



Staff memo

# Småföretagens syn på betalningar

Olle Grünewald

Tora Hammar

Ragnar Olofsson

Avdelningen för betalningar

Mars 2025

# Innehållsförteckning

1	Riksbankens enkätundersökning till småföretag	4
1.1	Utvecklingen på betalningsmarknaden	4
1.2	Fakta om enkätundersökningen	6
2	Enkätresultaten	8
2.1	Betalsätt som accepteras idag	8
2.2	Kontantacceptans	12
2.3	Beredskap	18
2.4	Kostnader	21
3	Slutsatser	22
	Referenser	24
	Appendix: Fakta om enkätundersökningen	25

## Staff memo

I ett staff memo kan medarbetare på Riksbanken offentliggöra kvalificerade analyser i relevanta frågor. Det är en tjänstemannapublikation som är fri från policyslutsatser och individuella ställningstaganden i aktuella policyfrågor. Publikationen godkänns av berörd avdelningschef. De åsikter som uttrycks i staff memos är författarnas egna och ska inte uppfattas som Riksbankens ståndpunkt.

## Sammanfattning

---

De senaste 10-15 åren har betalningsmarknaden och hur vi betalar förändrats radikalt. Det finns gott om information och studier om privatpersoners betalningsvanor och attityder till betalningar men begränsat med information om betalningsmottagarna – företagen. Därför lät Riksbanken genomföra en undersökning för att belysa hur småföretagen ser på betalningar generellt, vilka betalningsinstrument de accepterar och deras attityder till olika betalsätt. Riksbanken vill med den här analysen öka kunskapen om företagens roll i betalningssystemet.

---

Författare: Olle Grünewald, Tora Hammar och Ragnar Olofsson, verksamma vid avdelningen för betalningar<sup>1</sup>

Riksbanken lät hösten 2024 företaget Origo genomföra en enkätundersökning om betalningar riktad till småföretag inom detaljhandeln samt restauranger och frisörer. Enkäten avsåg betalningar från privatpersoner till företag vid fysiska försäljningsställen.<sup>2</sup> Syftet var att öka kunskapen om betalningsmottagarna i betalningssystemet. Enkätundersökningen omfattade fyra områden: betalningsmetoder som accepteras, kontant-acceptans, beredskapsaspekter och kostnader.

Resultaten från undersökningen visar att det är vanligt att företag accepterar flera olika betalsätt. Det vanligaste är kortbetalningar följt av Swish och kontanter, som är ungefär lika vanliga. Därefter följer fakturabetalningar. Vidare har köp med kontanter minskat bland företagens kunder det senaste året. Resultaten är i linje med hur det ser ut i andra undersökningar där hushållen i allt större utsträckning använder digitala betalsätt samtidigt som kontantanvändningen minskar.

Vi har gjort fem viktiga iakttagelser utifrån resultaten av undersökningen:

- Mer än vartannat företag vill få in betalningen direkt på kontot.
- Få småföretag uppger att de kan ta emot offlinebetalningar med kort.
- Säkerhetsrisker vanligaste skälet till att företag slutat ta emot kontanter.
- Bankerna bör enligt företagen ta huvudansvar för kontantinfrastrukturen.
- Avgifter för olika betaltjänster behöver bli tydligare.

---

<sup>1</sup> Författarna vill tacka medarbetarna på Enheten för betalningsanalys och innovation för kommentarer och synpunkter.

<sup>2</sup> E-handeln ingick inte i undersökningen.

# 1 Riksbankens enkätundersökning till småföretag

---

Olika tekniska innovationer och en allt högre grad av digitalisering har fått betalningsmarknaden i Sverige att snabbt förändras. Kontantvändningen minskar sedan en lång tid tillbaka och betalningar med mobiltelefon blir allt vanligare. Det saknas en heltäckande bild av vilka betalsätt företagen tar emot och deras attityder till dessa. Syftet med Riksbankens undersökning är därför att öka kunskapen om betalningsmottagarna i betalningssystemet, närmare bestämt småföretag i detaljhandeln samt restauranger och frisörer. Undersökningen avser fysiska försäljningsställen.

---

## 1.1 Utvecklingen på betalningsmarknaden

De senaste 10 åren har betalningsmarknaden i Sverige och omvärlden förändrats, främst på grund av digitalisering och en ökad internationell sammankoppling. Den snabba utvecklingen av ny teknik förändrar existerande system och infrastrukturer. Tydliga trender är att omedelbara betalningar i allt högre grad ersätter långsammare alternativ och kontantanvändningen fortsätter att minska. I Sverige är betalningsmarknaden nästan helt digital och betalningar med mobilen ökar snabbt. Användningen av kontanter minskar sedan en lång tid tillbaka. Sverige och Norge har lägst kontantmängd i världen, mätt i mängden kontanter i cirkulation som andel av BNP.<sup>3</sup>

Kortbetalningar är sedan många år det vanligaste betalsättet i Sverige.<sup>4</sup> Det finns dock ingen heltäckande statistik över vilka betalsätt hushållen använder vid betalningar. För att få mer detaljerad kunskap om hur betalningar mellan hushåll och företag sker används istället enkätundersökningar där de tillfrågas om vilka betalsätt de använder respektive accepterar. I Riksbankens enkätundersökning "Svenska folkets betalningsvanor"<sup>5</sup>, som vanligtvis görs vartannat år och senast 2023, uppgav tre av fyra att de använt kort (debet- eller kreditkort) vid sitt senaste köp och en av tio betalade med kontanter (se diagram 1). Få uppgav att de använt Swish i butik.<sup>6</sup>

---

<sup>3</sup> För en beskrivning av hur betalningsmarknaden har utvecklats, se. Sveriges Riksbank (2025a).

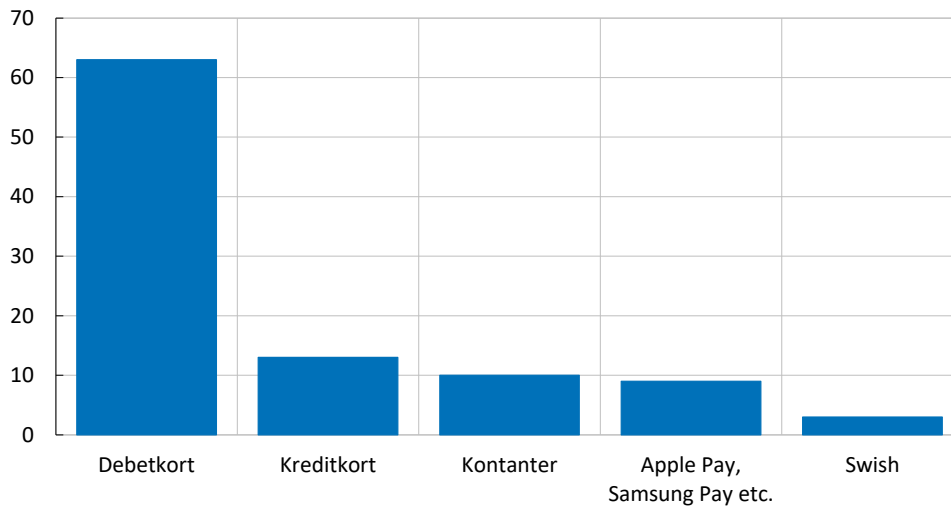
<sup>4</sup> Statistik över använda betalningsinstrument: [Statistik över betalningar](#), Sveriges Riksbank (2025b).

<sup>5</sup> Sveriges Riksbank (2024a).

<sup>6</sup> En digital plånbok kan innehålla flera betalningsinstrument. Det går att lägga in kort i den via till exempel Apple Pay och Samsung Pay. Sedan blippas den digitala plånboken vid köp och pengar dras från kortet.

**Diagram 1. Betalsätt vid köp i butik 2023**

Andel som betalat med respektive betalsätt vid sitt senaste köp i butik, andelar i procent



Källa: Riksbanken

En studie från Europeiska centralbanken (ECB) visar på en liknande utveckling i euroområdet vad gäller användningen av olika betalsätt, där konsumenterna allt oftare använder digitala betalsätt och alltmer sällan kontanter.<sup>7</sup> Inom euroområdet är dock kontanter fortfarande det vanligaste betalsättet i fysisk butik, i 14 av 20 länder, enligt rapporten. Ungefär hälften av köpen i fysisk butik görs med kontanter i euroområdet. Skillnaden är dock betydande mellan olika länder, från 22 procent av butiksköpen i Nederländerna till 67 procent på Malta. Även i Danmark sker en liknande utveckling. Enligt en studie från danska nationalbanken var 11 procent av betalningarna från privatpersoner i fysisk butik kontanta 2023.<sup>8</sup>

Att allt fler betalar med mobilen bekräftas av undersökningen "Sverige betalar 2024" som visar att hälften av svenskarna betalade med mobilen i fysisk butik 2024.<sup>9</sup> Enligt undersökningen låg andelen strax under 40 procent åren 2021–2023 men steg sedan med drygt 10 procentenheter 2024. Bland yngre personer, 16-29 år, betalar 60 procent sina butiksköp med mobilen enligt enkäten. Av de som betalar med mobilen i butik använder ungefär hälften Apple Pay, var femte Swish och var tionde Samsung Pay. Enligt samma undersökning är Apple Pay det snabbaste växande betalsättet sett över flera år och användningen av tjänsten steg 8 procentenheter det senaste året.

Vad gäller swishbetalningar visar statistik att de ökat kraftigt i Sverige sedan lanseringen 2012 (se diagram 2). Dessa betalningar ersatte snabbt kontanta betalningar mellan privatpersoner och har sedan 2017 även ökat snabbt i e-handeln. Swish börjar också bli ett vanligare betalsätt i den fysiska handeln. Men kortbetalningar är alltjämt

<sup>7</sup> Se Europeiska centralbanken (2025).

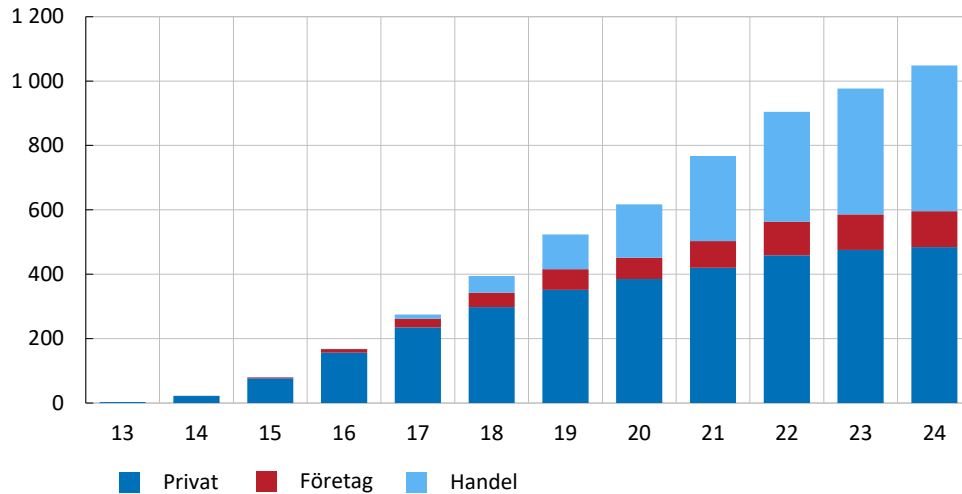
<sup>8</sup> Se Ræbild Kjemtrup F., L. Holm och M. Clausen Brock (2025).

<sup>9</sup> Se Insight Intelligence (2024) Frågan var: Vilken betaltjänst använder du främst när du betalar med din mobiltelefon i fysisk butik? Undersökningen bestod av 1 000 svar från privatpersoner 16-74 år. Undersökningen gjordes i september 2024 av Verian via Sifopanelen som är en slumpmässigt rekryterad webbpanel.

det vanligaste betalsättet vid fysiska försäljningsställen enligt Riksbankens statistik över använda betalningsinstrument.

### Diagram 2. Swishbetalningar

Antal transaktioner i miljoner



Anm. Swish Företag avser företag som mottagit betalningar med 123-nummer och QR-koder. Swish Handel avser betalningar som konsumenter gjort med Swish på nätet, i kollektivtrafiken och i butik med Swish integrerat i kassan.

Källa: GetSwish AB

Det saknas djupare kunskap om hur företagen ser på betalningar generellt, vilka betalningsinstrument de accepterar och deras attityder till olika betalsätt. Företagen i detaljhandeln och i synnerhet de som säljer livsnödvändiga varor har en nyckelroll vid stora samhällsstörningar, fredstida kriser och höjd beredskap. Det är därför viktigt att veta vilka betalsätt som företagen erbjuder, vilken flexibilitet som finns och vilken beredskap företagen har att ta emot betalningar i olika situationer, till exempel om den vanliga kommunikationen inte fungerar. Företagen finansierar också i hög grad betalningssystemet via avgifter till betaltjänstleverantörerna. Det finns således flera anledningar att belysa företagets perspektiv och syn på betalningsmarknaden. Enkätundersökningen som beskrivs i följande avsnitt är ett första steg i arbetet med att kartlägga företagets roll på betalningsmarknaden.

## 1.2 Fakta om enkätundersökningen

Riksbanken lät hösten 2024 undersökningsföretaget Origo genomföra en enkätundersökning för att öka kunskapen om hur företag inom detaljhandel och vissa tjänstbranscher ser på betalningar från privatkunder. Enkäten skickades till småföretag med 0-49 anställda med en omsättning på minst 500 000 kr per år.<sup>10</sup> Undersökningen genomfördes mellan 9 september och 1 november 2024 och riktades till åtta branscher

<sup>10</sup> Gränsen på 500 000 kronor valdes för att utesluta företag som endast bedrivs som sidoinkomst.

inom detaljhandeln<sup>11</sup> samt tjänstebranscherna frisörer och restauranger (se appendix). E-handelsföretag ingick inte i urvalet. Alla branscherna som ingår har en stor andel av sin försäljning till privatpersoner.

Urvalet stratifierades på tre geografiska grupper enligt Jordbruksverkets definition för att se om det fanns skillnader i hur företagen svarar baserat på hur tätbefolkat deras verksamhetsområde är.<sup>12</sup> Grupperna är: storstadsregion, större städer/mellanbygd och tätbygd/glesbygd.

Totalt inkom 1 553 svar, vilket gav en svarsfrekvens på 40 procent. Svarsfrekvensen i denna typ av undersökningar brukar normalt ligga runt 30 procent.<sup>13</sup> För de olika branscherna var svarsfrekvensen 28 till 60 procent (se appendix). Sammantaget har en stor del av företagen som svarat 0-4 anställda, en årlig omsättning under 10 miljoner kronor och genomsnittsköp upp till 500 kr (se tabell 1 och 2). Nästan 90 procent av företagen finns i större städer/mellanbygd eller storstadsregioner, endast drygt 10 procent i glesbygd/tätort. Resultaten från företag i glesbygd/tätort blir därför mer osäkra och inte heller nödvändigtvis representativa för gruppen och därför fokuserar vi inte på geografiska skillnader i vår analys.

Vidare har svaren vägts utifrån antalet företag i olika branscher. Eftersom det finns många restauranger och caféer jämfört med övriga typer av företag har restauranger fått en relativt stor del av vikten i totalsiffran.

**Tabell 1. Egenskaper hos respondenterna**

Andelar i procent

<b>Antal anställda</b>	0 – 4 st	5 – 9 st	10 – 49 st
Andelar i %	66	19	15
<b>Region</b>	Storstadsregion	Större städer/mellanbygd	Tätbygd/glesbygd
Andelar i %	41	48	11
<b>Omsättning</b>	500 -1 499 tkr	1 500 - 9 999 tkr	10 000 - 499 999 tkr
Andelar i %	33	50	18

Källa: Riksbanken

**Tabell 2. Genomsnittsköp i kronor hos respondenterna**

Andelar i procent

0 -200	201 - 500	501 - 1000	1001 - 2000	2001 - 5000	5001 - 15000	15001 eller mer
40	26	16	7	4	3	4

Anm. Frågan var: Hur många kronor är genomsnittsköpet från kundbetalningar? 34 procent svarade inte på frågan.

Källa: Riksbanken

<sup>11</sup> Handeln består av parti- och detaljhandeln samt handel med motorfordon. Partihandel avser handel mellan företag och detaljhandeln avser huvudsakligen försäljning till privatpersoner.

<sup>12</sup> Se [www.jordbruksverket.se](http://www.jordbruksverket.se) (Jordbruksverket 2025). Samma definition används i enkäten "Svenska folkets betalningsvanor".

<sup>13</sup> Se till exempel Tillväxtverket (2023) vars undersökning genomförs vart tredje år som riktar sig till små och medelstora företag. De två senaste enkäterna hade svarsfrekvenser på 30 procent och 34 procent.

## 2 Enkätresultaten

---

Här redogör vi för enkätresultaten dels på totalen och dels som jämförelser mellan olika branscher. Vidare analyseras resultaten utifrån olika egenskaper hos företagen som företagsstorlek och hur stora genomsnittsköp de har. Resultaten är uppdelade i fyra områden: betalsätt som accepteras idag, kontantacceptans, beredskap och kostnader.

---

### 2.1 Betalsätt som accepteras idag

I det här avsnittet redovisar vi de övergripande resultaten vad gäller betalsätt som företagen accepterar, vad som krävs för att acceptera ett nytt betalsätt och om företagen upplever att användningen av något betalsätt har minskat det senaste året. I undersökningen fanns det även möjlighet för respondenterna att lämna fritextsvar på en del frågor och sist i enkäten kunde företagen förmedla om det fanns något annat de ville uppmärksamma Riksbanken på kring betalningar. De öppna svaren har delats in i olika kategorier och återges sist i respektive avsnitt.

#### **Kortbetalningar är det mest accepterade betalsättet**

Det betalsätt som accepteras av flest företag är kortbetalningar med Mastercard och Visa (se diagram 3).<sup>14</sup> Därefter följer Swish och kontanter som accepteras av ungefär lika stor andel av företagen, runt 70 procent. Även faktura accepteras av en stor andel av företagen, runt 60 procent. I genomsnitt accepterar företagen fyra betalsätt.

Det finns variationer mellan detaljhandels- och tjänsteföretagen (restauranger och frisörer). Exempelvis tar drygt 90 procent av tjänsteföretagen emot kortbetalning med korten Mastercard och Visa, att jämföra med drygt 80 procent av detaljhandelsföretagen (se diagram 3). Fakturabetalningar accepteras å andra sidan av betydligt fler detaljhandelsföretag (75 procent) än tjänsteföretag (45 procent).

Att så pass många företag i detaljhandeln accepterar faktura drivs upp av en hög andel bland de som säljer elektronik/vitvaror samt byggmateriel. I de här branscherna har man en lägre acceptans för kontanter, kort och Swish än hela detaljhandeln. En möjlig förklaring till den höga acceptansen för faktura är att dessa företag har en stor andel av sin försäljning till andra företag.

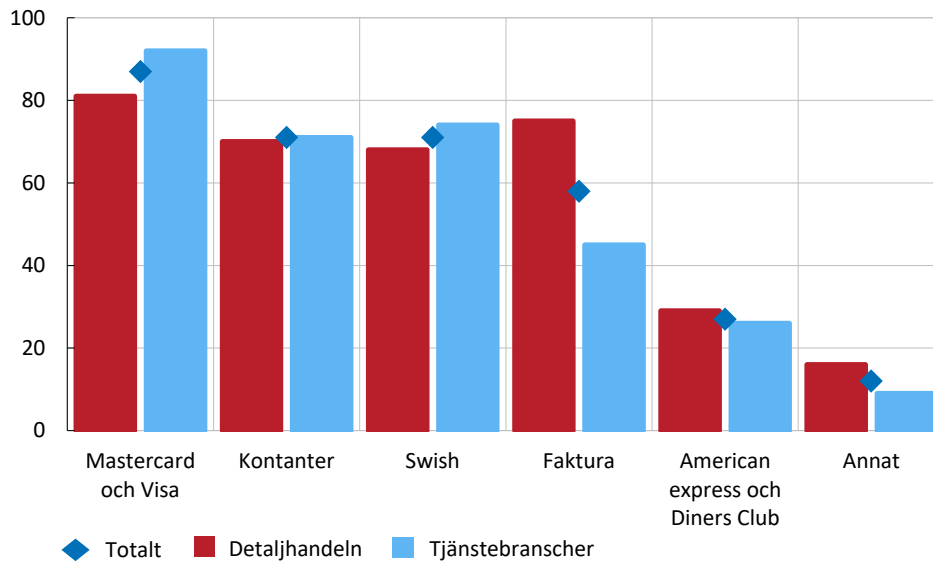
---

<sup>14</sup> Kortbetalningar med Mastercard och Visa är det vanligaste accepterade betalsättet. En relativt stor andel av företagen accepterar dock inte kortbetalningar enligt enkäten. Troligtvis är kortacceptansen underskattad i enkätresultaten. Det kan ha flera förklaringar. När företagen svarade på vilka betalmetoder de accepterar kunde de fylla i flera svarsalternativ och de kan ha ansett att vissa alternativ var likvärdiga, exempelvis alternativet "Amex och/eller Diners Club" och "Mastercard och/eller Visa". Det saknades också ett alternativ som var kontokort i bredare bemärkelse.



**Diagram 3. Vilka betalsätt accepterar ni idag?**

Andelar i procent



Anm. Annat avser dels Klarna/Qliro och dels ett fritextsvar. Fritextsvaren innehöll bland annat Klarna, Resurs bank och Svea samt andra betalsätt som kontoöverföring, bankgiro och utländska kontanter med mera. Digitala plånböcker, som Apple Pay och Samsung Pay, var ett svarsalternativ men då i princip alla betalningsterminaler för kort även tar detta betalsätt redovisas inte siffrorna eftersom det finns risk att svaren är missvisande.

Källa: Riksbanken

Enkätsvaren för detaljhandeln visar även att många företag accepterar Swish, i genomsnitt två tredjedelar. Swishbetalningar är därmed ett nästan lika accepterat betalsätt som kontanter i den fysiska detaljhandeln. Andra data visar också att Swish blivit ett allt vanligare betalsätt i handeln de senaste fem åren (se diagram 2). Betalningar via Apple Pay är dock det klart vanligaste betalsättet vid betalning med mobiltelefon, enligt undersökningen Sverige betalar 2024.

Enkätsvaren för tjänstebranscherna visar att 97 procent av företagen i restaurangbranschen accepterar kortbetalningar med Mastercard eller Visa. Bland frisörer är andelen lägre och få frisörer accepterar fakturabetalningar. Bland restaurangerna är det vanligare att acceptera faktura och det är troligtvis kopplat till försäljning till företag.

Acceptansen för swishbetalningar är högst bland företag med genomsnittsköp upp till 200 kr. Men den är även hög hos företag med snittkvitton upp till 5 000 kronor. Swish har en låg fast månadsavgift och normalt en icke-rörlig transaktionsavgift på 1,75–2,50 kronor per betalning. Swishbetalningar innebär därmed normalt en lägre kostnad för småföretag med högre försäljningsbelopp. För kortbetalningar är det vanligt med en högre månatlig avgift för hyrd utrustning, inlösenavtal och sedan vanligtvis en procentuell avgift på transaktionsbeloppet, ibland även kombinerat med en fast avgift.

För att företagen ska börja erbjuda ett nytt betalsätt är den avgörande faktorn att det efterfrågas av kunderna (se tabell 3). Att betalsättet har låg kostnad är också viktigt

och att det är enkelt att integrera med företagets befintliga system. Kostnadsaspekten behandlas vidare i kapitel 2.4.

**Tabell 3. Vad är viktigast för att ni ska börja erbjuda ett nytt betalsätt?**

Andelar i procent, endast ett svarsalternativ

Efterfrågas av kunder	Har låg kostnad	Enkelt att integrera med befintliga system	Annat
41	33	23	3

Källa: Riksbanken

Ungefär en femtedel av företagen meddelar kunder att de inte accepterar ett visst betalsätt en gång i månaden eller oftare, medan nästan hälften av företagen aldrig behöver göra det (se tabell 4). Av företagen som nekat köp med ett visst betalsätt har nästan hälften gjort det på grund av att de inte tar emot kreditkortet American express och Diners Club och en fjärdedel för att de inte tar emot kontanter.

**Tabell 4. Hur ofta meddelar ni kunder att de inte kan betala eftersom ni inte accepterar ett visst betalsätt?**

Andelar i procent

Dagligen	Veckovis	Månadsvis	Årligen	Aldrig
5	7	10	33	46

Källa: Riksbanken

### En majoritet av företagen föredrar kortbetalningar ur flera aspekter

Diagram 4 visar att en majoritet av företagen föredrar kortbetalningar utifrån följande tre kriterier:

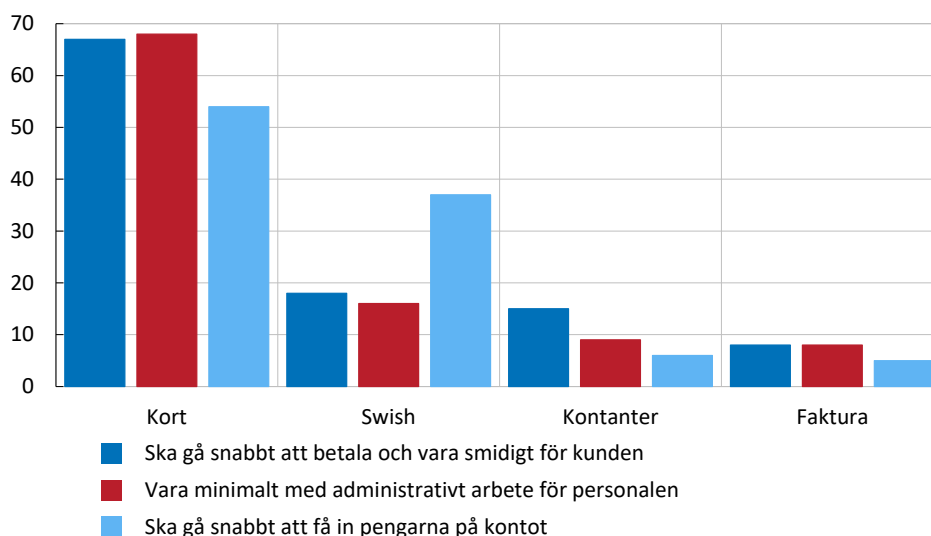
- Det ska gå snabbt att betala och vara smidigt för företagets kunder.
- Det ska vara minimalt med administration för mottagaren av betalningen.
- Företaget ska få in pengarna på sitt konto snabbt.

Swish är det näst vanligaste betalsättet som företagen föredrar utifrån alla tre kriterier, även om andelarna är betydligt lägre än för kort för de två första kriterierna. Trots att en betalning med Swish innebär en omedelbar överföring av pengarna föredrog alltså företagen att kortbetalningar även när det gällde att snabbt få in pengarna på kontot. Dock var det relativt många företag som valde Swish som det betalsätt de föredrar för att få in pengarna på kontot snabbt (37 procent), även om kort var det vanligaste svaret (54 procent).<sup>15</sup>

<sup>15</sup> Det tar normalt 1-3 arbetsdagar att få in pengarna från ett kortköp, beroende på vilken betaltjänstleverantör företagen använder och om det är en vanlig arbetsdag eller inte. För de flesta företag sker betalningen för kortköp snabbt, särskilt om de har avtalat om en snabb betalningstjänst. Swish gör det möjligt för omedelbara betalningar dygnet runt, vilket innebär att betalningen kommer in på företagets konto direkt.

**Diagram 4. Vilket betelsätt vill ni att kunderna ska betala med ur olika aspekter?**

Andelar i procent



Anm. Flera svarsalternativ var möjliga och summan per fråga kan därför överstiga 100 procent.

Källa: Riksbanken

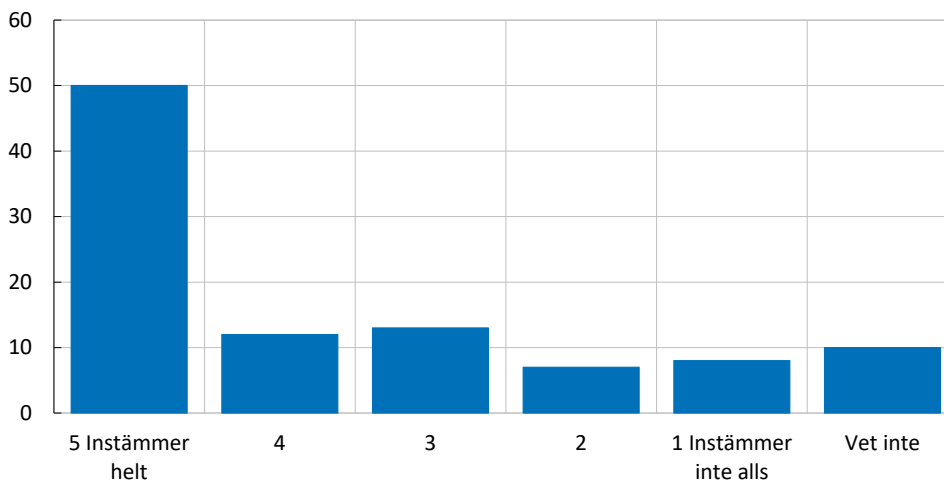
Vartannat företag svarade att de instämmer helt med påståendet att det är viktigt att få in betalningen direkt istället för efter 1-3 dagar (se diagram 5).<sup>16</sup> Om även de som svarat att de delvis instämmer räknas med så ökar andelen till drygt 60 procent. Endast åtta procent svarar att de inte instämde alls i påståendet. Branscherna där högst andel anser det viktigt att få in betalningen direkt är restauranger och frisörer. Där svarar mer än hälften att de instämde helt och räknas även de som svarat instämmer delvis in ökar andelen till drygt två av tre företag. De branscher med lägst andel som anser det viktigt att få in betalningen direkt är elektronik eller vitvaror och byggmaterial där en tredjedel instämmer helt i att det är viktigt och om de som svarat instämmer delvis räknas med ökar andelen till lite färre än hälften.

Företag med låga genomsnittsköp svarar oftare än övriga att det är viktigt att få in betalningen direkt. Bland företagen som har genomsnittsköp på upp till 200 kr svarar 55 procent att det är viktigt att få in betalningen direkt.

<sup>16</sup> Respondenterna kunde ange hur väl de instämmer med påståendet att det är viktigt att få in betalningen direkt på en skala från 1 till 5, där 1 innebär "instämmer inte alls" och 5 innebär "instämmer helt".

**Diagram 5. Viktigt för företaget att få in betalningen direkt**

Andelar i procent



Anm. Påståendet var: Det är viktigt att få in betalningen direkt i stället för efter 1–3 dagar.

Källa: Riksbanken

I de öppna svarsalternativen hade företagen önskemål om fler betalningsalternativ, både nationellt och internationellt. Flera ville exempelvis kunna använda Swish eller liknande lösningar över nationsgränser inom Norden eller EU. Önskemålen om bredare valmöjligheter inkluderade även möjligheten att betala med kontanter överallt.

Företagen lyfte även fram behovet av säkerhet och integritet. Oron för säkerheten var kopplad till digitala betalningar och bedrägerier där säkerhetsbrister i Swish nämndes specifikt. Många anser att det behövs ytterligare säkerhetsåtgärder som är enkla att använda, som krav på signering vid betalningar och bättre skydd mot bedrägerier. Swish erbjuder visserligen redan betalningar med full integration i kassasystemet som gör det möjligt att omedelbart följa upp en inbetalning och därmed få bättre säkerhet, men den här typen av tjänst är dyrare för företagen att använda.

## 2.2 Kontantacceptans

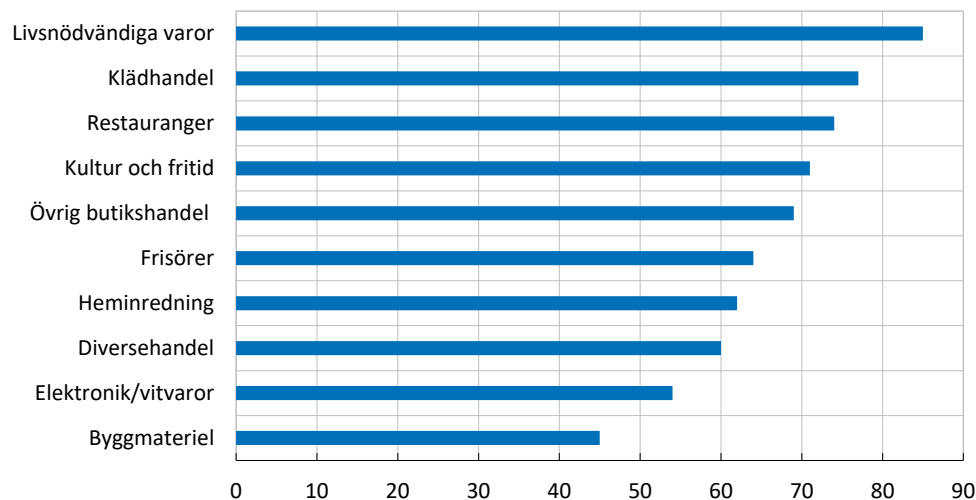
I det här avsnittet redovisas resultaten från kontantfrågorna i enkäten. Syftet med frågorna är att ge en bild av hur stor andel av företagen som accepterar kontanter och eventuella problem företagen upplever kring kontanthantering och kontanttjänster.

### 70 procent av småföretagen accepterar kontanter

Omkring 70 procent av företagen accepterar kontanter i både detaljhandeln och tjänstebranscherna (restauranger och frisörer). Det finns dock stora skillnader i kontantacceptansen mellan de aktuella branscherna (se diagram 6). I detaljhandeln är kontantacceptansen högst för butiker som säljer livsnödvändiga varor där 85 procent accepterar kontanter och lägst inom byggmateriel på 45 procent.

**Diagram 6. Kontantacceptans branschvis**

Andelar i procent



Källa: Riksbanken

Företag med låga genomsnittsköp, upp till 1 000 kr, tar i högre grad än övriga emot kontanter (se tabell 5). Kontantacceptansen minskar sedan i takt med att storleken på genomsnittsköpen ökar.

**Tabell 5. Kontantacceptans utifrån genomsnittsköp i kronor**

Andelar i procent

0 - 200	201 - 500	501 - 1000	1001 - 2000	2001 - 5000	5001 - 15000	15001 eller mer
81	89	79	60	59	43	20

Källa: Riksbanken

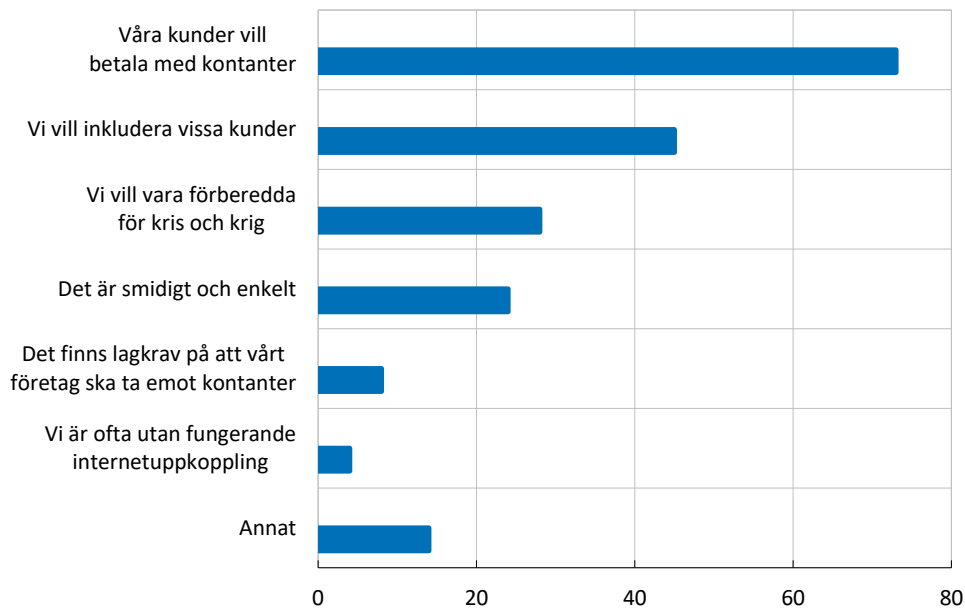
Geografiskt är kontantacceptansen något lägre i storstadsregionerna jämfört med övriga geografiska områden men skillnaderna är relativt små. Som angivits tidigare är svarsfrekvensen låg för glesbygd/tätbygd och därför är resultaten mindre säkra.

**Efterfrågan från kunder främsta skäl till att företagen tar emot kontanter**

Nästan tre av fyra företag uppger att kundernas efterfrågan på att betala med kontanter är den främsta anledningen till att de tar emot kontanter (se diagram 7). Ytterligare skäl som företagen uppgav som viktiga för att erbjuda kontanter var att de vill inkludera vissa kunder, 45 procent, och att de ville vara förberedda för kris och krig, 28 procent. Beredskapsperspektivet behandlas vidare i kapitel 3.4.

**Diagram 7. Varför erbjuder ni era kunder att betala med kontanter?**

Andelar i procent, flera svar möjliga



Källa: Riksbanken

Drygt en tredjedel av företagen uppger att ett betalsätt haft en tydlig minskning bland deras kunder det senaste året och av dessa uppger hela 90 procent att det är kontanta betalningar som har minskat.

**Säkerhetsrisker främsta skälet till att företag slutat acceptera kontanter**

Av de företag som inte accepterar kontanter har drygt 40 procent slutat ta emot kontanter de senaste fem åren. 40 procent uppger att de aldrig har tagit emot kontanter. De främsta skälen till att sluta ta emot kontanter är säkerhetsrisken, följt av tidsåtgången för att hantera kontanter, och svårigheter att sätta in dagskassan (se diagram 8). Drygt 55 procent av företagen uppger säkerhetsrisken som främsta skäl.<sup>17</sup> Fler än vartannat företag i branscherna frisörer, övrig butikshandel<sup>18</sup>, restauranger, kultur- och fritidsartiklar samt heminredning uppger att de slutat ta emot kontanter på grund av säkerhetsrisken. Svaren visar också att företag med högre omsättning och fler anställda oftare än övriga företag har slutat ta emot kontanter på grund av säkerhetsrisken.

Den tydliga nedgången i kontantacceptans hos företagen återspeglas i nedgången i kontantanvändning bland konsumenter. Andelen konsumenter som betalat kontant vid sitt senaste köp har minskat från 40 procent 2012 till 10 procent 2024. Även antalet sedlar och mynt i cirkulation har nästan halverats de senaste 20 åren. Minskningen

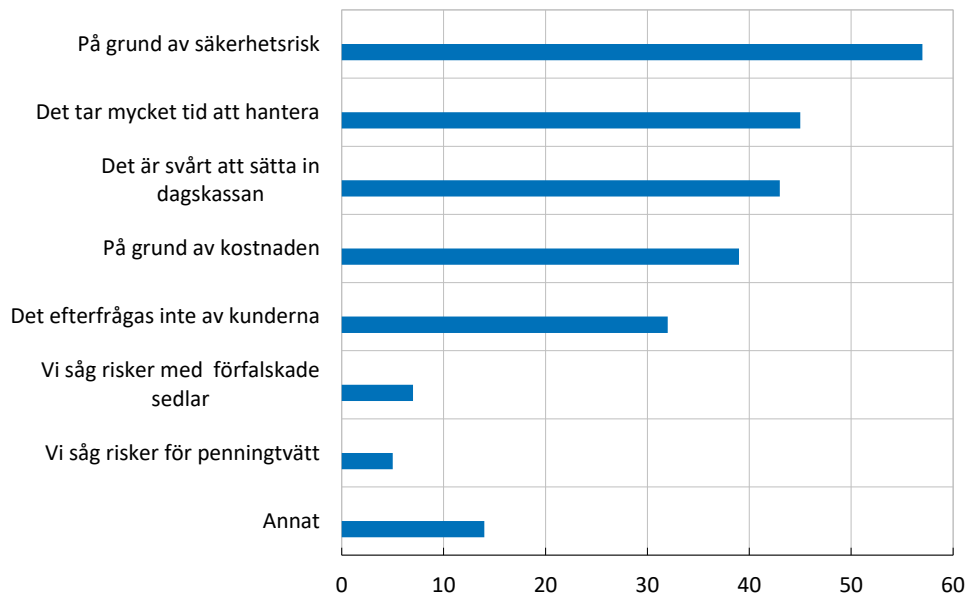
<sup>17</sup> Andelen är i paritet med resultaten i undersökningen som Svensk Handel gjorde under 2024 där 55 procent svarade att man slutat ta emot kontanter av säkerhetsskäl, se även jämförelsen i appendix.

<sup>18</sup> I branschen övrig butikshandel ingår butiker så som klockbutiker och guldsmeder.

av kontantmängden hänger även ihop med en minskning i butiksrån. Sett över de senaste tio åren har antalet butiksrån minskat med över 50 procent.<sup>19</sup>

### Diagram 8. Vilka är främsta skälen till att ni slutade ta emot kontanter?

Andelar i procent, flera svar möjliga



Källa: Riksbanken

Andra vanligt förekommande skäl till att sluta ta emot kontanter, som uppges av drygt 40 procent av företagen, är att det tar mycket tid att hantera och är svårt att sätta in dagskassan. Även kostnaden för att ta emot kontanter och bristande efterfrågan från kunder är ofta anledningen till att företagen slutat acceptera kontanter.

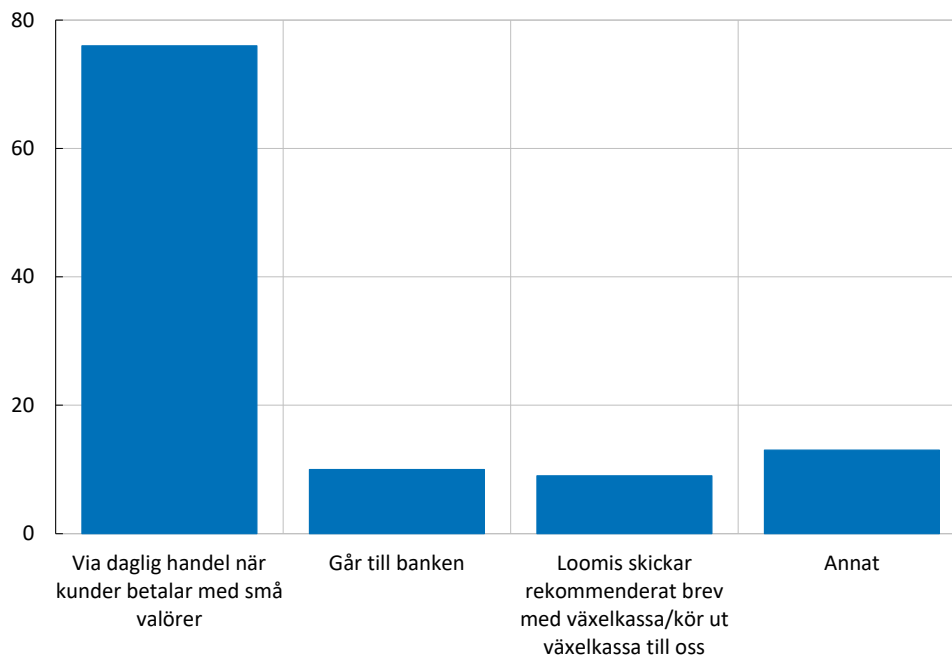
Den fysiska hanteringen av kontanter och säkerheten kring den kan alltså innebära utmaningar och kostnader för företagen. Ytterligare relevanta aspekter för företagen är möjligheten att få tag på växelkassa och sätta in dagskassa. Undersökningen visar att en majoritet av företagen som accepterar kontanter, cirka 75 procent, får in små valörer via daglig handel och behöver inte använda någon växelkassetjänst (se diagram 9). Ungefär 10 procent av företagen går till banken för att skaffa en växelkassa och ungefär lika stor andel använder värdetransportbolaget Loomis tjänster.

I branschen livsnödvändiga varor använder en högre andel företag som olika typer av kontanttjänster för att få tag på växelkassa än övriga företag i undersökningen. I butiker som säljer livsnödvändiga varor får 57 procent tag på växelkassa genom den dagliga handeln när kunder betalar med små valörer, 25 procent beställer växelkassa via Loomis och nästan 20 procent går till banken.

<sup>19</sup> Statistik över butiksrån publiceras av Brottsförebyggande rådet på [Rån | Brå - Brottsförebyggande rådet](#).

**Diagram 9. Hur får ni tag i växelkassa?**

Andelar i procent



Källa: Riksbanken

För att sätta in dagskassan på företagskontot är det vanligast att företagen använder en servicebox, vilket används av en tredjedel, följt av en insättningsautomat (se diagram 10). En mindre andel av företagen uppger att de inte sätter in dagskassan på konto och ännu färre att de använder sig av ett värdebolag som hämtar dagskassan. Huvudsakligen är det företag inom branschen livsnödvändiga varor som använder sig av värdebolag. Framförallt större företag med en omsättning över 10 miljoner kronor per år använder värdebolag för att hämta dagskassan.

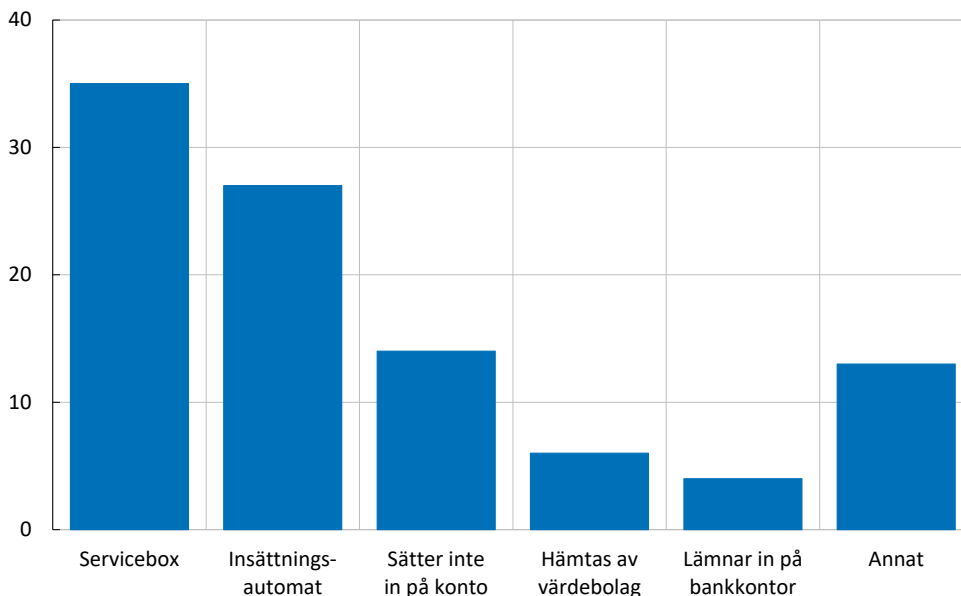
Insättningsautomater används i högst utsträckning av frisörerna. Sådana automater har begränsningar i hur stora belopp som går att sätta in. Typiskt sett är maxbeloppet 10 000 kronor per sjudagersperiod eller 15 000-25 000 kr per 30-dagersperiod beroende på vilket avtal företaget har med sin bank.<sup>20</sup> En trolig förklaring till att frisörer använder sig av denna tjänst är att de får enstaka betalningar kontant och kommer på så vis inte upp i maxbeloppen för insättning på omkring 1 000 kr per dag och kan därför använda insättningsautomaterna. För företag med högre daglig omsättning i kontanter går det inte att använda insättningsautomater. En följdfråga ställdes om företagen upplever några problem med att sätta in företags dagskassa på konto. Knappt en femtedel svarade ja på frågan och fyra femtedelar nej.

<sup>20</sup> Endast hälften av bankerna erbjuder insättning via insättningsautomat för juridiska personer, Finansdepartementet (2024), se Kontantutredningen, s 82 för en kartläggning av insättningsautomater och belopp.



**Diagram 10. Hur sätter ni oftast in kontanta dagskassor på ert företagskonto?**

Andelar i procent



Källa: Riksbanken

Det har diskuterats vem som ska ta ansvar för att kontanthantering i samhället fungerar. Kontanthantering innehåller flera delar såsom kontantuttag, hanteringen av växel- och dagskassa men även transporter, och uppräknig av kontanter. Mer än hälften av småföretagen tycker att alla banker gemensamt ska ta huvudansvaret för infrastrukturen som krävs för att det ska gå att betala med kontanter (se tabell 6). I nuvarande system ligger det lagstadgade ansvaret i huvudsak på sex stora rikstäckande banker. En av fem tycker att det är staten som ska ha huvudansvaret.

I den nyligen publicerade kontantutredningen lyfts det att näringsidkare som tar emot kontanter ska kunna sätta in dem på sitt konto och enligt utredningen ska bankerna erbjuda lämpliga insättnings- och växelkassetjänster till rimliga priser.<sup>21</sup> Det är i linje med Riksbankens syn som redovisats i en skrivelse till Kontantutredningen.<sup>22</sup>

**Tabell 6. Vem bör ta huvudansvaret för kontantinfrastrukturen?**

Andelar i procent

Alla banker gemensamt	Staten	De stora bankerna	Övriga	Ingen uppfattning
52	21	4	4	20

Anm. Infrastrukturen avser att det fungerar med transport, insättning och uttag, kontoföring, samt dags- och växelkassa. Övriga avser handeln, värdebolagen samt ett öppet svarsalternativ.

Källa: Riksbanken

Företagen har i de öppna svaren betonat vikten av kontanter för tillgänglighet och krisberedskap. Företagen nämner att kontanter måste finnas kvar som ett betalningsalternativ, särskilt av rättviseskäl, där kontanter anses nödvändiga för att inte utesluta

<sup>21</sup> Se Finansdepartementet (2024).<sup>22</sup> Se Riksbanken (2024b).

äldre och de som befinner sig i digitalt utanförskap. Flera lyfter även behovet av kontanter i krissituationer, som vid el- eller internetavbrott, där kontanter ses som ett tillförlitligt betalningsmedel.

## 2.3 Beredskap

Motståndskraften i betalningssystemet är av yttersta vikt för Riksbanken eftersom betalningar är en grundläggande samhällsfunktion som måste fungera. Den snabba nedgången i kontantanvändningen, tillsammans med ökade oroligheter i omvärlden, har medfört att frågan om beredskap i betalningssystemet har blivit än mer aktuell de senaste åren. Riksbanken har ett ansvar för att allmänheten ska kunna göra betalningar i såväl krissituationer som inträffar under fredstid som i en situation där höjd beredskap råder. Det är viktigt för samhällets beredskap att företagen kan ta emot betalningar vid olika typer av störningar såsom avsaknad av internet, el, och vid cyberattacker. I undersökningen ingick därför en fråga om hur beredskapen ser ut för företagen att ta emot betalningar när de ordinarie betalsätten inte fungerar, mer specifikt formulerat som ”när den vanliga kommunikationen inte fungerar”.

### **Få småföretag uppger att de kan ta emot offlinebetalningar med kort**

Den vanligaste lösningen för betalningar när ordinarie kommunikation inte fungerar är att ta betalt med kontanter, tätt följt av Swish (se diagram 11).<sup>23</sup> En mindre andel, närmare 20 procent, uppger att de kan ta emot betalningar eftersom deras betalningsterminal fungerar med mobilnätet.

En långvarig störning där el eller digital kommunikation är utslagen skulle försvåra möjligheten att använda såväl Swish som kort eftersom infrastrukturen för båda dessa betalsätt är beroende av fungerande el och datakommunikation. Att erbjuda offlinebetalningar<sup>24</sup> med kort kan vara en lösning i en sådan situation. Men i undersökningen är det endast 10 procent av företagen som svarar att de kan ta emot offlinebetalningar med kort. Det är vanligare att företag med 10-49 anställda accepterar offlinebetalningar med kort än de som har färre än 10 anställda.

På den svenska kortmarknaden är samtliga kortkort knutna till internationella nätverk, framförallt Visa och Mastercard. Nätverken har regler för möjligheten att betala offline i form av beloppsgränser och fördelning av risk. Kortutgivarna, oftast banker, är styrda av nätverkens regelverk men kan via kortets chip ytterligare styra vad som är möjligt att göra med korten. Kunder har sällan vetskap om deras kort fungerar offline eller inte och vilken beloppsgräns de i så fall har. Troligtvis kan också fler än var tionde näringsidkare ta emot betalningar med kort offline men de har inte vetskap om detta. I och med att kortbetalningar är det dominerande betalsättet i Sverige är det viktigt

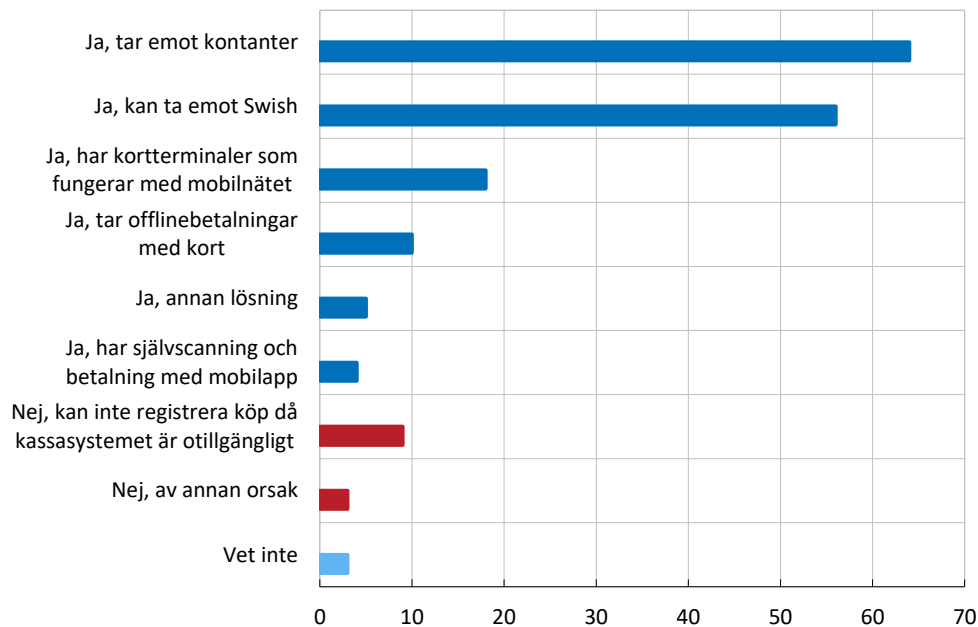
<sup>23</sup> Resultaten i avsnittet baseras på svaren på frågan ”Kan ni ta emot betalningar även om er vanliga kommunikation inte fungerar?”. I frågan specificeras inte vad som avses med ”kommunikation”. Frågan anger därmed inte vad för typ av kommunikation som företagen ska utgå ifrån i sitt svar utan fokus ligger på vilka alternativ som företaget har för att kunna ta emot betalningar.

<sup>24</sup> För ytterligare beskrivning av offlinebetalningar med kort, se Sveriges Riksbank (2025a).

att ta fram ett system och ramverk för offlinebetalningar med kort. Det skulle avsevärt stärka beredskapen i betalningssystemet.

### Diagram 11. Kan ni ta betalt även om den vanliga kommunikationen inte fungerar?

Andelar i procent



Källa: Riksbanken

Ungefär 5 procent av företagen uppger att de har en annan lösning för att ta emot betalningar när den vanliga kommunikationen inte fungerar, vilket i de flesta fall är faktura. Lösningen är vanligast bland företag som säljer byggmateriel samt elektronik och vitvaror där nästan två av fem företag har en sådan lösning. En mindre andel av företagen uppger att de inte alls kan ta betalt om deras vanliga kommunikation inte fungerar. 9 procent svarar att de inte kan ta betalt för att de inte kan registrera köp när kassasystemet inte är tillgängligt och 3 procent uppger nej av annan orsak.

### Butiker som säljer livsnödvändiga varor har hög kontantacceptans

Det är särskilt viktigt att företag som säljer livsnödvändiga varor kan ta emot betalningar även när den ordinarie datakommunikationen inte fungerar. En stor andel av företagen som säljer livsnödvändiga varor accepterar kontanter, 85 procent (se tabell 7). Även kortbetalningar med Mastercard och Visa accepteras av 85 procent. Två tredjedelar av företagen i branschen accepterar Swish och faktura.

Riksbanken anser att det bör finnas en skyldighet för handlare att ta emot kontanter vid försäljning av livsnödvändiga varor som livsmedel, apoteksvaror och drivmedel. Det skulle stärka beredskapen i betalningssystemet och underlätta för köp och konsumtion av dessa varor vid en kris. Genom att lagstifta om kontantplikt kan den höga

kontantacceptansen i branschen bibehållas. I Kontantutredningen har det lämnats förslag i denna riktning, genom kontantplikt för livsmedelsaffärer och apotek.<sup>25</sup>

**Tabell 7. Betalsätt som accepteras idag i branschen livsnödvändiga varor**

Andelar i procent

diner	Livsnödvändiga varor
Mastercard och Visa	85
Kontanter	85
Swish	68
Faktura	67
American express och Diners Club	35
Annat	8

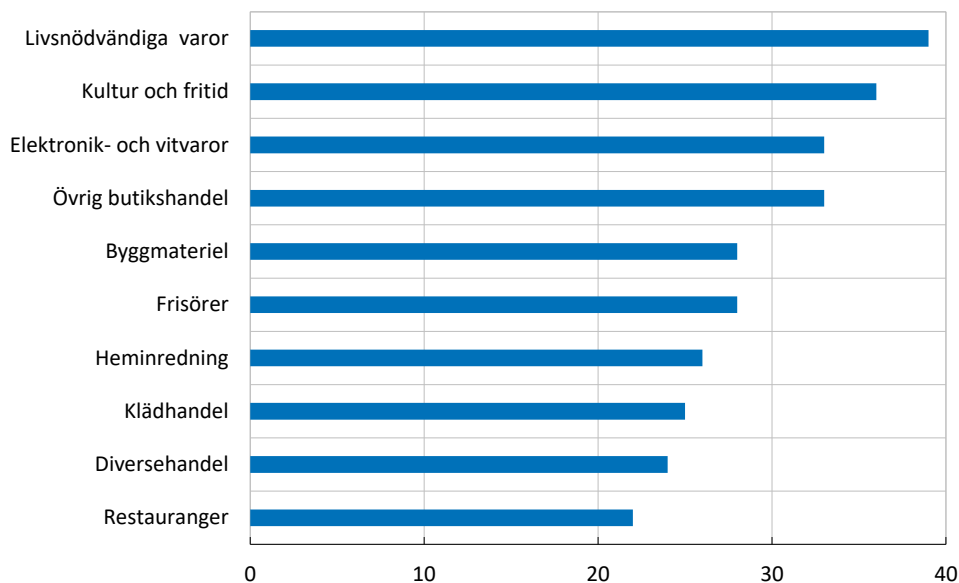
Anm. Livsnödvändiga varor avser livsmedel, apoteksvaror och drivmedel.

Källa: Riksbanken

För att hantera betalningar när kommunikationen inte är tillgänglig använder företagen som säljer livsnödvändiga varor främst kontanter och Swish. Branschen är också i topp när det gäller möjligheten att ta emot offlinebetalningar med kort eftersom 29 procent accepterar sådana betalningar. Det är signifikant högre än genomsnittet för samtliga branscher i undersökningen. Det är positivt ur ett beredskapsperspektiv. Vidare tycks det också finnas en generell krismedvetenhet hos företagen som säljer livsnödvändiga varor där 39 procent uppger att de accepterar kontanter för att vara förberedda för kris och krig, vilket är högre än i övriga branscher (se diagram 12).

**Diagram 12. Accepterar kontanter för att vara förberedda för kris och krig**

Andelar i procent



Källa: Riksbanken

<sup>25</sup> Se Finansdepartementet (2024).

## 2.4 Kostnader

Företagens kostnader för betaltjänster har förändrats de senaste åren. I många fall tar betaltjänstleverantören ut fasta eller procentuella avgifter beroende på försäljningsbeloppet. För kortbetalningar är det relativt vanligt att avgifterna består av både en fast procentandel av transaktionen och en liten fast avgift per betalning. Swish har normalt en fast avgift per betalning oavsett belopp.

### Småföretagen har svårt att uppskatta kostnaden för betalningar

Drygt hälften av företagen föredrar en avgiftsmodell med fast kostnad per betalning medan knappt 30 procent föredrar en kombination av fast och rörlig kostnad och en ännu mindre andel föredrar en rörlig kostnad per betalning (se tabell 8). Framför allt föredrar företag i branschen byggmateriel modellen med fast kostnad. Företag i diversehandeln föredrar en rörlig kostnad. Resultaten drivs bland annat av att företag med högre genomsnittsköp föredrar en fast kostnad per betalning, vilket är logiskt.

#### Tabell 8. Vilken avgiftsmodell föredrar ni generellt för betalningar?

Andelar i procent, kostnad per betalning

Fast kostnad	Kombination av fast och rörlig kostnad	Rörlig kostnad
56	27	18

Källa: Riksbanken

Företagens uppfattning om kostnaderna för att ta emot betalningar varierar, och många har svårt att bedöma hur stor del av den årliga omsättningen som går till detta. Var tredje företag har svarat "vet inte". De företag som gör en bedömning av kostnaden som andel av årlig omsättning svarar enligt följande:

- 25 procent: 0-1 procent av omsättningen.
- 31 procent: 1-2 procent av omsättningen.
- 10 procent: över 2 procent av omsättningen.

Det tycks vara så att många småföretag inte upplever det enkelt att få en bild av sina kostnader för betaltjänster. Inte sällan kan kostnaden för betaltjänster vara inbakade i en helhetslösning för kassasystem vilket gör det svårt att särskilja kostnader för bara betalningar. Att företagen har svårt att bedöma kostnaderna kan också bero på att personen som svarar på enkäten inte har kännedom om kostnaden i förhållande till omsättningen.

I enkätens fritextsvar har företagen lyft att det behövs ökad tydlighet kring vilka avgifter som tillkommer vid olika betalningstransaktioner. Flera företag föreslår att avgiftsstrukturen bör vara mer enhetlig och lättförståelig. En återkommande kritik är också de höga kostnaderna, särskilt för kort- och swishbetalningar. Flera företag vill se sänkta kostnader för att hantera betalningar och anser att bankerna tar ut för stora marginaler på betaltjänsterna. Flera företag uttrycker även behov av bättre support vid problem med betalningar. Framför allt gäller detta tekniska problem och felhantering kring fakturor och andra betalningar. Kundtjänsten bör vara lättillgänglig och snabb att nå för att effektivt lösa problem.

## 3 Slutsatser

---

Riksbanken lät hösten 2024 genomföra en enkätundersökning om betalningar riktad till småföretag inom detaljhandel, restauranger och frisörer. Resultaten visar att det verkar finnas en efterfrågan på ett större utbud av tjänster som möjliggör för företagen att få in pengarna direkt på kontot, framförallt från företag med låga genomsnittsköp. Många företag har beredskap att ta emot betalningar när företagets vanliga kommunikation inte fungerar men få företag uppger att de kan ta emot offlinebetalningar med kort. Säkerhetsrisker är den främsta orsaken till att småföretagen slutat acceptera kontanter. Men många företag anser att kontanter fyller en viktig funktion. Drygt hälften av småföretagen tycker att bankerna bör ta huvudansvaret för kontantinfrastrukturen.

---

### **Mer än vartannat företag vill få in betalningen direkt på kontot**

Mer än hälften av företagen tycker det är viktigt att få in betalningen direkt på sitt konto. Vanligast är det bland restauranger och frisörer. Ju lägre genomsnittsköp företaget har desto högre andel tycker att det är viktigt att få in betalningen direkt. För de företag som har genomsnittsköp på under 200 kr svarade 55 procent att det är viktigt att få in betalningen direkt. Under 2024 gjorde Riksbanken förändringar i infrastrukturen i betalningssystemet som möjliggjorde för andra omedelbara överföringar än Swish. Det bör leda till att marknaden börjar erbjuda nya tjänster för omedelbara betalningar. I Betalningsrapporten 2025 lyfter Riksbanken att man förväntar sig att bankerna snarast börjar erbjuda sina kunder nya tjänster för omedelbara betalningar.

### **Få småföretag uppger att de kan ta emot offlinebetalningar med kort**

Att ha beredskap för att ta emot betalningar i händelse av kris och krig är viktigt. De vanligaste metoderna för att ta emot betalningar när den vanliga kommunikationen inte fungerar är kontanter och Swish bland småföretagen. Nästan 30 procent anger att de accepterar kontanter för att vara förberedda för kris och krig. Ett annat sätt att betala i en sådan situation är via offlinebetalningar med kort. Men bara drygt 10 procent av företagen uppger att de kan ta emot den typen av betalningar. Att utveckla offlinebetalningar kan vara ett effektivt sätt att stärka motståndskraften i betalningssystemet. Riksbanken bedriver inom ramen för sitt beredskapsansvar ett särskilt arbete med inblandade aktörer för att öka möjligheten till offlinebetalningar med kort främst för livsnödvändiga varor.

### **Säkerhetsrisker vanligaste skälet till att företag slutat ta emot kontanter**

Branscher som säljer livsnödvändiga varor i form av livsmedel, apoteksvaror och drivmedel accepterar kontanter i högre utsträckning än övriga företag visar undersökningen. Av alla tillfrågade företag inom handel och tjänstesektorn är det dock 30 procent som inte accepterar kontanter. Många av de som slutat ta emot kontanter har

gjort det de senaste 5 åren och den vanligaste anledningen är säkerhetsrisker. Samtidigt betonar företagen att kontanter måste finnas kvar som ett betalningsalternativ, främst av rättvise- och inkluderingskäl. Flera företag lyfter även behovet av kontanter i krissituationer, där företagen ser kontanter som ett tillförlitligt betalningsmedel. Säkerhetsaspekter i kontanthantering är viktigt för att upprätthålla kontantacceptansen i samhället.

### **Bankerna bör enligt företagen ta huvudansvar för kontantinfrastrukturen**

När det gäller ansvar för infrastrukturen kring kontanthantering anser över hälften av företagen att alla banker gemensamt bör ha huvudansvaret. I nuvarande system ligger det lagstadgade ansvaret i huvudsak på de stora rikstäckande bankerna. Många småföretag uppger svårigheter att sätta in dagskassa och tidskrävande hantering som skäl till att de slutat ta emot kontanter. Riksbanken anser att bankerna bör få ett tydligare och utökat ansvar att erbjuda lämpliga och behovsanpassade kontanttjänster för företag. Åtgärderna är nödvändiga för att upprätthålla kontantinfrastrukturen och för att kontanter fortsatt ska kunna fungera som ett betalningsmedel.<sup>26</sup>

### **Avgifter för olika betaltjänster behöver bli tydligare**

När företagen väljer vilka betalsätt de ska erbjuda är efterfrågan från kunderna avgörande. Det gäller både för att företagen ska erbjuda betalning med kontanter men också vid införande av nya betalsätt. Även kostnaden för betalmetoden är viktig. Många av företagen anser att avgifterna för betalningar är höga, i synnerhet för de mindre företagen. Det är också vanligt att företagen efterfrågar ökad tydlighet kring vilka avgifter som tillkommer vid olika betalningstransaktioner. En majoritet av företagen föredrar en fast kostnad per betalning. Det tycks vara svårt för företagen att skaffa sig en tydlig bild av kostnaden för att ta emot betalningar. En tredjedel av företagen kan inte uppskatta hur stor kostnad de har för att ta emot betalningar. För en sund konkurrens på betalningsmarknaden behövs en ökad transparens kring avgifterna för olika betaltjänster.<sup>27</sup>

---

<sup>26</sup> Se Sveriges Riksbank (2025a).

<sup>27</sup> Se även Sveriges Riksbank (2025) för ytterligare resonemang kring detta.

## Referenser

Brottsförebyggande rådet (2025), "Rån", <https://bra.se/amnen/ran#h-Anmaldabrott>, (Hämtad 20250305)

Europeiska centralbanken (2025), "Study on the payment attitudes of consumers in the euro area (SPACE)", [https://www.ecb.europa.eu/stats/ecb\\_surveys/space/html/index.en.html](https://www.ecb.europa.eu/stats/ecb_surveys/space/html/index.en.html), (Hämtad 20250305).

Insight Intelligence (2024), "Sverige Betalar 2024", <https://www.stralfors.se/globalassets/global/news-room/downloads/se/rapport-sverige-betalar-2024.pdf>.

Finansdepartementet (2024), "Kontantutredningen Fi2024/00068", <https://www.regeringen.se/rattsliga-dokument/departementsserien-och-promemorior/2024/12/kontantutredningen/>.

Jordbruksverket (2025), "Vår definition av landsbygd", <https://jordbruksverket.se/stod/eus-politik-for-jordbruk-och-fiske/var-definition-av-landsbygd#h-Kommunernadelasiniolikakategorier>.

Sverige Riksbank (2024a), "Betalningsrapporten 2024", <https://www.riksbank.se/sv/betalningar--kontanter/sa-betalar-svenskarna/betalningsrapport--2024/>.

Sverige Riksbank (2024b), "Skrivelse till Finansdepartementets utredning (Fi2024/00068) om möjligheter att betala med kontanter och tillgången till kontanter", <https://www.riksbank.se/globalassets/media/nyheter--pressmeddelanden/nyheter/2024/240903-nyhet-kontanthantering/skrivelse-atgarder-for-att-uppratthalla-kontantkedjan.pdf>.

Sverige Riksbank (2025a) Betalningsrapport 2025, <https://www.riksbank.se/sv/press-och-publicerat/publikationer/sa-betalar-svenskarna/>, (20250310).

Sveriges Riksbank (2025b), "Statistik över betalningar" <https://www.riksbank.se/sv/statistik/statistik-over-betalningar-sedlar-och-mynt/betalningar/>, (Hämtad 20250305).

Svensk Handel (2024), "Kontanthantering i svensk detaljhandel 2024", <https://www.svenskhandel.se/api/documents/kontanthantering-i-svensk-detaljhandel-2024.pdf>.

Ræbild Kjemtrup F., L. Holm och M. Clausen Brock (2025), "Markedet for digitale detailbetalninger er under forandring", Danmarks Nationalbank, <https://www.nationalbanken.dk/media/ei2m1dix/markedet-for-digitale-detailbetalninger-er-under-forandring.pdf>.

Tillväxtverket (2023), "Företagens villkor och verklighet" <https://tillvaxtverket.se/tillvaxtverket/statistikochanalys/varaundersokningar/foretagensvillkorochverklighet.3631.html> (Hämtad 20250305).



## Appendix: Fakta om enkätundersökningen

Enkäten skickades per post och företagen kunde välja att svara via en pappersenkät eller en webbenkät. Två påminnelser skickades därefter med en QR-kod via post. Totalt inkom 1 553 svar, varav 861 via webb och 692 via postala enkäter, vilket gav en svarsfrekvens på 40 procent (se tabell 9). För de olika branscherna var svarsfrekvensen mellan 28 och 60 procent. Varken e-handel eller torghandel ingick i enkäten.

**Tabell 9. Branscher, urval, svarsfrekvens och SNI-koder<sup>28</sup>**

Kortnamn	Ursprunglig Beskrivning	Urval	Antal svar	Svarsfrekvens	SNI-kod
Livsnödvändiga varor	Butiker med livsmedel, apoteksvaror och drivmedel	402	157	39 %	47111, 47112, 47210, 47220, 47230, 47240, 4729. 473, 4773
Diversehandel	Detaljhandel med brett sortiment	283	118	42 %	4719
Elektronik- och vitvaror	Elektronik- och vitvaruhandel	402	173	43 %	474, 47540
Heminredning	Heminredningsbutiker	402	112	28 %	475 inte 47540 (hushållsvaror)
Byggmateriel	Butiker med bygg-, järn- och VVS-varor	402	242	60 %	4752
Kultur och fritid	Butiker för kultur- och fritidsartiklar	402	167	42 %	476
Övrig butikshandel	Övriga hushållsvaror	402	163	41 %	477 inte apotek 4773, inte kläder (47711, 47712, 47713, 47714 och 4771)
Klädhandel	Klädhandel	402	170	42 %	47711, 47712, 47713, 47714, 47715
Restauranger	Restaurang, catering och barverksamhet	402	122	30 %	156
Frisörer	Hårvård	402	129	32 %	S96021
<b>Totalt</b>		<b>3 901</b>	<b>1 553</b>	<b>40 %</b>	

<sup>28</sup> För mer information om branscherna, se exempelvis [www.scb.se](http://www.scb.se).

## Jämförelse mellan Riksbankens och Svensk Handels undersökning

Det finns få andra enkätundersökningar om betalningar riktade till företag. Svensk Handel gör en årlig undersökning riktad till företag inom parti- och detaljhandel. Svensk Handels enkät har ett snävare fokus än Riksbankens och är helt inriktad på kontanter. Syftet med enkäten är enligt Svensk Handel ”att kartlägga hur utbredd kontanthantering är inom svensk detaljhandel samt ta reda på attityder till kontanthantering”. Resultaten från undersökningarna skiljer sig åt mot Riksbankens i viss utsträckning. Kontantacceptansen är högre i Svensk Handels undersökning än i Riksbankens. Skillnaderna kan drivas av nedanstående faktorer:

- Svensk Handels enkät riktar sig till organisationens medlemmar medan Riksbankens är ett slumpmässigt men geografiskt stratifierat urval av alla småföretag (med 0 - 49 anställda) i de aktuella branscherna.
- Svensk Handels enkät avser enbart handeln medan Riksbankens utöver detaljhandel även avser frisörer och restauranger.
- Det finns metodskillnader avseende viktning av resultaten vilket kan vara drivande i resultaten. Urvalet gällande företagsstorlek skiljer sig också åt mellan undersökningarna.



PRODUKTION SVERIGES RIKSBANK)