

Uppföljning Test av Nya Lösningar för kommersiell service i gles- och landsbygd



Ola Frithiofson

20080122

Sammanfattning	4
1. Inledning.....	8
1.1 Bakgrund	8
1.2 Syfte	8
1.3. Metod	8
2. Beskrivning av Test av Nya Lösningar inom det kommersiella serviceområdet.....	9
2.1 Utgångspunkter	9
2.2 Regeringens uppdrag till Konsumentverket	10
2.3 Konsumentverkets prioriteringar.....	10
3. Beskrivning av förväntade effekter	11
3.1. Riksdagsbeslut, proposition 2001/02:4	11
3.2 Regeringsbeslut	11
3.3 Regional och nationell input – LUP och CSF	12
3.4 Sammanfattning av effektmål	15
3.4.1 Riksdagen	15
3.4.2 Regeringen	15
3.4.3 Regional och nationell nivå - LUP och CSF	16
4. Sammanfattande beskrivning av projekt/projektområden inom de fyra projektkategorierna	17
4.1 Lokala och regionala projekt för innovativa lösningar	17
4.1.1 Samordning av transporter för serviceändamål.....	17
4.1.2 Kommunernas verktyg	18
4.1.3 Insatser för att stärka landsbygdshandeln och samverkan	19
4.1.4 Samordnad service	20
4.2 Multiserviceprojektet	20
4.2.1 Omfattning av multiserviceprojektet.....	20
4.2.2 Nulägesbild och utvecklingspotential, (verifieringsprocess)	21
4.2.3 Effektivisering	22
4.3 Tillgänglig butik.....	22
4.4 Affär på landet.....	22
4.4.1 Omfattning av Affär på landet	23
4.4.2 Butiksexterna effekter	24
4.4.3 Butikinterna effekter	25
4.4.4 Föreningen Landsbygdshandeln Främjande – FLF	25
5. Beskrivning av hur anslagna medel används och andelar av total finansiering.....	27
5.1 Medfinansiering; privat, annan offentlig, strukturfonder och gemenskapsinitiativ	28
5.2 Samverkande effekter; TNL- Investeringsstöd, servicebidrag, hemsändningsbidrag....	30
6. Sammanställning av kvantitativa data för Affär på Landet.....	32
6.1 Totala antalet butiker – antalet butiker med i APL	32
6.2 Investeringsstöd och servicebidrag i förhållande till APL-butiker	32
6.3 Antalet nedlagda butiker med i eller utanför APL	34
7. Sammanställning och analys av resultat av investeringar i relation till förväntade effekter resultat från intervjuer	36
7.1 Intervjuresultat	37
8. Miljöeffekter.....	47
8.1 Riksdags- och regeringsuppdrag	47

8.2 Test av nya lösningar inom det kommersiella serviceområdet	47
8.2.1 Affär på landet.....	49
8.2.2 Multiservice.....	49
8.2.3 Tillgänglig butik.....	49
8.2.4 Regionala/lokala projekt	50
9. Jämställdhetseffekter	51
9.1 Riksdags- och regeringsuppdrag	51
9.2 Test av nya lösningar på det kommersiella serviceområdet.....	52
9.2.1 Centrala samordningsforumet – CFS	53
9.2.2 Affär på landet.....	53
9.2.3 Multiservice.....	53
9.2.4 Tillgänglig butik.....	54
9.2.5 Regionala/lokala projekt	54

Sammanfattning

Effektmål

Test av nya lösningar för kommersiell service har enligt de som deltagit i programmet, FLF, mentorer för dagligvaruhandlare, statliga ombudsgivare, dagligvarukedjor, länsstyrelser, kommuner m.fl. varit ett i huvudsak framgångsrikt program. Programdeltagarna har haft varierande uppfattningar om i vilken utsträckning TNL nått de uppsatta målen, men sammantaget är deras bedömning att av de effektmål som sattes upp har samtliga utom fyra nåtts.

Test av nya lösningar har enligt intervjuresultatet bidragit till

- 1) God tillgänglighet till service i alla delar av landet
- 2) Fler nöjda konsumenter
- 3) Ökad lönsamhet i strategiska serviceställen
- 4) Ökad köptrohet
- 5) Attraktivare serviceställen
- 6) Ökad lokal upphandling
- 7) Ökad kostnadsteckning vid hemsändning
- 8) Tillgodose behov av hemsändning
- 9) Bredda service genom fler ombudsfunktioner
- 10) Öka serviceställets värde som samlingspunkt
- 11) Ökad tillgänglighet för funktionshindrade
- 12) Ökat engagemang och kunskap i den kommunala förvaltningen
- 13) Ökat engagemang och kunskap hos ombudsgivare och dagligvarukedjor
- 14) Ökad kompetens hos innehavare av serviceställen
- 15) Ökad kunskap om servicebehov hos konsumenter i gles- och landsbygd

Därigenom har motsvarande effektmål uppfyllts. Men på fyra områden

- 16) Ökat utbud av service via Internet
- 17) Tids- och kvalitetsvinster genom mer bredband
- 18) Ökat utbud av organiserade inköpsresor
- 19) Minimera kostnader för varuleveranser och persontransporter till och från serviceställe

har insatserna inte lett till önskade effekter. Bredbandsuppkopplingarna har blivit fler, men inte på grund av TNL-insatser, utbudet av varor på Internet har också ökat, men den varulösa internetbutiken som alternativ till den traditionella landsbygdsbutiken har ännu inte blivit verklighet. Trafiksamordning i Pajala och Gällivare kommuner samt i projektet samordnade godstransporter och motsvarande i Siljansnäs har positiva resultat uppnåtts. Sammantaget upplevde dock de flesta av de intervjuade inte att TNL medfört ett ökat utbud av organiserade inköpsresor eller minimerade kostnader för varuleveranser och persontransporter till och från serviceställe.

Metodmål

Målsättningar sattes även upp för de metoder som användes i programmet. Även här har test av nya lösningar varit framgångsrikt. Metodinriktade målsättningar var att TNL skulle

- 20) Koppla till Affär på Landet, APL
- 21) Koppla till Lokala Utvecklings Program, LUP
- 22) Ta tillvara medfinansiering i regionala tillväxtavtal, RTA och strukturfonder
- 23) Kombinera för samlat serviceutbud i lanthandelscentra.
- 24) Stödja länsstyrelser och regionala samverkansorgan i arbetet med LUP.
- 25) Central medfinansiering till FLF

Den genomgång av arbetsmetoder som gjorts visar att samtliga dessa mål framgångsrikt kopplats till arbetet med TNL.

Horisontella mål

Ett horisontellt mål sattes upp. Miljöaspekterna skulle påverka genomförandet av programmet. Målet formulerades som att

- 26) Utveckla miljöanpassade servicelösningar

Uppföljningen visar att vissa miljöeffekter förmodligen nåtts, men dessa finns inte dokumenterade. Förmodligen har inte miljöinsatserna kopplats till genomförandet på ett tillräckligt systematiskt och medvetet sätt. Miljöeffekterna borde ha påverkat programmet mer än som blivit fallet.

Några målsättningar som fångar in jämställdhetsaspekter har inte satts upp. Sådana saknas också i direktiven från regering och riksdag. Däremot har genusperspektivet diskuterats i arbetet med TNL. En utbildning erbjöds i samband med att det centrala samordningsforumet tillsattes. Sammantaget bedöms jämställdhetsaspekterna inte ha påverkat programarbetet i någon större utsträckning, vilket är en ganska allvarlig brist.

Affär på landet

Affär på landet är den mest omfattande delen av TNL. Mentorernas insatser med rådgivning och utbildning har visat sig vara av stor betydelse för att göra landsbygdsbutikerna effektivare, modernare/attraktivare och mer kundorienterade. Dessutom skapar samverkan mellan mentorer och kommun- och länsstyrelserepresentanter bättre förutsättningar för att effektivt utnyttja projektmedel och kommersiellt stöd av olika slag. APL-butikerna är överrepresenterade bland de butiker som fått investerings- och servicebidrag, färre APL butiker har lagts ned jämfört med övriga landsbygdsbutiker och APL har genererat mer medfinansiering än andra insatser på det kommersiella serviceområdet.

Test av nya lösningar och då framförallt affär på landet samt de lokala utvecklingsprogrammen har medfört att länsstyrelsernas handläggare av stöd till kommersiell service fått ett bättre beslutsunderlag. Sett över en period av sju år, från år 2000 till år 2006 har servicebidragen börjat trendmässigt minska. Investeringsbidragen kännetecknas under hela perioden av en ökande trend. Mentorerna och utbildningsinsatserna inom Affär på landet har höjt kompetensnivån hos landsbygdshandlarna och fått dem att mer fokusera på lönsamheten i butiken. Långsiktiga strategier har utformats. Sådana förutsättningar har underlättat framtidsinvesteringar, där investeringsbidragen har kunnat utnyttjas.

Affär på landet har bidragit till att höja kompetensen hos de myndigheter och organisationer som arbetar med servicefrågor på landsbygden. Affär på landet har särskilt ökat handlarnas kompetens, men fortsatta insatser krävs för att utveckla handlarnas förmåga att ta till sig konsumentsynpunkter och det finns risk för att kvinnliga handlare påverkas negativt av ett könsbundet förhållningssätt hos manliga mentorer och leverantörer som gör dem till sekundära och svaga butiksinnehavare.

Affär på landet har bidragit till att förbättra de deltagande butikernas lönsamhet. De har förbättrat bruttovinst och minskat kostnader. Det innebär inte att lönsamhetsförbättringen är långsiktigt säker eftersom butikerna ständigt måste möta nya utmaningar.

Affär på landet har bidragit till att landsbygdsbutiker med servicestrategisk betydelse har kunnat bibehållas. Bland de butiker som deltagit i ”Affär på landet” har mycket färre butiker lagts ned än bland dem som inte deltagit. Eftersom dessutom förhållandevis få konsumenter ändrat sina inköpsmönster när närmaste butik lagts ned tyder allt på att butiker med begränsade konsekvenser för konsumenterna lagts ned och servicestrategiska butiker har kunnat upprätthålla sin verksamhet.

Affär på landet har bidragit till att upprätthålla butiken som en social träffpunkt. Rollen som träffpunkt har utvecklats med kaffehörnor och spelhörnor, även om det sist nämnda innehåller en könsaspekt eftersom de mest attraherar män. Möten uppstår även ute i butiken.

Affär på landet har bidragit till att upprätthålla en god tillgång till dagligvaror och till att visa på att det är mycket viktigt att handlaren arbetar med sitt sortiment, produktkvalitet, öppettider och service i övrigt.

Affär på landet har förbättrat samordningen mellan olika servicegivare och leverantörer och ökat investeringarna och övriga satsningar i butikerna. Därigenom har ”Affär på landet” bidragit till att upprätthålla verksamheten i servicestrategiska butiker och till att ge olika servicegivare möjlighet att nå ut med sina tjänster till medborgare och kunder. Etableringskostnaderna för nya ombudsfunktioner hålls nere och butikens överlevnadsmöjligheter ökar. Landsbygdsorter stärks och konsumenternas behov av tidsvinster tillfredsställs, då många servicebehov kan tillgodoses på ett och samma ställe.

Multiservice - Ny dialog för strategiska serviceställen

De statliga ombudsgivarna, Posten, Apoteket, Systembolaget, Svenska Spel samt ATG har genom multiserviceprojektet och den verifieringsprocess för att välja ut gemensamma och strategiska serviceställen fått ett nytt effektivt verktyg för planering av etableringar. Effektivitetsvinster skapas genom samordningen med andra ombudsgivare och strategiska etableringsbeslut kan göras på säkrare förutsättningar än förr.

Länsstyrelserna och kommunerna är också mycket viktiga för att dialogen ska få ett konkret innehåll. Konsumentverket har en viktig roll att som oberoende aktör hålla i verifieringsprocessen.

Tillgänglig butik

Tillgänglig butik har genomförts med framgång i Västra Götalandsregionen. En rapport om tillgänglig butik kommer att lämnas från regionen. I de intervjuer som genomfördes har

representanter från kommuner och länsstyrelser sagt att de kommer att satsa mer på tillgänglig butik framöver och då dra nytta av de erfarenheter som vunnits i Västra Götalandsregionen.

Regionala och lokala projekt

I de regionala och lokala projekten har projekt med olika inriktning genomförts. Lokal upphandling och att åstadkomma en helhetssyn på kommersiell och offentlig service i de kommunala förvaltningarna har varit två centrala projektområden. Samordnade transporter är också ett viktigt projektområde.

Många av de intervjuade har uttryckt en ambition att fortsätta med insatser på dessa områden. Ansvarsfrågor och finansiering för att skapa helhetslösningar på offentlig och kommersiell service är centrala för att få igång och framgångsrikt avsluta sådana utvecklingsprocesser.

För att utveckla fler lösningar med samordnade varustransporter måste också ansvars och finansieringsfrågor lyftas, men samordnade transporter förutsätter också logistik och teknikutveckling.

Lokal upphandling har visat sig vara möjlig i flera kommuner. I andra stoppar upphandlingsambitionerna av bristande kunskaper och engagemang i inköpsorganisationen. Politisk förankring uppges vara central för att lyckas med lokal upphandling.

Organisation och finansiering

Affär på landet har varit dominerande i programmet. Regeringen kan överväga att finansiera FLF direkt med egna medel, men uppföljningen visade att konsumentverkets roll och det sätt som verket bedrivit verksamheten uppskattats. Det är också ett normalt förfarande att regeringen i regleringsbrev och med regeringsuppdrag styr myndigheterna och att dessa sedan redovisar till regeringen.

Verifieringsprocessen för att fastställa strategiska serviceställen och samordna servicen där tillkom genom Multiserviceprojektet och konsumentverkets initiativ. Ombudsgivarna har uttryckt att de vill ha kvar verifieringsprocessen i framtiden och att de vill att konsumentverket ansvarar för den processen.

Test av nya Lösningar och tidigare Lokala utvecklingsprogram som finansierats med totalt 43 miljoner kronor från regeringen har avslutats. Många av de intervjuade önskade återfå motsvarande finansieringsmöjligheter och många förutsåg att sådana medel ska kunna finnas med i landsbygdsprogrammet och att då ungefär samma organisation för verksamheten med kommersiell service i gles och landsbygd då ska kunna tillämpas som under LUP och TNL-programmen.

De 23 miljoner kronor som satsats på TNL har växlats upp med annan finansiering till en totalsumma på ca 75 miljoner kronor. Varje satsad krona har genererat ca tre till. Annan finansiering har varit EU-medel från strukturfonder och gemenskapsinitiativ, annan offentlig finansiering från kommuner, länsstyrelser och sektorsmyndigheter, samt eget arbete och privat finansiering.

1. Inledning

1.1 Bakgrund

Regeringens uppdrag till konsumentverket att utveckla och testa nya servicelösningar ska slutrapporteras till regeringen (Näringsdepartementet) till den 1 mars år 2008.

Konsumentverket har gett Ola Frithiofson uppdrag att utföra delar av denna slutrapportering att lämna som underlag till Konsumentverket.

1.2 Syfte

Konsultuppdraget syftar till att:

Beskriva vad som avsågs med Test av nya lösningar enligt regeringens proposition 2001/02:4 samt hur uppdraget formulerats i Näringsdepartementets uppdrag till Konsumentverket.

Beskriva projekten inom de fyra projektkategorierna samt hur medlen använts och dess andel av total finansiering.

Analysera resultaten från genomförda projekt samt genomföra intervjuer med nyckelpersoner i projekten, ta fram kvantitativa data relaterade till förväntade effekter för varje projekt. Detta avsnitt omfattar således även en redovisning av de förväntade effekter som identifierats från styrdokument och av involverade aktörer.

Redovisa slutsatser och rekommendationer.

1.3. Metod

Valet av metod för att redovisa hur medlen använts, vilka lösningar som utvecklats och testats och för att följa upp och analysera effekterna varierar beroende på typ av projekt och insatsområde.

Dokumentationen för varje enskilt projekt utgör underlag för slutrapporten, liksom tidigare genomförda uppföljningar, ”Redovisning och analys av insatser för kommersiell service – april 2006” och ”Test av Nya Lösningar, delredovisning mars 2007, rapport 2007:4”

Ekonomisk redovisning av gjorda insatser inom området tas fram genom Konsumentverket och berörda i de regionala partnerskapen.

Intervjuer genomförs med urval av olika länsstyrelserepresentanter samt projektägare, tillika deltagare i regionala partnerskap, samt urval av de parter som ingår i det nationella samordningsforumet, där parter för dagligvarukedjorna och ombudsgivare som systembolaget, Apoteksbolaget och Posten ingår.

2. Beskrivning av Test av Nya Lösningar inom det kommersiella serviceområdet

2.1 Utgångspunkter

Konsumentverkets statistik över tillgången till dagligvaruservice visar att av de drygt 1 100 orter där det idag bara finns en dagligvarubutik har 35 procent en omsättning under fyra miljoner kronor per år, vilket är en kritiskt låg omsättning. Konsumentverkets studier visar att konsumtionsunderlaget bland landsbygdsbutikernas kundomland har ökat sedan år 2000, men omsättningen bland dessa butiker är i genomsnitt oförändrad.

Konsumentverkets undersökningar visar att en tiondel (en fjärdedel av de äldre) av hushållen på landsbygden har inte tillgång till bil. 70 procent uppger att landsbygdsbutiken är viktig för deras dagligvaruinköp. Enligt de registerdata som Konsumentverket använder är butiksutvecklingen på landsbygden dynamisk och handlar inte uteslutande om nedläggningar. Mellan 2000 och 2006 miste 535 orter sin sista dagligvarubutik. Under samma period återuppstod dock dagligvaruservice på 120 orter. Det är bl.a. bensinstationer som utvidgat sitt varusortiment och därmed klassas som dagligvarubutiker. En annan förklaring är att butiker som varit nerlagda under en period återuppstått med nya ägare.

Omvandlingen leder oftast till att profilerade butiker med ett förhållandevis brett varusortiment och relativt goda leveransvillkor övergår till ett mer begränsat sortiment med mer begränsande leveransvillkor. Studierna visar också att kundernas förväntningar och krav på sortiment och kvalitet är en viktig fråga för alla butiker. Det är också viktigt att kunna utföra flera ärenden på ett och samma ställe. Landsbygdsbutiker som saknar dessa värden har svårare att konkurrera.

Strukturomvandlingen inom dagligvaruhandeln på landsbygden innebär därför i stort att antalet butiker minskar och att servicen försämras.

Regeringsuppdraget test av Nya lösningar – liksom regeringens uppdrag i övrigt till Konsumentverket inom området kommersiell service, definieras av ett konstaterat samhällsintresse av varuförsörjning på landsbygden. Men också av att en positiv utveckling av landsbygden är beroende av andra aspekter så som behovet av sociala träffpunkter och att det på landsbygden finns ställen för samordning av service, offentlig och kommersiell

Förändring av orter med dagligvaruservice	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Antal orter som mist sin sista butik	91	67	111	45	93	66	62
Antal orter där dagligvaruservice uppstått	6	10	17	23	26	25	14
Netto förändring av orter med dagligvaruservice	-85	-57	-94	-22	-67	-41	-50

Generellt sett är det drygt 2 procent (nästan 100 000) av landets hushåll som har mer än 10 km till närmaste butik, men de regionala skillnaderna är stora och konsekvenserna är mest kännbara för hushåll utan bil och konsumenter med funktionsnedsättningar.

2.2 Regeringens uppdrag till Konsumentverket

Test av nya lösningar inom det kommersiella serviceområdet är ett uppdrag som regeringen lagt på Konsumentverket. Uppdraget syftar till att människor i gles- och landsbygd ska ha god tillgång till kommersiell service. Genom Test av Nya Lösningar, TNL, ska nytänkande och i ett nationellt sammanhang innovativa lösningar prövas, utvecklas och spridas.

Uppdraget initierades våren 2001 i regeringens proposition 2001/02: 4 ”En politik för tillväxt och livskraft i hela landet”. Det har förlängts och beviljats ytterligare medel under år 2004 till att gälla till år 2006. Det förlängdes återigen år 2007, med ytterligare medel beviljade och med slutdatum satt till 1 mars 2008, då uppdraget ska slutrapporteras.

Totalt har 23 miljoner beviljats Konsumentverket för arbetet med uppdraget. År 2002 tillsköt regeringen 15 miljoner kronor, ytterligare 5 miljoner år 2006 och 3 miljoner år 2007.

2.3 Konsumentverkets prioriteringar

Konsumentverket har utgått från att testerna skulle vara innovativa ur ett nationellt perspektiv och valt att prioritera fyra insatsområden.

1. Stöd till olika regionala och lokala projekt för innovativa lösningar

Syftade till att genom de partnerskap som varje länsstyrelse fått i uppdrag att jobba med, skapa lokalt anpassade lösningar för att främja tillgänglighet till kommersiell service i gles- och landsbygd. Dessa projekt skulle därmed haft stor betydelse för partnerskapens prioriteringar inom arbetet med Lokala Utvecklings Program, LUP. Test av nya lösningar, TNL, kunde därigenom bidra till att förstärka innovativa lösningar.

2. Det nationella Multiserviceprojektet

Syftade till att samordna serviceutbudet lokalt och regionalt. I en gemensam verifieringsprocess kunde statliga servicegivare som posten, apoteket, systembolaget, samt svenska spel och ATG smaverka med kommuner och länsstyrelser samt i förekommande fall dagligvarukedjor för att välja gemensamma etableringsställen. I ett gemensamt projekt kunde administrativa system och IT-lösningar utvecklas för att underlätta ombudens verksamhet och skapa effektiviseringsvinster.

3. Det nationella kompetens- och utvecklingsprogrammet, Affär på landet, APL.

Syftade till att stärka den kvarvarande dagligvarubutiken på orten, utifrån konsumenternas behov. Åtgärderna genomförs av FLF som vid sidan av det lokala och regionala ansvaret för åtgärder för att stärka landsbygdsbutiker även har en viktig nationell uppgift att fylla för att utveckla verksamheten. Insatserna i enskilda butiker och enskilda orter finansierades av regionala och lokala medel. TNL medlen gick till FLF för nationell

samordning och utveckling av Affär på landet. Kompetensutveckling av landsbygdshandlare och samverkan med handläggare på länsstyrelser och kommuner var centrala inslag i Affär på landet, APL.

4. Butik för alla (Tillgänglig butik)

Syftade till att öka kunskapen hos handlare i gles- och landsbygd om hur de kan göra sin butik mer tillgänglig för personer med funktionshinder.

3. Beskrivning av förväntade effekter

3.1. Riksdagsbeslut, proposition 2001/02:4

I regeringens proposition, ”En politik för tillväxt och livskraft i hela landet” 2001/02:4, lyfts frågan om en god servicenivå i hela landet fram som en viktig del av den regionala utvecklingspolitiken. I propositionen gör regeringen bedömningen att de verktyg som idag står till buds för att följa och påverka tillgången till service ska skärpas och kompletteras, så att målet om en god servicenivå i hela landet kan uppnås.

För att vända den negativa utvecklingen av servicetillgången som delar av landet drabbats av under senare delen av 1990-talet var det av stor vikt att utveckla och testa nya lösningar av nödvändiga servicefunktioner.

Nya samordningslösningar och driftsformer har medfört att servicen på en ort har kunnat bibehållas eller till och med förbättras. Som exempel på nya lösningar nämns i propositionen samordning av service, den moderna informationstekniken samt flexibla- och miljöanpassade servicelösningar.

Konsumentverket gavs också uppdraget att stödja den regionala nivån i arbetet med de s.k. lokala utvecklingsprogrammen för kommersiell service som syftar till att motverka försämringen av tillgången till service i särskilt utsatta områden. De lokala utvecklingsprogrammen tillkommer genom samarbete i breda partnerskap där företrädare för bl. a serviceinrättningar, kommuner, lokalt näringsliv och lokala utvecklingsgrupper ingår. Särskild vikt lades på kvinnors medverkan och på miljöanpassade servicelösningar. Ett syfte med detta uppdrag var att stärka konsumentverket i rollen att testa nya lösningar på det kommersiella serviceområdet, då konsumentverket igenom arbetet med de lokala utvecklingsprogrammen medverkar till att sprida goda erfarenheter och innovativa idéer och därigenom kan få ökade kunskaper och kontakter inom serviceområdet med skiftande förutsättningar och lösningar över landet.

3.2 Regeringsbeslut

I tre regeringsbeslut, det första från 2002, det andra 2004 och det tredje 2006 har regeringen definierat Konsumentverkets uppdrag att testa nya lösningar på serviceområdet i samband med att medel för ändamålet tilldelades verket.

2002 - 15 miljoner i anslag

Regeringen refererar till propositionen och ger Konsumentverket i uppdrag att utveckla och testa nya lösningar inom det kommersiella serviceområdet.

Uppdraget ska samordnas med det arbete Konsumentverket påbörjat med att utveckla ett kompetens- och utvecklingsprogram för landets lanthandlare. Lösningar som ryms inom de planerade lokala utvecklingsprogrammen för kommersiell service ska eftersträvas och möjligheter att utveckla miljöanpassade servicelösningar ska beaktas. Medfinansiering inom de regionala tillväxtavtalen och strukturfondsprogrammen bör tas tillvara.

2004 - 5 miljoner i anslag

Konsumentverket skall särskilt uppmärksamma verksamhet som bedrivs för att utveckla och utbilda dagligvaruhandlare på landsbygden, men också verksamhet som bedrivs i syfte att kombinera ett samlat serviceutbud lokalt, t. ex. i s.k. lanthandelscentra.

Regeringen motiverar ytterligare medel med att arbetet med att trygga och utveckla serviceförsörjningen i gles- och landsbygder har intensifierats i många regioner till följd av arbetet med de lokala utvecklingsprogrammen för kommersiell service. Konsumentverket har i uppdrag att stödja berörda länsstyrelser, samverkansorgan och regionala självstyrelseorgan i arbetet med att genomföra dessa program. Arbetet med de lokala utvecklingsprogrammen visar att ytterligare insatser för att utveckla nya servicelösningar är motiverade.

2006 - 3 miljoner i anslag

Konsumentverket ska lägga tyngdpunkten på verksamhet som bedrivs för att utveckla och utbilda dagligvaruhandlare på landsbygden, exempelvis kompetens- och utvecklingsprogrammet Affär på landet eller liknande.

Regeringen motiverar den ytterligare satsningen på dessa program med att Konsumentverkets uppföljningar visar att insatserna inom kompetens- och utvecklingsprogrammet Affär på landet har resulterat i en stärkt företagarrull hos de lanthandlare som har deltagit. Insatserna har bidragit till att öka den samlade kunskapen om konsumenternas behov, butikernas förmåga att möta dessa behov samt deras potential för utveckling. Affär på landet och liknande insatser bedöms av bl.a. Konsumentverket, länsstyrelserna och de regionala självstyrelseorganen vara en effektiv insats för att bevara och utveckla servicen på en ort. Den centrala medfinansieringen till Föreningen Landsbygdshandelns Främjande, FLF har gjort det möjligt att genomföra Affär på landet i hela landet.

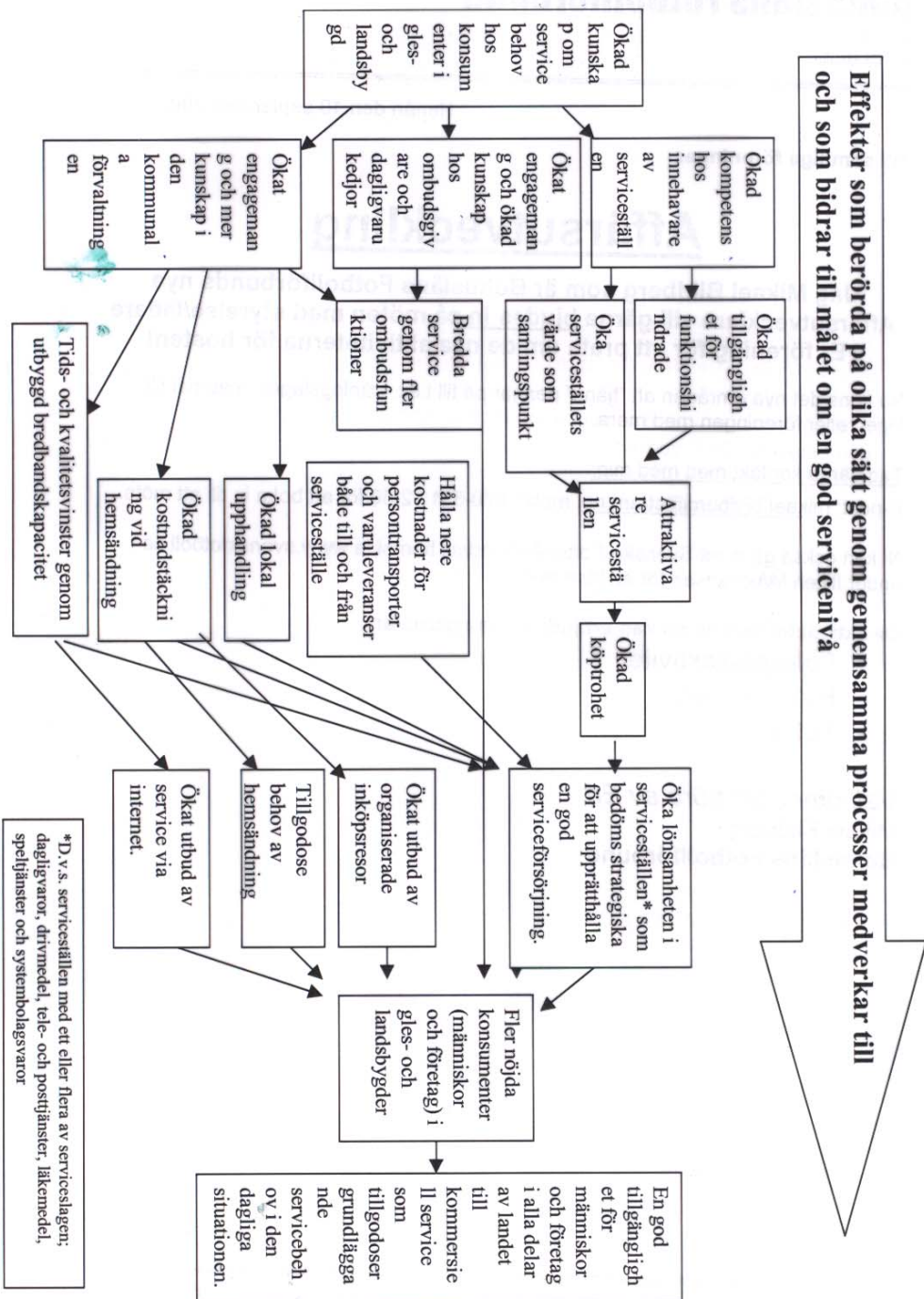
3.3 Regional och nationell input – LUP och CSF

De lokala utvecklingsprogrammen har utgjort grunden för alla satsningar, även konsumentverkets beslut om test av nya lösningar. De lokala utvecklingsprogrammen, LUP, har visat på behov och prioriteringar baserade på skiftande lokala förutsättningar över landet. Dessa behov har fångats upp i det centrala samordningsforumet, CSF

Huvudansvariga för LUP är huvudsakligen handläggare vid länsstyrelser och regionala självstyrelseorgan samt andra regionala och lokala aktörer med betydelse för utvecklingen av kommersiell service. Viktiga samarbetspartners är nationella aktörer så som Föreningen Landsbygdshandelns Främjande (FLF) och dess medlemmar ICA, Axfood och Coop/KF. Svenska kommunförbundet, Folkrörelserådet Hela Sverige skall leva, Posten AB, Apoteket AB, Systembolaget AB, Svenska Spel AB, ATG och Petroleumhandlarnas riksförbund är ytterligare viktiga aktörer som Konsumentverket regelbundet samarbetar med. Dessa nationella aktörer ingår tillsammans med Glesbygdsverket i Konsumentverkets Centrala samordningsforum för kommersiell service.

I år 2004 formulerade så det s.k. Centrala samordningsforumet målsättningar och inriktning för forumets verksamhet. Inriktningen grundades på de målsättningar som satts upp i de lokala utvecklings programmen, LUP. Dessa kom också att vara vägledande för Konsumentverket i sin roll att stödja program och processer samt test av nya lösningar, TNL.

Se nedanstående figur.



Figur 1.

3.4 Sammanfattning av effektmål

Syftena med test av nya lösningar, TNL, som anges i regeringsuppdragen utgick från av riksdagen beslutade mål. Konsumentverket operationaliserade dessa i effektmål för TNL.

Sammantaget uppgår antalet effektmål till 29 stycken, varav två formulerats på likalydande sätt av både riksdag och regering. Effektmålen innehåller varierar från övergripande och visionära till att handla om KOV:s arbetssätt vid genomförandet av programmet.

Uppföljningen tar fasta på samtliga dessa effektmål och beskriver i hur stor utsträckning programmet kan sägas ha lett fram till att effektmålen nåtts.

3.4.1 Riksdagen

Riksdagen formulerar följande effektmål

- 1) Skärpa och komplettera de verktyg som idag står till buds för att följa och påverka tillgången till service, så att målet om en god servicenivå i hela landet kan uppnås.
- 2) Testa nya lösningar av nödvändiga servicefunktioner för att vända den negativa utvecklingen av servicetillgången som delar av landet drabbats av under senare delen av 1990-talet. Som exempel på nya lösningar nämns i propositionen samordning av service, den moderna informationstekniken samt flexibla- och miljöanpassade servicelösningar.
- 3) Konsumentverket ska stödja den regionala nivån i arbetet med de s.k. lokala utvecklingsprogrammen för kommersiell service.

3.4.2 Regeringen

Regeringen har i tre olika regeringsuppdrag till Konsumentverket över fem års tid formulerat olika effektmål kopplade till finansiella medel. Uppdragens ekonomiska omfattning har varierat, effektmål 4- 7 svarar mot det första uppdraget, som omfattade 15 miljoner, effektmål 8-9 svarar mot det andra regeringsuppdraget, som omfattade 5 miljoner och effektmål 10 svarar mot det tredje regeringsuppdraget, som omfattade 3 miljoner. Flera av effektmålen återfinns i mer än ett regeringsuppdrag, här anges huvudinriktningen på de olika regeringsuppdragen, som är att

- 4) Koppla till Affär på Landet, APL
- 5) Koppla till Lokala Utvecklings Program, LUP
- 6) Utveckla miljöanpassade servicelösningar
- 7) Ta tillvara medfinansiering i regionala tillväxtavtal, RTA och strukturfonder
- 8) Kombinera för samlat serviceutbud i lanthandelscentra
- 9) Stödja länsstyrelser och regionala samverkansorgan i arbetet med LUP
- 10) Central medfinansiering till FLF

3.4.3 Regional och nationell nivå - LUP och CSF

Konsumentverket har tagit fasta på såväl riksdagens som regeringens uttryckta önskemål om att svara upp mot och samverka den regionala nivåns behov och de nätverk av partnerskap som utvecklas inom det kommersiella serviceområdet, bl. a genom arbetet med de lokala utvecklingsprogrammen. I en sp kallad logisk karta, beskriven i ovanstående figur sammanfattade det så kallade Centrala samordningsforumet de effektmål som skulle styra arbetet. Dessa är

- 11) God tillgänglighet till service i alla delar av landet
- 12) Fler nöjda konsumenter
- 13) Ökad lönsamhet i strategiska serviceställen
- 14) Ökat utbud av organiserade inköpsresor
- 15) Tillgodose behov av hemsändning
- 16) Ökat utbud av service via Internet
- 17) Ökad köptrohet
- 18) Attraktivare serviceställen
- 19) Minimera kostnader för varuleveranser och persontransporter till och från serviceställe
- 20) Ökad lokal upphandling
- 21) Ökad kostnadsteckning vid hemsändning
- 22) Tids- och kvalitetsvinster genom mer bredband
- 23) Bredda service genom fler ombudsfunktioner
- 24) Öka serviceställets värde som samlingspunkt
- 25) Ökad tillgänglighet för funktionshindrade
- 26) Ökat engagemang och kunskap i den kommunala förvaltningen
- 27) Ökat engagemang och kunskap hos ombudsgivare och dagligvarukedjor
- 28) Ökad kompetens hos innehavare av serviceställen
- 29) Ökad kunskap om servicebehov hos konsumenter i gles- och landsbygd

4. Sammanfattande beskrivning av projekt/projektområden inom de fyra projektkategorierna

4.1 Lokala och regionala projekt för innovativa lösningar

Konsumentverket har medel inom ramen för TNL medfinansierat flera lokala och regionala projekt för att där utveckla och testa olika lokalt/regionalt förankrade nya lösningar som syftar till att öka tillgängligheten till service i gles- och landsbygd.

Flera sammandragningar av projektägare och finansiärer har gjorts. Genom dessa har projekten kommit att delas in i fyra olika kategorier

- 1) Samordning av transporter för serviceändamål
- 2) Kommunernas verktyg för ökad tillgänglighet till service
- 3) Insatser för att stärka landsbygdshandeln
- 4) Samordnad service

De projekt som beviljats ekonomiskt stöd från Konsumentverket har svarat upp mot ett eller flera av följande kriterier:

- Projektet avser utveckling och test av nyskapande och långsiktigt hållbara servicelösningar som kan leda till att servicetillgången på en ort/geografiskt område förbättras eller bibehålls. Lösningarna avser främst kommersiell service men kan även innefatta samordnade lösningar där offentlig service ingår.
- Projektet är av nationellt intresse och leder till att servicetillgången på en ort eller inom ett annat geografiskt område förbättras eller bibehålls.
- Projektet är planerat i samverkan med lokala aktörer som ortsbefolkning, lokala föreningar, kommun och näringsliv.
- Projektet beaktar möjligheter att utveckla miljöanpassade servicelösningar och tillgodoser både män och kvinnors behov av service.
- Projektet är en del av åtgärderna som prioriteras i regionens program för kommersiell service och på så sätt även finansieras av andra medel än regeringens anslag för Test av Nya Lösningar, TNL.

4.1.1 Samordning av transporter för serviceändamål

De lokala utvecklingsprojekten har haft olika upplägg och målsättning. Några slutsatser från projekten med transportinriktning är av gemensam karaktär:

- Nya tekniska lösningar på transportfordonen måste utvecklas, så att dessa kan ta både livsmedel, gods och livsmedelsprodukter.

- Hinder för samordnade transporter uppstår i den sektorsstyrda organiseringen av arbete, myndigheter och företag. Det råder brist på beprövade och allmänt accepterade metoder för att förstärka sektorssamverkan, skapa helhetslösningar och förhindra tillkomsten inoptimala sektorsanpassade lösningar.
- Helhetslösningar och sektorsövergripande samarbete förutsätter en annan finansiering än den som återfinns i sektorsanpassade verksamheter. Sådan finansiering av sektorsövergripande helhetslösningar måste utvecklas.
- Goda exempel på sektorsöverskridande arbete måste få spridning. Så att lokala idéer till samordning av transporter och lokala intraprenörer/samhällsentreprenörer kan få vägledning och inspiration. Motstånd till helhetslösningar som brukar finnas inom befintliga organisationsstrukturer kan dämpas. Det är en uppgift för myndigheter med ansvar inom området

4.1.2 Kommunernas verktyg

Även här har ett flertal olika projekt med olika inriktning bedrivits på lokal och regional nivå. Gemensamma slutsatser/erfarenheter från dessa är att

- Kommunernas betydelse för att skapa viktiga nätverk, bidra med inspiration och sprida kunskaper och information nog inte kan överskattas. Det finns ingen annan aktör på lokal nivå med samma betydelse som kommunen för att initiera processer som leder till samordnade servicelösningar, där utvecklingsarbetet utgår från förutsättningarna i den lokala miljön. Kommunala landsbygdsrådgivare har visat sig ha en viktig funktion för att stimulera lokala utvecklingsprocesser.
- Kommunerna saknar ofta den nödvändiga helhetsbilden av det totala serviceutbudet på olika orter, sitt eget och andras och därmed också möjligheten att sätta detta i relation till de lokala servicebehoven.
- Hemsändingsverksamheten lider ofta av denna brist på helhetssyn.
- Översiktsplanearbetet är ett viktigt verktyg, som inte tas tillvara i tillräcklig utsträckning idag. Förutom den fysiska planeringen måste större betydelse fästas på de utvecklingsprocesser som ett sådant planarbete kan initiera. Översiktsplanearbetet måste användas som ett strategiskt verktyg för att generera utvecklingsprocesser. En s.k. fjärde planeringsnivå, där medborgare och lokala grupper görs delaktiga i utvecklingsprocesserna genom att de ges en tydlig roll i såväl översiktsplanearbetet som annat planarbete ger större möjligheter till framgång om avsikten är att med planarbetet initiera lokala utvecklingsprocesser. Små kommuners speciella förhållanden och problem påverkar i alltför liten grad diskussionerna om innehåll och former för samhällsplanering.
- Diskussionen om tillgänglighet till service bör breddas och ske med längre tidsperspektiv än för närvarande eftersom problem med bristande tillgänglighet till service spridit sig även till större orter. Sveriges Kommuner och Landsting har en

viktig uppgift med att uppmärksamma hur ”lanthandelsproblematiken” börjat sprida sig till allt större orter.

- Några av transportsamordningsprojekten har fångat hemsändningsproblematiken. Hemsändningsverksamheten har kunnat effektiviseras, täcka bredare behov och kostnaderna för verksamheten har kunnat minskas
- Kommunerna har ansvar för tillsyns och kontroll av att krav enligt livsmedelslagstiftningen efterlevs. Lösningar för att uppfylla kraven i livsmedelslagstiftningen är ofta utformade från stordrift och därmed blir kraven ett problem/hinder i arbetet för de små serviceinrättningarna. Allt vanligare är fenomenet att småskaliga livsmedelsproducenter får stöd och hjälp för att leva upp till lagstiftningen, medan landsbygdshandlarna sällan får samma slags uppbackning

4.1.3 Insatser för att stärka landsbygdshandeln och samverkan

Projekten har olika inriktning, baserat på de lokala förutsättningarna. Gemensamma resultat är att:

- Skolan har en betydelse för hur attityder skapas. Därför är det viktigt att agera redan i skolan för att lära barnen vad det innebär att bo i glesbygd.
- De lokala butikerna kan konkurrera väl med stormarknader inom pendlingsavstånd. Det är viktigt att den lokala butiken förmår anpassa sig till kundens servicebehov vilket förutsätter flexibilitet och mångsidighet. Att kunna erbjuda lokalproducerade varor, är ett exempel på hur butiken kan bredda sig. Lokala rabattsystem med exempelvis förskottsbetalning och stämplor kan vara ett sätt att öka köptroheten
- Inköpskanaler och inköspriser är ett stort problem för små butiker som endast kan motverkas om marknadens villkor vad gäller inköspriser till små butiker kan påverkas. 200 småbutiker kan tillsammans ha mindre omsättning än en enda stor butik. Den lilla butiken kan aldrig komma upp i samma volymer som större butiker.
- Statliga företag har verksamhet som riktar sig till konsumentledet och är verksamma inom dagligvaruhandelns område. Ägardirektiven är ett viktigt sätt att påverka de statliga företagens verksamhet så att de i större utsträckning kan anpassa och samverka sin verksamhet utifrån de lokala behoven av service.

4.1.4 Samordnad service

Samordnad service är ett viktigt inslag i de olika projekten, då ett breddat serviceutbud kan ge underlag för anställningar och investeringar i byggnader och inventarier. I projekten skapas nya lösningar för att tillgodose gles- och landsbygdens behov av service, där offentlig och kommersiell service samordnas. Projekten visar att

- Äldreomsorg som genomförs på entreprenad/intraprenad kan organiseras under samma fysiska och organisatoriska "tak" som vanlig kommersiell service.
- IT-baserade varuinköp kan vara en väg att minska avståndet till butiken, men att det visat sig inte attrahera gles- och landsbygdskunder i den utsträckning som förväntats.
- För att få tillstånd samordnas service förutsätts samverkan i lokala och regionala nätverk.
- Kommunerna kan ha en viktig roll genom att ta fram lokala serviceplaner som grund för att olika serviceaktörer ska kunna identifiera olika samordningslösningar.
- Det var svårt att utveckla och sprida modulsystemslösningar
- I många landsbygdskommuner är andelen boende på landsbygden större än de som bor i tätorterna. Det finns en del schablonmässiga föreställningar om hur markanden för dagligvaror och service ser ut i gles- och landsbygd som om de prövas inte alltid stämmer överens med verkligheten. Det kan vara viktigt att öka kunskaperna om förutsättningarna på gles- och landsbygd hos de större branschaktörerna inom dagligvaruhandel och service.

4.2 Multiserviceprojektet

Regeringsuppdraget att utveckla och testa nya lösningar, TNL, på det kommersiella serviceområdet var en av anledningarna till att Konsumentverket tog initiativ till ett centralt samordningsforum, där företrädare för statliga servicegivare, livsmedelskedjor, organisationer, nationella myndigheter och länsstyrelser deltar.

Det nationella samordningsforumet har initierat multiserviceprojektet i syfte att förbättra tillgången till kommersiell service genom olika samordningslösningar som förenklar och effektiviserar arbetet hos ombud och ombudsgivare.

4.2.1 Omfattning av multiserviceprojektet

En del av multiserviceprojektet har varit att skapa en nulägesbild och utvecklingspotential (verifieringsprocess) genom att

- Kartlägga befintligt serviceutbud från Posten, Apoteksbolaget, Systembolaget, Svenska Spel och ATG

- Redovisa var denna service redan idag är samordnad
- Föreslå platser där sådan service kan knytas till befintliga butiker.

En annan del har innefattat förslag till effektivisering av ombudsfunktionen genom

- Kartläggning av rutiner och processer hos ombuden
- Utarbetande av förslag till effektivisering genom samordning

4.2.2 Nulägesbild och utvecklingspotential, (verifieringsprocess)

Genom arbetet kom servicegivarna att diskutera etableringsförslag tillsammans så att servicen kunde läggas på platser där alla eller flera servicegivare kunde samverka. Genom samordning av etableringarna minskar risker som kan uppstå i samband med butiksnedläggningar och etableringskostnaderna för nya ombud kan minimeras. För den ort där etableringen sker innebär det att mer service knyts till ortens butik och att butikens möjligheter att finnas kvar och utvecklas ökar.

Under år 2004 och år 2005

- Verifierades 587 serviceorter i 166 kommuner vid de gemensamma möten KOV ansvarade för, där representanter för servicegivare, länsstyrelser och dagligvarukedjor deltog.
- Ökade antalet ombud med 79 stycken och antalet multiserviceombud – med mer än tre serviceslag i kombination – med 26 stycken.
- Skapades endast ett fåtal nya rutin- och tekniklösningar som kan underlätta hanteringen av ombudsfunktioner. Däremot fick samtliga involverade aktörer en ökad kunskap om varandras serviceförutsättningar och andra villkor, vilket av dessa bedömdes kunna underlätta framtida gemensamma servicelösningar

Under 2006

- Ökade antalet multiservicebutiker med 71 %, från 14 till 24 butiker i de sex län där det var behov av multiservicelösningar.
- Ökade Posten sina ombud med ytterligare 12 stycken, Apoteket med 6 ombud och Systembolaget med 11 stycken. Svenska Spel ökade sina ombud med 3 stycken.

4.2.3 Effektivisering

Effektiviseringsarbetet ledde bl. a till att kassarutinerna förändrades för ombudsfunktionen, så att ombudsgivarnas respektive medel från kommissionsförsäljningen får förvaras i butikens kassa, räknas och därefter sättas in på servicekonton för respektive ombudsgivares räkning.

Genom samverkan kom ombudsgivarna att finna gemensamma lösningar på problem som annars hade fått olika lösningar för de olika ombudsgivarna.

S.k. KundPC-lösningar testades på ett antal orter. Det gav inte avsedd effekt; utvecklad och samordnad information, ökad försäljning och utlämning av service.

4.3 Tillgänglig butik

I samarbete med Västra Götalandsregionen, Hjälpmedelsinstitutet och FLF har Konsumentverket tagit fram en interaktiv utbildning ”Tillgänglig affär” för att öka handlarnas förståelse för personer med funktionsnedsättning samt för att föreslå åtgärder för att hjälpa handlarna undanröja hinder.

Senast 2010 ska alla offentliga miljöer dit allmänheten har tillträde vara tillgängliga. Enkelt avhjälpta hinder mot lokalernas och platsernas tillgänglighet och användbarhet för personer med nedsatt rörelse- eller orienteringsförmåga ska undanröjas.

Mentorerna vid FLF är en viktig kanal för att nå ut till handlarna. Möten med representanter för dagligvarukedjorna, bensinhandel, konsumentorganisationerna m.fl. är ett annat sätt att nå ut och bredda utbildningar och åtgärder.

4.4 Affär på landet

Affär på landet är den mest genomgripande och finansiellt mest omfattande delen i TNL satsningen. Det är ett pågående program för landsbygdshandlare, med fokus på kompetens och affärsutveckling, som utvecklats i samverkan mellan Konsumentverket och Föreningen landsbygdshandelns främjande, FLF Service AB.

Syftet med programmet är att lära butiksägare hjälpa sig själva till långsiktig lönsamhet genom en förbättrad förmåga till egenutveckling av företaget för att därigenom skapa förutsättningar för en god tillgång till dagligvaru- och annan service för konsumenterna i lands- och glesbygd. I centrum för programmet finns erfarna mentorer och utbildningsinsatser riktade till handlare och eventuella anställda.

Länsstyrelserna och de regionala självstyrelseorganen identifierade behov av insatser mot lokala butiker, uppdrag läggs på FLF, som i sin tur anlitar någon av de som mest ca 30 mentorerna, vilka är visstids- eller deltidsanställda hos FLF. Dessa har stöd av en manual för analys av företaget och konsumentenkät samt serviceortsdata från Konsumentverket.

Som ett resultat av en förstärkt förmåga till egenutveckling kan exempelvis investerings- och utvecklingsplaner tas fram. Genomförandet av planerna föregås av förstudier, där butikernas servicestrategiska betydelse och förutsättningarna för att bedriva en lönsam verksamhet analyseras.

I genomförandet har butikerna möjlighet att söka tillgängliga bidrag.

Programmet styrs av delmål som

- Förmåga till egenanalys av företagsverksamheten så att den kan bli långsiktigt ekonomiskt livskraftig.
- Samordna service med utbud av både dagligvaror och annan viktig service i s.k. lokala servicepunkter.
- Utveckla samverkan mellan handlarna, ortsbefolkningen, myndigheter, lokalt näringsliv, APL- mentorer m.fl. aktörer som kan ha inflytande över butikens utveckling.

4.4.1 Omfattning av Affär på landet

I samtliga län utom Jämtland – som redan har utformat strategiska serviceplaner – och Gotland har förstudier genomförts, totalt 850 stycken.

Län	Förstudie	Kundenkät	Affär på landet genomförda
Blekinge	24	6	5
Dalarna	64	64	
Gotland	0	0	0
Gävleborg	34	26	25
Halland	19	0	
Jämtland	0	16	16
Jönköping	36	37	22
Kalmar	49	34	27
Kronoberg	29	26	15
Norrbottn	82	61	37
Skåne	72	0	0
Stockholm, skärgårdsbutiker	22	0	0
Södermanland	19	15	10
Uppsala	17	16	15
Värmland	11	46	38
Västerbotten	105	99	41
Västernorrland	42	42	24
Västmanland	18	19	15
Västra Götaland	123	0	37
Örebro	33	29	18
Östergötland	52	24	20
Summa	851	560	365

Därigenom har en omfattande analys av butikens förutsättningar genomförts innehållande

- Butiksanalys
- Analys av butikens omland
- Serviceortsdata från Konsumentverkets servicedatabas med åldersstruktur, konsumtionsunderlag relaterat till butikens omsättning, lokal marknadsandel samt genomsnittligt avstånd från kund till butik med och utan den butik som åtgärderna avser.

- I många förstudier ingår en konsumentenkät, som hämtas från Konsumentverkets webbplats. 560 konsumentenkäter har genomförts, 38 000 svar har registrerats.

De 850 förstudierna har resulterat i 360 åtgärdsplaner för lika många butiker.

Viktiga avgränsningar för val av butik är att

- Butiken ska vara utan lokal konkurrens – avstånd till nästa oftast mer än 10 km
- Marknadsandelen är högre och omsättningen lägre än jämförbara butiker ej med i ”Affär på landet”
-

Åtgärdsplanerna som tagits fram som resultat av genomförda förstudier innefattar att:

- Objektiv expertis ställs till handlarens förfogande. Denna hjälper till att analysera företagets situation, marknad och tar i samverkan med handlaren fram en handlingsplan för butiken.
- Skräddarsydd fortbildning och andra insatser för kompetensutveckling, som inom butiksekonomi, färskvaruhantering, samt inom miljö och säkerhet.
- Stöd för att utveckla och följa upp pågående utveckling i butiken
- Stöd för att utveckla samverkan med lokalbefolkning, myndigheter och lokalt näringsliv.

4.4.2 Butiksexterna effekter

Resultatet från dessa insatser har följts upp av Konsumentverket. Landsbygdsbutiker med stor betydelse för varuförsörjningen har överlevt. Färre än en tiondel av de landsbygdsbutiker som varit föremål för insatser hade år 2005 upphört med verksamheten samtidigt som nästan en tredjedel av jämförbara butiker utan insatser hade lagts ner. Under motsvarande period är det förhållandevis få konsumenter som ändrat sina inköpsvanor till följd av nerläggningar.

Mentorernas underlag har ökat partnerskapets kunskaper om butikers förutsättningar och därigenom stimulerat initiativ och projektutveckling i partnerskapen.

Den gemensamma kunskapsgrunden mellan kommuner, länsstyrelser och handlare har ökat. Det har syns i en högre medvetenhet om butikers förutsättningar och myndigheters, organisationers, lokalbefolknings möjligheter och begränsningar i att bidra till butikens utveckling. Servicehandläggare har fått en bättre överblick över situationen i länen och ett bättre beslutsunderlag.

4.4.3 Butikinterna effekter

Generellt sett tycks insatserna främst ge effekter i form av ökad bruttovinst. Däremot går det inte att notera effekter i form av ökad köptrohet.

Butikerna har påverkats på flera sätt, de vanligaste effekterna av åtgärdsplanerna är:

- Omplanering av butiksyta; varuplacering och omplockning
- Ombyggnad/tillbyggnad av butik
- Förbättrad/modernare teknisk utrustning
- Moderniserade inventarier och bättre underhåll på inventarier
- Sortimentförändringar förändring av prisprofil
- Förbättrad/bättre anpassad yttre miljö
- Utbildningar i frukt och grönt, lött, chark och butikskök, bröd och mejeri, ekonomi samt miljö och säkerhet
- Stöd vid ägaröverlåtelse/påskyndande av ägaröverlåtelse

Många av åtgärderna förutsätter att investeringar görs i exempelvis kyl- och rysdiskar, utrustning som bakugnar och datakassor samt om – och tillbyggnader. Konsumentverket har visat att butiker som deltar i ”Affär på landet” investerat i väsentligt större utsträckning än jämförbara landsbygdsbutiker som inte deltar.

En viktig, men inte mätbar effekt är att självförtroendet ökat hos de handlare som deltar i ”Affär på landet”. Utbildningarna gör att handlare möter handlare, det skapas nätverk och utbyts erfarenheter.

4.4.4 Föreningen Landsbygdshandelns Främjande – FLF

Föreningen Landsbygdshandelns främjande (FLF) har under de senaste fem åren utvecklat en lokalt och regionalt baserad verksamhet riktad till butiksinnehavare av butiker på landsbygden. Det finns idag ca 20 mentorer och ett centralt kansli med 0,8 personår.

FLF bildades 1982 som en ideell förening. 1997 startade föreningen aktiebolaget FLF Service AB. Aktiebolaget är ett helägt dotterbolag till föreningen. Föreningens medlemmar är Axfood, ICA KF, Konsumentverket och SSLF. All operativ verksamhet sköts via aktiebolaget. Aktiebolaget är inte vinstdrivande.

FLF bildades som en projektgrupp, Lanthandelskommittén, inom Sveriges Livsmedelshandlareförbund, SSLF för att kunna koncentrera och fokusera landsbygdsbutikfrågor via denna grupp. För att öka fokus på dessa frågor förvandlades kommittén till ett separat bolag och med samma stödföretag som tidigare. SSLF var en av grundarna till FLF och är idag en av medlemmarna och har styrelsepost hos FLF.

FLF är ingen branschorganisation och butikerna är inte medlemmar hos FLF. Alla handlaremässiga frågor av praktisk natur ombesörjs av SSLF. Lanthandlarna är som regel medlemmar i SSLF.

De senaste årens verksamhetsutveckling beror på en ökad aktivitet bland länsstyrelser och kommuner för att utveckla och kompetensförstärka landsbygdshandeln. Insatserna har möjliggjorts genom regeringens anslag om 20 Mkr till länen för att under 2002 – 2004 motverka ytterligare försämringar av servicetillgången. FLF har med stöd av Konsumentverkets uppdrag om att Testa nya lösningar kunnat svara upp mot de regionala behoven genom utvecklings- och kompetensprogrammet Affär på landet. För dessa funktioner svarar både en central funktion och sakkunniga ute i regionerna. Mentorernas verksamhet är idag organiserad i tre regioner, norr, mellan och syd. Kontakter med länsstyrelser och regionförbund och kommuner är en betydande del i mentorernas arbeten. För kontakter på central nivå svarar det centrala kansliet medan mentorerna svarar för de regionala lokala kontakterna.

Länsstyrelsernas temporära anslag för att motverka försämringar har upphört och utvecklingsinsatser sker fortsättningsvis inom ramen för ordinarie anslag. Länsstyrelsernas efterfrågan av mentorernas insatser är huvudsakligen anpassade till punktvisa behov vilket leder till att FLF har en förhållandevis kortsiktig verksamhetsplanering.

Under 2007 har FLF fått ytterligare anslag via Konsumentverket, för att utveckla verksamheten inom ramen för Test av Nya Lösningar

5. Beskrivning av hur anslagna medel används och andelar av total finansiering

Regeringen har anslagit 15 miljoner kronor för perioden 2002-2004 samt ytterligare 5 miljoner när uppdraget förlängdes år 2004 och 3 miljoner när det förlängdes år 2006. Totalt har 23 miljoner anslagits under perioden 2002 – 2007 till test av nya lösningar för kommersiell service.

I regeringsbesluten har inriktningar angivits som i viss utsträckning påverkat konsumentverkets prioriteringar av de beviljade medlen.

Medelsanvändning TNL 2002 – 2007

TNL – aktiviteter 2002- 2004

Affär på landet 2002-2004	3 500 000
Multiservice	3 563 300
Stöd till regionala och lokala projekt	4 170 700

TNL - aktiviteter under 2005

Affär på landet	1 690 578
Stöd till regionala och lokala projekt	3 403 389
Multiserviceprojektet	684 709

TNL - aktiviteter under 2006

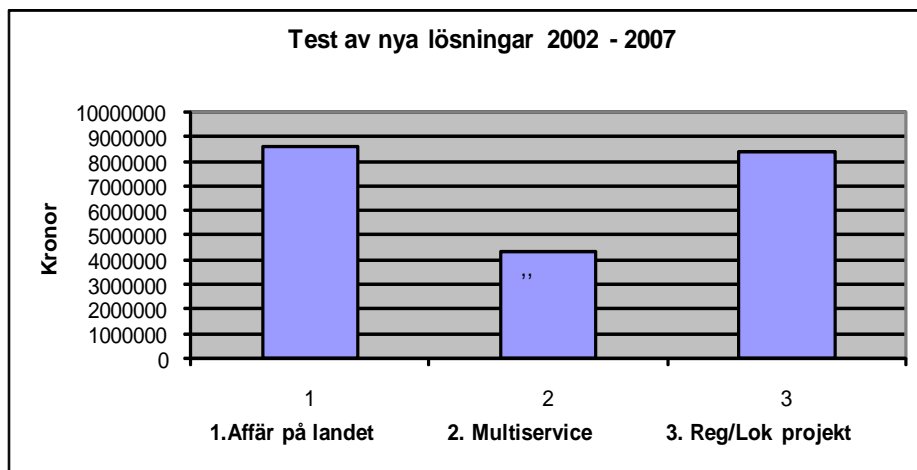
Affär på landet	1 298 498
Stöd till regionala och lokala projekt	810 423
Multiserviceprojektet	96 400

TNL - aktiviteter under 2007

FLF (Affär på landet)	2 100 000
Konsumentverket	875 000
Entreprenörsskolan i Leksand	25 000

Summa 2002 - 2007 **22 217 997**

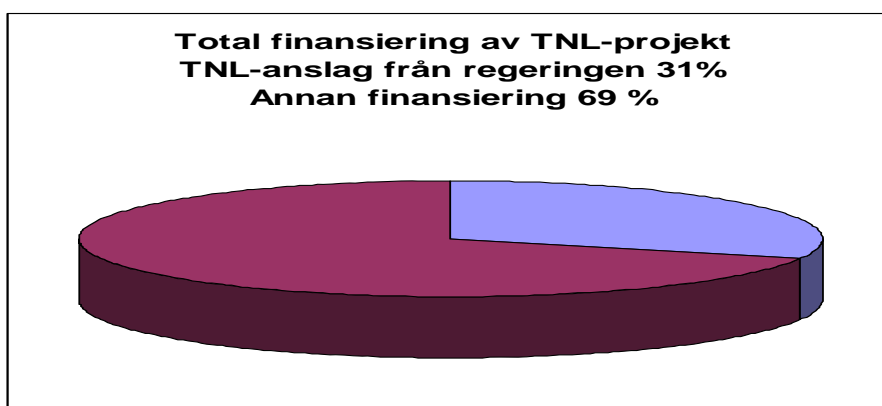
Varav	Affär på landet	8 589 076
	Multiservice	4 344 409
	Regionala och lokala projekt	8 409 512



5.1 Medfinansiering; privat, annan offentlig, strukturfonder och gemenskapsinitiativ

Det har inte gått att få fram uppgifter om medfinansiering från EU-medel från länsstyrelserna som förutsattes. De som har bäst överblick är förmodligen projektägarna, samtliga projektägare har inte gått att nå, varför en del uppgifter är uppskattade.

Sammanlagt har den totala finansieringen av test av nya lösningar uppgått till ca 76 miljoner kronor, varav TNL-medlen uppgått till 23 miljoner kronor. APL omfattade totalt 54,9 miljoner, Multiservice ca 6 miljoner, Regionala och lokala projekt totalt ca 15 miljoner. TNL-finansieringen har därmed svarat för ca en tredjedel av den totala finansieringen.



Affär på landet, som huvudsakligen är inriktad på kompetenshöjande åtgärder har i vissa fall delfinansierats med medel från Mål 3 program. Annan medfinansiering av varit de 20 miljonerna till de lokala utvecklingsprogrammen, Mål 1, länsstyrelseanslag , kommunanslag samt privata insatser.

Affär på landet har haft total finansiering mellan år 2002 och 2007 enligt nedan

År	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Milj. Kr.	8,4	12,2	13,9	8,6	7,2	4,6

Lokala och regionala projekt inom stödområde har i en del fall medfinansierats med medel från strukturfonderna och gemenskapsinitiativ, som Leader, länsstyrelseanslag, kommunanslag och privata insatser.

Multiserviceprojektet har i den del som handlar om modulsystem haft en viss delfinansiering från strukturfondsmedel. Multiserviceprojektets verifieringsprocess har inte haft någon större omfattning på medfinansieringen.

Alla projekt har inneburit en del privat medfinansiering, i många fall medräknat som eget arbete i projekten.

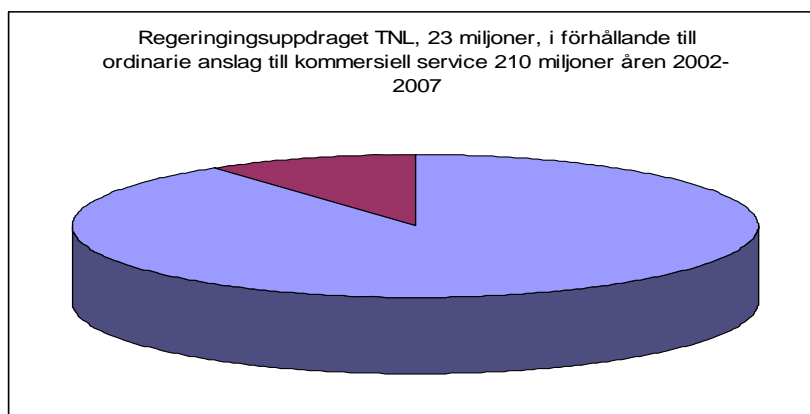
5.2 Samverkande effekter; TNL- Investeringsstöd, servicebidrag, hemsändningsbidrag

Mellan år 2002 och 2006 har stödet till kommersiell service totalt uppgått till ca 194 miljoner. Om stödet under år 2007 uppgått till ungefär motsvarande belopp som 2006 har det totala stödet tom 2007 uppgått till ca 210 miljoner.

Utveckling av stödet till kommersiell service (tkr)	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Investeringsbidrag	11 907	23 726	14 969	16 332	21 538	18 523	16 455
Servicebidrag	6 555	10 115	11 494	10 682	12 579	8 282	7 010
Hemsändningsbidrag	7 589	7 831	9 125	8 930	9 062	10 467	10 370
Totalt stöd till kommersiell service	26 925	44 471	37 168	35 944	43 179	37 272	33 835
Investeringslån			1 600	9 00	2 900	1 000	300

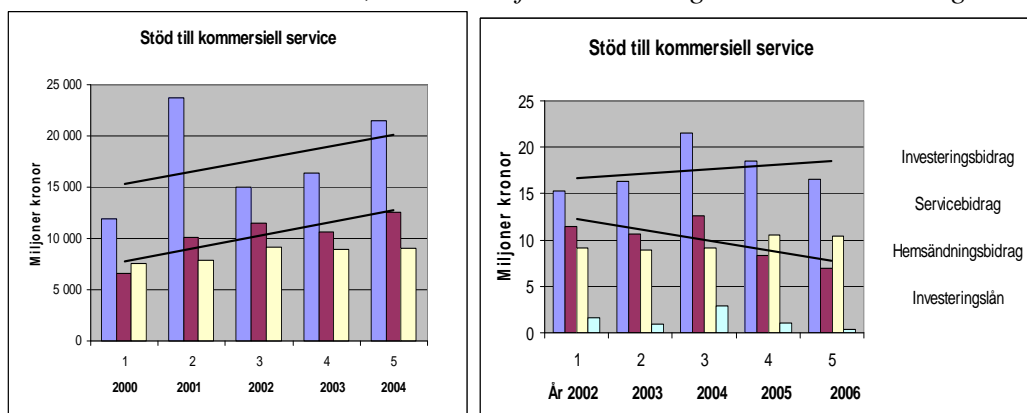
Det totala stödet har ökat kraftigt under år 2004. Det är såväl investeringsstödet som servicebidraget, hemsändningsbidraget och landsbygdslånet som ökat. Investeringsstödet, i synergi med andra insatser, har betydelse för att motverka försämringar i tillgången till kommersiell service. En av faktorerna bakom ökningen är arbetet med de lokala utvecklingsprogrammen, vilka medfört ett ökat fokus på frågor som rör servicetillgänglighet för konsumenter i gles- och landsbygder. Många dagligvarubutiker har också genomgått ett utvecklingsarbete inom ramen för ett kompetens- och utvecklingsprogram (Affär på landet) som riktas till små dagligvarubutiker i gles- och landsbygder. Enligt servicehandläggare på länsstyrelser och regionala självstyrelseorgan har också ändrade krav från dagligvarukedjorna till viss del påverkat stödvolymen.

Den kraftiga ökningen år 2001 kan inte förklaras med motsvarande utvecklingsfaktorer.



Under perioden 2002 till och med 2007 har TNL motsvarat knappt 10 % av det ordinarie anslaget till kommersiell service

Stöd till kommersiell service, med trend för investerings- och servicebidrag



När trenden för investerings- och servicebidrag läggs ut för de två perioderna 2000-2004 och 2002 – 2006 så syns det tydligt att servicebidraget fortsätter att trendmässigt öka under åren 2000 till 2004 men trenden byter riktning och visar ett minskande servicebidrag åren 2002 till 2006.

År 2002 är det första år som Test av nya lösningar börjar få effekt genom en mer omfattande kompetenshöjande verksamhet riktad till landsbygdshandlarna. FLF och Affär på landet får då tillgång till en del av de första 15 miljoner kronor som avsattes till test av nya lösningar. Även verifieringsprocessen inom Multiserviceprojektet och de övriga insatsområdena inom Test av nya lösningar börjar få effekt. Förmodligen har även de 20 miljoner som avsattes till Lokala utvecklingsprogram haft en motsvarande effekt.

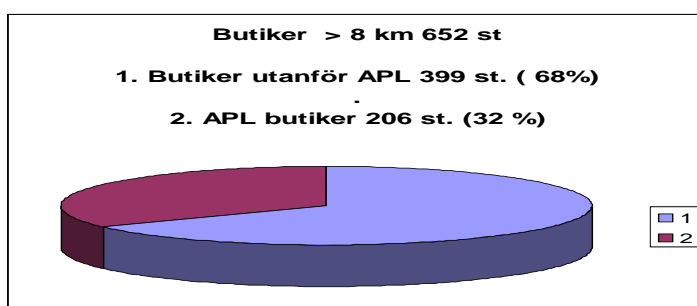
En möjlig och trolig anledning till att servicebidragens utveckling bryts från ökande till minskande är att TNL skapat nya förutsättningar till långsiktiga och strategiska insatser. De traditionella stödformerna för den kommersiella servicen i gles- och landsbygd utnyttjas mer effektivt. Enligt de intervjuer som genomförts känner länsstyrelsernas handläggare en större säkerhet när de samverkar med FLF:s mentorer. Mentorernas insatser inom Affär på landet ger nya möjligheter till strategiska satsningar, särskilt när verifieringsprocessen kommer igång och kommuner, länsstyrelser, mentorer och ombudsgivare utvecklar en konstruktiv dialog kring strategiska serviceställen på gles- och landsbygd.

Trenden för investeringsbidraget är fortsatt ökande under hela perioden 2000- 2006, men ökningen är mindre i slutet av perioden än i början.

6. Sammanställning av kvantitativa data för Affär på Landet

6.1 Totala antalet butiker – antalet butiker med i APL

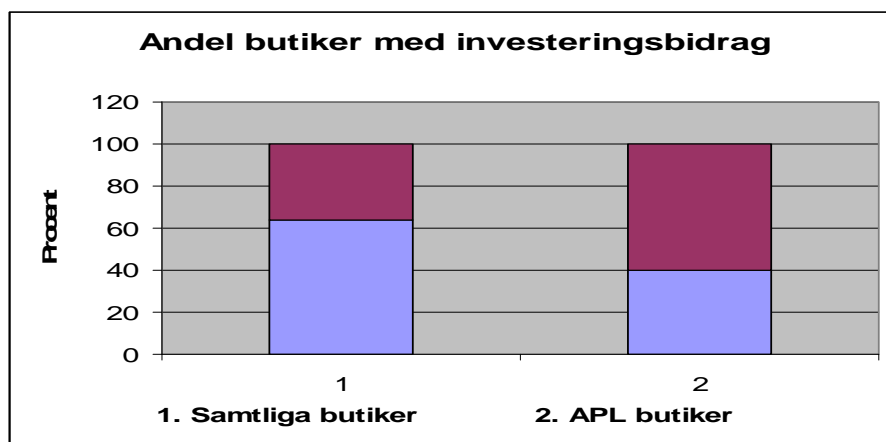
Ur servicedatabasen har samtliga butiker som har mer än 8 km till närmaste butik valt ut. Materialet omfattar perioden 2000-2006. Sammantaget under denna tid var 206 av totalt 652 butiker med mer än 8 km till närmaste butik, med i Affär på landet (ca 32 %).



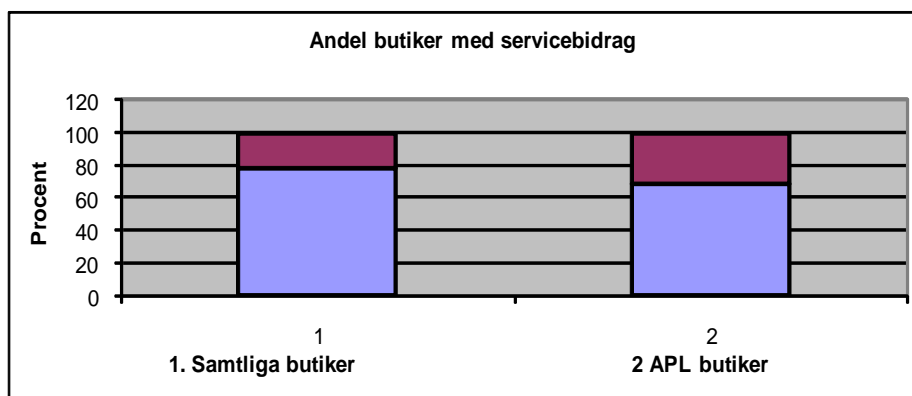
6.2 Investeringsstöd och servicebidrag i förhållande till APL-butiker

Av 206 butiker med insatser genom Affär på landet hade 123 butiker också fått investeringsstöd (ca 60 %), 63 butiker fick servicebidrag (ca 31 %). Motsvarande förhållande för det totala antalet butiker (652) är att 36 % fick investeringsbidrag (236) och 22 % fick servicebidrag (142).

Investeringsstödet går i större utsträckning till butiker som är med i Affär på landet än till sådana som inte är med. Förhållandet kan beskrivas som att av 10 butiker i APL fick 6 investeringsstöd, men bara 3,6 butiker av 10 fick investeringsstöd om de inte var med i Affär på landet.



Även servicebidraget går i större omfattning till butiker som är med i Affär på landet än till sådana som inte är med. Av 10 butiker i APL fick 3,1 servicebidrag, medan motsvarande förhållande för de som inte deltog i APL 2,2.



Flera orsaker kan bidra till att förklara överrepresentationen av butiker med investeringsstöd i Affär på landet butiker.

- Förhållandevis fler APL-butiker utgör s.k. strategiska serviceställen
- Kompetenshöjande insatser inom APL genererar ett ökat
- Länsstyrelsernas handläggare ser att APL-insatser ger en ökad säkerhet till investeringar i butiken
- APL-butiker har lättare att finansiera egeninsatsen som kompletterar investeringsstödet.

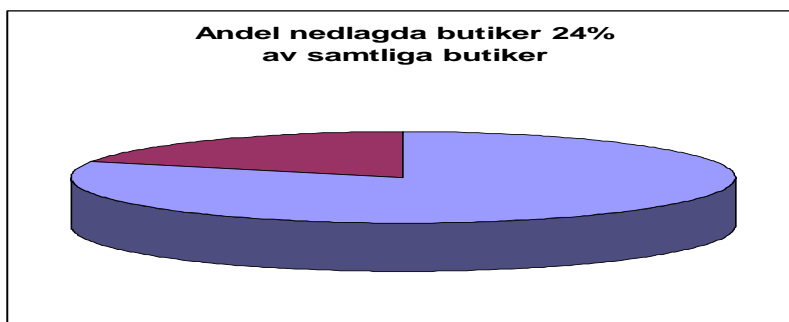
En positiv tolkning är att Test av nya lösningar genom APL och investeringsstödet har en kompletterande effekt, så att såväl APL och investeringsstödet när de samverkar skapar en större nytta för butiken i fråga och i förhållande till samhällsmål.

Överrepresentationen av servicebidrag i APL butiker kan också ha flera orsaker

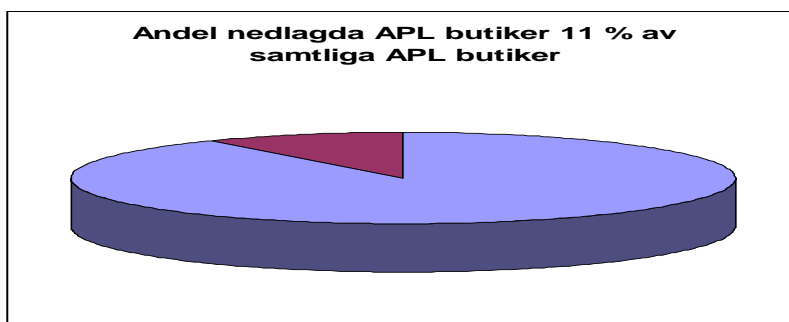
- APL:s mentorer hjälper handlaren att söka bidrag och då även servicebidrag.
- Länsstyrelsens handläggare upplever att APL-butiken genom de insatser som görs kommer att nytta servicebidraget under en övergångsperiod.
- Butiker som inte är med i APL har bättre förutsättningar än de som är med.

6.3 Antalet nedlagda butiker med i eller utanför APL

Av de totalt 652 registrerade butikerna under perioden 2000-2006 lades 158 butiker ned. Det motsvarar ca 24 %.



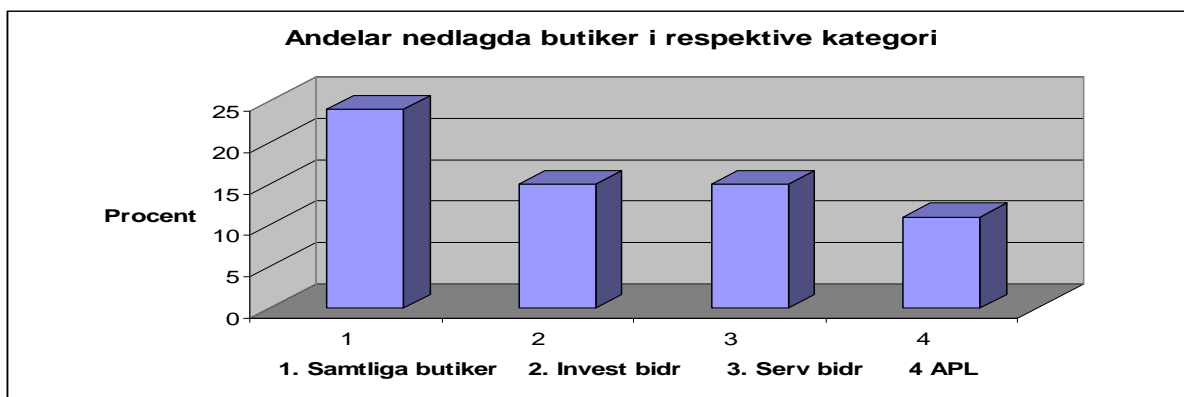
Bland de butiker som var med i APL lades 22 stycken ned, vilket motsvarar 11 %.



Butiker som var med i APL lades ned i mindre omfattning än butiker som inte var med i APL.

Samma år lades 35 butiker ned av de butiker som fick investeringsbidrag, (15 %). För de butiker som fick servicebidrag lades 41 butiker ned, (ca 15 %). Även här visar det sig att butiker där samhället gjort insatser, i det här fallet investeringsstöd och servicebidrag, är det förhållandevis färre som läggs ned

När 35 butiker eller 15 % av samtliga butiker med investeringsstöd lades ned under perioden var motsvarande siffra för butiker med investeringsbidrag som också var med i APL 10 butiker, vilket motsvarar 8 %.



Andelen butiker som läggs ned när de både har fått APL insatser och investeringsstöd eller servicebidrag är avsevärt lägre än de som fått investeringsstöd eller servicebidrag utan att vara med i APL.

7. Sammanställning och analys av resultat av investeringar i relation till förväntade effekter resultat från intervjuer

En djupintervju genomfördes riktad till olika deltagare i TNL-programmet.

Dessa är mentorer och ledning inom FLF, ombudsgivare och dagligvarugrossister, samt länsstyrelser och kommuner.

Djupintervjun genomfördes per telefon och vid möten, sammantaget intervjuades 30 personer. Intervjun omfattade 19 frågeställningar som samtliga utgick från de effektmål som formulerats av det centrala samordningsforumet, men som också i stor del sammanfaller med effektmål som återfinns i regeringens anslagsbeslut.

Syftet med intervjuerna är att få de som varit involverade i olika utvecklingsåtgärder att ge sin syn på om Test av nya lösningar påverkat förutsättningarna för service på landsbygden så som effektmålen avser.

Har TNL bidragit till minskning, inte påverkat alls eller inneburit en ökning/förbättring av:

1. Kunskap om servicebehov i gles och landsbygd
2. Kompetensen hos innehavare av serviceställen.
3. Engagemang och kunskap hos ombudsgivare och dagligvarukedjor
4. Engagemang och kunskap i den kommunala förvaltningen
5. Tillgänglighet för funktionshindrade
6. Serviceställets värde som samlingspunkt
7. Serviceutbud genom flera serviceställen
8. Attraktiviteten hos serviceställena
9. Kostnader för persontransporter och varuleveranser till och från serviceställe
10. Lokal upphandling
11. Kostnadstäckning vid hemsändning
12. Tillgång och förändringar i kvalitet genom bredbandsuppkoppling
13. Köptroheten
14. Lönsamheten i strategiska serviceställen
15. Antal organiserade inköpsresor
16. Tillgodosett behov av hemsändning
17. Serviceutbud på Internet
18. Antal nöjda kunder i gles- och landsbygd
19. Tillgänglighet för människor och företag i alla delar av landet till kommersiell service för att tillgodose grundläggande servicebehov i den dagliga situationen.

Om TNL inneburit en ökning/förbättring, vilken del av TNL är det i så fall som påverkat utvecklingen; Affär på landet, Multiserviceprojektet, Tillgänglig butik eller Regionala och Lokala projekt?

7.1 Intervjuresultat

Här följer de intervjuades uppfattning av effekterna av test av nya lösningar.

Fråga 1. Kunskap om servicebehov i gles- och landsbygd.

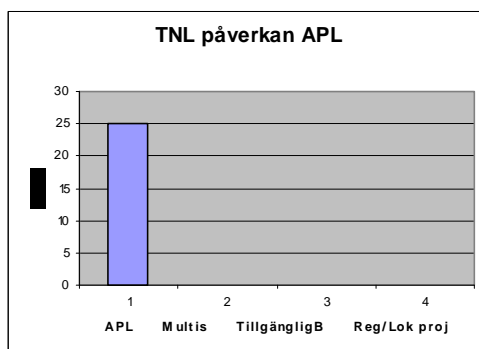
Test av nya lösningar har bidragit genom Affär på landet till att öka olika aktörers kunskap om konsumenternas servicebehov.

Kommentar: Landsbygdshandlare som varit med i lokala/regionala partnerskap har utökat sina kontakter med lokala byalag och därigenom mer fått höra vad de lokala konsumenterna har för behov.

De som deltagit i verifieringsprocesserna; ombudsgivare och länsstyrelser har haft ingående diskussioner om servicebehovet hos konsumenter i gles- och landsbygd.

Verifieringsprocesserna har ofta föregåtts av dialog mellan länsstyrelser och kommuner/landsbygdshandlare/byalag.

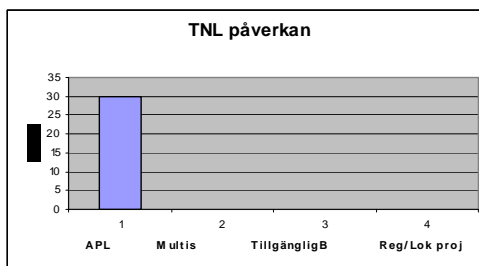
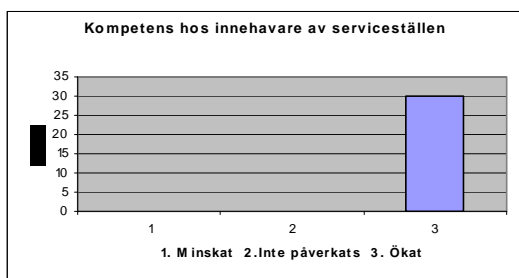
I olika regionala/lokala projekt har servicebehovet analyserats utifrån ett helhetsperspektiv som omfattar både kommersiell och offentlig service. Olika förvaltningar inom kommuner och mellankommunala inköpsorganisationer har sammanträffat med mentorer från Affär på landet/FLF , byalag och lokala landsbygdshandlare.



Fråga 2. Kompetens hos innehavare av serviceställen.

Test av nya lösningar har bidragit genom Affär på landet till att öka kompetensen hos innehavare av serviceställen.

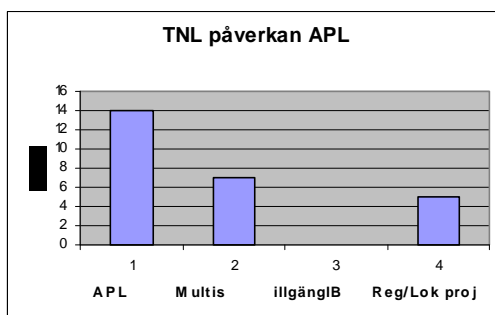
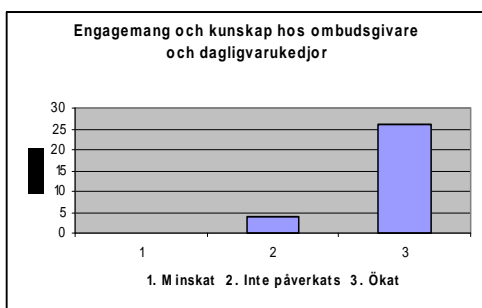
Kommentar: Affär på landet har huvudsakligen varit inriktad på utbildning av landsbygdshandlare i syfte att öka kompetensen inom olika områden. Svaren från de intervjuade är mycket entydiga i att TNL har haft stor påverkan och bidragit till att öka kompetensen hos dem som innehar serviceställen.



Fråga 3. Engagemang och kunskap hos ombudsgivare och dagligvarukedjor

Test av nya lösningar har bidragit främst genom Affär på landet, men även genom Multiserviceprojektet och Regionala/lokala projekt till ett ökat engagemang och kunskaper hos ombudsgivare och dagligvarukedjor.

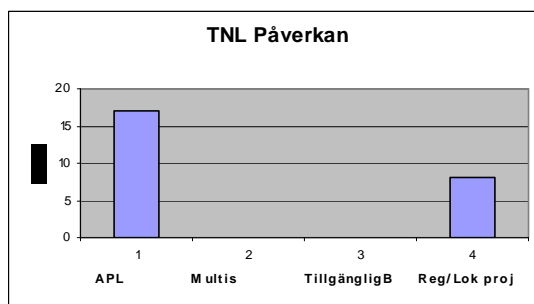
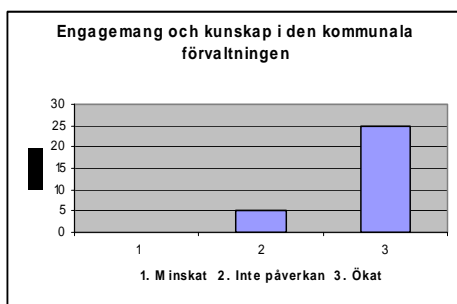
Kommentar: Mentorerna, landsbygdshandlare och representanter från länsstyrelser och kommuner som medverkat i bl. a. verifieringsprocesser för multiservice och val av strategiska servicepunkter menade att engagemang och kunskaper ökat hos framförallt ombudsgivare och i mindre utsträckning, men ändå också hos dagligvarukedjor. Representanter från dagligvarukedjor tyckte att engagemang och kunskaper ökat hos ombudsgivare. Representanter för ombudsgivare tyckte att engagemang och kunskaper ökat hos både ombudsgivare och dagligvarukedjor.



Fråga 4. Engagemang och kunskap i den kommunala förvaltningen.

Test av nya lösningar har bidragit främst genom Affär på landet, men även genom Regionala/lokala projekt till att öka engagemang och kunskap i den kommunala förvaltningen

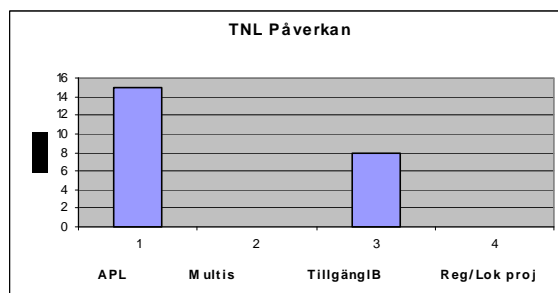
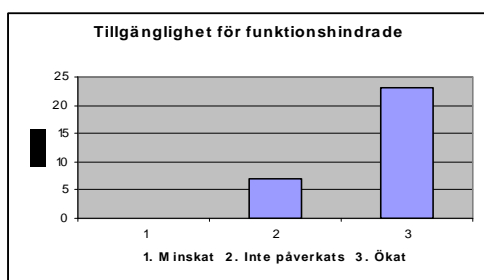
Kommentar: Trots en ganska samstämmig bild att engagemang och kunskaper ökat hos den kommunala förvaltningen var det många som pekade på att det huvudsakligen gäller för enskilda tjänstemän i de kommunala förvaltningarna, att andra tjänstemän motiverar bristande engagemang med att lagar och förordning sätter hinder i vägen för nya helhetslösningar för service och lokal upphandling. Att kommunernas utökade hemsändningsbidraget menade många pekade på ökat engagemang och kunskaper. Många kommenterade också att servicefrågorna fått en högre prioritet än tidigare vilket visat sig i att kontakter från kommunala förvaltningar oftare tas med FLF:s mentorer och att dessa kontakter tas i inledande skeden i olika sammanhang.



Fråga 5. Tillgänglighet för funktionshindrade

Test av nya lösningar har bidragit främst genom Affär på landet, men även genom Tillgänglig butik till att öka tillgängligheten till butik.

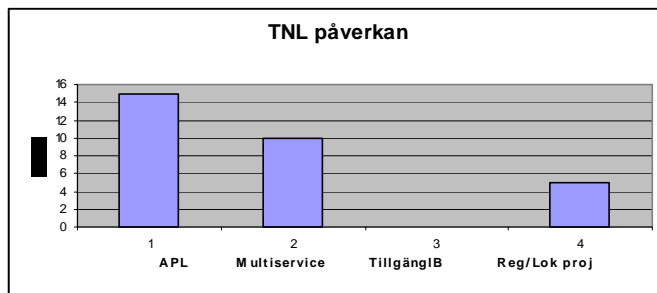
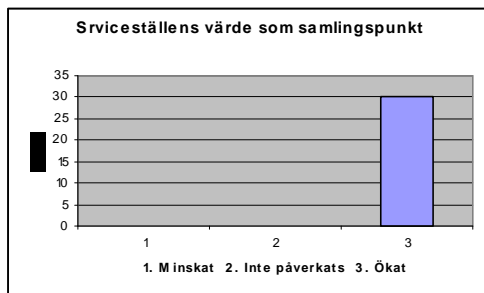
Kommentar: Många menade att trots att vissa insatser skett, främst som en bieffekt av åtgärder inom Affär på landet, så är tillgänglighetsfrågorna något man nu planerar att börja bearbeta mer systematiskt. Västra Götalandsregionens projekt, Många är medvetna om att Västra Götalandsregionen bedrivit ett omfattande tillgänglighetsarbete inom programmet Butik för alla, att detta varit framgångsrikt och avser därför ta vara på de erfarenheter som Västra Götalandsregionen vunnit i sitt arbete.



Fråga 6. Serviceställens värde som samlingspunkt.

Test av nya lösningar har bidragit främst genom Affär på landet , men även genom Multiserviceprojektet och Regionala/lokala projekt till att öka serviceställenas värde som samlingspunkt.

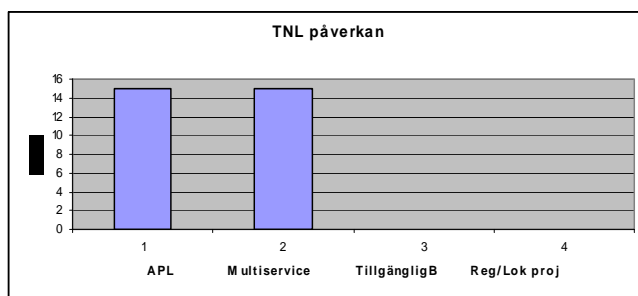
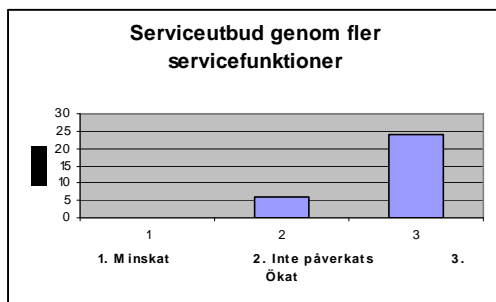
Kommentar: Anslagstavlor, kaffehörnor, utrymmen för ombudsgivarfunktioner/multiservice med bland annat spel har givit nya mötesplatser i butikerna.



Fråga 7. Bredat serviceutbud genom fler servicefunktioner.

Test av nya lösningar har bidragit främst genom Multiserviceprojektet, men även genom Affär på landet till att öka serviceutbudet genom fler servicefunktioner

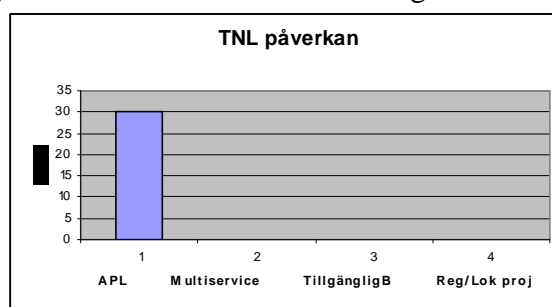
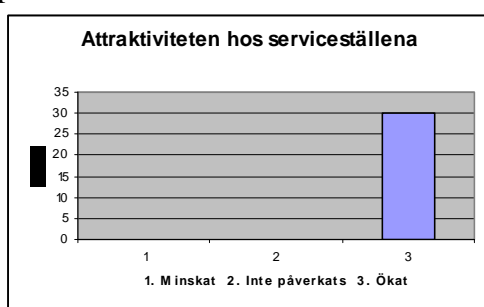
Kommentar: Verifieringsprocessen pekade många på som positiv för fler servicefunktioner. Vilket också valideras med statistiken från multiserviceprojektet, som redovisats i denna rapport.



Fråga 8. Attraktiviteten hos serviceställena.

Test av nya lösningar har bidragit genom Affär på landet till att öka attraktiviteten hos serviceställena.

Kommentar: Konkurrensen från centralorterna har skärpts när nya dagligvarukedjor som Lidl, Rusta, Dollarstore och Netto etablerats där. Det har lett till att landsbygdsbutiker måste utveckla sig för att behålla sina kunder. Affär på landet, med ett utvecklat system för kompetenshöjande åtgärder, mentorer som vägleder handlare m. m har underlättat satsningar inom vissa dagligvarukedjor på landsbygdshandeln. Länsstyrelsehandläggare pekar på att investeringsstödet ökat och servicebidragen minskat kraftigt kan indikera att butikerna satsat på att öka sin attraktivitet och faktiskt lyckats med det i viss utsträckning.



Fråga 9. Kostnader för persontransporter och varuleveranser till och från serviceställe

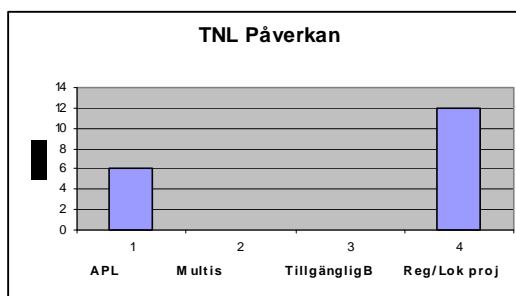
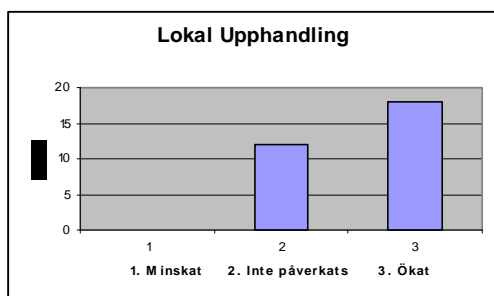
Test av nya lösningar har inte påverkat kostnader för persontransporter och varuleveranser till och från butik

Kommentar: Ingen av de intervjuade kunde peka på att kostnaderna för persontransporter och varuleveranser minskat.

Fråga 10: Lokal upphandling

Test av nya lösningar har bidragit genom Regionala/lokala projekt samt Affär på landet till att öka den lokala upphandlingen

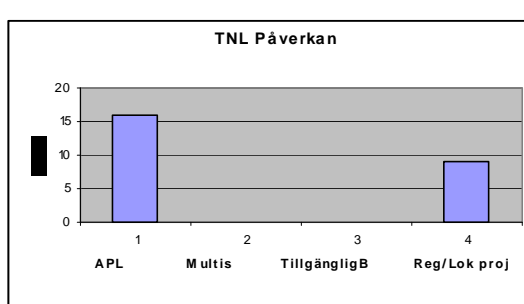
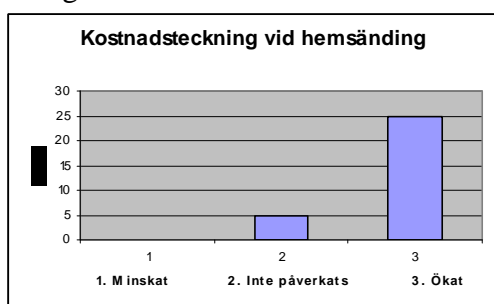
Kommentar: Många intervjuade pekade på fortsatta problem att få kommunala och mellankommunala inköpsorganisationer att prioritera lokal upphandling, men menade att allt fler goda exempel skapats, där den lokala landbygdshandlaren får möjlighet att leverera till i huvudsak lokala kök inom barn- och äldreomsorg.



Fråga 11. Kostnadstäckning vid hemsändning

Test av nya lösningar har bidragit genom Affär på landet samt regionala/lokala projekt till att öka kostnadstäckningen vid hemsändning

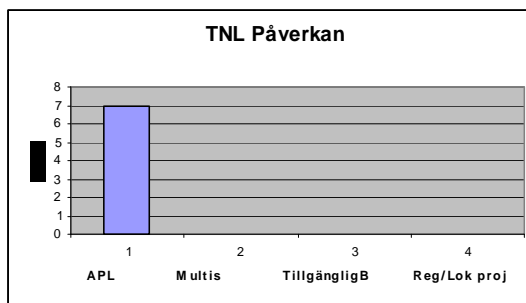
Kommentar: Många samstämmiga svar vittnar om en ny attityd hos kommunerna och kraftigt höjda hemsändningsbidrag. En anledning till detta sades vara att kommunerna blivit duktigare på att anlägga en helhetssyn och ser att det är billigare för kommunen att ge ökade hemsändningsbidrag än att riskera att behöva utöka hemtjänstens uppgifter. Många länsstyrelsehandläggare pekade på att hemsändningsbidragen tar en allt större del av deras anslag.



Fråga 12. Tidsåtgång och förändringar i kvalitet genom bredbandsuppkoppling

Test av nya lösningar har inte påverkat tidsåtgång och ökad kvalitet

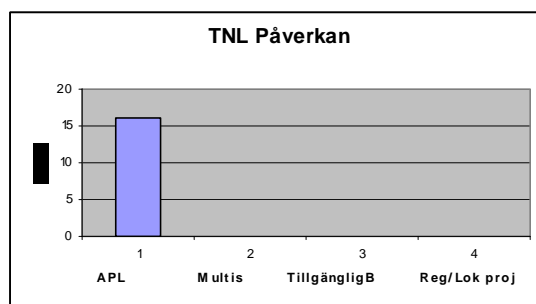
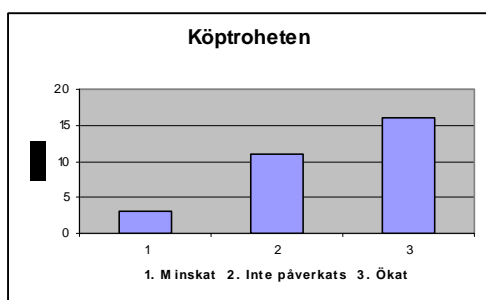
Kommentar: Bredband har förändrat villkoren i butikerna, men det är inte genom TNL som det har skett. Där bredband och Adsl, trådlös anslutning gjorts möjlig, där har butikerna kunnat utveckla datakassor, framförallt inom ICA har en sådan satsning gjorts. På skärgårdsöar och andra avlägset belägna platser har betalkortsautomater kunnat installeras.



Fråga 13. Köptroheten

Test av nya lösningar har bidragit genom Affär på landet till en ökad köptrohet.

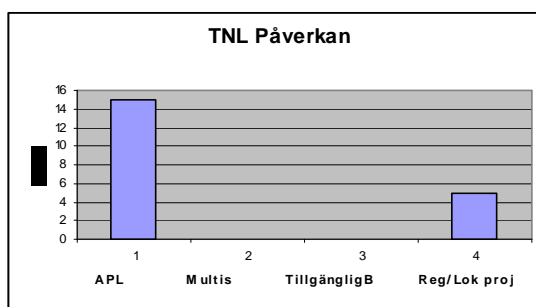
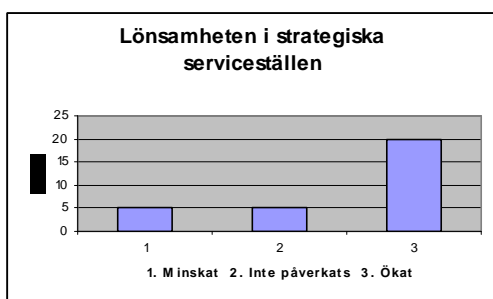
Kommentar: Flera mentorer och handläggare från länsstyrelser och kommuner har svårt att bedöma om köptroheten har ökat i de butiker som de arbetad med. Många av de intervjuade menar också att medvetenheten om butikens betydelse har ökat bland konsumenterna i gles- och landsbygd. Flera menade också att butiker i dagligvarukedjor som kan förse butiken med ett bra sortiment får en högre köptrohet medan detsamma inte gäller för butiker med sämre sortiment. Det framgår också av statistik från servicedatabasen över förändringar i lokal marknadsandel att köptroheten ökat.



Fråga 14. Lönsamheten i strategiska serviceställen.

Test av nya lösningar har bidragit främst genom Affär på landet men även genom Regionala/lokala projekt till en ökad lönsamhet i strategiska serviceställen.

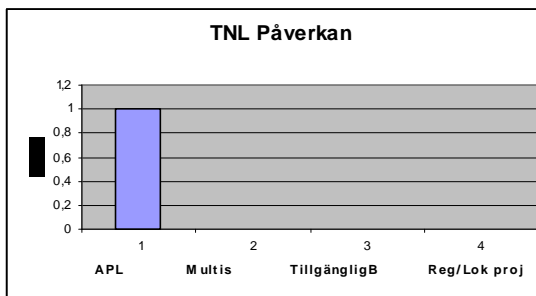
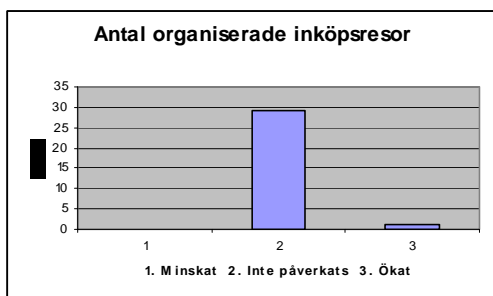
Kommentar: Flera av de intervjuade påpekade att de minskade servicebidragen pekar på en förbättrad lönsamhet i butikerna. Affär på landet innebär att kunskapsnivån höjts hos handlarna, de tillämpar mer systematiskt ett marginaltänkande, är mer medvetna om hur butiken ska skötas för att skapa vinstmarginal. Inköpsvillkoren för dem som är utanför dagligvarukedjorna är en faktor som kan verka i motsatt riktning, liksom effekterna av en ökad konkurrens kan ge lägre lönsamhet. Sammantaget var de flest av de intervjuade som menade att lönsamheten ökat än tvärtom. I delrapporten från år 2006 analyseras lönsamhetsaspekterna närmare och där visas tydligt på att lönsamheten förbättrats.



Fråga 15. Antal organiserade inköpsresor

Test av nya lösningar har inte bidragit till att öka antalet organiserade inköpsresor.

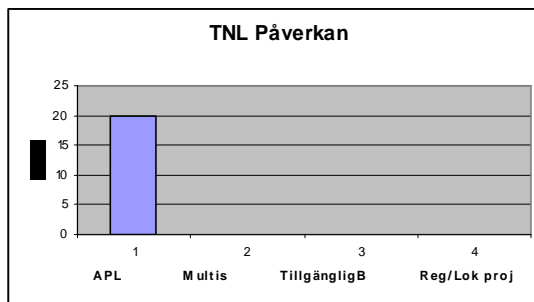
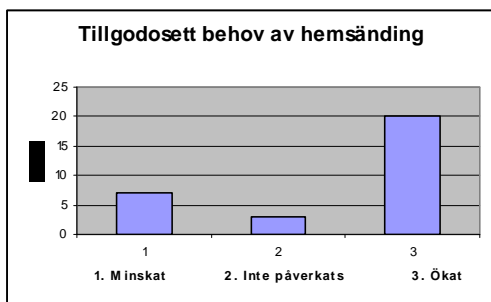
Kommentar: fanns bara ett exempel på organiserade inköpsresor i intervjuaren. Flera pekade på att det var fler organiserade inköpsresor förr, när taxi och bussbolagen var mer lokala och då ofta ägare och förare var en och samma. Med anställda förädras kostnadsbilden.



Fråga 16 . Tillgodosett behov av hemsändning

Test av nya lösningar har bidragit genom Affär på landet till att i ökad utsträckning tillgodose behov av hemsändning.

Kommentar: Fler äldre och allt färre butiker leder till mer hemsändning. Kommuner och länsstyrelse ökar hemsändningsbidragen, så att handlaren får mer intäkter från hemsändningen, vilket ökar handlaren incitament.



Fråga 17. Serviceutbud via Internet. ’

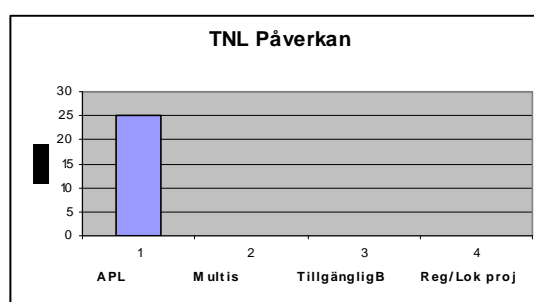
Test av nya lösningar har inte påverkat serviceutbudet via Internet.

Kommentar: Ännu har inte dagligvaror börjat köpas över Internet, många intervjuade menade att så kan bli i framtiden.

Fråga 18. Antal nöjda konsumenter i gles- och landsbygd

Test av nya lösningar har bidragit genom Affär på landet till att öka antalet nöjda konsumenter i gles och landsbygd.

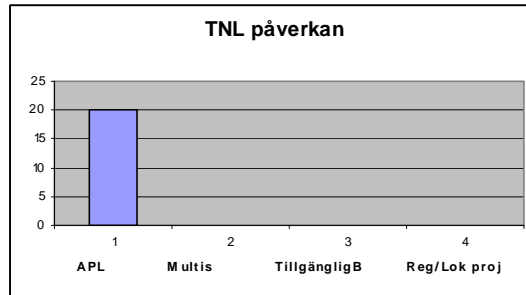
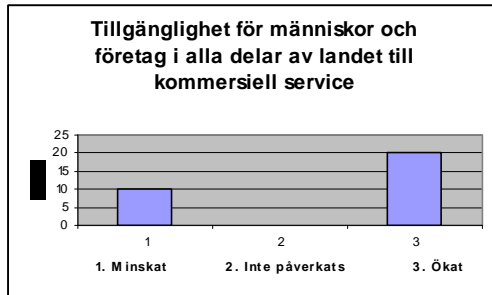
Kommentar: Flera av de intervjuade menade att en konsumentundersökning borde genomföras återkommande för att med säkerhet kunna svara på frågeställningen. Sammantaget var det fler intervjuade som menade att TNL medfört fler nöjda konsumenter än de som menade att så inte var fallet. Det som såg ett samband mellan TNL och nöjda konsumenter argumenterade för att TNL inneburit att färre landsbygdshandlare avvecklat verksamheten genom de insatser som gjorts genom TNL än som hade varit fallet utan motsvarande satsning.



Fråga 19. Tillgängligheten för människor och företag i alla delar av landet till kommersiell service för att tillgodose grundläggande servicebehov i den dagliga situationen.

Test av nya lösningar har bidragit till att begränsa en utveckling med fler nedlagda landsbygdsbutiker och därmed påverkat tillgängligheten positivt.

Kommentar: De intervjuade svarade på ungefär samma sätt på fråga nr. 19 som på nr. 18.



8. Miljöeffekter

8.1 Riksdags- och regeringsuppdrag

Riksdagen har antagit mål för miljökvaliteten inom 16 områden. I november 2005 lades miljökvalitetsmålet "Ett rikt växt- och djurliv" till de 15 som man antagit redan i april 1999. De 16 nationella miljökvalitetsmålen ska i huvudsak vara uppnådda till år 2020.

Förhållandet mellan miljökvalitetsmålen och delmålen kan beskrivas som att miljökvalitetsmålen definierar det tillstånd som miljöarbetet ska sikta mot, medan delmålen anger inriktning och tidsperspektiv i det konkreta miljöarbetet. Vad varje miljökvalitetsmål innebär i ett generationsperspektiv återges i ett antal punkter i anslutning till varje miljökvalitetsmål.

De 16 miljökvalitetsmålen är:

- Begränsad klimatpåverkan
- Frisk luft
- Bara naturlig försurning
- Giftfri miljö
- Skyddande ozonskikt
- Säker strålmiljö
- Ingen övergödning
- Levande sjöar och vattendrag
- Grundvatten av god kvalitet
- Hav i balans, levande kust och skärgård
- Myllrande våtmarker
- Levande skogar
- Ett rikt odlingslandskap
- Storslagen fjällmiljö
- God bebyggd miljö
- Ett rikt växt- och djurliv.

Miljömålsarbetet är ett gemensamt uppdrag där olika aktörer måste ta sitt ansvar. Myndigheter, länsstyrelser, kommuner, organisationer, näringsliv och enskilda är alla viktiga aktörer i miljömålsarbetet. Miljömålen ska påverka horisontellt, på olika politikområden.

8.2 Test av nya lösningar inom det kommersiella serviceområdet

I såväl proposition som regeringsbeslut och i de effektmål som formulerats av CSF har mål för miljöeffekter satts upp. Det förefaller därför inte vara några brister i det avseende vad gäller riksdagens/regeringens direktiv för arbetet och heller inte för programmet så som det fastställdes av konsumentverket i samverkan med partnerskapet.

Den centrala frågeställningen är därför i vilken utsträckning programmets genomförande resulterat i att uppsatta miljömål nåtts.

För att bedöma programmets miljöeffekter bör miljöeffekterna inom den förädlings och transportkedja som landsbygdshandeln är en del av beskrivas.

Miljöpåverkan kan ske på global, regional eller lokal nivå. Utsläpp från en landsbygdshandels eller levererande företags produktion eller som ett resultat av konsumenters behov och beteenden har sin största påverkan på den närmaste omgivningen, om det inte är ovanligt stort. Miljöproblem kopplade till utsläpp och aktiviteter som främst påverkar den närmaste omgivningen är till exempel marknära ozon, buller och vibrationer, övergödning och utsläpp till lokala vattendrag eller avlopp. De mest omdiskuterade effekterna idag är växthuseffekten, uttunning av ozonlagret samt spridning av metaller.

Landsbygdshandeln ingår i ett system där konsumenterna är slutanvändare och de levererande företagen svarar för produktionen av de varor som konsumenterna köper. I kedjan finns även transportörer och lagerhållare.

Landsbygdshandeln är en integrerad del av den kedja av system som utviner och förädlar en råvara från ursprungskällan, transporterar till försäljningsställe och säljs vidare till konsument för slutanvändning.

En miljöanalys som tillämpas på programmet test av nya lösningar för kommersiell service blir därför avhängig av många olika aktörers beteende i en lång förädlingskedja från råvara till slutlig produkt och slutanvändning. Den största miljöpåverkan sker genom olika företags produkter och tjänster. Användningen och avfallshanteringen ger stora miljöbelastningar och är därför centrala i en miljöanalys.

En miljöanalys måste därför ta hänsyn till en mängd olika aspekter

1. De berörda verksamheternas påverkan på olika ekosystem
2. Energihushållning, energisparande och val av energiform
3. Råvaruhushållning, sparande, råvaruval, transporter och vattenhushållning
4. Avfallsminskning, återvinning, återanvändning, transporter och bortskaffande
5. Utvärdering, kontroll och minskning av buller inom och utanför anläggningar och fordon
6. Val av produktionsmetoder och ändring av produktionsmetoder
7. Produktplanering (utformning, förpackning, transporter, användning och bortskaffande)
8. Leverantörers, underleverantörers och entreprenörers miljöarbete samt förfaranden på miljöområdet.
9. Förebyggande och begränsning av miljöolyckor.
10. Beredskapsplaner för miljöolyckor.
11. Information och utbildning av personal i miljöförhållanden
12. Information till omvärlden om miljöförhållanden.

Men det är inte rimligt och heller inte ett effektivt resursutnyttjande att inom arbetet för test av nya lösningar sätt upp mål och försöka åstadkomma miljöförbättringar inom hela denna kedja. En rimlighetsbedömning måste göras där samtliga aspekter filtreras för att få fram det i sammanhanget mest betydande aspekterna på miljöpåverkan, där åtgärder gör störst nytta.

För test av nya lösningar förefaller det som om transporternas energianvändning, utsläpp till luft och buller, energianvändning och –hushållning i lager och butiker samt till viss del

varuförpackningar och avfallshanteringen är mest betydelsefulla och påverkbara. Dessa aspekter måste också relateras till de miljömålsättningar som satts upp inom programmet.

8.2.1 Affär på landet

Affär på landet är huvudsakligen inriktat på att förbättra landsbygdshandlarnas kompetens, så att lönsamheten kan förbättras. Delar i det arbetet är att göra butiken mer effektiv i olika avseenden. Som en indirekt effekt av dessa ambitioner kan energianvändningen effektiviseras. Särskilt i de fall där statliga investeringsstöd kopplas till för investeringar i modernare kyldiskar och eventuella kylrum.

En annan aspekt kan vara att svara upp mot kundernas servicebehov bland annat genom att erbjuda lokalt producerade varor, som ofta är förpackade på ett mer miljöanpassat sätt än de varor som kommer från avlägset belägna leverantörer.

Det går inte att påvisa att förbättringar åstadkommit i butikerna vad avser energieffektivisering och minskad användning av förpackningar eftersom några sådana mätningar gjorts och statistisk sammanställts. Men det är uppenbart att sådana effekter kan åstadkommas vid nyinvesteringar och utveckling av varusortiment.

8.2.2 Multiservice

Genom multiserviceprojektet har statliga ombudsgivare samverkat med kommuner och länsstyrelser för att utse strategiska servicepunkter där så många av ombudsgivarnas funktioner som möjligt ska finnas.

En sådan samordning har inte förekommit tidigare och måste ses som ett av de viktigaste bidragen inom programmet såväl till förbättrad servicenivå som till effektivisering av resursutnyttjande och transporter.

Effektivisering av transporterna uppstår när konsumenterna kan nå såväl post som apotek och systembolag och ATG/Svenska spel på samma ställe jämfört med flera olika tidigare.

En annan effektivisering kan möjligen också ha åstadkommit i ombudsgivarnas interna system, där besök från servicetekniker, säljpersonal och andra interna transporter kan samordnas med de övriga statliga ombudsgivarna.

8.2.3 Tillgänglig butik

En effekt som projekt inom tillgänglig butik kan åstadkomma är att personer med funktionshinder i större omfattning kan använda sin lokala landsbygdshandel istället för att ta sig till större köpcentra i regionen.

8.2.4 Regionala/lokala projekt

Inom regionala och lokala projekt har insatser gjorts för att samordna transporter ut till butik, skapa förutsättningar för gemensamma inköpsresor för konsumenter och möjligheter till lokal försörjning av livsmedel och andra varor till den lokala skolan, äldreomsorgen och barnomsorgen.

Samordnade transporter har uppenbara miljöeffekter i en effektiviserad lagerhållning, minskat antal transporter och effektiva leveranssystem. Såväl utsläpp till luft, buller och energianvändning minskas genom samordnade transporter.

Lokal upphandling innebär att varor transporteras kortare sträckor och att lokalt utvecklade livsmedel kan få en större användning, vilket minskar på förpackningsanvändning och transporter.

9. Jämställdhetseffekter

Hur jämställdhetsaspekterna har behandlas inom programmet Test av nya lösningar kan beskrivas i olika sammanhang: Regering och riksdags uppdragsbeskrivningar, målformuleringar inom programmet, sammansättningen på de lednings- och arbetsgrupper som arbetar inom programmet på olika nivåer, lokal, regional och nationell och i programgenomförandet. När projekten formas och genomförs skapas målsättningar och problemdefinitioner som färgas av jämställdhetsaspekter. Projekten behandlar olika företeelser i samhälle och näringsliv som bl. a. återspeglar könsrollsmönster.

9.1 Riksdags- och regeringsuppdrag

Varken i den ursprungliga propositionen eller i regeringsuppdragen har det ställts några jämställdhetsmål på arbetet med att testa nya lösningar inom det kommersiella serviceområdet.

I propositionen ” en politik för tillväxt och livskraft i hela landet, 2001/02:4” finns det skrivningar som innehåller jämställdhetsmål i ett sammanhang som är länkat med TNL, de lokala utvecklingsprogrammet. Där skrivs ”det är viktigt att kvinnor erbjuds delta i partnerskapen. Genom att kvinnor strategier anpassas efter kvinnors behov skapas viktiga förutsättningar för kvinnor att kunna – och vilja – bo i alla delar av landet”.

Konsumentverkets fick i uppdrag att stödja den regionala nivån i arbetet med utvecklingsprogrammen, vilket också antogs stärka konsumentverket i dess uppgift att testa nya lösningar på det kommersiella serviceområdet.

Däremot finns det inga sådana skrivningar direkt kopplade till test av nya lösningar, TNL, vilket måste ses som en brist.

De medel som tilldelades konsumentverket för test av nya lösningar fördelades på tre olika regerings- och anslagsbeslut. I inget av dessa anslagsbeslut har regeringen uttryckt att konsumentverket ska tillämpa jämställdhetsmål på verksamheten. Det får också ses som en brist.

Bristerna från regerings och riksdagens sida ger dock inte Konsumentverket anledning att inte inbegripa jämställdhetsaspekter i arbetet med test av nya lösningar eftersom regering och riksdag i ett annat sammanhang formulerat slagit fast att jämställdhetspolitiken ska genomsyra samtliga andra politikområde, således även konsumentpolitiken. Jämställdhetspolitiken medför s.k. horisontella krav, eller mainstreamkrav på samtliga andra politikområden. Ytterst utgår regering och riksdag från ett FN-dokument som antogs 1995 och som visar att medlemsländerna just ska tillämpa jämställdhetspolitiken på detta sett. FN-dokumentet har sedan sanktioneras som nationell politik genom ett riskdagsbeslut från den 16 maj 2006.

Där anges mål för den nationella jämställdhetspolitiken.

Det övergripande målet för jämställdhetspolitiken är att kvinnor och män ska ha samma makt att forma samhället och sina egna liv.

Under det övergripande målet finns fyra delmål:

1. Jämn fördelning av makt och inflytande Kvinnor och män ska ha samma rätt och möjlighet att vara aktiva samhällsmedborgare och att forma villkoren för beslutsfattandet.
2. Ekonomisk jämställdhet Kvinnor och män ska ha samma möjligheter och villkor i fråga om utbildning och betalt arbete som ger ekonomisk självständighet livet ut.
3. Jämn fördelning av det obetalda hem- och omsorgsarbetet Kvinnor och män ska ta samma ansvar för hemarbetet och ha möjlighet att ge och få omsorg på lika villkor.
4. Mäns våld mot kvinnor ska upphöra Kvinnor och män, flickor och pojkar, ska ha samma rätt och möjlighet till kroppslig integritet.

Konsumentverket bör ha tillämpat målsättningarna nr. 1 och 2, kanske även 3 i arbetet med att testa nya lösningar. Mål 4, om våld mot kvinnor kan däremot inte anses behöva tillämpas i just det sammanhanget.

9.2 Test av nya lösningar på det kommersiella serviceområdet

När konsumentverkets och övriga partnerskap tillsammans börjar formulera tillvägagångssätt och målsättningar för arbetet styrs det av de attityder och värderingar som berörda personer bär med sig. I ett samhälle som präglas av ojämlika förutsättningar för kvinnor och män kommer det också att prägla arbetet med att testa nya lösningar. Det krävs därför en medveten process för att motverka ojämlika förutsättningar och aktivt påverka attityder och förhållningssätt för att ny jämställdhetsmål.

Programmets genomförande föregås av en process där representanter från olika delar av samhälle och näringsliv utifrån sina olika roller bidrar till att utforma det gemensamma programmet. En viktig fråga är hur denna process synliggjorde kvinnors och mäns olika villkor.

Det är därför som det är viktigt att genusperspektivet finns med när mål formuleras, arbetsgrupper sammansätts och insatser genomförs. Den analys som då ska göras baseras till delar på ny kunskap och det kan därför vara betydelsefullt att koppla utbildning kring tillämning av jämställdhetsperspektiv i det specifika sammanhanget – test av nya lösningar inom det kommersiella serviceområdet.

I de intervjuer som genomförts har det framkommit uppgifter som tyder på att programarbetet brustit ur jämställdhetsperspektiv.

I stort har utformning och genomförande av test av nya lösningar varit könsblint. Det finns brister i proposition och regeringsbeslut och konsumentverket har inte systematiskt tillämpat ett jämställdhetsperspektiv i de processer som föregått programutformning, i sammansättningen av lednings- och arbetsgrupper och i programgenomförandet.

Programmet går att ifrågasätta utifrån jämställdhetsaspekter. Bidrar test av nya lösningar, och de traditionella statliga stöden inom det kommersiella serviceområdet till att låsa in kvinnor, som förmodligen är överrepresenterade i landsbygdshandeln, i olönsam verksamhet där utsikterna till normala lönenivåer och lönsamhetsnivåer är mycket dåliga?

9.2.1 Centrala samordningsforumet – CFS

Inför starten för centrala samordningsforumet diskuterades om en utbildning i genusperspektiv skulle genomföras, men CSF avstod från detta. Sammansättningen av gruppen kan synas återspegla en balans mellan kvinnor och män, men i stort följer representationen i gruppen traditionella och ojämlika könsrollsmönster. Dagligvarukedjorna, FLF:s mentorer och ombudsgivarsidan har representerats i huvudsak av män, även om det varierat över tiden, då olika representanter ersatts av andra. Konsumentverket, SKL, länsstyrelserna har i huvudsak representerats av kvinnor. Det förefaller heller inte som om sammansättningen av gruppen föregåtts av en diskussion om jämställdhetsaspekter.

Inte heller har kompetenser i genusfrågor medvetet tillförts gruppen.

CSF satta upp 19 effektmål för test av nya lösningar, inget av målsättningarna har formulerats med hänsyn tagen till målen i jämställdhetspolitiken.

9.2.2 Affär på landet

Konsumenters beteende kan påverkas av att kvinnor och män har olika behov och olika köpmönster. Men inget tyder på att en genusanalys föregått utformningen av insatser inom Affär på landet. Arbets- och projektgrupper har utformats utan att hänsyn till jämställdhetsaspekter tagits.

9.2.3 Multiservice

Om ett genusperspektiv tillämpats hade frågor kring mäns och kvinnors olika spelbehov och spelmonster rests, inget tyder på att så skett. Spelhornorna i butikerna förefaller domineras av män, ändå är dessa också ett uttryck för en ambition till att öka butikernas betydelse som sociala samlingspunkt. Män spelar på fotboll och även på hästar i större utsträckning än kvinnor. Kvinnor å andra sidan dominerar exempelvis när det gäller bingospel. Utformningen av spelhornorna kan medvetet utformas för att tilltala både kvinnor och män. Det förefaller inte ha skett i multiserviceprojektet.

Finns det något att göra för att anpassa systembolagets och apoteksbolagets tjänster till både kvinnor och män? Kanske det försök som görs i vissa städer med s.k. vårdotek till dels kan ses ur ett genusperspektiv? Går det att testa också i gles- och landsbygd? I testverksamheten samverkar apoteket med primärvården. En sjuksyster befinner sig i apoteket och utför olika tjänster som allergitest, vaccinering, kontroll av blodtryck, omläggning av förband, m. fl. tjänster. Regelverket förhindrar väl systembolaget till att kombinera ost- och vinprovning eller på annat sätt knyta produkterna till sociala sammanhang, något som annars förmodligen också till dels kan ses ur ett genusperspektiv.

Verifieringsprocesserna och arbetet med att finna gemensamma administrativa rutiner och system har bedrivits utan att jämställdhetsaspekter påverkat sammansättning av arbetsgrupper.

9.2.4 Tillgänglig butik

Vad är det för typ av hinder som män respektive kvinnor har? Olika hinder ger olika lösningar för att öka tillgängligheten. Det kan möjligen handla om att rullstolarna är olika, att rullatorer används i olika utsträckning, liksom käppar. Vad är funktionshindrade kvinnor och mäns behov? Är de lika eller är de olika.?

Sådana frågor är rimliga att utgå från om ett genusperspektiv tillämpas inom projektet tillgänglig butik. Återigen finns det inget som tyder på att jämställdhetsaspekter systematiskt och medvetet tillämpats.

9.2.5 Regionala/lokala projekt

Frågeställningar som bör vara föremål för medvetna åtgärder är exempelvis: Vilka riktar sig de lokala och regionala projekten till? Hur ser fördelningen av anslagna projektmedel ut ur ett jämställdhetsperspektiv? I vad mån bör projekt inom lokal upphandling, samordnade transporter ta hänsyn till kvinnors och mäns olika behov och roller på arbetsmarknaden.

Av projektredovisningarna framgår inte att projekten systematiskt och medvetet tillämpat jämställdhetsaspekter.

Intervjuer

Servicegivare

Posten, Apoteket

Dagligvarukedjor

Coop/KF, ICA-Sverige

Kommuner

Arvika, Falun, Karlskrona, Bollnäs, Leksand, Sunne, Ljungby, Arjeplog, Piteå, Borgholm, Robertsfors, Ånge

FLF

Majvor Carlstam, Susan Fritz

APL-Mentorer

Bertil Karsbo, Norr, Jan-Olov Östlund, Mellan, Sölve Carlsson, Christer Forssander, Tage Blom

Länsstyrelser

Värmland, Dalarna, Gävleborg, Norrbotten, Västerbotten, Västernorrland, Jönköping