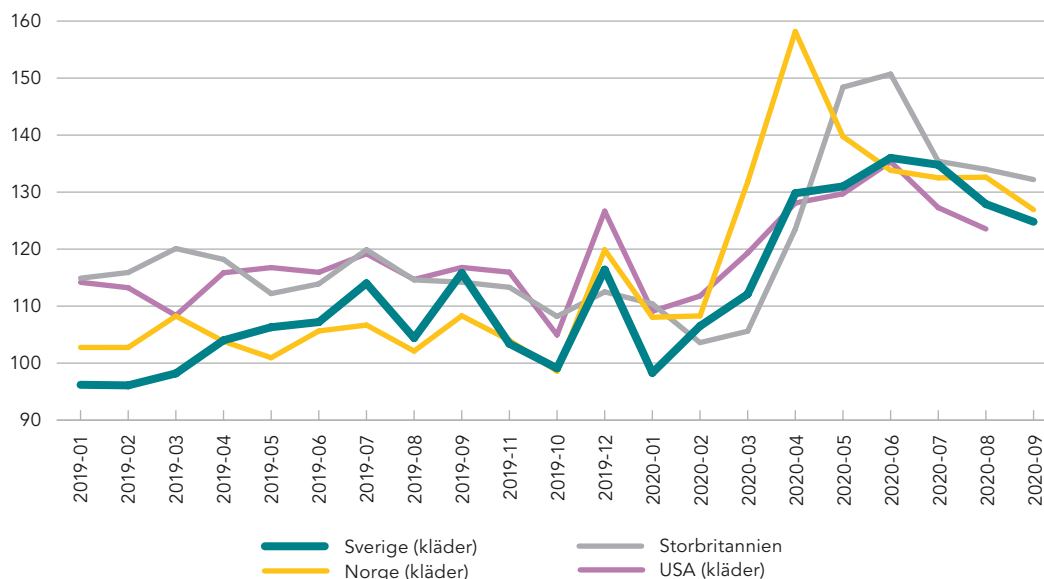
I flertalet länder har dagligvaruhandeln gynnats redan från pandemins utbrott. Här avviker Storbritannien genom en återgång till normala nivåer under sommaren. Som vi diskuterat ovan visar SCB:s siffror på en något lägre ökningstakt än normalt under sommaren, medan branschens egna siffror pekar på att dagligvaruhandeln i Sverige faktiskt ökat sin försäljning under pandemin.

För detaljhandeln som helhet har tillväxttakten återgått till normala nivåer i Sverige, Storbritannien och USA, medan tillväxten i Danmark och Norge var högre än normalt.

E-handeln har gynnats i samtliga länder; se figur 3.7. I Sverige accelererade ökningstakten med närmare 25 procentenheter enligt SCB-data och med knappt 20 procentenheter enligt PostNord/HUI. I Norge var ökningen av ökningstakten högre, drygt 30 procentenheter, mycket drivet av en extrem ökningstakt i april. I Storbritannien ökade tillväxttakten nästan lika mycket som i Sverige, med särskilt hög tillväxttakt i maj–juni. I USA var uppgången mer måttlig, cirka 13 procentenheter. Mot slutet av sommaren ser dock tillväxttalen ut att ha konvergerat mot en årstakt på 25–30 procent.

► I FLERTALET LÄNDER HAR DAGLIGVARU-HANDELN GYNNATS REDAN FRÅN PANDEMINS UTBROTT

► Figur 3.7. E-handel under pandemin i fyra länder.



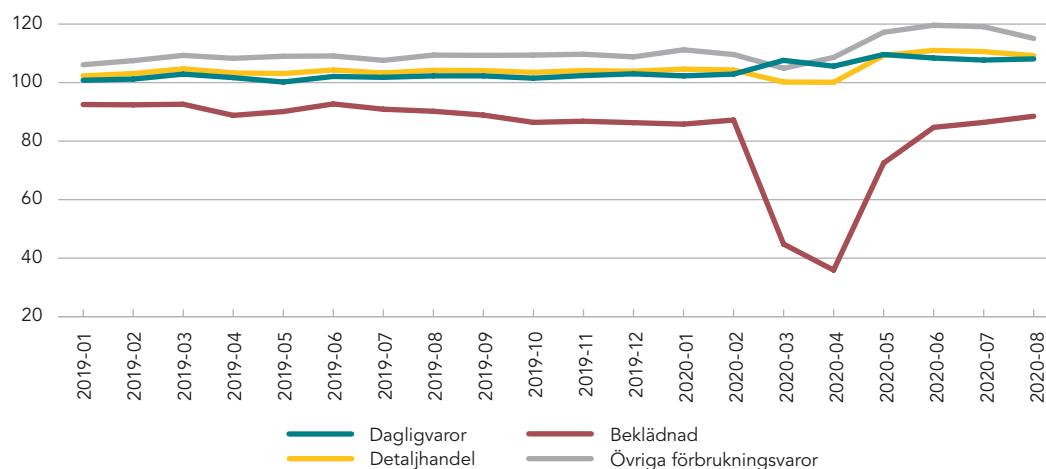
Källa: Se figur 3.5, 3.10–3.12. Förändring mot motsvarande månad föregående år.

Även i övrigt har utvecklingen varit likartad i de jämförda länderna, med stora ökningar för bygg- och trädgårdshandel redan från inledningen av pandemin och med hög försäljning av sportutrustning under sommaren.

► STORA ÖKNINGAR FÖR BYGG- OCH TRÄDGÅRDSHANDEL

I **Danmark** blev nedgången för detaljhandeln som helhet litet större än i Sverige under mars och april och beklädnadshandeln drabbades ännu hårdare än i Sverige, med en försäljningsminskning på cirka 60 procent under vårmånaderna. (Se figur 3.8.) Däremot blev den ökade försäljningen av dagligvaror tydligare än i Sverige redan tidigt under pandemin och till skillnad från i Sverige förefaller detaljhandeln som helhet ha gynnats. En annan skillnad är att beklädnadshandeln förefaller ha återgått till ett normalläge.

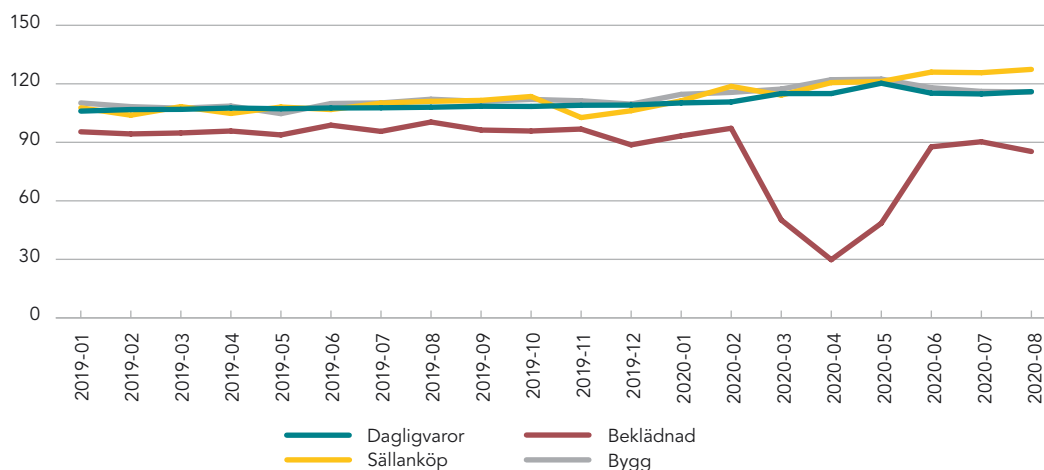
► Figur 3.8. Detaljhandelns omsättning i Danmark, löpande priser, säsongskorrigerat. Index 2015=100.



Källa: Danmarks Statistik (Statistics Denmark).

I **Finland** föll försäljningen av kläder och skor dramatiskt under perioden mars–maj, med 50–70 procent, för att därefter ha förbättrats påtagligt redan från juni. (Se figur 3.9 på nästa sida.) Däremot förefaller sällanköpshandeln som helhet, liksom dagligvaruhandeln, ha erfarit ökad försäljning redan från pandemins inledning, en ökning som sedan dess har bestått.

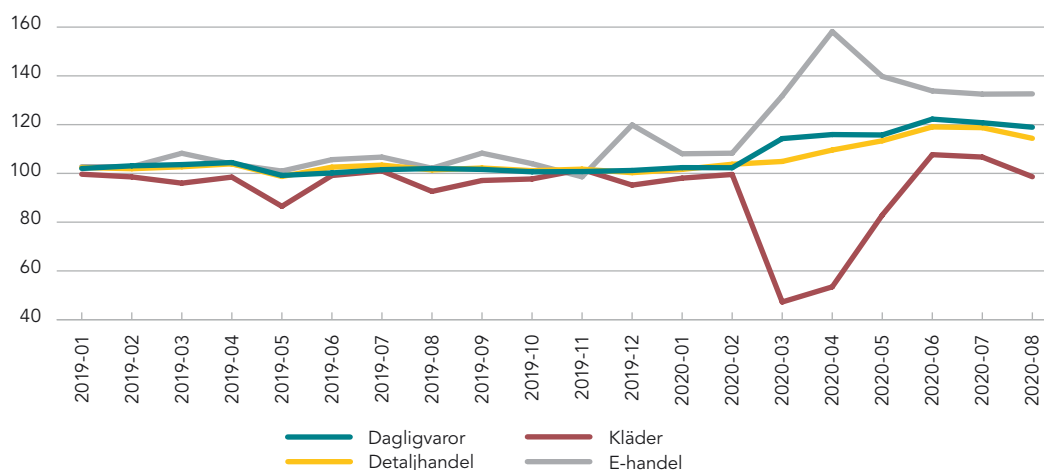
► Figur 3.9. Detaljhandelns omsättning i Finland, löpande priser, säsongskorrigerat. Index 2015=100.



Källa: Statistikcentralen (Statistics Finland).

I **Norge** (figur 3.10) minskade försäljningen av kläder med cirka 50 procent under mars–april, men blev under sommaren till och med något högre än normalt. E-handels tillväxttakt ökade med cirka 30 procentenheter till i genomsnitt 38 procent under perioden mars–augusti. Även den totala detaljhandeln förefaller ha gynnats av pandemin, med en genomsnittlig årlig ökningstakt för försäljningen på 15 procent under perioden april–augusti, utan att ha genomgått någon påtaglig nedgång i pandemins inledning. Såväl försäljningen av dagligvaror som sällanköpsvaror har ökat påtagligt under pandemin.

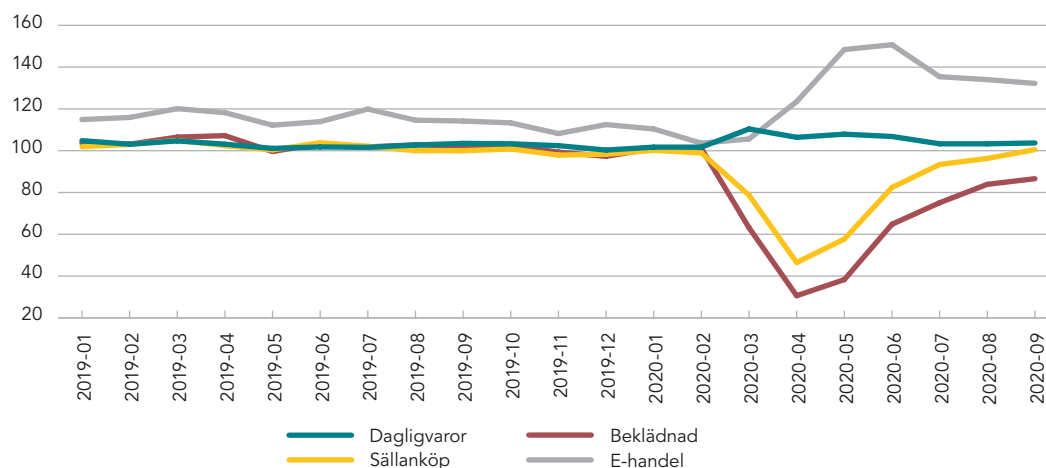
► Figur 3.10. Detaljhandelns omsättning i Norge, löpande priser, kalenderkorrigerat, förändring mot samma månad föregående år.



Källa: Statistisk Sentralbyrå (Statistics Norway).

I **Storbritannien** föll sällanköpshandelns omsättning dramatiskt under våren, som mest med drygt 50 procent under april, samtidigt som dagligvaruhandeln ökade. (Se figur 3.11.) Totalt sett är handeln tillbaka på motsvarande nivå som före pandemin i september. Emellertid hade beklädnadshandeln, som föll med som mest nästan två tredjedelar under våren, inte helt återhämtat sig. Tillväxten i e-handeln ökade från cirka 14 till 33 procent.

► Figur 3.11. Detaljhandelns omsättning i Storbritannien. Förändring mot motsvarande månad föregående år, löpande priser, säsongsjusterat.



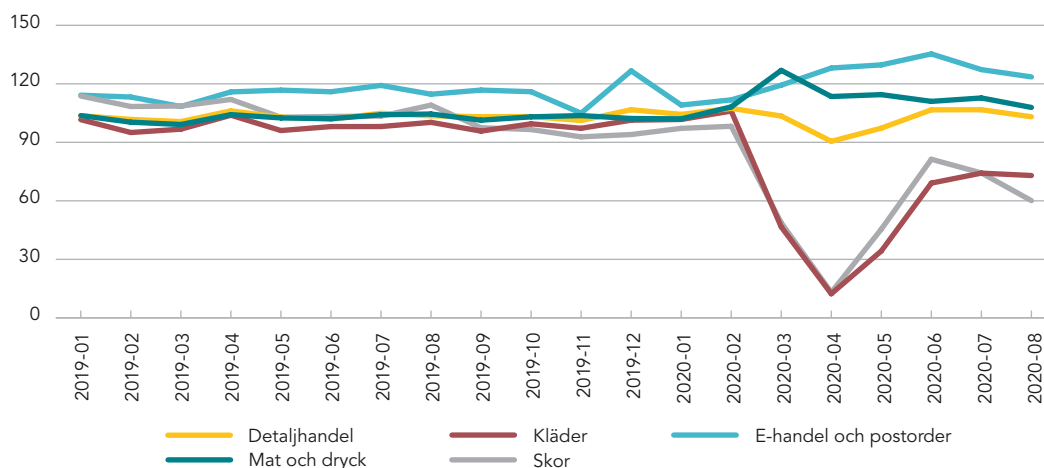
Källa: Office for National Statistics.

Detaljhandelns utveckling i **USA** framgår av figur 3.12 och figur 3.13. Försäljningen av mat och dryck ökade kraftigt, med 25 procentenheter mer än normalt under mars, för att därefter stabiliseras kring en årlig ökningstakt på cirka tio procent, vilket är en betydligt högre nivå än före pandemin. Detaljhandeln som helhet drabbades negativt framför allt i april, med en tioprocentig nedgång, för att under sommaren ligga på en något högre årlig tillväxttakt än före pandemin. E-handelns tillväxttakt ökade från cirka 15 procent före pandemin till 25–30 procent under pandemin.

Som framgår blev försäljningsnedgången för kläd- och skohandeln dramatisk, med som värst en minskning med mer än 80 procent och även under sommaren nästan 30 procent lägre än föregående sommar.

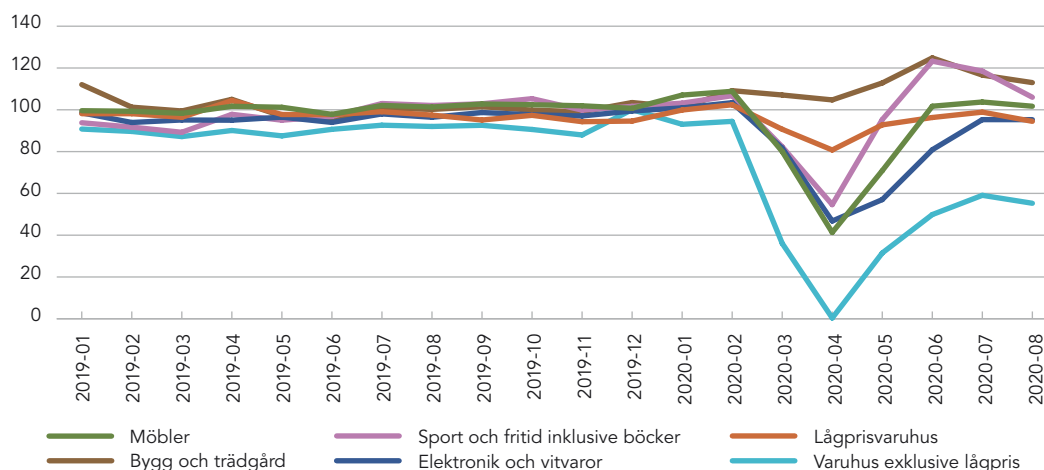
Varuhusförsäljningen, exklusive lågprisvaruhus, minskade ännu mer dramatiskt och upphörde nästan helt under april. Även flera andra sektorer drabbades initialt kraftigt negativt, men återgick under sommaren till relativt normala nivåer. Liksom i Sverige gynnades bygg- och trädgårdshandeln nästan omedelbart.

► Figur 3.12. Månadsvis försäljning inom detaljhandeln i USA, totalt och olika sektorer, jämfört med samma månad föregående år.



Källa: United States Census Bureau, Monthly retail statistics.

► Figur 3.13. Månadsvis försäljning inom detaljhandeln i USA, olika sektorer, jämfört med samma månad föregående år.



Källa: United States Census Bureau, Monthly retail statistics.

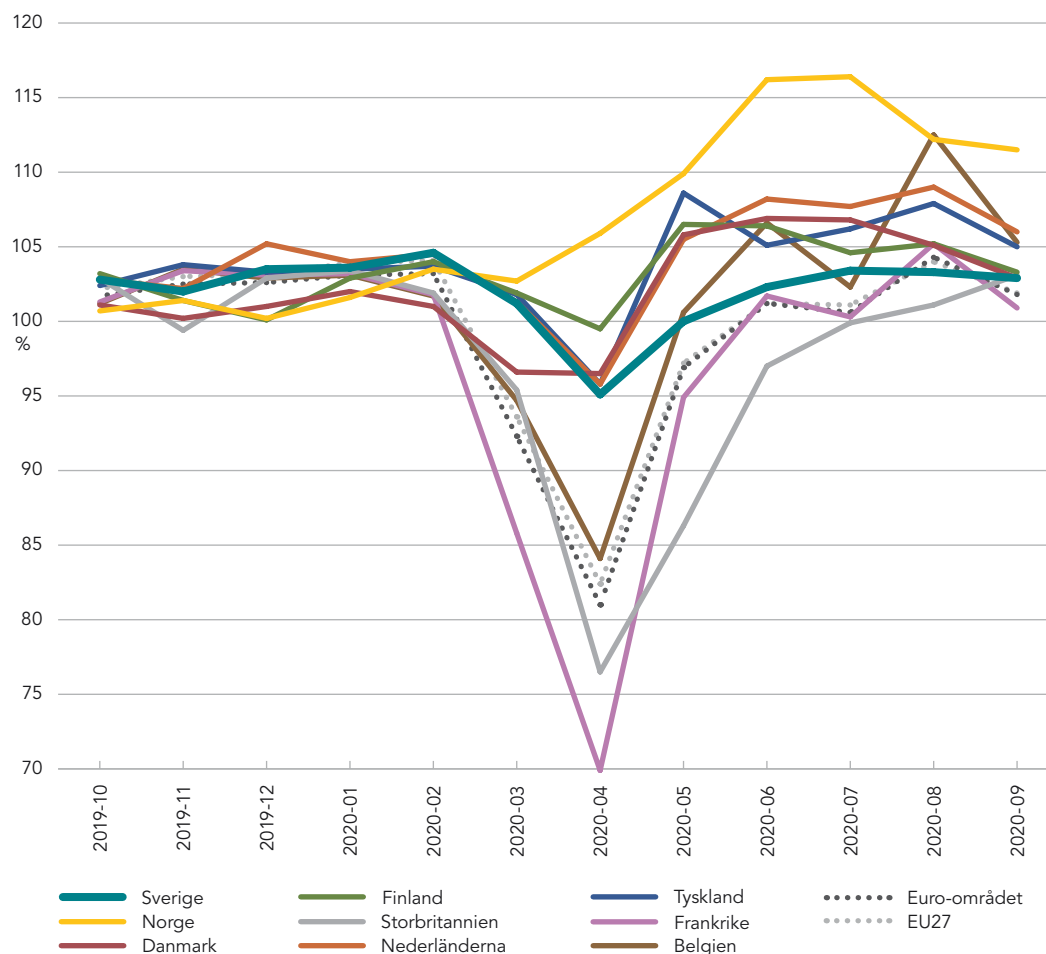
Att statistiken vi redovisat ovan är definierad på lite olika sätt i de olika länderna försvårar jämförelsen. Därför redovisar vi i figur 3.14 även detaljhandelns försäljningsutveckling totalt, enligt Eurostat, för ett något större antal länder samt för euroområdet och för EU27.

Det framgår att Sverige särskilt under våren men även därefter haft en mer gynnsam utveckling än den i Frankrike och Storbritannien, liksom jämfört med medeltalet för

euroområdet och EU27. Däremot har utvecklingen under hela eller så gott som hela perioden varit bättre än den svenska i de tre närliggande nordiska länderna, samt i Tyskland och Nederländerna. Detaljhandelns försäljning i Belgien minskade betydligt mer än i Sverige under våren, med som mest en nedgång med drygt 15 procent i april, mot cirka fem procent för Sverige, men har sedan sommaren legat på en högre nivå.

Frankrike och i synnerhet Storbritannien upplevde som framgår kraftiga fall, med cirka 25 respektive 30 procent i april. Under sommaren nådde dock Storbritanniens detaljhandel upp till en försäljningsutveckling liknande den svenska, medan den i Frankrike i relativa termer kommit ikapp den svenska detaljhandeln i september, liksom något tidigare medeltalet för såväl euroområdet som EU27.

► Figur 3.14. Detaljhandelsförsäljning i europeiska länder. Förändring mot samma månad föregående år.



Källa: Eurostat, Retail trade turnover.

Sammanfattning och slutsatser

Genomgången ovan visar att handeln i Sverige klarat sig väl i ett europeiskt perspektiv, men ändå sämre än i de närliggande länderna Danmark, Finland, Norge, Nederländerna och Tyskland. De länder som genomförde drastiska nedstängningar, ”lockdowns”, har dock upplevt dramatiska nedgångar för detaljhandeln.

► “LOCKDOWNS” HAR MEDFÖRT DRAMATISKA NEDGÅNGAR FÖR DETALJHANDELN

Figur 3.15 är ett försök att sammanfatta de empiriska observationer vi redogjort för i detta och föregående kapitel, liksom något av det som vi beskriver i kapitel 5, respektive lands stöd-åtgärder. För att öka antalet observationer inkluderar figuren ytterligare fyra länder som vi i övrigt inte alls eller sällan nämner, nämligen Italien, Schweiz, Spanien och Österrike.

► Figur 3.15. Smittspridning, restriktioner, offentliga stöd och handelns utveckling i 13 länder.

Land	Smittspridning	Restriktioner	Restriktioner	Stöd	Retail april	Retail augusti
Belgien	● Mycket hög	● Hårda	3	● Mycket höga	● -16	● 12
Spanien	● Mycket hög	● Hårda	3,5	● Mycket höga	● -32	● -4
Storbritannien	● Mycket hög	● Hårda	3,5	● Mycket höga	● -24	● 1
Italien	● Mycket hög	● Hårda	3	● Mycket höga	● -32	● 0
Frankrike	● Hög	● Hårda	3	● Mycket höga	● -30	● 5
Sverige	● Hög	● Små	0,5	● Måttliga	● -5	● 3
Nederländerna	● Hög	● Måttliga	2	● Måttliga	● -4	● 9
Schweiz	● Måttlig	iu	iu	iu	● -2	● 3
Österrike	● Måttlig	● Hårda	3,5	iu	● -16	● 5
Tyskland	● Måttlig	● Måttliga	2,5	● Mycket höga	● -4	● 8
Danmark	● Måttlig	● Måttliga	2	● Måttliga	● -3,5	● 5
Finland	● Låg	● Måttliga	1,5	iu	● -0,5	● 5
Norge	● Låg	● Måttliga	1,5	iu	● 6	● 12

iu = ingen uppgift.

Källor: ECDC, Eurostat samt för stöd enligt figur 5.1. I figuren har 0–100 dödsfall per miljon invånare räknats som ”låg”, 100–400 som ”måttlig”, 400–700 som ”hög” och fler än 700 som ”mycket hög”. Restriktioner har värderats med ett poängsystem där var och en av följande åtgärder ger en poäng: i) stängda förskolor och skolor, ii) utgångsförbud eller -begränsningar, iii) stängning av offentliga platser medan följande åtgärder ger en halv poäng: iv) rekommendation att stanna hemma, v) partiell stängning av offentliga platser, vi) partiella utgångsförbud eller -begränsningar. Vi har använt ECDC:s klassificeringar och inte tagit hänsyn till hur länge restriktionerna var i kraft. 0,5–1 poäng räknas som ”små” restriktioner, 1,5–2,5 som ”måttliga” och 3 eller mer som ”hårda”.

En slutsats är att skillnaden i försäljningsutveckling inte är dramatisk vid en jämförelse mellan länder som infört små restriktioner i samhället, som Sverige, och länder som använt kraftfullare men ändå relativt måttliga restriktioner, som de nordiska grannländerna,

Nederländerna och Tyskland. Troligen har detta att göra med beteendeförändringar som beror direkt på den rapporterade smittspridningen och inte bara följer av de restriktioner som beslutats av myndigheter och politiker.¹¹

Vissa länder har beslutat om mycket stora stödåtgärder, vilket beskrivs i det följande (se kapitel 5). Det finns en tendens till kraftig expansion av handeln mot slutet av sommaren i denna grupp av länder.

I alla länder vi studerat drabbades kläd- och skohandeln hårt under våren, såväl i de länder som hittills klarat pandemin väl som i de som fick omfattande smittspridning. Dock tycks återhämtningen ha gått bäst i de nordiska grannländerna, med relativt låg smittspridning i våras. I Sverige och i många andra länder har även cityhandeln drabbats hårt.

► E-HANDELN HAR GENOMGÅENDE GYNNATS KRAFTIGT

E-handeln har genomgående gynnats kraftigt.

Utvecklingen i Sverige sticker inte ut på något sätt, utan framstår som typisk för länder i nordvästra Europa. Såväl i SCB-statistik som i några bolags kvartalsrapporter finns tecken på att den mycket snabba tillväxten under våren avtagit och under hösten börjar närma sig mer normala nivåer i flera branscher. Dock framstår det som sannolikt att e-handel med dagligvaror kommer att fortsätta att växa starkt under hösten och kanske kommer den ökade smittspridningen sedan oktober åter att sätta fart på e-handeln. Vi återkommer i nästa kapitel till en analys av hur e-handeln kan tänkas utvecklas på längre sikt, efter pandemin.

¹¹ IMF 2020 kommer till liknande slutsatser, se kapitel 2.

4. Handelns struktur före och efter pandemin

I detta kapitel ges inledningsvis en överblick över handeln vid covid-19 pandemins start i början av 2020. Läget i branschen vid krisens inträde hjälper oss att förstå handelns reaktioner och motståndskraft i krisen samt hur den pågående strukturförändringen inom handeln påverkat denna.

Inledningsvis diskuteras handelns roll i samhället följt av handelsföretagens ekonomiska ställning. Vi avslutar med en kort beskrivning av den pågående strukturomvandlingen och hur handeln påverkats i krisens första våg. Avsnittet baseras på rådets tidigare rapporter, intervjuer, forskningsrapporter samt offentlig statistik¹² kring branschens utveckling under 2000-talet.

Handelns roll i samhället

2018 uppgick den totala omsättningen i handeln till drygt 2 800 miljarder kronor. Det är nästan en tredjedel av den totala omsättningen i svenskt näringsliv, vilket gör handeln till den omsättningsmässigt största branschen i Sverige. Omsättningen i detaljhandeln (exklusive Systembolaget) uppgick 2019 till 775 miljarder kronor, varav sällanköpshandeln stod för ungefär 60 procent.

Handeln spelar en avgörande roll vad gäller att säkerställa tillgången till produkter och tjänster i dagens samhälle. Exempelvis har tillgång till dagligvaror, drivmedel och apotek i glesbygd identifierats vara av stor betydelse för att skapa miljöer där det är attraktivt att bo och arbeta samt starta och driva företag. Ett annat exempel som belyser handelns roll i samhället är de mångåriga diskussionerna om

► HANDELN ÄR DEN
OMSÄTTNINGS-
MÄSSIGT STÖRSTA
BRANSCHEN I SVERIGE

¹² Handeln omfattar både detaljhandeln som säljer till privatpersoner och partihandeln som säljer till företag. Statistik för handeln samlas i tre olika branscher: handel med motorfordon (SNI 45: Handel; reparation av motorfordon och motorcyklar), partihandeln (SNI 46: Parti- och provisionshandel utom med motorfordon) och detaljhandeln (SNI 47: Detaljhandel utom med motorfordon och motorcyklar). Detaljhandeln delas vidare in i dagligvaruhandeln och sällanköpshandeln. I detta avsnitt betecknas alla tre delbranscher (SNI 45–47) gemensamt som "handeln".

stadskärnors utveckling när handeln flyttat ut från våra städer. På senare tid har även handeln lyfts fram som en viktig samhällsaktör som kan bidra till att skapa trygghet i särskilt utsatta områden. Handelns betydelse för samhället blev även tydlig under pandemins första våg, då medborgare i många västländer för kanske första gången i sina liv möttes av tomma hyllor i livsmedelsbutiker.

Ett sätt att belysa handelns roll i samhället är att se till branschens förädlingsvärde. 2019 var handelns bidrag till bruttonationalprodukten (BNP) nästan 470 miljarder kronor, vilket motsvarar drygt 13 procent av det svenska näringslivets totala bidrag till BNP. Det innebär att handeln är den tredje största branschen i Sverige efter tillverkningsindustri och offentlig sektor vad gäller förädlingsvärde.

Ett annat sätt att förstå handelns betydelse i samhället är dess roll som arbetsgivare. Handeln sysselsatte cirka 580 000 personer 2019, vilket motsvarar 16 procent av alla anställda i näringslivet. Antalet anställda är i paritet med tillverkningsindustrin. Enligt Svensk Handels beräkningar är 12 procent av alla förvärvsarbetande i Sverige anställda inom handeln. Bland unga förvärvsarbetare (16–24 år) är andelen 21 procent. Noterbart är också att handeln är spridd över hela landet och placerar sig bland de fyra största arbetsgivarna i 173 av Sveriges 290 kommuner.

Ett tredje sätt att belysa handelns roll i samhället är att se till dess betydelse i människors vardag. Av hushållens totala konsumtion hamnar drygt var tredje krona i detaljhandeln. Handelns roll kan också betraktas med utgångspunkt i dess direkta bidrag till statskassan. Enligt Svensk Handels beräkningar genererade branschen 2017 skatteintäkter på totalt 287 miljarder kronor till stat, regioner (då landsting) och kommuner i form av inkomstskatter, sociala avgifter och moms. Detta motsvarar ungefär 13 procent av den offentliga sektorns totala inkomster det året.

Handelns struktur och lönsamhet

Det fanns drygt 125 000 företag i handeln 2019, vilket motsvarar cirka 11 procent av det totala antalet företag i Sverige. Generellt är de flesta handelsföretagen små och runt 60 procent av företagen är enmansföretag utan anställda. Sett till antal företag är handeln den tredje största branschen i svenskt näringsliv.

Tabell 4.1 visar handelns sammansättning vad gäller företagsstorlek och förädlingsvärde. Noterbart är att antalet stora företag i handeln är mycket litet samtidigt som dessa företag står för en tredjedel av branschens värdeskapande. Denna andel är emellertid mindre än

för svenskt näringsliv som helhet. I handeln står de små och medelstora företagen för nästan hälften av förädlingsvärdet, vilket är betydligt mer än i övrigt näringsliv.

► Tabell 4.1. Handelns förädlingsvärde i förhållande till företagens storlek, 2018.

	Andel av företagen i handeln	Andel av handelns förädlingsvärde	Andel förädlingsvärde i näringslivet totalt
0–9 anställda	94	21	24
10–49 anställda	5	24	18
50–249 anställda	1	22	19
250+ anställda	<1*	33	39

* Till följd av olika kategorisering av företag i databasen avser denna andel med 200+ anställda. De faktiska andelarna är 1 procent för 50–199 anställda och 0,2 procent för 200+ anställda.

Källa: SCB, värdena anges i procent av totala antalet företag.

Handelns utveckling diskuteras ofta med fokus på försäljningsutveckling eller rörelse-resultat. Rörelseresultatet måste emellertid sättas i relation till de investeringar som gjorts i verksamheten. Nedan diskuteras därför handelns lönsamhet med utgångspunkt i avkastning på totalt kapital samt finansiell ställning i termer av soliditet och likviditet.

Noteras bör att handeln består av många olika typer av företag, sett till både storlek och verksamhet. Vår beskrivning fokuserar på övergripande mönster i detalj- och partihandeln, utan att gå in på specifika företag och delbranscher. Diskussionen förs med utgångspunkt i medianvärdet för branscherna, men det är viktigt att hålla i åtanke att spridningen kring detta värde ofta är stor.

Lönsamhet

Det finns många mått på företags lönsamhet. Vi intresserar oss för förutsättningarna för att bedriva lönsam handelsverksamhet oavsett typ av finansiering (skulder eller eget kapital), varför lönsamhet undersöks i termer av avkastning på totalt kapital. Detta mått ger en bild av själva rörelsens effektivitet (se exempelvis Hernant, 2016; Hernant och Boström, 2010; Levy med flera, 2018 för en fördjupad diskussion). Avkastning på totalt kapital anges i procent och erhålls i SCB:s databas genom att rörelseresultatet och finansiella intäkter¹³ delas med företagets totala tillgångar. Måttet tar således hänsyn både till företagets ekonomiska resultat och de investeringar som krävs, utan att göra skillnad på balansen mellan eget kapital och skulder.

¹³ Då rörelseresultatet beräknas efter finansiella poster är detta mått inte helt rensat från finansieringspåverkan, men det får anses vara det bäst lämpade måttet givet hur tillgängliga data ser ut.

Tjänstenäringen har under en längre period haft högre avkastning på kapital än tillverkningsindustrin, men sedan 2015 har den fallit och sedan 2017 är den lägre än för industrin. Tjänsteföretagens avkastning var 2018 cirka sju procent, vilket var drygt en halv procentenhet lägre än 2017. Handelsföretagen följer i viss mån utvecklingen för tjänstesektorn i stort och 2019 var medianvärdet för avkastning på totalt kapital 7,5 procent i partihandeln och sex procent i detaljhandeln. Detaljhandeln utmärker sig således med lägre avkastning på totalt kapital än övriga delar av handeln, men också jämfört med tjänstesektorn totalt. Noterbart är att i detaljhandeln har företag med färre än 200 anställda generellt högre avkastning på totalt kapital än de största företagen.

► HANDELN ERBJUDER EN KOMBINATION AV SORTIMENT, PRISER, ÖPPETTIDER OCH SERVICE

Ett kännetecken för handelns företag är att de fokuserar på att sälja snarare än att tillverka produkter. Handelns erbjudanden består därför av mer än bara produkter och byggs upp av en kombination av sortiment, priser, öppettider och service (se exempelvis Hernant, 2016). Precis som för tjänstesektorn i övrigt kan dessa erbjudanden karaktäriseras som förgängliga (eng. *perishable*), vilket innebär erbjudandet den ena dagen inte kan ”sparas” till nästa dag.

Varukostnader utgör den dominerande kostnadsposten för de flesta företagen. Utöver denna är personalkostnader och lokalhyra de största kostnadsposterna, särskilt för företag som bedriver försäljning via fysiska butiker. Varukostnaden varierar med försäljningen, varför den kan sägas vara rörlig, medan personal- och hyreskostnader på kort sikt kan betraktas som fasta.

Med tanke på varukostnadens betydelse bör både rörelseresultat och omsättningshastighet beaktas när man undersöker lönsamhet i handeln. I handelsforskningen lyfts DuPont-modellen fram som ett viktigt analysverktyg då det tydliggör hur avkastning på totalt kapital kan genereras på två sätt: dels genom vinstmarginal och dels genom omsättningshastighet:

$$\text{Total avkastning på tillgångar} = \text{Rörelsemarginal (\%)} * \text{Tillgångarnas omsättningshastighet (ggr)}$$

Rörelsemarginalen beräknas som rörelseresultatet delat med omsättningen och anges i procent, medan omsättningshastigheten beräknas som omsättningen delat med tillgångar och anges med måttet gånger/tidsenhet. Vid analys av enskilda företag kan nedbrytningar göras både vad gäller marginal (brutto/netto) och omsättningshastighet (varulager/anläggnings-tillgångar), men i detta sammanhang fokuserar vi på en övergripande jämförelse.

► Tabell 4.2. Lönsamhet för företag i handeln 2019 (medianvärde).

	Partihandeln	Detaljhandeln
Avkastning på totalt kapital	7,4	5,9
Bruttovinstmarginal	43	44
Rörelsemarginal	3,8	2,3
Omsättningshastighet	1,7	2,3

Källa. SCB. Värdena anges i procent, förutom för omsättningshastighet då måttet är gånger.

Tabell 4.2 visar nyckeltal för lönsamhet i handeln. Noterbart är att spridningen vad gäller dessa nyckeltal är stor. Exempelvis är rörelsemarginalen i partihandeln negativ vid den undre kvartilen (–1,1 procent) och närmare 12 procent vid den övre kvartilen. Även omsättningshastighet har stor spridning och är drygt tre gånger högre vid den övre kvartilen jämfört med en undre (undre kvartil: 1,2 / övre kvartil: 3,9). Liknande mönster återfinns i detaljhandeln (rörelsemarginal: undre kvartil: –2,3 / övre kvartil: 7,8; omsättningshastighet: undre kvartil: 0,8 / övre kvartil: 2,9).

Handelsverksamheter har ofta en hög bruttomarginal men förhållandevis låg rörelsemarginal. Avkastningen på totalt kapital i handeln är i stor utsträckning beroende av omsättningshastigheten, något som gör handeln extra känslig för försäljningsbortfall. För många företag är varukostnaden dessutom de facto halvfast, då investeringar i exempelvis kläder görs på säsongsbasis vilket gör det svårt att vid ett senare tillfälle få avsättning för redan inköpta varor.

Noteras bör också att många företag i handeln på senare år investerat i att bredda sitt erbjudande på olika sätt, exempelvis genom egna varumärken och ett ökat tjänsteinnehåll. Många nya aktörer i branschen har också andra affärsmodeller än den traditionella, exempelvis genom att de tjänar pengar på att förmedla transaktioner snarare än att sälja varor¹⁴. Branschen sitter också på mycket information om sina kunder och arbetar alltmer datadrivet i sitt beslutsfattande.

► **HANDELSVERKSAMHETER
HAR OFTA EN HÖG
BRUTTOMARGINAL MEN
FÖRHÅLLANDEVIS LÅG
RÖRELSEMARGINAL**

¹⁴ Exempelvis utgör tredjepartsförsäljning omkring 60 procent av Amazons totala detaljhandelsomsättning.

Finansiell ställning

För att förstå företagens finansiella ställning utgår vi från soliditet och kassalikviditet. Soliditeten är ett mått på den finansiella styrkan och betalningsförmågan på lång sikt och definieras som det egna kapitalets andel av det totala kapitalet. Nyckeltalet beräknas genom att ta justerat eget kapital i procent av totalt kapital. Kassalikviditet är ett mått på betalningsförmåga på kort sikt. Kassalikviditeten får man genom att dividera omsättningstillgångar (exklusive lager) med kortfristiga skulder.

Soliditeten är generellt något lägre i tjänsteföretag än i industriföretag. Under perioden 2000 till 2018 ökade de tjänsteproducerande företagen sin soliditet med 7,2 procentenheter. Mellan 2017 och 2018 minskade soliditeten inom tjänstesektorn med 0,9 procentenheter till 40,3 procent. Inom handeln har parthandeln högre soliditet (46 procent) än detaljhandeln (39 procent).

Historiskt har likviditeten varierat mer än soliditeten. Tjänsteföretagen hade en uppgång i sin kassalikviditet 2007, då den låg på en högre nivå än för de varuproducerande företagen. Tjänsteföretagens likviditet nådde 2014 den högsta nivån sedan 2000 med 113 procent. Dock har den sedan dess sjunkit till 109 procent år 2018. Tjänsteföretagen har sedan 2014 haft en bättre kassalikviditet än de varuproducerande företagen. Som framgår av tabell 4.3 är likviditeten i parthandeln högre än i detaljhandeln. Detaljhandeln ligger generellt något lägre än tjänsteproducerande företagen vad gäller likviditet.

► Tabell 4.3. Finansiell ställning företag i handeln 2019 (medianvärde).

	Parthandeln	Detaljhandeln
Soliditet	46	39
Likviditet	154	106

Källa. SCB. Värdena anges i procent.

Handelns utvecklingstrender

Handeln befann sig redan innan pandemin i en genomgripande strukturomvandling. Även om förändringarna ofta förklaras med utgångspunkt i den digitala transformation sedan internets framväxt på 1990-talet, är utvecklingen en del av en längre utveckling där handelsplatser gått från att vara mycket lokala till att bli allt mer centraliserade och storskaliga.

En mycket förenklad bild av utvecklingen är att handeln i ett första steg flyttades från den lilla lokala handlaren till större butiker för att sedan flytta till externa handelsplatser och nu i ökande grad mot e-handel. En bidragande kraft bakom denna strukturförändring

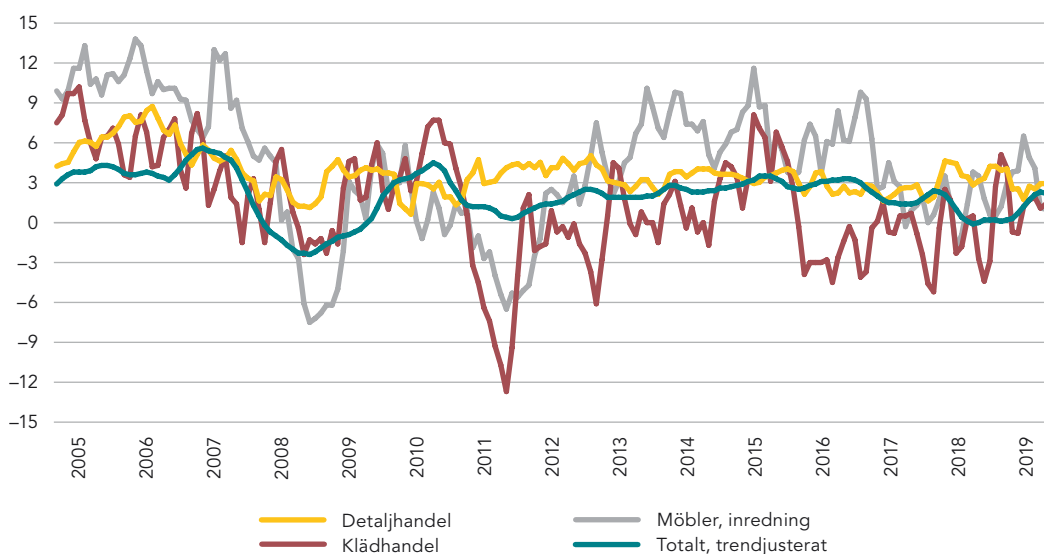
är skalfördelar i driften av handelsverksamhet. Högre volymer skapar förutsättningar att köpa in varor till ett lägre pris (vilket ger högre rörelsemarginaler), samtidigt som investeringarna kan användas mer effektivt (vilket ger högre omsättningshastighet). Handels ekonomiska råd har i sina tidigare rapporter belyst handelns strukturförändringar ur ett historiskt perspektiv (2017) samt med fokus på internationell konkurrens (2018) och de utmaningar som uppstår vad gäller samhällsplanering och hållbarhet i samspelet mellan fysisk och digital handel (2019).

Konsumtion och efterfrågan

Efterfrågan i handeln följer normalt den ekonomiska utvecklingen i samhället. Förenklat kan man säga att när ekonomin går bra går handeln bra. Sambandet är dock inte entydigt utan gäller inom detaljhandeln främst för sällanköp medan dagligvaruhandeln är mindre konjunkturkänslig. Partihandeln i sin tur består av både mer och mindre konjunkturkänsliga delar.

Under 2000-talet har hushållens disponibla inkomster ökat vilket har varit positivt för handeln. Som framgår av figur 4.1 har hushållens konsumtion de senaste 15 åren utvecklats positivt, med undantag för perioden efter den stora finanskrisen 2007–2008. År 2019 var detaljhandelns andel av den totala konsumtionen 35 procent, vilket var en ökning från föregående år.

► Figur 4.1. Utveckling hushållens konsumtionsutgifter 2005–2019.



Källa: Ekonomifakta: SCB via Macrobond.

Förändringar i konsumtion tenderar att gå långsamt och kan vara svåra att urskilja från ett år till ett annat. Över en längre tidsperiod är det dock möjligt att se mönster.

En trend är att hushållen lägger en mindre andel av sin inkomst på livsmedelsköp idag än vad de gjorde på tidigt 1990-talet, då andelen uppgick till cirka 14 procent. Det beror bland annat på att livsmedelspriserna har minskat, framför allt genom utökad livsmedelsimport. Efter att ha varit nere under 12 procent 2005 till 2007 har andelen dock ökat svagt och 2019 var den 12,5 procent. En annan förklaring för livsmedelsköpens mindre andelar är att konsumenters utgifter i servicenäringen (restaurang och café) har ökat från cirka 4,6 procent på 1990-talet till 5,3 procent år 2000 och 6,8 procent 2019.

► FÖRÄNDRINGAR I KONSUMTION TENDERAR ATT GÅ LÅNGSAMT

En annan förändring är att en allt större del av konsumtionen digitaliseras. Det innebär att andelen konsumtion i handeln som sker via e-handeln ökar, men också att konsumtionen utvecklas mot fler digitala tjänster och därmed försvinner från handeln. Ett exempel på det sistnämnda är musik och böcker som tidigare konsumerades genom köp av fysiska varor i handeln, men idag i allt större utsträckning konsumeras genom digitala abonnemang. Noterbart är också att konsumenternas utgifter för kläder och skor legat oförändrade under perioden. Sannolikt är detta delvis en följd av prispress och internationell konkurrens.

Entreprenörskap och sysselsättning

Ungefär vart sjunde nystartat företag i Sverige bedriver handelsverksamhet. De senaste tio åren har antalet företag i svensk handel som helhet ökat något (+4 procent). Störst har tillväxten varit inom motorhandeln (+20 procent). Exkluderas enmansföretag, vilka ökat med fem procent blir dock mönstret ett annat och antalet företag i partihandeln har varit konstant, medan antalet detaljhandelsföretag har minskat.

► Tabell 4.4. Förändring antal företag i handeln, 2009–2019.

	Handeln	Förändring 10 år	
		Partihandeln	Detaljhandeln
0 anställda	+4	0	+5
1–9 anställda	+4	+2	–5
10–49 anställda	–4	–6	–3
50–199 anställda	+22	+18	+36
200+ anställda	+27	+21	+22
Totalt exklusive enmansföretag	+4	+1	–4

Källa. SCB, värdena anges i procent beräknat med utgångspunkt i antalet företag år 2019 vs. 2009.

Tabell 4.4 visar tillväxten i antalet företag de senaste tio åren. Noterbart är att det främst är de medelstora och stora företagen som blivit fler. Det gäller för både partihandel och detaljhandel. I partihandeln har de medelstora och stora företagen blivit fler, medan antalet småföretag minskat och antalet enmansföretag är oförändrat. Sammantaget visar detta att partihandeln både växt och konsoliderats under perioden. Bland detaljhandelsföretagen har de medelstora och stora företagen blivit fler medan småföretagen minskat i antal. Bortser vi från det ökade enmansföretagandet har antalet företag i detaljhandeln minskat med fyra procent. Sammantaget visar detta att detaljhandeln inte växt under perioden utan snarare konsoliderats. Utvecklingen speglar hur skalfördelar fortsatt ökar i betydelse för handeln men visar också på entreprenörskapet i branschen.

Parallellt med branschens konsolidering har det totala antalet anställda i handeln ökat de senaste tio åren. Från 2009 till 2018 ökade antalet medarbetare i partihandeln med cirka nio procent och i detaljhandeln med 16 procent. I handeln finns många visstids- och deltidanställda. Enligt Handelsanställdas förbund har andelen visstidsanställningar i detaljhandeln ökat sedan 1990-talet och ligger i år på 27 procent. Även andelen deltidanställda har ökat och 64 procent av de fast anställda arbetar färre än 35 timmar. Det är också vanligt att anställda med lågt antal timmar i sina avtal (1–19 timmar) jobbar fler timmar än vad kontraktet avtalat. I partihandeln förekommer inte visstider och deltider i lika stor utsträckning. Här är det dock vanligt att en del av den permanenta arbetskraften är inhyrd från bemanningsföretag.

Butiker och digitalisering

Antalet butiker i Sverige uppgick 2019 till drygt 32 000, vilket motsvarar cirka 32 butiker per 10 000 invånare. Det är en minskning med knappt 1 000 butiker sedan 2018. Samtidigt som antalet butiker minskat har koncentrationen till kedjor ökat. Som framgår av tabell 4.5 är mer än hälften av alla butiker anslutna till en kedja. Försäljningen i kedjeanslutna butiker utgör hela 85 procent av den totala försäljningen i fysisk butik.

► SAMTIDIGT SOM
ANTALET BUTIKER
MINSKAT HAR
KONCENTRATIONEN
TILL KEDJOR ÖKAT

Kedjekoncentrationen är ungefär lika stor i dagligvaruhandeln som i sällanköpshandeln sett till andel butiker (cirka 60 procent), men sett till omsättning är koncentrationen högre i dagligvaruhandeln (90 procent) än i sällanköpshandeln (80 procent). En trend på senare år är också att ett flertal e-handlare öppnat fysiska butiker ("show rooms"). Dessa nya butiker är dock få till antalet och påverkar inte de övergripande mönstren.

► Tabell 4.5. Förändringar i antalet butiker senaste tre åren.

	2017	2018	2019
Antal butiker	34 297	33 276	32 351
Antal kedjor	845	852	837
Antal kedjeanslutna butiker	19 866	20 198	19 826
Andel av butiksbeståndet som är kedjeanslutet	58%	61%	61%
Andel av omsättningen hänförlig till kedjor	85%	86%	85%
Snittantalet butiker i en kedja	24	24	24
Medianantalet butiker i en kedja	4	4	4

Källa: HUI Research/SCB 2020.

En viktig del i handelns strukturomvandling är förflyttningen från fysiska butiker till digitala kanaler. E-barometern uppskattar försäljningen i e-handeln till 87 miljarder kronor 2019, vilket motsvarar ungefär tio procent av den totala omsättningen i detaljhandeln. Det innebär en tillväxt på 13 procent från 2018. Tillväxten var lägre än förväntat, vilket förklaras med ökad tillväxt i den fysiska sällanköpshandeln.

► EN VIKTIG DEL I HANDELNS STRUKTUR- OMVANDLING ÄR FÖRFLYTTNINGEN FRÅN FYSISKA BUTIKER TILL DIGITALA KANALER

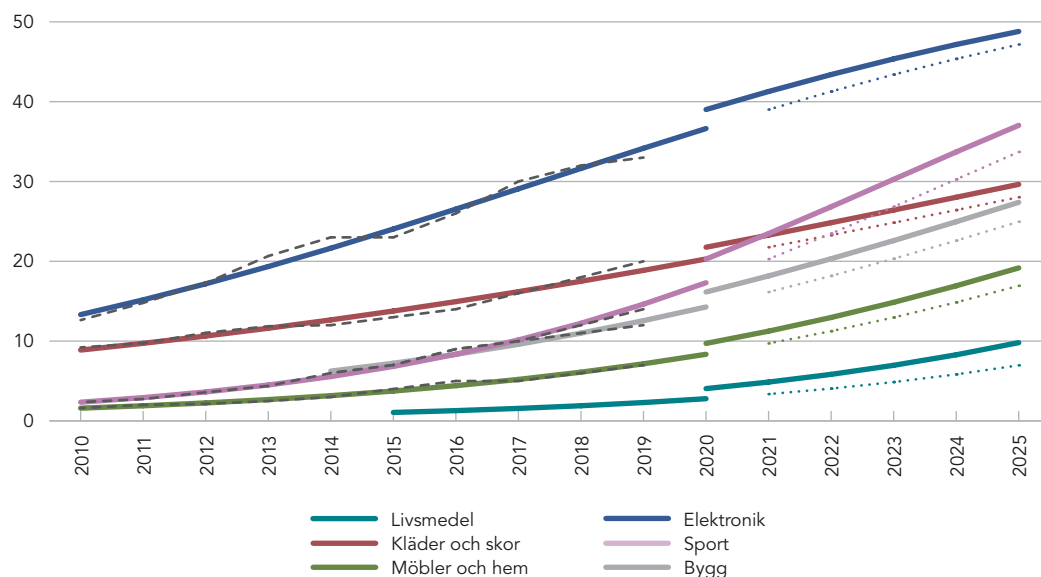
Spridningen mellan branscher är stor när det kommer till hur utvecklad e-handeln är. Enligt e-barometern uppgick exempelvis e-handeln 2019 till två procent av den totala omsättningen inom dagligvaruhandeln men 33 procent i elektronik och hela 59 procent av handel med böcker och medier. Tillväxttakten inom e-handeln var snabbast för apotek (+36 procent) och dagligvaror (+22 procent).

I tidigare rapporter har Handelns ekonomiska råd skattat logistiska tillväxtmodeller för e-handels andel av total handel. Motsvarande modellskattning baserad på data fram till 2019 återfinns nedan. Som vi har beskrivit i föregående avsnitt har pandemin accelererat övergången till e-handel, inte minst inom dagligvaruhandeln där nivån under andra och tredje kvartalet låg ungefär på dubbla nivån mot samma period föregående år.

Vi har modellerat detta som att sällanköpshandeln redan i år når den nivå som skulle ha nåtts 2021, medan e-handelsandelen för dagligvaruhandeln antas motsvara den nivå som skulle ha nåtts först 2022, om inte världen och Sverige drabbats av en pandemi. Om scenariot stämmer skulle det betyda att e-handelsandelen för dagligvaruhandel når tio procent 2025 istället för 2027. En annan noterbar förändring är att den kombinerade effekten av en redan snabb tillväxt som förstärks av pandemin medför att scenariot för

sporthandel pekar på en ökning av e-handelsandelen från 14 procent förra året till cirka 20 procent under 2020 och 23 procent år 2021.

► Figur 4.2. Historisk, modellskattad och prognosticerad e-handelsandel för delbranscher inom detaljhandeln.



Källor: PostNord/HUI, E-handelsbarometern; SCB, detaljhandelns omsättning; egna beräkningar.

Mönstret med ökad e-handel har tidigare rapporterats av Forster och Tang (2005) i samband med SARS-epidemin 2003 i Hongkong. Då blev ökningen bara delvis bestående. Covid-19 pandemin är dock betydligt mer långvarig och förutses när vi skriver detta klinga av långsamt under 2021, snarare än upphöra tvärt. Vi tror därför inte att konsumenterna i samma utsträckning som efter SARS i Hongkong kommer att återgå till tidigare vanor. En bidragande orsak till detta är att det delvis är nya kundgrupper som stått för den ökade efterfrågan samt att flera aktörer, särskilt inom dagligvaruhandeln, nu ökat sina investeringar i denna kanal. Vidare förväntas Amazons inträde på den svenska marknaden under hösten 2020 ha positiv effekt på e-handeln i stort. Däremot tror vi att tillväxttakten återgår till en långsammare tillväxtbana.

► VI TROR ATT
TILLVÄXTTAKTEN
ÅTERGÅR TILL EN
LÅNGSAMMARE
TILLVÄXTBANA

Utblick inför 2020 (utan pandemin)

Under januari och februari 2020 genomförde Handelns ekonomiska råd ett antal intervjuer med representanter från handeln inför den då planerade rapporten om branschens konkurrenskraft. De genomförda intervjuerna innehöll olika typer av framtidsspaningar. Sett i backspegeln ger de en kompletterande bild av branschens ingångvärden i krisen.

Några viktiga trender i handeln när 2020 inleddes var:

Fortsatta lönsamhetsutmaningar i branschen: Flera av dem vi pratade med menade att vi under 2020 kunde förvänta oss att mode, skor och sport skulle ha det fortsatt tufft, främst i fysisk handel men även i e-handeln. Ett fortsatt fokus på kostnadsbesparingar förutspåddes även för stora delar av branschen.

Mognad och konsolidering av e-handeln: Efter flera års stark tillväxt förutspåddes en något långsammare tillväxttakt i e-handeln och en viss utslagning av renodlade e-handelsaktörer. Noterbart är att de etablerade handelsaktörerna börjat ta en allt mer framträdande roll i e-handeln. Bland konsumenternas e-handelsfavoriter omnämns i e-barometern för 2019 exempelvis omnikanalaktörerna H&M, Åhléns, Kicks och Apotek Hjärtat, även om listan domineras av renodlade e-handelsaktörer.

Mognad och konsolidering av omnikanalerbjudanden: Efter flera års investeringar i system för digital handel förväntades många stora aktörer att förstärka sin satsning på e-handelskanalen i sitt omnikanalerbjudande. Därmed förväntades också en optimering av existerande butiks nät. Antalet fysiska butiker förväntades bli färre och flera aktörer nämnde ett ökat behov av hyresomförhandlingar.

Förändrade konsumtionsmönster: Under 2020 förväntades en avmattning av ekonomin påverka handeln. I samtalen framhölls två till viss del motstridiga mönster. Det ena var en fortsatt expansion av lågprissegmentet, en del av branschen som har stort fokus på fysiska butiker. Det andra var ett fortsatt fokus på en mer hållbar konsumtion och ett minskat intresse för shopping. I takt med att klimatkrisen fått ökat utrymme i medierna har fokus på hållbarhet i kundens beslutsfattande ökat. Många samtal och satsningar fokuserade på cirkulära modeller och olika typer av hyra/återbruk.

Erfarenheter från 2020 (med pandemin)

Under hösten 2020 har vi i anslutning till att studera statistik och medierapportering kring handelns utveckling genomfört intervjuer med branschföreträdare rörande pandemins första halvår. Vi kan konstatera att digitaliseringstrenden har förstärkts och att många av de utmaningar som uppstått är i linje med vad som förväntats även utan pandemin. Ett undantag är dock utmaningarna kring fysisk handel och de därpå följande satsningarna på säker handel, både ur ett medarbetar- och kundperspektiv, som genomförts i branschen.

Det är tydligt att handelns företag drabbats på olika sätt av krisen. Olika delbranscher och handelslägen påverkats i olika grad. Viktiga lärdomar är att de investeringar som gjorts i kostnadsbesparingar och effektiviseringar i många fall visat sig vara av stor betydelse för hur väl företag klarar krisen. Företag som investerat i digitala system och automatiserade lager fick exempelvis stor utväxling på dessa investeringar under krisens första fas och i många fall har dessa investeringar skyndats på. Den utslagning som förväntades vad gäller e-handelsaktörer verkar dock ha fördröjts i och med det snabba skiftet av efterfrågan mot denna kanal. Istället har det blivit avgörande för alla fysiska handlare att kunna erbjuda någon form av distanshandel, exempelvis genom skraddarsydda hemleveranser till riskgrupper eller möjligheter att ringa in beställningar.

Vidare är det tydligt att de företag som inte har gjort denna typ av investeringar får det fortsatt svårt. De små och mellanstora företagen är en viktig del av branschen sett till både förädlingsvärde och samhällsfunktion och kommer sannolikt att ha det fortsatt tufft, inte minst då de i många fall är beroende av en eller ett fåtal fysiska platser. Handlare som har sin butik lokaliserad i stadskärnor där få bor har exempelvis drabbats hårdare än de som har verksamheter lokaliserade i externhandeln med goda parkeringsmöjligheter eller i lägen nära bostäder. På samma sätt har den uteblivna gränshandeln mot Norge drabbat många handlare hårt. Givet den betydelse som handelns företag har för sysselsättning runt om i landet är det viktigt att skapa förutsättningar för dem att hålla dessa verksamheter vid liv under krisen.

I krisens tidiga skede hade många företag fokus på att säkra upp varuförsörjningen. Särskilt i branscher där ledtiderna mellan inköp och försäljning är långa upplevdes stora utmaningar. Flera nämner ett närmare samarbete med leverantörer och en vilja att på olika sätt flytta produktionen närmare marknaden som framtida lösningar. Även på sikt kan detta påverka hur varuförsörjningen kommer att se ut.

► I KRISENS TIDIGA
SKEDE HADE MÅNGA
FÖRETAG FOKUS PÅ
ATT SÄKRA UPP
VARUFÖRSÖRJNINGEN

Här finns möjligheter att hitta nya sätt att organisera leverantörskedjor – en möjlighet som är viktig inte minst i ljuset av de rådande klimatutmaningarna.

När krisen nådde Sverige förändrades fokus hos många företag till att rädda likviditeten. Så även i handeln. Här visade sig den flexibla arbetskraften vara viktig och ett första steg. Redan innan permitteringar kom på plats drog företag ned på extraarbete och timanställningar. Detta gällde framförallt i sällanköpshandeln.

► NYA SÄTT ATT ORGANISERA

Som diskuterades i föregående avsnitt återhämtade sig efterfrågan i delar av branschen redan under det andra kvartalet. Konsumtionen i Sverige fick ett uppsving i och med att hushållen har ökat sin konsumtion inom landet. Detta gäller inte för gränshandeln. Det är dock sannolikt att den andra våg vi i skrivande stund genomlever kommer att få en större effekt på handeln – inte minst då den sammanfaller med julhandeln.

Vi ser även att pandemin brutit några av de strukturella förändringarna i handeln. Exempelvis har restaurangers andel av konsumtionen åtminstone kortsiktigt stannat av. Beroende på hur långvarig krisen blir och hur företagen i servicenäringen klarar sig kan detta innebära att dagligvaruhandeln tar tillbaka andelar – inte minst då många aktörer investerat i olika typer av restauranglösningar.

Vi ser också hur butiker används på nya sätt. Många butiksmedarbetare har fått nya uppgifter, exempelvis genom att erbjuda hemkörning, inköp via telefon eller sända live-shopping events. Att utvidga kundmötet på detta sätt har länge varit en möjlighet, men först nu har de börjat användas på bred skala. Sannolikt kommer ett flertal av initiativen att få en mer långvarig påverkan på hur butiker drivs i en mer digitaliserad värld.

Handeln efter pandemin

Vi ser att pandemin snabbat på många av de strukturella förändringar som redan fanns i branschen, särskilt vad gäller trender mot konsolidering, digitalisering och färre butiker. Detta får i sin tur implikationer för handelns roll i samhället, branschens utveckling samt de enskilda företagen.

Krisen har synliggjort handelns roll för ett fungerande samhälle, men också att omnikanalerbjudanden inte bara ökar kundnyttan utan även samhällsnyttan genom att göra leveranskedjorna till konsumenter säkrare. För att de erbjudanden som utvecklats ska

permanentas krävs en fungerande infrastruktur för distanshandel. Samhällsnyttan i att ha en fungerande e-handelsinfrastruktur är stor och investeringar i digital infrastruktur bör även inkludera leveranslösningar. Satsningar på området skulle även bidra till bättre förutsättningar för entreprenörskap. Särskilt utanför storstadsregionerna gör geografiska utmaningar att dessa satsningar sannolikt kräver nya samverkansinitiativ, där handelns aktörer kan utgöra en partner till beslutsfattare.

Handeln har också visat sin förmåga att ta ansvar som en partner i en pandemi. Lokala initiativ för att skapa säker handel har visat på stor kreativitet vad gäller att underlätta för säker fysisk handel och hjälpa riskgrupper med distanshandel. Detta kan komma att skynda på utvecklingen mot nya kompetenser i fysiska butiker och därmed kompetensväxlingen i branschen, vilket gör att behovet av olika typer av utbildningsinsatser både från det offentliga och från branschen ökar. Samtidigt är det tydligt att handeln generellt, och dagligvaruhandeln specifikt, har en unik roll i samhället vid en krissituation. Handeln möter dagligen stora delar av befolkningen. Det gör handeln till en potentiellt viktig kanal för att sprida information, men också för att samla information om hur människor beter sig och om riktlinjer följs (jämför Wetter, Rosengren och Nguyen, 2020).

► HANDELN HAR VISAT SIN FÖRMÅGA ATT TA ANSVAR I EN PANDEMI

Många av småföretagen inom handeln har inte haft beredskap inför krisen när det gäller investeringar i digitalisering, automatisering och hållbarhet. De är helt beroende av en fysisk butik och beroende på läget för denna har kunderna ibland förvunnit helt. På kort sikt har olika former av stöd varit avgörande för dessa företags överlevnad, oavsett hur det ekonomiska läget såg ut innan pandemin. På lite längre sikt ser vi också att de mindre företagen inom handeln behöver komplettera sin fysiska verksamhet med investeringar i IT och kompetens. Detta kan underlättas genom olika former av initiativ som möjliggör infrastrukturinvesteringar i denna grupp av företag.

Efterfrågan på butikslokaler kommer sannolikt att fortsätta sjunka och utvecklingen kan komma att snabbas på av krisen. Handelns omvandling kan därmed komma att få spridningseffekter till fastighetssektorn och på sikt även det finansiella systemet. Givet att restauranger och caféer drabbats hårt av pandemin kommer sannolikt många tomma ytor att uppstå hos fastighetsägare runt om i landet. Lägg därtill ökat distansarbete och därmed fallande efterfrågan på kontorslokaler. Det blir viktigt att undersöka hur de ytor som frigörs kan användas på nya sätt.

Antalet anställda inom handeln kommer sannolikt att minska i takt med att butikerna blir färre. Samtidigt kommer partihandeln och logistikarbetet kopplat till e-handeln att öka. För företagen blir det viktigt med kompetensväxling, men också att bidra med att hitta nya karriärvägar för de medarbetare som inte längre behövs i verksamheten. Baserat på SAS erfarenheter av att låna ut sin personal till vården under pandemin rekommenderar Wakeman (2020) att företag hanterar denna utmaning genom att jobba proaktivt med att kartlägga kompetenser inom organisationen, samordna dessa med de behov som det omgivandet samhället har och hjälpa till att skapa förutsättningar för att lotsa vidare personal till andra sektorer. Detta kräver samverkan inom lokalt näringsliv men också med offentlig sektor både på kort och lång sikt.

Slutligen ser vi att krisen gör att konsumtionsmönster kommer att förändras. En ökad arbetslöshet (i handeln, men även i andra branscher) påverkar handeln även efter pandemin. En ekonomisk nedgång kommer sannolikt att gynna lågprissegmentet och riskerar att leda till ett minskat fokus på hållbarhet. Samtidigt har pandemin inneburit att vanor som ofta är svåra att bryta har brutits med tvång. Det ger möjlighet att skapa nya (förhoppningsvis mer hållbara) beteenden. Krisen har blivit så pass långvarig att den kan komma att ha fundamental påverkan hur människor konsumerar. Colliander och Rosengren (2020) förutspår att konsumenter kommer att söka enkelhet – något som kan ta sig uttryck i ett ökat fokus på lågpris, men potentiellt också leda till mer hållbara konsumtionsbeteenden.

► KONSUMTIONS-
MÖNSTER KOMMER
ATT FÖRÄNDRAS

5. Stödåtgärdernas inverkan på handeln

Under pandemin har regering och riksdag beslutat om stödåtgärder för att rädda företag som drabbats av stora omsättningstapp i sin verksamhet. Olika stödprogram har beslutats också i en rad andra länder. Nedan kommer vi inledningsvis att ge en bild av forskningsläget avseende företagsstöd under kristider.

Därefter presenterar vi de åtgärder som riktats till och använts av svenska företag, inklusive detalj- och partihandeln. Vi ger även en bild av dokumenterade för- och nackdelar med dessa stöd. Vi redovisar vidare en enkätundersökning, där vi har tillfrågat handlarna om deras användning av och syn på åtgärderna. Avslutningsvis summerar vi och ger slutsatser om stödets användning, effektivitet och utformning.

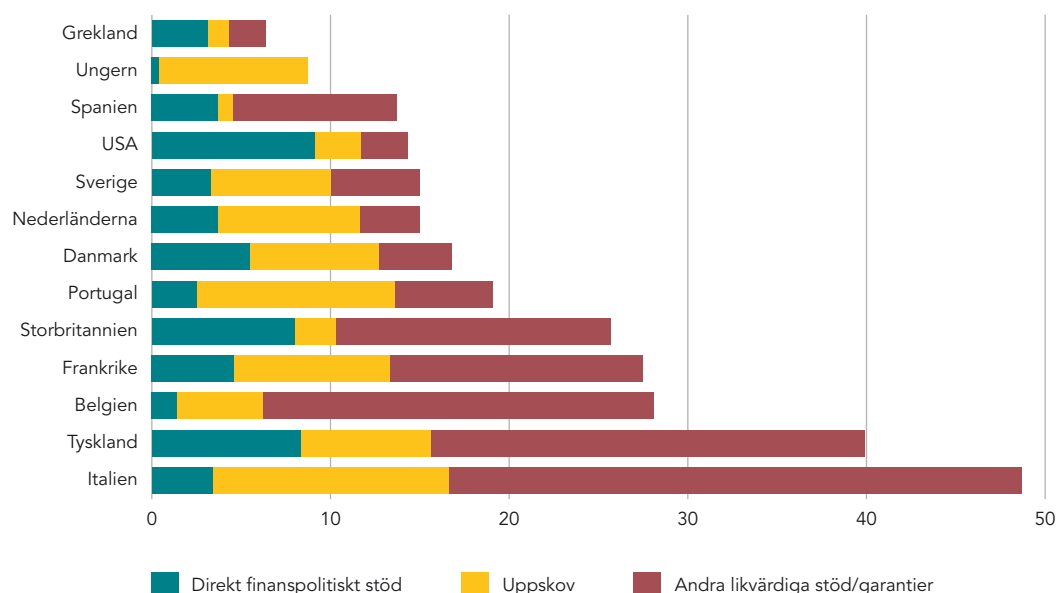
Vad säger forskningen om företagsstöd i kristider?

Den 19 mars antog EU-kommissionen ett ramverk för att tillfälligt tillåta statligt stöd till företag. Fokus låg på likviditetsstöd och ersättning till små och medelstora företag vid utebliven verksamhet till följd av nedstängningar, men även större företag såsom flygbolag ges stöd. Ramverket har nu förlängts till den 30 juni 2021. Flertalet länder i EU har riktat stöd till sina företag som en följd av pandemin.

Den forskning vi finner ger argument både för och emot företagsstöd under kristider. Huvudargumentet för stöd är att undvika konkurser och minska risken för kraftigt stigande arbetslöshet. Huvudargumentet mot stöd är att marknadsmekanismer kan förstöras och att stöd kan utnyttjas på ett felaktigt sätt. Vi kommer att diskutera detta närmare nedan, men först ger vi en bild av företagens finansiella situation vid kriser.

► FLERTALET LÄNDER I EU HAR RIKTAT STÖD TILL SINA FÖRETAG SOM EN FÖLJD AV PANDEMIN

► Figur 5.1. Stödåtgärder i EU och USA till följd av pandemin, procent av BNP.



Not. Åtgärderna relateras till BNP för 2019 och redovisas i procent, och gäller till och med oktober månad. Det finanspolitiska stödet innehåller främst företagsstöd, men det finns även stöd till individer i de åtgärder som redovisas här.

Källor: Bruegel och Konjunkturinstitutet.

Företag har rörliga kostnader för inköp och insatsvaror, medan kostnader såsom hyres- och lönekostnader samt skuldtjänst är fasta, i alla fall på kort sikt. Många företag har endast likviditet för att klara en normal lågkonjunktur. Det är betydligt svårare att klara en längre och djupare nedgång. När exempelvis kläd- och skohandeln tappade försäljning med 70–80 procent under våren ökade risken för konkurser. Ett företag kan då öka likviditeten genom att 1) sälja tillgångar, 2) minska kassautflödet och/eller 3) skaffa ny finansiering (till exempel nyemission, ge ut obligationer, ta banklån).

Under en kris är samtliga ovan nämnda alternativ till krishantering svåra att åstadkomma. Det gäller främst tillgång till ny finansiering. Inte alla företag håller sig med dyra kreditlinor som ger möjlighet till banklån. Därmed riskerar företaget att gå i konkurs med uppsägningar av personal som följd. Ett ökat antal konkurser är kostsamt för samhället av flera skäl: De är dyra att administrera och utförs mindre effektivt under kriser, orsakar förluster hos aktieägare och långivare, ger negativa dominoeffekter om företaget är en del av ett nätverk med leverantörer och kunder, ökar arbetslösheten med ofta bestående effekter på arbetstagares inkomster, försvårar återhämtningen när krisen är över och de ger välfärdsförluster. Dessa är centrala argument för att ge företagsstöd till solventa, men illikvida företag under en kris (Baldwin och Weder di Mauro, 2020; Brunnermeier med

flera, 2020; Brunnermeier och Krisnamurthy, 2020; Diddier med flera, 2020; Stiglitz, 2020; Wall, 2020).

Statligt stöd kan kanaliseras på olika sätt. EU-kommissionen förordar att staten i första hand ger uppskov med företagens inbetalningar av skatter, arbetsgivaravgifter, moms och sjuklöner. Åtgärderna kan också handla om likviditetsstöd och tillgång till krediter på mer eller mindre förmånliga villkor, även exportkrediter och lånegarantier. Staten kan också ge stöd mot att de får ett ägande i företagen. Dessa nämnda former utgör del av finanspolitiken och är i fokus för denna rapport.

► STATLIGT STÖD KAN KANALISERAS PÅ OLIKA SÄTT

Företag kan även gynnas genom att centralbanker på olika sätt säkerställer att den finansiella sektorn fungerar och därmed underlättar kreditgivningen för företagen.

Kritik mot att ge statligt stöd till företag finns också (se exempelvis Baldwin och Weder di Mauro, 2020; Granja med flera, 2020; Schivardi med flera, 2020). Den handlar framför allt om att marknadsmekanismen förstörs, att antalet så kallade zombieföretag ökar som utan pandemin ändå hade gått i konkurs, att företagsägarna räddas med skattemedel (eng. bailouts) som är alltför frikostiga eller felriktade – och ger upphov till orättvisor – samt att moral hazard uppstår när företag ser möjligheter att orättmätigt utnyttja räddningspaketen. Om företag – och inte minst banker – alltid vet att de kommer att räddas kan de ta onödiga risker i sina affärer.

Baldwin och Weder di Mauro (2020) varnar för att ett alltför stort fokus på moral hazard riskerar att fördröja nödvändiga policyåtgärder under krisen. Schivardi med flera (2020) visar att en pandemi skapar fler zombieföretag, men att betydligt fler andra företag också drabbas av krisen. De konstaterar att fler zombieföretag minskar den långsiktiga tillväxten, men att det på kort sikt kan vara i samhällets intresse att hålla dem under armarna. Att både den reala och den finansiella sektorn hade ett relativt starkt utgångsläge när pandemin kom minskar risken för en stor uppbyggnad av zombieföretag (Diddier med flera, 2020).

Elmendorf och Furman (2008) citerade ekonomerna Summers, Feldstein och Bernanke när de hävdade att ett temporärt och riktat stöd som kommer i tid (temporary, targeted and timely) är effektivt för att förhindra att en kris sätter igång snöbollseffekter med negativa följder för samhällsekonomin. Men de relaterade till nedgången i den amerikanska ekonomin 2007–2009. Det svåra är att fastställa strategier för stödåtgärder i den rådande pandemin, eftersom det är oklart när den tar slut. När nu den andra vågen av smittspridning förekommer i stora delar av världen, inklusive Europa och Sverige, behöver forskningen bidra till att politiken utformar riktlinjer för hur länge stöd ska ges och vilka företag som

kommer i frågan. Ju längre stödet ges och desto mer riktat stödet är till enskilda branscher, desto större risk för negativa effekter i linje med kritiken ovan.

Utan tydlig koppling till forskning – men däremot utifrån många års erfarenheter av att vara ett policyrådgivande samarbetsorgan för industriländerna – har OECD formulerat riktlinjer för stöd under pandemin (OECD, 2020). Fokus för OECD ligger först och främst på att stöden inte ska störa de globala marknaderna, men även här att stödet ska vara tidsbegränsat, ändamålsenligt samt att det ska vara förenligt med de långsiktiga målen. Det sistnämnda kan exempelvis vara att klimatfrågan inkluderas i stöden och/eller att arbetsgivaren initierar kompetenshöjande åtgärder för personalen. Det handlar särskilt om att säkerställa att företagen inte får stöd för att hjälpa dem att klara en pågående struktur-omvandling, utan för att annars livskraftiga företag ska kunna klara av nedgången under pandemin.

Vi konstaterar att de stöd som svenska företag kunnat ta del av har varit inriktade på att komma i tid, vara ändamålsenliga och att de varit tidsbegränsade med möjligheter till förlängning. I och med att företaget måste kunna påvisa en större nedgång i försäljningen för att få de riktade stöden ges relativt god möjlighet att särskilja företag som är berättigade till stöd. Samtidigt har de bredare stöden – exempelvis sänkta arbetsgivaravgifter – kunnat användas av företag som också klarat krisen väl eller till och med gynnats av den. Det blir i allt större utsträckning viktigt att göra bedömningar av företagets ekonomiska ställning både före och under pandemin, för att ytterligare avgöra om företaget har strukturella eller konjunkturella problem.

I USA har stöd till småföretag, såsom det så kallade Paycheck Protection Program (PPP), utvärderats av Peter G. Peterson Institute for International Economics (2020). Även i Sverige behöver de stödpaket som redan är i gång skyndsamt granskas och regeringen bör ge oberoende institutioner i uppdrag att utvärdera för att kunna dra lärdomar inför nästa omgång av stöd. Det är rimligt att ännu en tid fortsätta att ge stöd i likhet med de nuvarande paketen, eftersom det finns utsikter om vaccin under det kommande året. Med kunskap om hur stöden användes i inledningen kan stödets effektivitet öka och än mer riktas till de företag som verkligen behöver stöden. Vi är medvetna om hur svårt det är att hitta balansen mellan alltför riktade stöd till exempelvis småföretag och risken för att den offentliga administrativa bördan ökar, inte minst för att följa upp fusk och kriminalitet.

► UTSIKTER OM VACCIN UNDER DET KOMMANDE ÅRET

Skulle tidsperioden för pandemin bli mer utdragen måste företagsstödet i ännu större utsträckning utformas så att man undviker problem med zombieföretag och moral hazard.

Det handlar också om att inte störa marknadsmekanismerna och att inte skapa orättvisa mellan olika grupper i samhället (se exempelvis Jerker Holms debattartikel i SvD). Då måste även statliga stöd kombineras med någon form av motprestationer, såsom krav på kapitalinsatser från privata aktörer samt att företagen satsar på hållbarhet och kompetensutveckling.

De viktigaste svenska stödåtgärderna till handelsföretag

Här beskrivs kortfattat de stödåtgärder som riktats till svenska företag och som handeln använt sig av i störst omfattning. De tidigaste beslutade åtgärderna i mitten av mars fokuserade på företagens rörliga kostnader och handlade om att bidra till förbättrad likviditet för att undvika konkurser och rädda jobb i företag där efterfrågan sjunkit markant. Därför tog staten tillfälligt över sjuklöneansvaret samt förstärkte likviditeten via skattekontot för moms, arbetsgivaravgifter och preliminärskatt för perioden 1 mars till 30 juni. För att även fokusera på helt eller delvis fasta kostnader infördes den 7 april korttidspermittering där arbetstagare kunde gå ned i arbetstid men ta ut 90 procent av lönen – en åtgärd som gäller året ut. I mitten av april, när EU-kommissionen hade godkänt åtgärden, infördes tillfällig rabatt för hyreskostnader i utsatta branscher.

► UNDVIKA KONKURSER OCH RÄDDA JOBB

För att ytterligare rikta stödet till företagen infördes ett omställningsstöd om 75 procent av omsättningstappet för dem som fått minskad nettoomsättning med minst 30 procent på årsbasis i mars och april i år. Ett tak på 150 miljoner kronor per företag fastställdes. Detta stöd omfattade inte företag vars nettoomsättning understeg 250 000 kronor eller om de gjorde utdelning till aktieägare. Stödet utvidgades därefter att gälla även för maj, juni och juli. I september – i samband med budgetpropositionen – föreslogs ett omsättningsstöd om högst 120 000 kronor till enskilda näringsidkare, med en omsättning på minst 200 000 kronor föregående år. Den 9 november meddelades att anstånd med skattebetalningar förlängs upp till ett år, korttidspermitteringar i sju månader till den 30 juni 2021 samt att omsättningsstöd till enskilda näringsidkare förlängs till att gälla för omsättningstapp även under augusti till oktober. För många mindre handelsföretag är dock kravet på minst 50 procents tapp i omsättningen högt satt.

Utöver dessa stöd möjliggör regeringen utökad avsättning till periodiseringsfond, utökade lånemöjligheter för företag via Almi, Exportkreditnämnden och Svensk Exportkredit samt ger statliga lånegarantier till små och medelstora företag.

För- och nackdelar med åtgärderna enligt olika rapporter

Vi har tagit del av erfarenheterna av stöden genom olika rapporter (dels genom intervjuer, dels från remissvar, med mera). Enligt Svensk Handels enkäter från maj hade cirka tre fjärdedelar av företagen använt sig av sänkta arbetsgivaravgifter och av dem som tappat minst 50 procent i omsättning hade 62 procent använt sig av korttidspermittering och 37 procent av hyresrabatten.

De stöd som beslutades om tidigt och fokuserade på arbetsgivaravgifter, moms och sjuklöner var lätta att införa och administrera. Många drabbade företag kunde relativt snabbt använda sig av stöden och de var i flera fall retroaktiva från 1 januari 2020. Det har varit svårare att ta del av stöden som fokuserat på att hjälpa till med löne- och hyreskostnader när intäkterna fallit. Det gäller såväl hyresrabatten som omställningsstödet. Företag med verksamhet i de övriga nordiska länderna uppger även att administrationen kring korttidspermitteringarna var relativt krångliga i Sverige.

Både handel och fastighetsägare vittnar om att det varit särskilt svårt att hantera hyresstödet. Fastighetsägaren har behövt agera domare och avgöra om stöd ska utdelas samt hantera administrationen att söka ersättning från Boverket. Handeln har fått förlita sig till fastighetsägarens beslut som i sin tur varit beroende på exempelvis handelsföretagets läge, men även fastighetsägarens ekonomi och affärsmodell. Stödet har därför uppfattats administrativt krångligt och har även i vissa fall negativt påverkat relationen mellan handelsföretag och fastighetsägare.

Omställningsstöden har varit av stor betydelse för vissa företag, inte minst för dem som har påverkats av krympt gränshandel samt nedgångar i vissa branscher, exempelvis kläd- och skohandeln. Det är också främst dessa företag som önskat en förlängning av stödet. För en del företag har de beslutade mätperioderna inte varit väl avvägda eftersom smittan spreds från storstäder ut i landet vilket innebar att en del företag drabbades med fördröjning. Det har vidare varit svårt att avgöra vad som är och inte är fasta kostnader i en verksamhet. Omsättningsgränsen på 250 000 kronor har också ifrågasatts, även om administrationen av allt för små stöd tenderar att bli kostsam för staten. När det gäller omsättningsstödet till enskilda näringsidkare kom stödet relativt sent, och har heller inte (ännu) använts av handeln i stor utsträckning. Här finns svårigheter som handlar om hur man undviker att stödet missbrukas samt den administrativa bördan av att hantera många små företag med liten omsättning.

► OMSTÄLLNINGS-
STÖDEN HAR VARIT
AV STOR BETYDELSE
FÖR VISSA FÖRETAG

Stöd har även kanaliserats via banker genom att Riksbanken givit bankerna möjligheter att sammantaget ta emot 500 miljarder kronor i lån till nollränta för vidareutlåning till företag. Per den 31 oktober hade 165 miljarder lånats ut. Kritiken mot programmet har varit att bankerna redan har likviditet och möjligheter att låna ut, men att de inte vill ta risken utifrån de kreditprövningar de gör. Att de får nollränta förändrar således inte bankernas riskbedömningar utifrån den räntemiljö som redan råder. Bankerna är sannolikt inte rätt förmedlare av lån som ska användas till att överbrygga konjunkturedgången då banklån i första hand används för investeringar i företagen. Stöd som kan förmedlas direkt från staten är således att föredra och ingår i finanspolitiken. Riksbanken bör inte förmedla och ta risk i enskilda företag (även om Riksbanken nu köper företagsobligationer, men även detta stöd har kritiserats och skulle kunna anses vara finanspolitikens uppgift, snarare än Riksbankens). Företagsstöd bör således med fördel utgöra en del av finanspolitiken som är mer lämpad än penningpolitiken utifrån demokratiskäl och som ger större möjligheter till transparens och ansvarsutkrävande.

En enkätundersökning om handelns syn på åtgärderna

Vi har gjort en enkätundersökning för att belysa hur stödåtgärderna har använts av och påverkat detalj- och partihandeln. Frågorna ställdes till 1500 detaljhandlare och 800 partihandlare mellan den 30 september och den 13 oktober. Totalt inkom 540 svar, varav cirka 20 procent inte hade tagit emot stöd. Vi valde att endast inkludera de 436 företag som hade erfarenhet av stöden och svarat på samtliga attitydfrågor. Svarsfrekvensen är 22 procent (332/1500) för detaljhandeln och 13 procent (104/800) för partihandeln.

Vårt urval är till stor del representativt för den totala populationen av detalj- och partihandelsföretag utifrån antal anställda, bransch och region. I fråga om storlek ingår något färre företag utan anställda och något fler företag med fler än 50 anställda. I fråga om bransch har urvalet något färre livsmedelsbutiker, men däremot fler kläd- och skobutiker än populationen i stort. För att minska risken för skevheter i resultaten utifrån urvalet (eng. *selection bias*) kontrollerar vi för storlek och branscher i våra regressioner (dessa finns i Appendix).

Vi kan konstatera att trots att vi har en övervikt av hårt drabbade kläd- och skoföretag – och en undervikt av mindre drabbade livsmedelsföretag – har flera av företagen enligt enkäten inte påverkats starkt av krisen eller återhämtat sig snabbt. De är redan tillbaka på eller överstiger den omsättningsnivå som gällde före pandemin (A och B i tabell 5.1), medan en minoritet av företagen bedömer att de aldrig kommer tillbaka till den tidigare

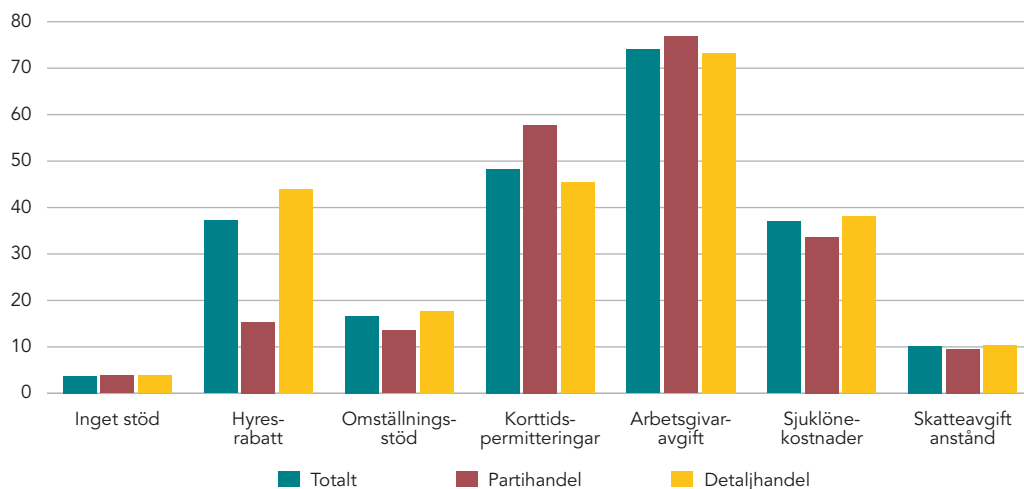
nivån (E). Majoriteten av partihandeln (63 procent) – och 42 procent av detaljhandeln – förväntar sig vara tillbaka på den tidigare nivån om 1–2 år (C) eller om 3–4 år (D).

► Tabell 5.1. Företagens syn på när omsättningen är tillbaka på nivån före krisen.

		Totalt	Detaljhandel	Partihandel
A	Den är redan en klart högre omsättning än den nivå som gällde före pandemin	11	12	10
B	Redan en något högre eller lika stor omsättning jämfört med den nivå som gäller före pandemin	33	36	26
C	Den kommer att vara tillbaka på den nivå som gäller före pandemin om 1–2 år	37	31	55
D	Den kommer att vara tillbaka på den nivå som gällde före pandemin om 3 år eller längre fram	10	11	7
E	Den kommer inte att komma tillbaka till den nivå som gällde före pandemin	9	11	3

I likhet med tidigare undersökningar finner vi att ungefär tre fjärdedelar av handeln har använt sig av de sänkta arbetsgivaravgifterna (se figur 5.2). Det finns inga statistiskt signifikanta skillnader mellan regioner, branscher och storlek. Detta är således den stödform som har använts brett i hela sektorn.

► Figur 5.2. Andel handelsföretag (procent) som använt statliga stödåtgärder, per åtgärdsstyp.

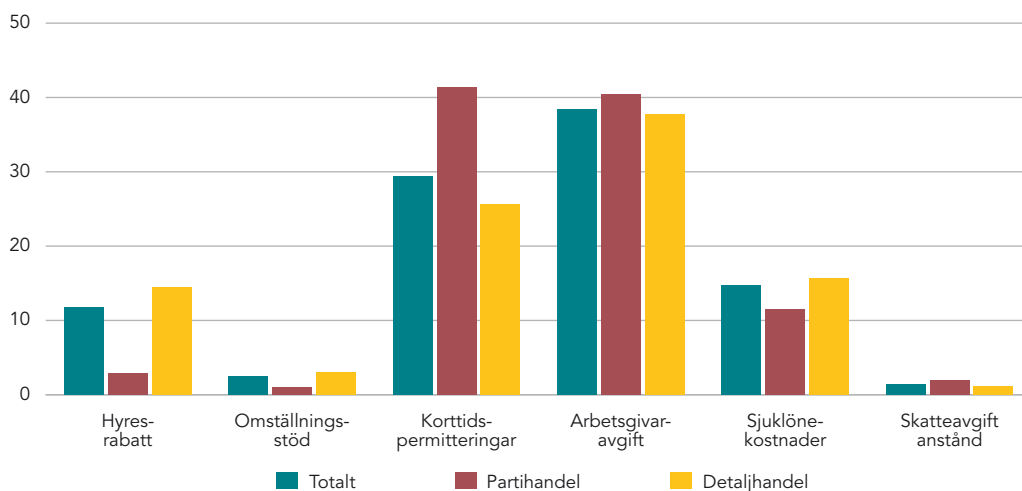


Not: Andelen som inte använt stödåtgärder är knappt 20 procent av samtliga svar (540 företag) men endast fyra procent av de företag som besvarade samtliga frågor (436 företag). Ett företag kan ha använt sig av flera stödåtgärder och finns representerade i flera av staplarna.

I samma figur ser vi att nära hälften av företagen har använt sig av korttidspermitteringar. Särskilt partihandeln har valt att korttidspermittera sina anställda. Detta gäller också

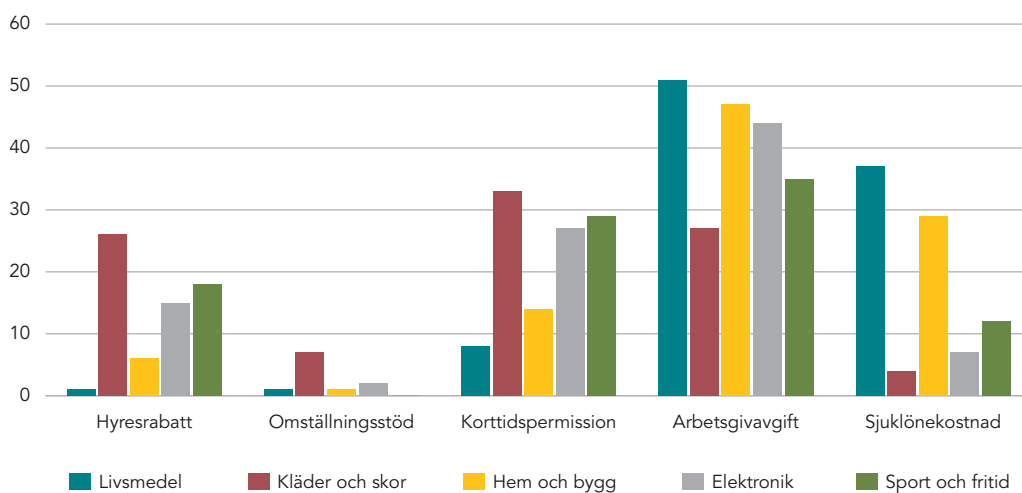
något större företag samt butiker med kläder och skor. Det är däremot mer ovanligt att finna företag inom livsmedel, elektronik samt hem- och bygghandeln bland de branscher som valt korttidspermitteringar som stödform.

► Figur 5.3. Vilken av stödåtgärderna som uppskattats mest av handeln, andel i procent.



Det är tydligt att sänkta arbetsgivaravgifter och korttidspermitteringar har uppskattats mest av företagen (se figur 5.3). Av naturliga skäl har hyresrabatten använts mer av detaljhandeln än av partihandeln, men den upplevs inte viktigare än statens övertagande av sjuklönkostnader. Det är mer sannolikt att det är handel med kläder och skor som sökt hyresrabatt än exempelvis livsmedelsföretag.

► Figur 5.4. Vilken av stödåtgärderna som uppskattats mest per bransch, andel i procent.

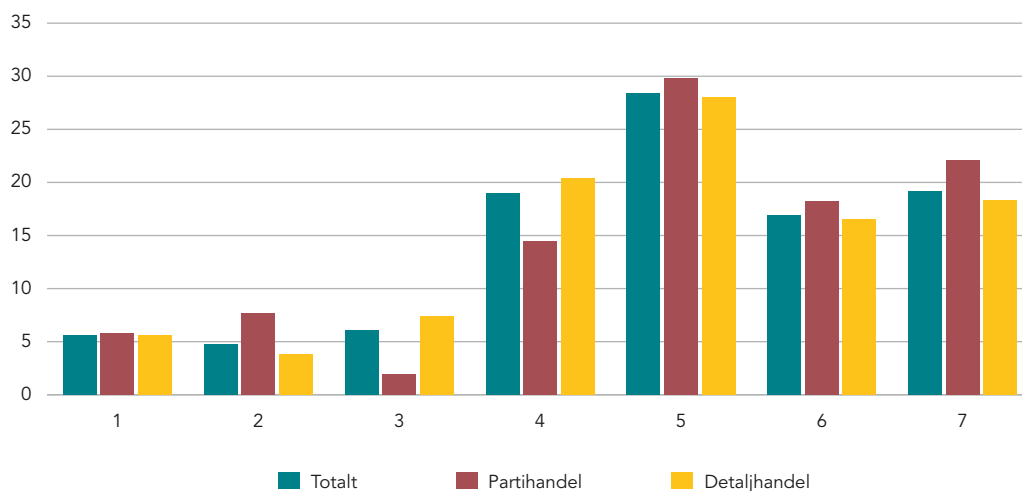


Vi har vidare undersökt hur företagen uppfattat stödåtgärdernas utformning och effektivitet. Respondenterna har svarat utifrån att 1 betyder ”Instämmer inte alls” och 7 betyder ”Instämmer fullständigt (och 4 ”Varken eller”). Nedan visar vi om stöden sammantaget har uppfattats som ändamålsenliga, enkla att administrera, om de kom i rätt tid samt om de gjort skillnad för hur krisen hanteras. Det kan konstateras att en majoritet av respondenterna har en positiv inställning till stöden då fler har svarat 5–7 än 1–3 på skalan.

► DE FLESTA HAR POSITIV INSTÄLLNING TILL STÖDEN

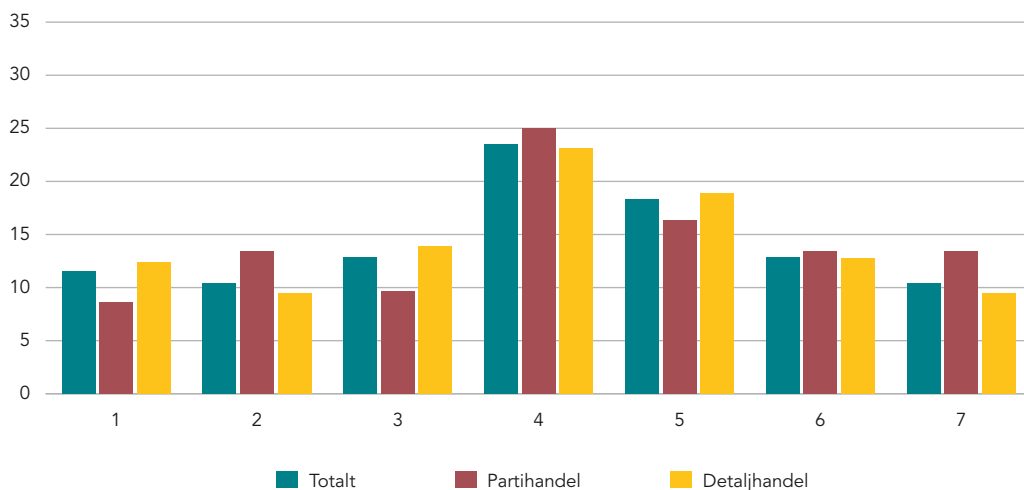
Genomsnittet för alla detalj- och partihandelsföretag som besvarat enkäten avseende om stödåtgärderna varit ändamålsenliga och passat bra för företaget är 4,9 (av 7). Se figur 5.5. Utifrån tabell A1 och A2 i Appendix kan vi även konstatera att det inte finns några statistiskt signifikanta skillnader mellan storlek, branscher och använt stöd när det gäller att tillhöra de företag som svarat högt eller lågt på denna fråga. Undantag är handelsföretag i storstäderna. Även de företag som använt sig av omställningsstöd i större utsträckning har svarat lågt (det vill säga under genomsnittet), medan företag som använt sig av korttidspermitteringar och sänkning av arbetsgivaravgiften har svarat högt på denna fråga.

► Figur 5.5. Företagens svar om stödåtgärderna har varit ändamålsenliga, procent.



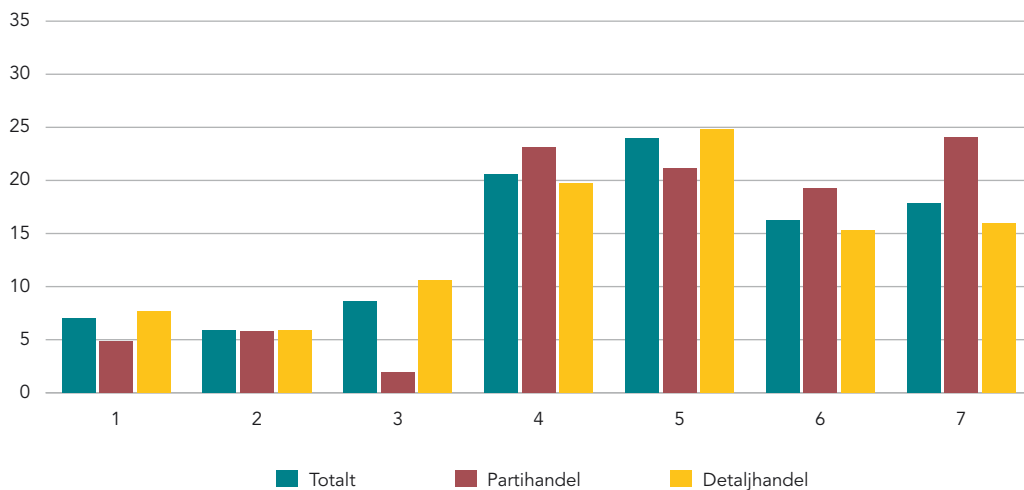
Genomsnittet på 4,1 är lägre vad gäller hur enkelt företagen har upplevt att det varit att hantera stödet. Se figur 5.6. Det är särskilt livsmedelsföretagen som uppvisar en signifikant högre sannolikhet att svara högt på denna fråga. Däremot är det mer sannolikt att företag som använt sig av hyresrabatten och korttidspermitteringar inte funnit det lika enkelt att hantera stödet.

► Figur 5.6. Företagens svar om stödåtgärderna varit administrativt enkla att hantera, procent.



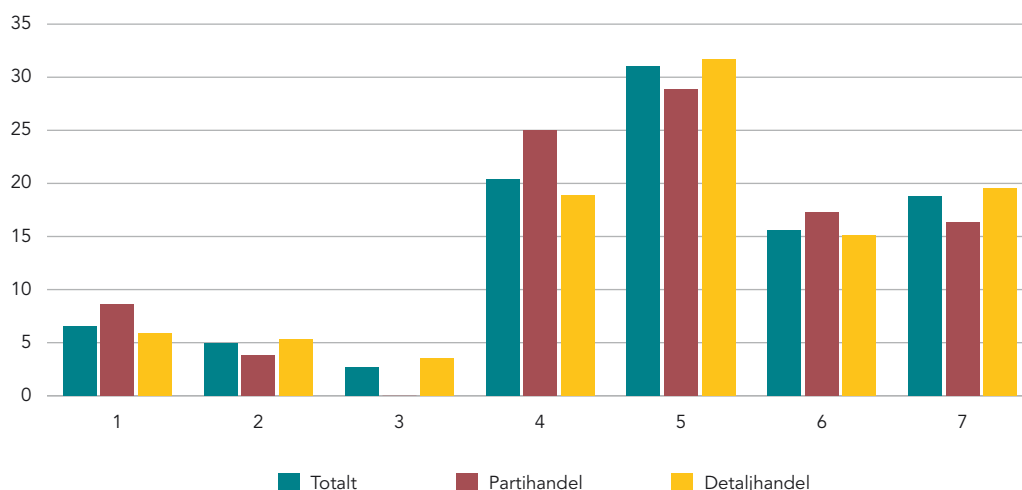
Företagen är något mer positiva till hur snabbt i tiden åtgärderna kommit (se figur 5.7). Genomsnittet uppgår till 4,7. Detta gäller särskilt de större företagen. Däremot är det signifikant mer sannolikt att finna företag, som inte anser att åtgärderna kommit i tid, inom handeln med kläder och skor samt sport och fritid. Det är dessa företag som i högre grad använt sig av de mer administrativt krångliga stöden, såsom hyresrabatt och omställnings- eller omsättningsstöd.

► Figur 5.7. Företagens svar om stödåtgärderna kom i tid, procent.



Företagen har också bedömt att stödåtgärderna har gjort skillnad för hur väl företagen klarar krisen (se figur 5.8). Genomsnittet uppgår till 4,9 för samtliga företag. Det finns inga signifikanta skillnader mellan branscher, regioner eller företagsstorlek när det gäller hur man sett på effektiviteten av åtgärderna. Det är dock signifikant mer sannolikt att finna ett företag som använt sig av korttidspermitteringar i gruppen som svarat högt på frågan om effektivitet.

► Figur 5.8. Företagens svar om stödåtgärderna gör skillnad för hur de klarar krisen, procent.



Avslutningsvis har vi relaterat företagens storlek, bransch och region till hur snabbt de bedömer att de kommer tillbaka till de omsättningsnivåer som rådde före krisen. I en första grupp som vi kallar ”redan återhämtat” – och som också är jämförelsegruppen – inkluderar vi de företag som redan har en högre omsättningsnivå eller som har en nivå i linje med den tidigare nivån. Denna grupp utgör A och B i tabell 5.1. I den andra gruppen, som är C i tabell 5.1, och som vi kallar ”kort återhämtning”, inkluderar vi företag som bedömer att de är tillbaka om 1–2 år. I den tredje gruppen, kan jämföras med D och E i tabell 5.1, som vi kallar ”lång återhämtning”, finns de företag som bedömer att de är tillbaka om 3–4 år eller aldrig kommer tillbaka till den nivå som rådde före krisen.

I Appendix tabell A3 och A4 finns resultat kring hur sannolikt det är att tillhöra grupp 2 och 3 i jämförelse med grupp 1.

I grupp 2 (”kort återhämtning”), jämfört med grupp 1 (”redan återhämtat”), återfinns vi i större utsträckning partihandelsföretag och handel i storstäder. Bland branscherna är det handelsföretag inom kläder och skor samt elektronik som återfinns i grupp 2, medan det är signifikant mindre sannolikt att det handlar om hem- och byggvaruhus/butiker. Dessa

sistnämnda branscher är mer troligt att finna i grupp 1, sålunda de som redan är tillbaka på tidigare omsättningsnivåer. I grupp 2 finner vi även i större utsträckning företag som använt sig av omställningsstöd och korttidspermitteringar.

I grupp 3 ("lång återhämtning"), det vill säga företag som har den mest pessimistiska synen på omsättningens återhämtning, finner vi i större utsträckning handeln i storstäder och butiker med kläder och skor, jämfört med grupp 1 ("redan återhämtat"). Det är betydligt mindre sannolikt att vi finner företag inom hem- och bygghandel i den mest pessimistiska gruppen. Däremot är det nära dubbelt så hög sannolikhet att finna företag som använt sig av hyresrabatter – jämfört med de företag som finns i grupp 1 – och inte mindre än tio gånger så hög sannolikhet att företagen tagit emot omställningsstöd, och nästan tre gånger så hög sannolikhet att de använt korttidspermitteringar. Däremot är det hälften så sannolikt att företagen har använt sig av möjligheten att staten tar över hela sjuklöneansvaret, jämfört med företagen som redan återhämtat sig. Då har vi ändå kontrollerat för företagens sysselsättning som borde vara en viktig faktor i sammanhanget.

► DE MEST DRABBADE HAR NYTTJAT OMSTÄLLNINGSTÖDET

Sammanfattning och slutsatser

Utifrån genomgången av forskningen och rapporterna om hur stödet fungerat för handeln, liksom utifrån enkätundersökningen som beskrivits ovan, drar vi ett antal slutsatser.

- Enkätundersökningen uppvisar en stor spridning i hur väl handeln hittills har klarat sig igenom krisen, det vill säga innan den andra vågen med utökade restriktioner blev ett faktum. Få företag bedömer dock att de inte kommer tillbaka till de nivåer som gällde före pandemin. Bland dem som uppger att de redan har återhämtat sig återfinns en högre andel detaljhandlare än partihandlare, men samtidigt är det också detaljhandelsföretagen som är mest pessimistiska om framtiden.
- Det är främst företag med försäljning av kläder och skor, och även i någon mån sport och fritid, som uppvisar störst svårigheter. Däremot uppger företagen inom livsmedel, hem- och bygghandel samt elektronik att de har klarat sig bättre. Denna situation kan främst kopplas till hushållens behov och aktiviteter under pandemin.
- Sänkta arbetsgivaravgifter, korttidspermitteringar och uppskov med sjuklönekostnader har varit de mest använda och uppskattade stöden. Dessa stöd har även visat sig vara

lättare att hantera administrativt. Däremot har hyresrabatter och omställningsstöden uppfattats vara krångligare och mindre användbara. Samtidigt är det vissa företag som verkligen uppskattat och behövt dessa stöd, till exempel de mindre företagen, gränshandeln samt kläd- och skobutiker.

- Forskningen utgår främst från tidigare kriser före pandemin och fäster därför vikt vid råd som har anpassats till ett relativt kort krisförlopp med ett mindre otydligt slut än vid denna kris. Det behövs mer forskning som belyser företagsstödens inverkan på företag och ekonomin i stort – samt hur de bäst utformas – när krisen är långvarig.
- Forskning kan ändå bidra med argument för och emot företagsstöd i kristid. Argumenten för stöd är att undvika konkurser för livskraftiga företag och massarbetslöshet. Argumenten emot stöd handlar om störda marknadsmekanismer, zombieföretag, moral hazard, orättvisor vid ”bailouts” samt att stöd kan fördröja nödvändig strukturomvandling och därmed hämma konkurrenskraften.
- Företagsstöd bör även utformas så att inte globala marknadsmekanismer störs. Sverige har hittills följt de råd som exempelvis OECD och EU-kommissionen utformat genom att de svenska stöden är tidsbegränsade och inriktas på de företag som tappat mycket i omsättning. De första stödpaketen inriktades också på att kunna verkställas snabbt. För en del handelsföretag, främst de mindre, kan kraven på omsättningstapp ha satts för högt eftersom marginalerna ofta är små. Nya former för stöd till mindre företag kan behöva tas fram som samtidigt inte alltför mycket ökar den administrativa bördan för de offentliga myndigheterna.
- Pandemin fortsätter och krisen ser nu ut att bli mer långvarig. Det är rimligt att fortsätta ge stöd ännu en tid eftersom vaccin förväntas komma under nästa år. De stöd som hittills kommit ut till företagen bör redan nu utvärderas av oberoende institutioner för att förbättra träffsäkerheten och effektiviteten i det framtida stödet.
- Skulle emellertid krisen bli ännu mer långvarig kommer ett generellt stöd att innebära problem för marknaders utveckling och omställning. Då är det än viktigare att åtgärderna verkligen riktas till de företag som har stora omsättningstapp, en god soliditet och förutsättningar att klara handelns pågående strukturomvandling. Det kommer också att behöva ställas krav på motprestationer exempelvis i form av krav på kapitalinsatser från privata aktörer samt krav på omställning i företagen så att långsiktiga mål uppfylls, inte minst satsningar på hållbarhet och kompetensutveckling för personalen.

► STÖDEN BÖR
UTVÄRDERAS
REDAN NU

6. Slutsatser och framåtblick

I de föregående kapitlen har en del slutsatser dragits angående de beteendeförändringar som inträffat och som påverkar handeln, hur struktur-omvandlingen som handeln genomgår har påskyndats och hur handeln har påverkats av de olika företagsstöd som har införts i Sverige. I detta kapitel återges de viktigaste slutsatserna, dras vissa kompletterande slutsatser och resoneras bland annat kring vad som kan väntas ske framöver.

Efter den första vågen av pandemin i våras minskade smittspridningen avsevärt och restriktionerna lättades successivt. Även om det tredje kvartalets BNP minskade i årstakt, syntes tecken på återhämtning och prognoserna som lades fram i september förutsåg en fortsatt uppgång under det fjärde kvartalet och under 2021.

Men under oktober började smittspridningen öka igen och med viss eftersläpning började även restriktionerna att skärpas. Flera tidigare stödåtgärder förlängdes. När detta skrivs ökar smittspridningen snabbt i Sverige, samtidigt som den minskar i åtskilliga andra europeiska länder. Smittspridningen i Sverige ligger över medianen bland de europeiska länderna.

Framtiden är genuint oviss. Vi vet inte hur länge smittspridningen kommer att öka, i vilken mån ytterligare restriktioner kommer att införas, vilka stödåtgärder som kommer att förlängas och vilka nya stödåtgärder som kommer att införas.

En avvägning som statsmakterna har måst göra är mellan hälsa och ekonomi. Kraftiga restriktioner för att begränsa smittspridningen leder till större skadeverkningar på ekonomin och kan även få negativa hälsoeffekter genom att människor avstängs från normalt socialt umgänge. Om å andra sidan hänsyn till ekonomin innebär mildare restriktioner, är det sannolikt att smittspridningen ökar. I debatten har det funnits och finns företrädare både för hårdare restriktioner – för att begränsa smittspridningen – och för mildare restriktioner – för att skydda ekonomin.

I Sverige har det i hög grad varit Folkhälsomyndigheten som har svarat för utformningen av politiken. Enligt vad vi har erfarit från Finansdepartementet blev det i våras inte aktuellt för statsmakterna att göra denna avvägning mellan hälsa och ekonomi. Det var Folkhälsomyndigheten som gjorde avvägningen och eftersom restriktionerna jämfört med andra länder blev relativt milda, blev behovet av stödåtgärder – förvisso stort ändå – måhända mindre än vad som annars skulle blivit fallet. Många länder som haft större

restriktioner än Sverige har också satsat jämförelsevis större belopp på stödåtgärder och detta trots att deras statsfinanser i utgångsläget var i väsentligt sämre skick än Sveriges. På senare tid förefaller det dock som att regeringen i vissa fall har agerat utan att inhämta Folkhälsomyndighetens synpunkter.

När det gäller utformningen av stödåtgärderna till näringslivet måste en annan avvägning göras – mellan generella och selektiva åtgärder. Fördelarna med generella åtgärder är att de normalt går snabbt att genomföra och kräver relativt lite byråkrati och kontroller. Nackdelarna är att de blir mycket kostsamma och att de även går till företag som inte behöver stöd respektive till företag som inte är bärkraftiga men som kan överleva genom konstgjord andning, så kallade zombieföretag.

Fördelarna med selektiva åtgärder är att de är mindre kostsamma och kan riktas till de företag som verkligen behöver stöd. Nackdelarna är att de kräver mera byråkrati och kontroller, att de innebär svåra gränsdragningsproblem och öppnar upp för påtryckare och lobbyister som verkar för att just de företag och branscher som de företrädare ska komma i åtnjutande av stöd.

Regeringen avvisade i våras till exempel förslag som gick ut på att arbetsgivaravgifterna skulle sänkas generellt för alla företag, vilket skulle ha kostat cirka 100 miljarder kronor i månaden. Snarare kan man säga att regeringen valde ”halvgenerella” åtgärder. Kostnaderna blev förvisso stora ändå men eftersom Sverige, i jämförelse med de flesta andra europeiska länder, i utgångsläget hade starka statsfinanser och en låg statsskuld blev konsekvenserna inte så allvarliga.

Nu när Sverige befinner sig i en andra våg, kommer frågan om stödåtgärdernas utformning upp på tapeten igen. Ska åtgärderna på nytt bli av samma ”halvgenerella” karaktär eller ska man förfara på ett annat sätt? Att fortsätta på samma sätt som i våras

leder till fortsatt stora kostnader och därmed försämrade statsfinanser och innebär även att ett antal zombieföretag fortsatt hålls under armarna. Hur det blir kan man bara spekulera kring men signalerna från regeringen har varit att man i görligaste mån vill fortsätta med de ”halvgenerella” åtgärderna och undvika selektiva åtgärder. Mycket talar dock för riktade åtgärder till exempelvis idrotten och kulturen, som båda är hårt drabbade genom förbudet/rekommendationen att undvika folksamlingar som överstiger åtta personer.

► MEST ”HALVGENERELLA” ÅTGÄRDER

Handelns aktörer har övervägande varit positiva till de åtgärder som statsmakterna har vidtagit. Det viktigaste undantaget var hyresstödet, som gav fastighetsägarna det avgörande inflytandet och som skapade en hel del missämja mellan fastighetsägare och hyresgäster.

I en del fall har det också kommit kritik att det har varit administrativt krångligt att söka stöd och att handläggningstiderna hos vissa myndigheter har varit alltför långa.

Handeln har gynnats av sänkta arbetsgivaravgifter för ungdomar, eftersom handeln har en relativt stor andel unga anställda. Sett för hela näringslivet har åtgärden däremot ansetts vara mindre träffsäker.

När det gäller relationerna mellan arbetsgivare och fackföreningar har det från båda parter huvudsakligen framförts positiva omdömen. Det gick snabbt att komma överens om åtgärder som parterna själva förfogade över.

Det kan vidare konstateras att fackföreningarna har fått en ökad medlemstillströmning som följd av pandemin. Även a-kassan har fått flera medlemmar till följd av de höjda ersättningsnivåerna och att kraven på medlemskap har mildrats. Det senare kan å andra sidan vara ett problem om kraven fortsätter att vara låga, eftersom det kan innebära att anslutningen blir låg i normala tider i förvisningen om att det kan bli nya lättnader i nästa kris.

Nedan följer några av de viktigaste slutsatserna som redovisats i tidigare kapitel.

De länder som genomförde drastiska nedstängningar, ”lockdowns”, upplevde mycket dramatiska nedgångar för detaljhandeln under våren. I ett europeiskt perspektiv har handeln i Sverige klarat sig väl, men ännu bättre har det gått i de närliggande länderna Danmark, Finland, Norge, Nederländerna och Tyskland.

Detaljhandelsförsäljningen har utvecklats på liknande sätt i länder med små restriktioner i samhället och i länder som använt kraftfullare men ändå relativt måttliga restriktioner. Troligen har detta att göra med beteendeförändringar som beror direkt på den rapporterade smittspridningen och inte bara följer de restriktioner som beslutats av myndigheter och politiker.

Pandemin har påverkat handelns olika delbranscher och segment på ett liknande sätt i många länder. Kläd- och skohandeln förefaller överallt vara hårt drabbad, medan bygg- och trädgårdshandel har gynnats. E-handeln har vuxit kraftigt och i flertalet länder har dagligvaruhandeln gått mycket bra. Inte minst i de länder som har beslutat om mycket stora ekonomiska stödpaket har det funnits tendenser till att detaljhandeln generellt och dagligvaruhandeln i synnerhet haft högre försäljningssiffror än normalt mot slutet av sommaren och i början av hösten.

Pandemin har synliggjort den samhällsbärande funktion som handeln har, men också ett behov av att uppdatera synen på denna. Det gäller särskilt samhällsnyttan i att ha en fungerande e-handelsinfrastruktur, där investeringar i digital infrastruktur även bör

inkludera leveranslösningar. Utanför storstadsregionerna gör geografiska utmaningar att sådana satsningar sannolikt kräver nya samverkansinitiativ, där handelns aktörer kan utgöra en partner till offentlig sektor i att lösa dessa utmaningar.

Handeln domineras av små företag, vilkas affärsmodell är mycket känslig för inkomstbortfall. På ett övergripande plan har handeln klarat första fasen av krisen bra. Bilden är dock inte entydig. Olika branscher och handelslägen har påverkats i skiftande grad. En viktig lärdom är att de investeringar som gjorts i kostnadsbesparingar, effektiviseringar och digitalisering i många fall visat sig vara av stor betydelse för hur väl företagen klarar krisen.

Pandemin har snabbat på den strukturomvandling som handeln genomgår. Digitaliserings-trenden har förstärkts och många av de utmaningar som handeln har mött är i linje med vad som förväntats även utan pandemin. Vi ser att antalet butiker och antalet anställda i branschen sannolikt kommer att minska. För att hantera detta krävs initiativ exempelvis vad gäller att hitta nya användningsområden för butiksytor och att matcha kompetenser med behov i andra sektorer.

► VIKTIGA SLUTSATSER

Vår enkätundersökning visar att företagen är relativt positiva till de stöd som satts in under pandemins första fas. Högst betyg ges i frågan huruvida stöden uppfattats som ändamålsenliga och gjort skillnad för hur väl företagen klarar krisen, följt av hur snabbt åtgärderna sattes in. Lägst betyg ges avseende hur enkelt stödet har varit att administrera. Det är främst företag som tagit emot hyresrabatter, korttidspermittering och omställningsstöd som uppfattat åtgärderna som administrativt krångliga.

I en andra fas av pandemin – det vill säga från och med nu fram till att vaccinet som förväntas komma under nästa år får verkan – är det rimligt att åtskilliga av åtgärderna förlängs. Argumenten som redovisas i vår rapport för företagsstöd överväger fortfarande argumenten emot. Men de behöver utformas än mer effektivt för att stödja de företag som verkligen har tappat i omsättning och var solventa innan pandemin bröt ut. Det är därför rimligt att redan nu utvärdera hur väl stödpaketet fungerat under den första fasen för att hinna dra lärdomar kring den fortsatta utformningen.

I en tredje fas av krisen, det vill säga om vaccinet inte ger förväntad verkan och pandemin blir än mer långvarig, krävs en annan inriktning på stöden för att undvika de negativa effekterna i form av störda marknadsmekanismer, zombieföretag, moral hazard och fusk, upplevd orättvisa samt en fördröjd strukturomvandling. Här blir det än mer betydelsefullt att stöden utformas effektivt samt att de förenas med krav på någon form av motprestationer, exempelvis krav på kapitalinsatser från privata aktörer samt att företagen som får stöd gör satsningar på hållbarhet och kompetensutveckling av personalen.

Referenser

- Anand, S., Montez-Rath, M., Han, J., Bozeman, J., Kerschmann, R., Beyer, P. och Chertow, G. M. (2020). Prevalence of SARS-CoV-2 antibodies in a large nationwide sample of patients on dialysis in the USA: a cross-sectional study. *The Lancet*, 396 (10259), 1335–1344.
- Baldwin, R. och Weder di Mauro, B., red. (2020). *Mitigating the COVID Economic Erisis – Act Fast and Do Whatever It Takes*. VoxEU.org, CEPR Press.
- Brunnermeier, M., Landau, J. P., Reis, R. och Pagano, M. (2020). Throwing a Covid-19 liquidity life-line, *Working paper*. Tillgänglig via: <https://ssrn.com/abstract=3573419>.
- Brunnermeier, M. och Krisnamurthy, A. (2020). Corporate debt overhang and credit policy. *Brookings papers for economic activity conference*, 25 juni, 2020.
- Brunnermeier, M. och Krisnamurthy, A. (2020). The macroeconomics of corporate debt. *The Review of Corporate Studies*, vol. 9, 656–665.
- Colliander, J. och Rosengren, S. (2020). Shifting Lanes – How consumer behaviors shifted during the COVID-19 crisis, ur: Sweden Through the Crisis. Tillgänglig via: <https://www.hhs.se/en/research/sweden-through-the-crisis/shifting-lanes/>.
- Diddier, T., Huneus, F., Larrain, M. och Schukler, S. (2020). Financing firms in hibernation during the covid-19 pandemic, *MOFIR Working paper*, No 162.
- Elmendorf, D.W. och Furman, J. (2008). Three keys to effective fiscal stimulus, *Brookings Op-ed*, January 2008.
- Forster, P. W. och Tang, Y. (2005). ”The Role of Online Shopping and Fulfillment in the Hong Kong SARS Crisis,” *Proceedings of the 38th Annual Hawaii International Conference on System Sciences*, Big Island, HI, USA, 2005, 271a–271a, doi: 10.1109/HICSS.2005.615.
- Granja, J., Makridis, C., Yannelis, C. och Zwick, E. (2020). Did the Paycheck Program hit the target? *Working paper*. Tillgänglig via: <https://ssrn.com/abstract=3585258>.
- Hale, T., Petherick, A., Phillips, T., och Webster, S. (2020). Variation in government responses to COVID-19, *Working paper*, 31. v. Blavatnik School of Government.
- Handelsanställdas förbund (2020), Makten över arbetstiden och bemanningen, *Handelns rapporter 2020:5*. Tillgänglig via: <https://handels.se/globalassets/centralt/media/pressrum/rapporter/2020/makten-over-arbetstiden-och-bemanningen---kortversion.pdf>.

- Hernant, M. (2016). *Butiken, sortimentet och kampanjerna – En bok om ekonomisk uppföljning*, Studentlitteratur.
- Hernant, M. och Boström, M. (2010). *Lönsamhet i butik – Samspelet mellan butikens marknadsföring, kundernas beteende och lokal konkurrens*, Liber.
- Holm, J. (2020). Långvariga stöd kan skada ekonomin, SvD, 7 november (tryckt upplaga).
- HUI Research (2020). *Handelns struktur och utveckling*. Tillgänglig via: <https://www.handelnisverige.se/assets/Uploads/Handelns-Struktur-och-Utveckling-2020.pdf>.
- HUI Research (2018). *Handelns struktur och utveckling*. Tillgänglig via: <https://www.handelnisverige.se/assets/Uploads/HUI-2019-Handelns-struktur-och-utveckling-2018.pdf>.
- HUI Research/Handelsrådet (2020). *Snabbfakta 2020 – Information om svensk detaljhandel*. Tillgänglig via: <https://www.handelnisverige.se/assets/Uploads/Snabbfakta/Snabbfakta-2020.pdf>.
- IMF (International Monetary Fund), 2020, *World Economic Outlook: A Long and Difficult Ascent*. Washington, DC, Oktober.
- Levy, M., Weitz, B. A. och Grewal, D. (2019). *Retailing Management*, McGraw Hill.
- Melis, K., Campo, K., Breugelmans, E., och Lamey, L. (2015). The impact of the multi-channel retail mix on online store choice: does online experience matter? *Journal of Retailing*, 91(2), 272–288.
- OECD (2020). Government support and the Covid-19 pandemic, inkluderas i Generalsekreterarens arbete (obs. ej medlemsländerna), *Tackling Coronavirus (covid-19) contributing to a global effort*, 14 april, 2020.
- Peter G. Peterson Institute for International Economics (2020). How did the fiscal response to coronavirus help small businesses? Femte delen i rapportserien (av sex): *How well has the coronavirus fiscal response been working?*, 23 oktober, 2020.
- Postnord/HUI Research 2020, e-barometern årsrapport 2019. Tillgänglig via: <https://www.postnord.se/siteassets/pdf/rapporter/e-barometern-arsrapport-2019.pdf>.
- Stiglitz, J. E. (2020). *Four priorities for pandemic relief efforts*. The Roosevelt Institute.
- Svensk Handel (2020), Läget i handeln. 2020 års rapport om branschens ekonomiska utveckling. Tillgänglig via: <https://www.svenskhandel.se/globalassets/dokument/aktuellt-och-opinion/rapporter-och-foldrar/e-handelsrapporter/laget-i-handeln-2020.pdf>.
- Svensk Handel (2020), Lönsamheten i handeln, Tillgänglig via: <https://www.svenskhandel.se/globalassets/dokument/aktuellt-och-opinion/rapporter-och-foldrar/lonsamhetsrapport/lonsamheten-i-handeln---juli-2020.pdf>

Wakeman, W. (2020). Why breaking up shouldn't be so hard, ur Sweden Through the Crisis. Tillgänglig via: <https://www.hhs.se/en/research/sweden-through-the-crisis/why-breaking-up-shouldnt-be-so-hard/>.

Wall, L. D. (2020). Assisting firms during a crisis: Benefits and costs. *Federal Reserve Bank of Atlanta's Policy Hub*, No.10, August.

Wetter, E., Rosengren, S. och Nguyen, H. (2020). Using private data to understand public behaviors, ur Sweden Through the Crisis. Tillgänglig via: <https://www.hhs.se/en/research/sweden-through-the-crisis/using-private-data-to-understand-public-behaviors-in-crisis/>.

Intervjuer

Intervjuer under hösten 2020

David Salsbäck och Jacob Wall, Axel Johnson AB, 1 oktober

Lotta Lyrå, Clas Ohlson, 5 oktober

Peter Andersson och Elisabeth Peregi, KappAhl, 6 oktober

Karin Johansson, Svensk Handel, 6 oktober

Elisabeth Brandt Ygeman, Handelsanställdas förbund, 7 oktober

Emma Lennartsson, Finansdepartementet, 7 oktober

Clas-Göran Sylvén, ICA/MQ, 9 oktober

Från Unionen erhöles en skriftlig PM 15 oktober

Intervjuer i början av 2020

Dessa intervjuer genomfördes inför den rapport som planerades i början av året.

I vissa fall har de även utnyttjats i den nu föreliggande rapporten.

Andreas Hedlund och Mats Johansson, Handelsrådet, 16 januari

Alma Olafsdottir, Skatteverket, 29 januari

Arne Andersson, PostNord, 3 februari

Mats Wicktor, Tullverket, 4 februari 2020

Sara Melén Hånell, Handelshögskolan i Stockkholm, 10 februari

Moon-Suck Song, Pangora, 14 februari

Maria Collin, Global Compact Network Sweden, 18 februari

Eva Posjnov och Anna Sundblad Stahre, Finansdepartemenet, 19 februari

Appendix

► Tabell A.1. Företagens syn på krisåtgärderna utifrån bransch.

Variabler	(1) Ändamålsenlig	(2) Kom i tid	(3) Enkel adminstrera	(4) Gör skillnad
Detaljhandel	-0.2757 (0.2577)	-0.2053 (0.2489)	-0.1758 (0.2465)	0.1747 (0.2480)
Sysselsatta	0.0963 (0.0884)	0.1496* (0.0864)	-0.0076 (0.0843)	-0.0066 (0.0848)
Storstad	-0.5883** (0.2964)	-0.4030 (0.2962)	-0.4563 (0.3137)	0.0444 (0.3087)
Kläder och skor	-0.1619 (0.2849)	-0.7564*** (0.2799)	-0.1238 (0.2903)	0.1050 (0.3020)
Sport och fritid	-0.5524 (0.5190)	-1.0025* (0.5250)	-0.0214 (0.5355)	-0.4409 (0.5216)
Hem och bygg	0.1907 (0.3262)	-0.1840 (0.3078)	0.2009 (0.3049)	-0.3370 (0.3069)
Elektronik	0.0173 (0.3331)	-0.3390 (0.3162)	0.1718 (0.3163)	-0.3782 (0.3191)
Livsmedel	-0.2154 (0.3932)	0.0596 (0.3752)	0.8733** (0.3698)	0.0036 (0.3703)
Antalet observationer	436	436	436	436

Standardfel i parentes. *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1.

► Tabell A.2. Synen på stödåtgärderna beroende på vald åtgärd.

Variabler	(1) Ändamålsenlig	(2) Kom i tid	(3) Enkel adminstrera	(4) Gör skillnad
Detaljhandel	-0.1153 (0.2724)	-0.0425 (0.2632)	-0.0228 (0.2540)	0.2423 (0.2628)
Sysselsatta	0.0638 (0.0910)	0.1155 (0.0887)	0.0717 (0.0864)	-0.0232 (0.0892)
Storstad	-0.6966** (0.3061)	-0.4140 (0.3043)	-0.3810 (0.3151)	-0.1139 (0.3175)
Hysesrabatt	-0.1977 (0.2366)	-0.4074* (0.2308)	-0.5023** (0.2300)	0.3298 (0.2438)
Omställningsstöd	-0.6522** (0.2948)	-1.1052*** (0.2933)	-0.3317 (0.2956)	0.0477 (0.3117)
Korttidspermitteringar	0.9460*** (0.2335)	1.1687*** (0.2304)	-0.7516*** (0.2157)	1.1357*** (0.2310)
Arbetsgivaravgift	0.8735*** (0.2428)	0.1522 (0.2450)	0.0132 (0.2386)	0.3936 (0.2460)
Sjuklönekostnader	0.2224 (0.2403)	0.3606 (0.2321)	0.0436 (0.2288)	-0.0215 (0.2385)
Konstant	-0.3425 (0.4239)	-0.3603 (0.4199)	0.0742 (0.4089)	-0.3590 (0.4196)
Antalet observationer	436	436	436	436

Standardfel i parentes. *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1.

Not. Logistiska regressioner med attityderna kring ändamål, komma i tid, enkelt, göra skillnad som beroende variabel (dummyvariabler där 1 > genomsnittet och 0 < genomsnittet) i respektive modell.

► Tabell A.3. Sannolikheten att handelsföretaget med denna bransch finns i gruppen företag som förutser att omsättningsnivån är tillbaka på nivån före pandemin om 1–2 år (grupp 2) eller att de finns i gruppen som förutser att nivån är tillbaka om 3–4 år eller längre, eller inte alls (grupp 3).

Variabler	(1)	(2)		(3)	
		Koef.	Rel. risk	Koef.	Rel. risk
Detaljhandel		–0.9743*** (0.2736)	0.3774*** (0.1033)	0.4277 (0.4215)	1.5338 (0.6465)
Sysselsatta		0.0429 (0.0946)	1.0438 (0.0987)	0.0294 (0.1248)	1.0298 (0.1286)
Storstad		0.9281** (0.3699)	2.5296** (0.9358)	1.4778*** (0.4177)	4.3835*** (1.8311)
Kläder och skor		1.0663*** (0.3506)	2.9045*** (1.0182)	1.1267*** (0.3771)	3.0853*** (1.1635)
Sport och fritid		–0.2753 (0.5879)	0.7593 (0.4464)	–0.3983 (0.7290)	0.6715 (0.4895)
Hem och bygg		–0.8495** (0.3430)	0.4276*** (0.1467)	–1.4034*** (0.5430)	0.2458*** (0.1335)
Elektronik		0.7454** (0.3557)	2.1072** (0.7495)	0.0146 (0.5020)	1.0148 (0.5094)
Livsmedel		0.2287 (0.4129)	1.2570 (0.5190)	–0.3952 (0.7127)	0.6735 (0.4801)
Konstant		0.3120 (0.3894)	1.3661 (0.5320)	–1.2776** (0.5578)	0.2787** (0.1554)
Antalet observationer	436	436	436	436	436

Standardfel i parentes. *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1.

Not. Multinomial logistisk regression, det vill säga sannolikheten att befinna sig i de tre grupperna som beskrivs i rapporten utifrån tabell 5.1. Basen är den grupp som redan återhämtat sig, grupp 2 bedöms ha en kort återhämtning framför sig, och grupp 3 en lång återhämtning framför sig.

► Tabell A.4. Sannolikheten att handelsföretaget med vald stödform finns i gruppen företag som förutser att omsättningsnivån är tillbaka på nivån före pandemin om 1–2 år (grupp 2) eller att de finns i gruppen som förutser att nivån är tillbaka om 3–4 år eller längre, eller inte alls (grupp 3).

Variabler	(1)	(2)		(3)	
		Koef.	Rel. risk	Koef.	Rel. risk
Detaljhandel		–0.8168*** (0.2820)	0.4418*** (0.1246)	0.3497 (0.4431)	1.4187 (0.6286)
Sysselsatta		–0.0523 (0.1003)	0.9491 (0.0952)	–0.1111 (0.1364)	0.8949 (0.1220)
Storstad		0.6752* (0.3740)	1.9644* (0.7348)	1.3339*** (0.4372)	3.7958*** (1.6596)
Hyesrabatt		0.2841 (0.2611)	1.3285 (0.3469)	0.6679** (0.3242)	1.9502** (0.6322)
Omställningsstöd		1.0729*** (0.4027)	2.9238*** (1.1774)	2.3805*** (0.4184)	10.8108*** (4.5233)
Korttidspermitteringar		1.0577*** (0.2415)	2.8796*** (0.6956)	1.0445*** (0.3176)	2.8419*** (0.9026)
Arbetsgivaravgift		–0.0944 (0.2735)	0.9099 (0.2489)	–0.4157 (0.3426)	0.6599 (0.2260)
Sjuklönekostnader		0.0156 (0.2582)	1.0157 (0.2622)	–0.6843* (0.3659)	0.5045* (0.1846)
Konstant		–0.1345 (0.4673)	0.8742 (0.4085)	–1.8085*** (0.6413)	0.1639*** (0.1051)
Antalet observationer	436	436	436	436	436

Standardfel i parentes. *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1.

Not. Multinomial logistisk regression, det vill säga sannolikheten att befinna sig i de tre grupperna som beskrivs i rapporten utifrån tabell 5.1. Basen är den grupp som redan återhämtat sig, grupp 2 bedöms ha en kort återhämtning framför sig, och grupp 3 en lång återhämtning framför sig.

Handelns ekonomiska råd

► **Handelns ekonomiska råd** är inrättat av Handelsrådet och har till uppgift att ta fram rapporter och lämna utlåtanden och rekommendationer i syfte att sprida kunskap och insikt om handelns betydelse för samhället. Handelns ekonomiska råd är oberoende och är självt ansvarigt för de uttalanden och rapporter som görs inom ramen för rådets arbete.

De fyra ledamöterna i Handelns ekonomiska råd är: *Erik Åsbrink* (ordförande), tidigare finansminister, numera aktiv som styrelseledamot, föredragshållare och skribent; *Mats Bergman*, professor i nationalekonomi vid Södertörns högskola, tidigare chefsekonom vid Konkurrensverket; *Cecilia Hermansson*, forskar och undervisar inom fastighetsekonomi och finans på KTH, tidigare bland annat ordförande i Industrins ekonomiska råd respektive ledamot i Finanspolitiska rådet; och *Sara Rosengren*, professor vid institutionen för marknadsföring och strategi på Handelshögskolan i Stockholm och chef för högskolans Center for Retailing.



Handelsrådet är ett samarbete mellan



Handels ekonomiska råd

www.handelsradet.se/ekonomiska-radet