

*Hela Sverige
ska leva!*

Den svenska lanthandeln

**Om situationen för butiker på landsbygden och
intresset för att bilda en förening**

Inledning

Sveriges lanthandlare har och har haft en viktig funktion. Lanthandeln har bidragit till att utveckla glesbygden. Främst genom att vara distributör av livsmedel, men även genom andra produkter och tjänster som efterfrågas. Samtidigt har lanthandeln i många fall också en social roll. De senaste årtiondenas urbanisering har dock gjort att lanthandlarna har fått svårt att överleva, och många har lagts ner.

Det finns en del studier om lanthandelns roll och betydelse. Några större undersökningar där lanthandlarna själva får beskriva sin situation har dock inte genomförts under de senaste åren. Denna rapport bygger på en undersökning där 273 lanthandlare har svarat på frågor om sin situation och vilka utmaningar de upplever. Huvudsyftet med studien är att undersöka om det finns ett intresse för att starta en intresseförening för lanthandlare.

Resultatet är tydligt. Fler än åtta av tio vill att en intresseorganisation bildas, och fyra av tio kan också tänka engagera sig i en sådan. Undersökningen visar också att många av Sveriges lanthandlare upplever betydande utmaningar och att insatser från olika håll krävs om inte fler av dem ska tvingas lägga ner de kommande åren.

Innehållsförteckning

Inledning.....	2
Sammanfattning.....	4
Metod.....	5
Resultatredovisning.....	6
Lanthandlare är spridda över landet.....	6
Nära tre av fyra butiker drivs som aktiebolag de flesta har en ägare.....	7
De flesta butiker har två anställda.....	8
Många butiker har hög omsättning.....	9
Fler än var fjärde butik gjorde inte vinst senaste året.....	10
Nära fyra av tio har inte högre omsättning idag än för fem år sedan.....	10
Drygt åtta av tio får inte hjälp av ideella krafter på orten.....	11
Att få kunder är den största utmaningen.....	12
Två av tre tycker inte att kommunen ger bra stöd.....	13
Lokalbefolkning vill ha lanthandel på orten.....	14
Majoritet positiva till intresseorganisation och många vill engagera sig.....	15
Opinionsbildning viktigaste uppgiften för intresseorganisation.....	16
Fyra av tio osäkra på om lanthandeln kommer att finnas kvar om fem år.....	17

Sammanfattning

Merparten av de lanthandlare som ingår i undersökningen driver sina butiker som aktiebolag med en ägare och har två helårsanställda. De flesta butikerna omsätter mellan två och sex miljoner.

Nära tre av tio gjorde inte vinst förra året och fler än var tredje har inte högre omsättning idag än för fem år sedan. Fyra av tio, svarar kanske eller nej på frågan om butiken kommer att finnas kvar om fem år. Två av tre upplever inte att de har något bra stöd ifrån kommunen.

När lanthandlarna får svara på vilka utmaningar de tycker är störst så hamnar köptrohet först, följt av kundunderlag och konkurrens från andra butiker. Även inköspriser pekas ut som en utmaning.

Fler än åtta av tio vill att en intresseorganisation för lanthandlare och drygt fyra av tio kan även tänka sig att engagera sig i en förening. Opinionsbildning och samordnad förhandling med leverantörer pekas ut som de viktigaste uppgifterna för en eventuell intresseorganisation.

273 lanthandlare har deltagit i undersökningen, som genomfördes under mars och april 2013.

Metod

Rapporten bygger på en enkät som skickats ut till 676 lanthandlare runt om i landet. Undersökningen genomfördes i mars och april 2013.

380 mottagare fick enkäten via e-post, och 296 fick den via post. Totalt svarade 273 lanthandlare på enkäten, vilket ger en svarsfrekvens på 40 procent. Adresserna samlades in genom olika former av register för handlare.

De som mottog enkäten via post gavs möjlighet att svara genom att skicka tillbaka enkäten via post eller via en hemsida. Via e-post gick två påminnelser ut, och de som fick enkäten genom post fick en påminnelse.

En fråga som väcks är vad som räknas som lanthandel. Flera av butikerna som ingår i undersökningen har sju eller fler anställda och har en omsättning på över 20 miljoner. I undersökningen ges ingen definition på vad en lanthandel är, däremot har det tydliggjorts att undersökningen riktar sig till lanthandlare. Att flera större butiker valt att delta får tolkas som att de själva upplever att de är lanthandlare. Sammantaget bedöms undersökningen ge en representativ bild av lanthandlarnas situation och utmaningar.

Resultatredovisning

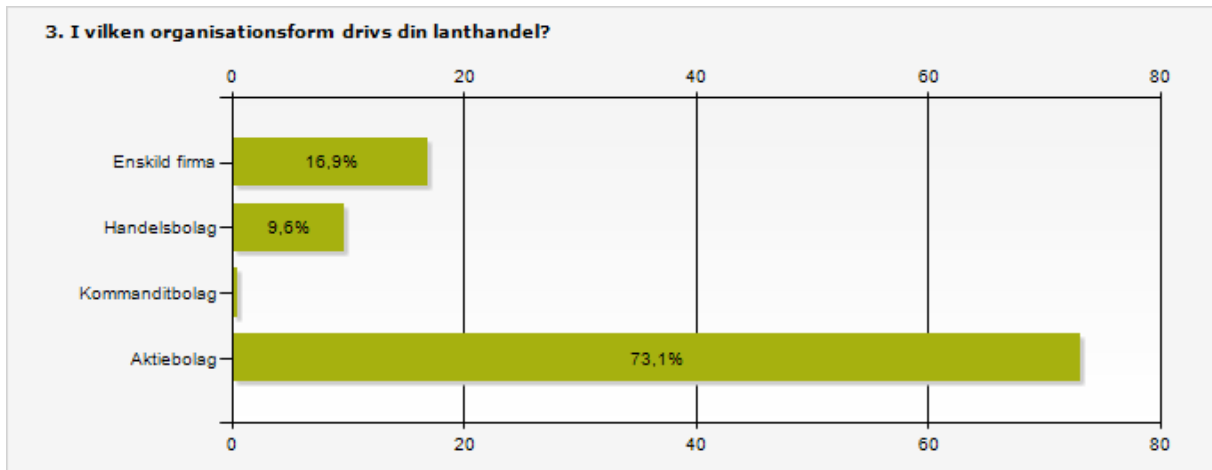
Lanhandlare är spridda över landet

Resultatet visar att butikerna är väl spridda över landet. Flest butiker återfinns i Västerbotten, följt av Västra Götaland och Norrbotten. Även i Dalarna och Jämtland finns många lanthandlare. Detta visar att lanthandeln, och frågor som rör lanthandlare, är något som berör alla delar av landet.

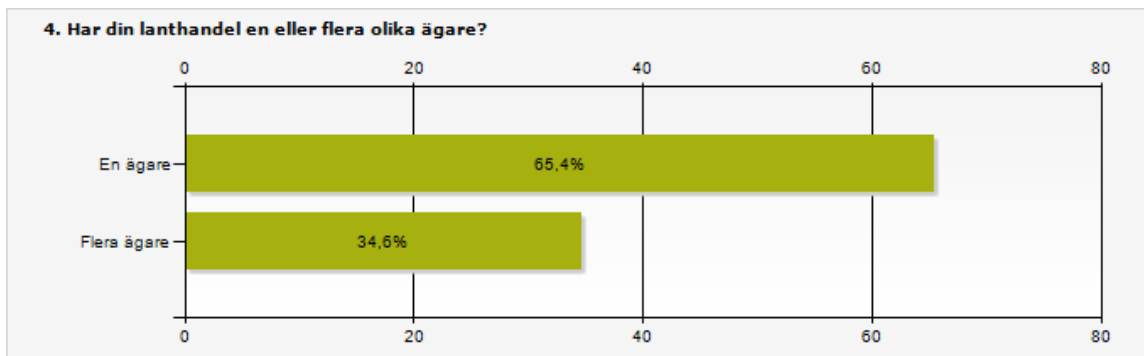
	Procent	Antal
Stockholms län	3,3%	9
Uppsala län	2,9%	8
Södermanlands län	2,6%	7
Östergötlands län	2,6%	7
Jönköpings län	6,2%	17
Kronobergs län	5,1%	14
Kalmar län	6,2%	17
Gotlands län	1,1%	3
Blekinge län	1,1%	3
Skåne län	4,8%	13
Hallands län	2,6%	7
Västra Götalands län	9,2%	25
Värmlands län	5,9%	16
Örebro län	3,3%	9
Västmanlands län	1,8%	5
Dalarnas län	7,4%	20
Gävleborgs län	4,4%	12
Västernorrlands län	4,4%	12
Jämtlands län	7,4%	20
Västerbottens län	9,9%	27
Norrbottens län	7,7%	21
Svarande		272
Inget svar		1

Nära tre av fyra butiker drivs som aktiebolag de flesta har en ägare

På frågan om i vilken associationsform som butikerna drivs svarar 73 procent aktiebolag. 17 procent drivs som enskild firma och tio procent i form av handelsbolag.

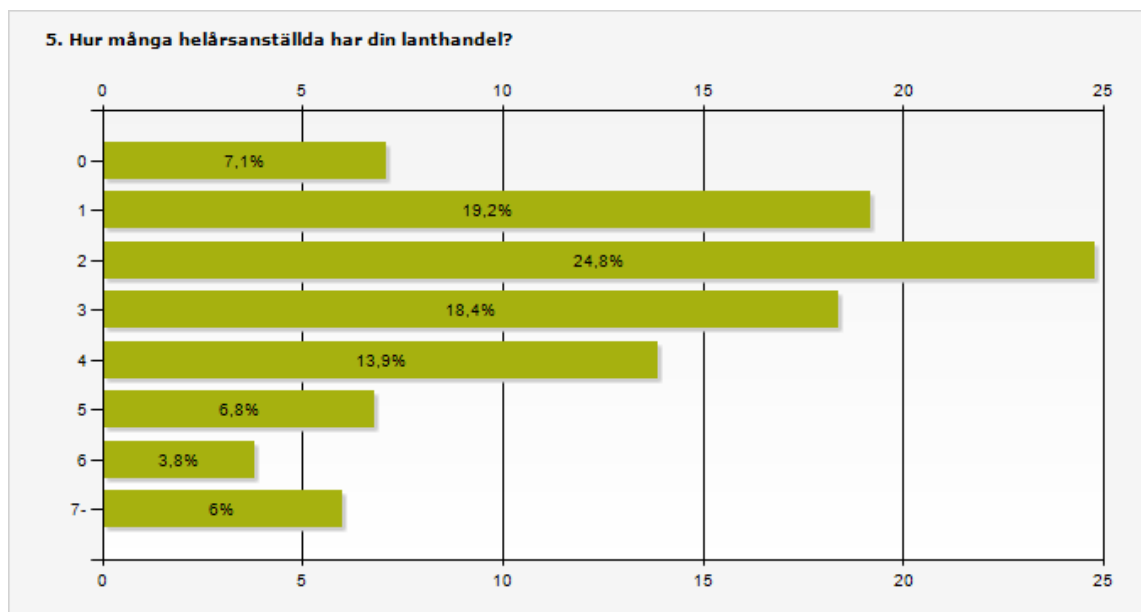


65 procent anger att lanthandeln har en ägare. Övriga svarar att lanthandeln har flera ägare. Ägarfrågan kan ha betydelse både när det handlar om att få tillgång till kompetens och annat stöd, men också när det handlar om förankring på orten. En ensam ägare kan ha svårare att få tillgång till detta.



De flesta butiker har två anställda

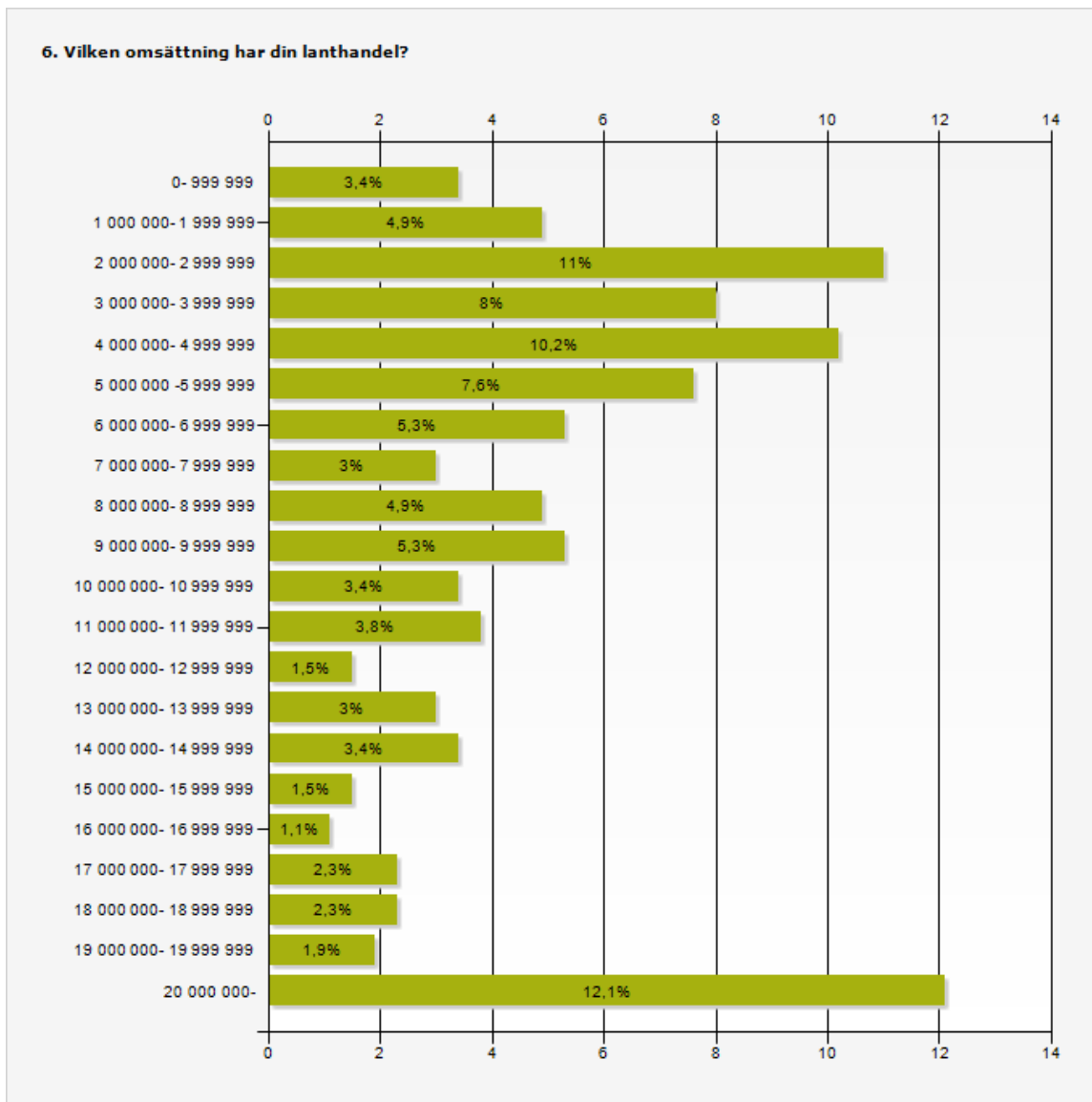
När det gäller antal helårsanställda finns det stora skillnader. 19 butiker kommer inte upp i någon helårsanställd, samtidigt som 16 butiker har 7 helårsanställda eller fler. De flesta butikerna, 25 procent, har dock två helårsanställda.



	Procent	Antal
0	7,1%	19
1	19,2%	51
2	24,8%	66
3	18,4%	49
4	13,9%	37
5	6,8%	18
6	3,8%	10
7-	6%	16
Svarande		266
Inget svar		7

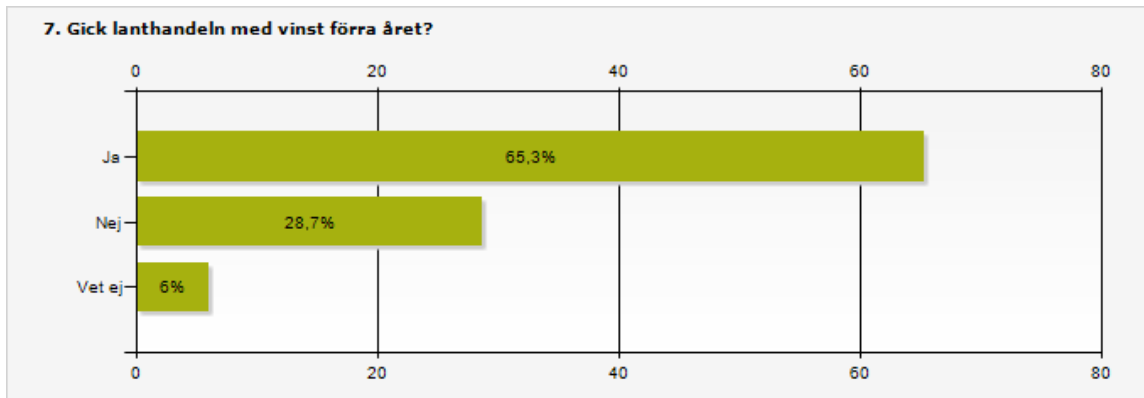
Många butiker har hög omsättning

Även när det handlar om omsättning är skillnaderna stora. 32 av butikerna omsätter över 20 miljoner per år, medan 22 butiker omsätter under 2 miljoner per år. De flesta butikerna omsätter mellan två och sex miljoner.



Fler än var fjärde butik gjorde inte vinst senaste året

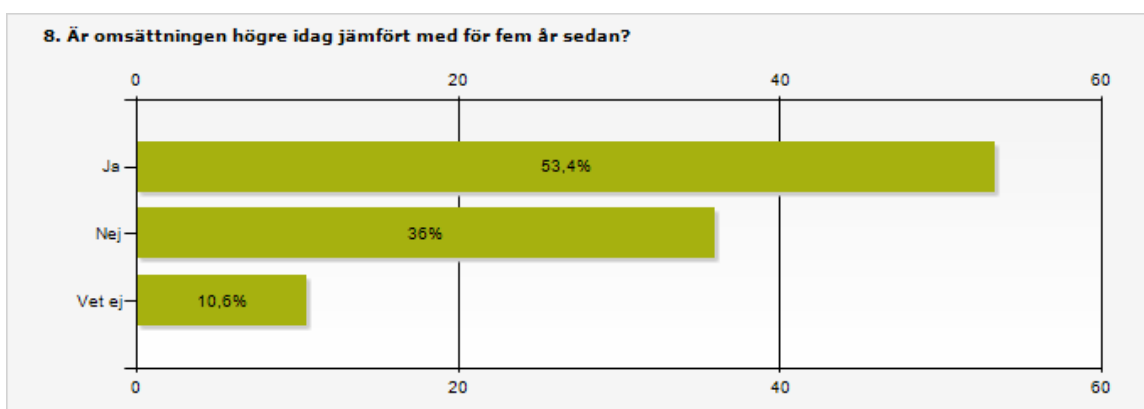
Ifråga om lönsamhet så svarar nära tre av tio, 29 procent, att de inte gjorde vinst förra året. Två av tre, eller 66 procent, anger dock att de gjorde vinst. Resultaten visar att många butiker har bristande lönsamhet, något som förstås riskerar att resultera i nedläggning på sikt om inte åtgärder vidtas.



Nära fyra av tio har inte högre omsättning idag än för fem år sedan

På frågan om omsättningen är högre idag jämfört med för fem år sedan svarar 36 procent att den inte är det. Drygt hälften, 53 procent, svarar att den är högre.

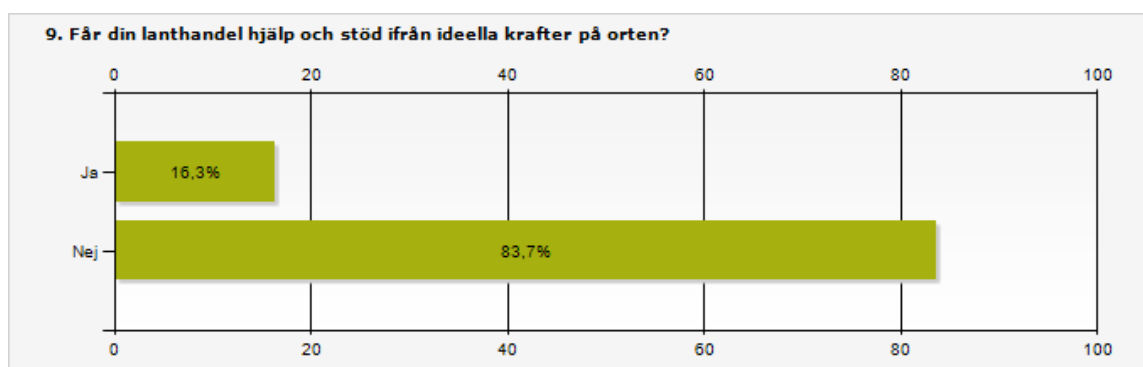
Att omsättningen inte har ökat i kombination med att många inte gör vinst visar att denna typ av butiker har stora utmaningar. Särskilt eftersom prisökningstakt och andra faktorer borde göra att omsättningen ökar något varje år, även om utbud och verksamhet är sig lik år från år.



Drygt åtta av tio får inte hjälp av ideella krafter på orten

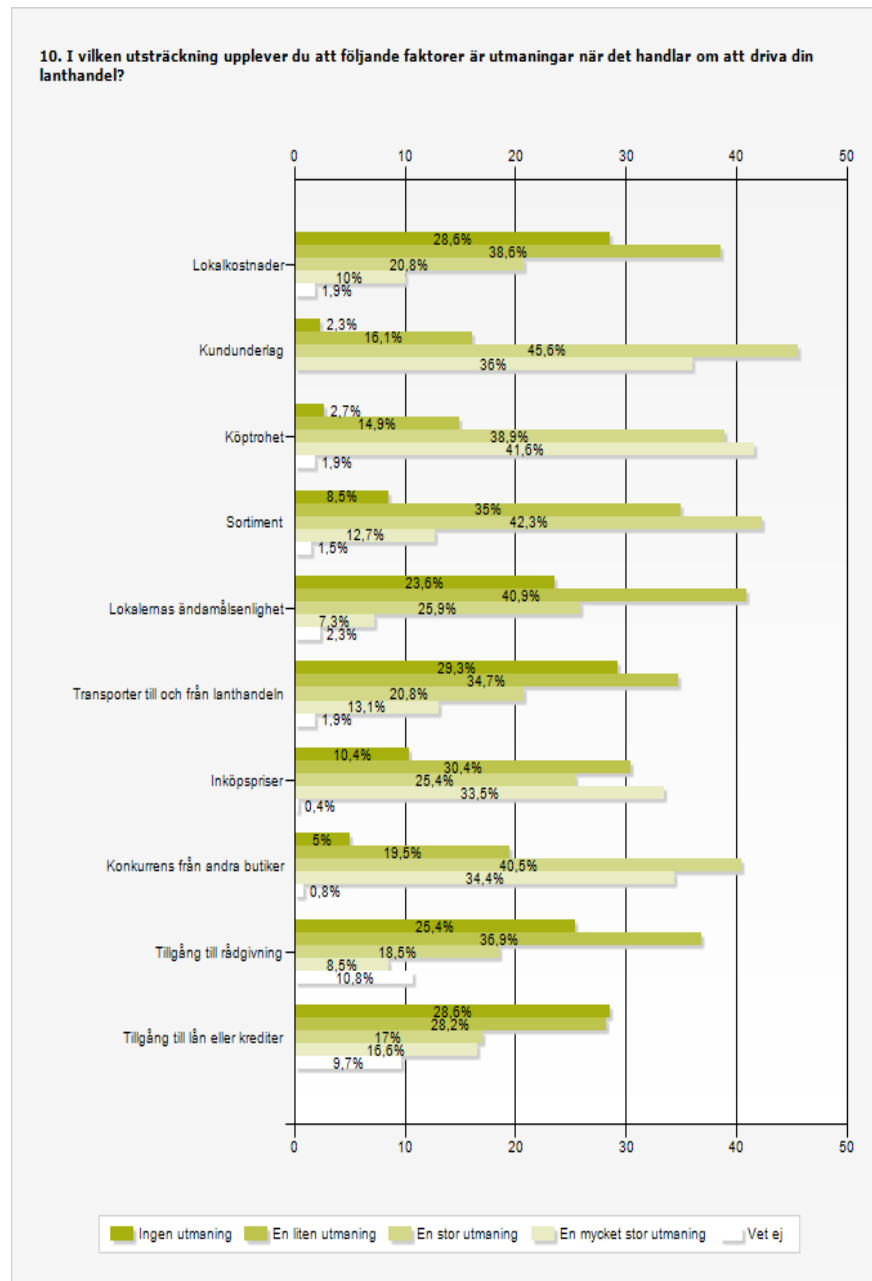
Några lanthandlare som gav synpunkter på frågeformuläret innan undersökningen gick ut framförde att olika former av ideellt stöd från boende på orten spelar stor roll för en lanthandels möjligheter att fungera och utvecklas. Det kan exempelvis handla om insatser som att köra sopor eller hjälp vid inventering av lager.

Fler än åtta av tio uppger att de inte får stöd ifrån ideella krafter på orten. Det innebär att den som driver lanthandeln har många, vitt skilda, uppgifter att hantera förutom att sälja varor.



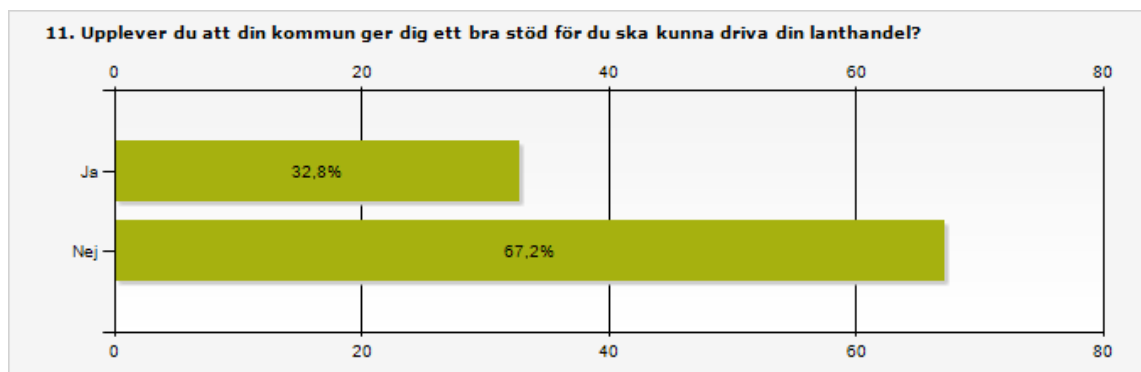
Att få kunder är den största utmaningen

När lanthandlarna får svara på vilka utmaningar de tycker är störst så hamnar köptrohet först, följt av kundunderlag och konkurrens från andra butiker.



Två av tre tycker inte att kommunen ger bra stöd

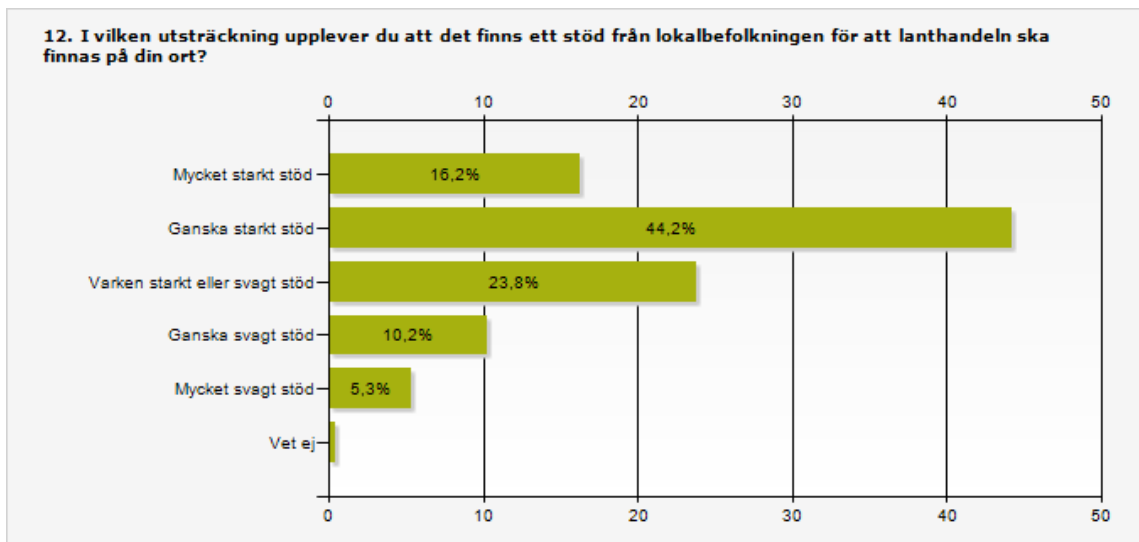
Kommuner kan ha en viktig roll i att stimulera lokala företag. I undersökningen svarar dock två av tre, eller 67 procent, upplever inte att kommunen ger ett bra stöd.



	Procent	Antal
Ja	32,8%	85
Nej	67,2%	174
Svarande		259
Inget svar		14

Lokalbefolkning vill ha lanthandel på orten

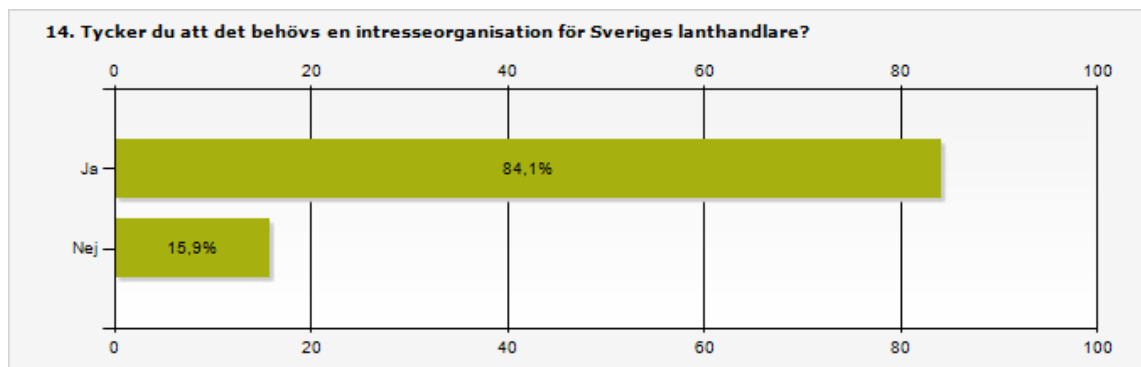
Att lokalbefolkningen vill ha en lanthandel och också handlar i butiken är en viktig förutsättning för handelns fortlevnad. 60 procent av de svarande upplever att det finns ett mycket eller ganska starkt stöd för att det ska finnas en lanthandel på orten. Endast fem procent upplever att det finns ett mycket svagt stöd.



	Procent	Antal
Mycket starkt stöd	16,2%	43
Ganska starkt stöd	44,2%	117
Varken starkt eller svagt stöd	23,8%	63
Ganska svagt stöd	10,2%	27
Mycket svagt stöd	5,3%	14
Vet ej	0,4%	1
Svarande		265
Inget svar		8

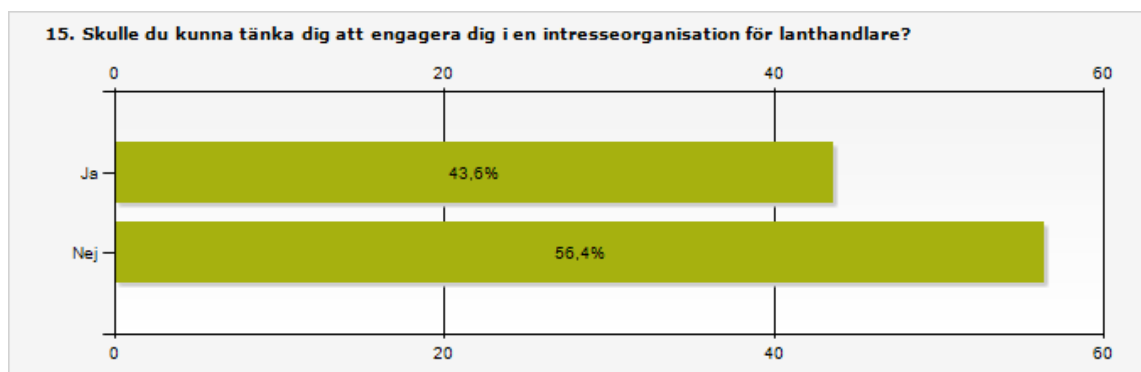
Majoritet positiva till intresseorganisation och många vill engagera sig

En klar majoritet, 84 procent, uppger sig vara positiva till en intresseorganisation. Det kan inte tolkas på annat sätt än att det finns ett starkt stöd för bildande av inte förening som tillvaratar lanthandlares intressen.



	Procent	Antal
Ja	84,1%	217
Nej	15,9%	41
Svarande		258
Inget svar		15

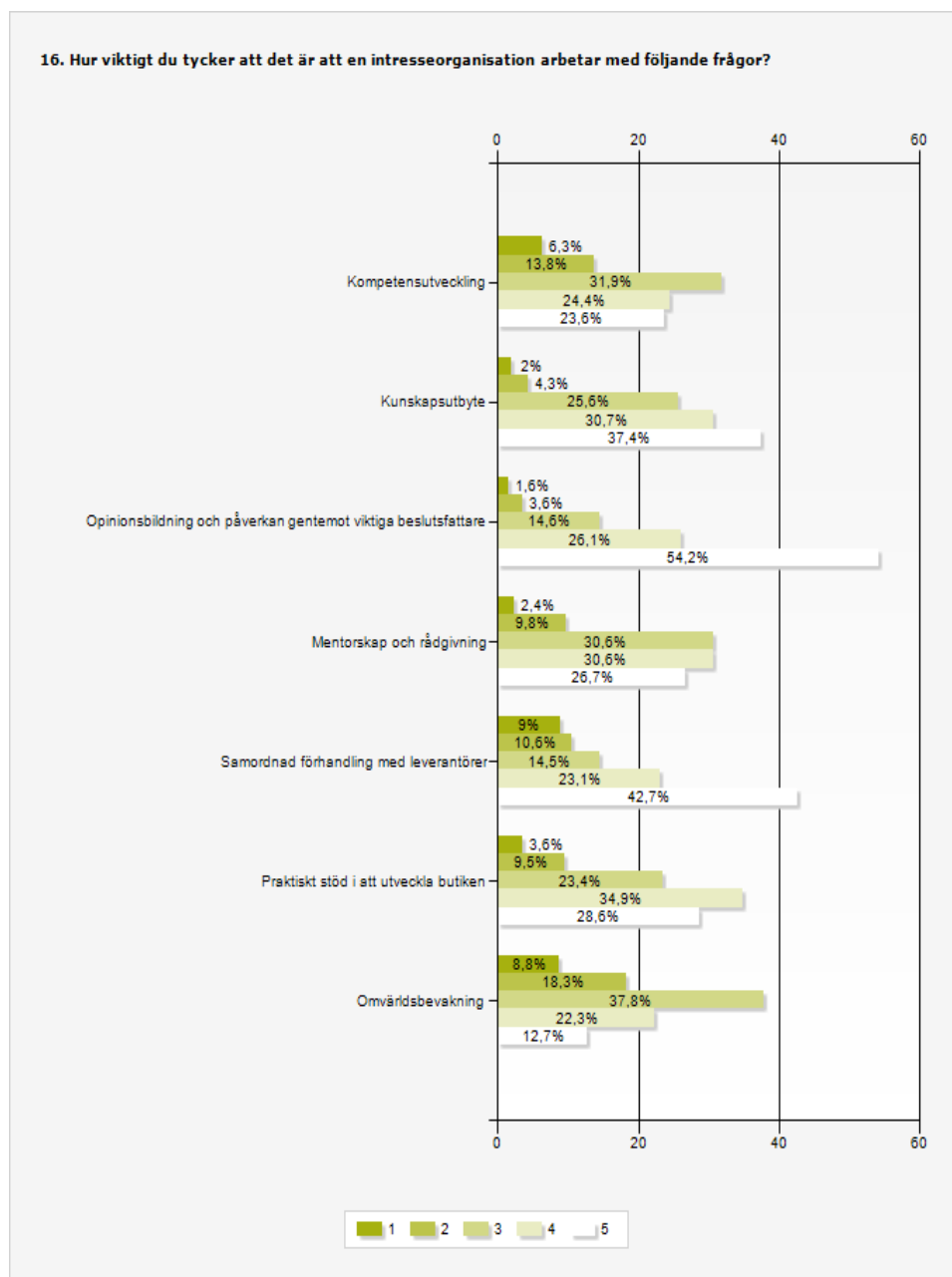
Drygt fyra av tio, 44 procent, ser också positivt på att engagera sig en förening. Att över 100 personer kan tänka sig att engagera sig bådär gott inför ett eventuellt bildande av en organisation.



	Procent	Antal
Ja	43,6%	112
Nej	56,4%	145
Svarande		257
Inget svar		16

Opinionsbildning viktigaste uppgiften för intresseorganisation

På frågan om vilka saker en intresseorganisation bör arbeta med tycker över hälften, 54 procent, att opinionsbildning och påverkan gentemot viktiga beslutsfattare är en prioriterad uppgift. Många tycker också att det är viktigt med samordnad förhandling gentemot leverantörer och kunskapsutbyte.



Fyra av tio osäkra på om lanthandeln kommer att finnas kvar om fem år

Drygt tre av tio, 32 procent, är osäkra på om deras lanthandel kommer att finnas kvar om fem år. Nio procent tror inte att lanthandeln kommer att finnas kvar om fem år. Dessa resultat pekar på att vikten av att genomföra insatser på olika nivåer om butikens överlevnad ska kunna säkras.

