

Miljöperspektiv på butikslägen och konsumtionsresor

Koldioxidutsläppen från de resor som konsumenterna gör för att klara av sina inköp påverkar miljön negativt. Ett sätt att minska utsläppen är att etablera handel på de platser som är mest optimala. Forskare från HUI Research och Högskolan Dalarna har tagit fram mätmetoder för att göra sådana beräkningar.

Kort om studien

Var butiker placeras har stor betydelse för hur utbytet av varor mellan producent och konsument fungerar och är således en mycket viktig fråga för handelsföretagen. Trots att detta är viktigt för såväl ekonomi som miljö inom handelssektorn finns det relativt få vetenskapliga studier som har tagit sig an dessa frågor.

I forskningsprojektet *Hur påverkar handelns strukturomvandling miljön?* har handelsföretagens val av butikslägen och konsumenters resors påverkan på miljön, med ett särskilt fokus på konsumenternas koldioxidutsläpp, studerats. Forskningen har inriktats på att besvara följande tre forskningsfrågor:

1. Hur bra är handelns lokaliseringar i ett miljöperspektiv och hur kan detta mätas?
2. Hur påverkar konsumenternas resor till etablerade handelsplatser miljön och hur kan detta mätas?
3. Hur kommer handelsföretagens etablerings- och investeringsbeteende långsiktigt att påverkas av Sternrapporten och ändrade miljöregleringar?

I projektet har HUI:s branschkompetens och erfarenhet av handeln som bransch kombinerats med den specialistkompetens inom regionalekonomi och geografiska informationssystem (GIS), såsom gps-positionering, som finns vid Högskolan i Dalarna.

Miljömässigt optimala butikslägen

I projektets första del har forskargruppen studerat handelsföretags val av butikslägen och utvecklat metoder för att studera hur dessa lokaliseringsval står sig i jämförelse med om företagen istället hade valt de platser som minimerar konsumenternas resväg till dessa butiker. Utifrån de resultat som tagits fram i projektets första del ”Hur bra är handelns lokaliseringar i ett miljöperspektiv och hur kan detta mätas?” är en viktig slutsats att:

- Besparingspotentialen för de undersökta butikerna om de var placerade på bästa sätt ur miljöhänseende motsvarar i genomsnitt en sänkning av koldioxidutsläppen med 22 procent.

I verkligheten är det dock inte så lätt för en butik att välja det miljömässigt optimala läget. En handlare som ska etablera en ny butik måste ta hänsyn till redan existerande verksamheter. Att flytta befintliga handelsplatser är en omöjlighet eftersom det skulle kosta enorma summor pengar. Däremot kan detta vara bra att ha i åtanke när man väljer lägen för nya handelsplatser.

Konsumentresornas miljöpåverkan

En stor del av handelns miljöpåverkan kan kopplas direkt till utsläpp i samband med konsumentresor. I det andra delprojektet är därför konsumentresorna och de utsläpp de ger upphov till i fokus, särskilt relaterat till koldioxid.

I forskningsprojektet användes den senaste tekniken kring gps-positionering för att följa

konsumenternas resemonster till och från handelsplatser och mäta konsumtionsresornas koldioxidutsläpp i Borlänge. Utifrån de

resultat som tagits fram i det andra delprojektet kan bland annat följande slutsatser dras:

En stor del av handelns miljöpåverkan kan kopplas direkt till utsläpp i samband med konsumentresor.

- De resor som görs till och från Kupolens köpcentrum i Borlänge är i de flesta fall energieffektiva i meningen att de minimerar koldioxidutsläppen. I de få fall resorna inte är energieffektiva beror det för det mesta på att konsumenten har stannat flera gånger längs med vägen.
- Köpcentret Kupolen är relativt energieffektivt lokaliserat. Det finns två lägen som ligger cirka 300 meter vardera från den nuvarande placeringen som skulle ha resulterat i nio respektive åtta procent lägre totala koldioxidutsläpp. Ett av lägena sammanfaller (i stort sett) med den plats där man idag bygger ett Ikea-varuhus.

I projektet jämfördes även de faktiska utsläppen som orsakats av konsumentresor till och från Köpcentrumet Kupolen i Borlänge med de utsläpp som istället skulle uppkommit om man valt att handla antingen i Borlänge centrum eller på en extern handelsplats. De genomsnittliga avstånden för konsumenten till de olika alternativa handelsplatserna är i stort sett representativt för flertalet svenska små- och mellanstora städer.

- Skillnaden i koldioxidutsläpp för den genomsnittlige kunden som tar bilen till Borlänge centrum respektive Kupolen

(3,9 kilometer respektive 4,0 kilometer) är försumbar eftersom avstånden knappt skiljer sig åt.

- Om konsumenten däremot väljer att åka till den externa handelsplatsen ökar resvägen med cirka 2,5 kilometer (totalt i genomsnitt 6,4 kilometer) vilket medför en ökning av koldioxidutsläppen med cirka 60 procent jämfört med om konsumenten hade valt att handla i centrum.

Den miljömässiga merkostnad som en handelsresa till ett externt köpcentrum då orsakar motsvarar (baserad på dagens koldioxidskatt) cirka 1,3 kronor mer per resa tur och retur för konsumenten. I dagsläget är det dock lönsammare för kunden att handla på den externa handelsplatsen eftersom kunden har mer att tjäna på att göra inköpen där i jämförelse den miljökostnad resan förorsakat.

Miljöaspekter vid nyetableringar

Sternrapporten (som beställdes 2005 av den dåvarande brittiska finansministern Gordon Brown) fick stort genomslag bland politiker och klimatforskare, särskilt i Europa. Den har haft betydelse för hur politiker och myndigheter ser på miljöpåverkan och hur de kan minimera den. Detta påverkar till exempel handelsföretag genom att politiker och andra beslutsfattare reglerar och påverkar handeln i syfte att få den att bli mer miljövänlig menar Rudholm med flera i sitt forskningsprojekt.

I Sverige publicerade Naturvårdverket (2007) en sammanfattning av rapporten på svenska. Den har haft en tydlig inverkan på hur politiker ser på klimatförändringar och möjligheten att via regleringar, beskattning

och andra miljöpolitiska verktyg påverka miljön.

Sternrapporten argumenterade för att bekämpande av klimatförändring var ekonomiskt lönsamt. Relativt många climatekonomer var skeptiska, men rapporten fick ändå stort genomslag och togs på allvar av många politiker och andra beslutsfattare. För handelsföretag har detta bland annat betydelse vid nyetableringar och investeringar eftersom företagen förutom att räkna på kostnader och intäkter måste ta hänsyn till hur de påverkas av existerande och eventuellt kommande miljöregleringar.

Medan Stern använder sig av långa tidsperspektiv (200 år) i sin rapport menar forskarna från HUI Research och Högskolan i Dalarna att det för handelsföretag är vettigare med en något kortare tidshorisont (rimligtvis 30 år). Stern använde sig även av en i särklass låg diskonteringsränta; ett värde som ligger närmare traditionell investeringskalkyl är att föredra för handelsföretag. Rudholm et al. menar vidare att handelsföretagen som komplement till officiella regleringar och lagar kan använda sig av självregleringar i form av till exempel miljörelaterade CSR-policys för att bidra till en hållbar utveckling på både kort och lång sikt.

E-handelns koldioxidutsläpp

Framöver bör e-handelns miljöpåverkan när det gäller koldioxidutsläpp undersökas för att till exempel optimera logistiksystemen så att koldioxidutsläppen blir så låga som möjligt.

FAKTARUTA

Rapporten *Miljöperspektiv på butikslägen och konsumtionsresor* bygger på resultat från forskningsprojektet *Hur påverkar handelns strukturomvandling miljön?*

Projektledare: Niklas Rudholm, professor, HUI Research

Övriga projektdeltagare: Magnus Bohlin, professor; Kenneth Carling, professor; Fredrik Hansen, fil. dr; Johan Håkansson, fil. dr; Bin Jiang, professor; Johanna Åström, fil. dr och Anders Östman, professor, HUI Research.

För mer information om detta eller andra projekt som finansieras av Handels Utvecklingsråd, kontakta

Andreas Hedlund
Vd Handels Utvecklingsråd
010-471 85 46
andreas.hedlund@hur.nu

Besparingspotentialen för de undersökta butikerna om de var placerade på bästa sätt ur miljöhänseende motsvarar i genomsnitt en sänkning av koldioxidutsläppen med 22 procent.



Handels Utvecklingsråd
Regeringsgatan 60, 103 29 Stockholm
Telefon 010-471 85 46
www.hur.nu