



CAMPUS
HELSINGBORG

Institutionen för service management
och tjänstvetenskap

Examensarbete för kandidatexamen

Skatt på plastbärkassar - en effektiv lösning för alla inblandade?

*En kvalitativ studie om hur skatt på plastbärkassar påverkat den
svenska detaljhandelsbranschen - ett år efter att skattelagen
implementerats*

Hedda Ottenstedt

Therese Pettersson

Antal ord: 12811

Gruppenr: 4

Handledare:
Ola Thufvesson

Examensarbete
VT 2021

Sammanfattning

Uppsats för kandidatexamen VT 2021. Service management, Retail. Lunds Universitet.

Syfte: Syftet med studien är att bidra med ökad förståelse om hur den svenska detaljhandelsbranschen upplever förordningen om skatt på plastbärkassar som infördes i maj 2020 och hur beskattningen har påverkat deras verksamheter.

Frågeställningar:

- Hur är detaljhandelsbranschens inställning till skatt på plastbärkassar, ett år efter implementeringen av lagen?
- Vilka argument används av detaljhandelsbranschen, för- och emot beskattningen på plastbärkassar, ett år efter implementeringen av lagen?

Metod: I den här kvalitativa studien har det empiriska materialet samlats in genom dokumentanalys och semistrukturerade intervjuer. De som har inkluderats i empiriinsamlingen är personer som arbetar inom detaljhandelsbranschen alternativt har god inblick i och kunskap om branschen. Materialet kodades i efterhand in i fyra olika teman: effektivitet, legitimitet, ekonomisk fördel och/eller nackdel och kundrelation fördel och/eller nackdel. Empirin har sedan behandlats i analysen med hjälp av tidigare forskning/den teoretiska referensramen.

Slutsatser: Detaljhandelsbranschen ifrågasätter till viss del effektiviteten och träffsäkerheten av skatten på plastbärkassar då konsumtionen har förflyttats till mindre hållbara alternativ. Trots det anser branschen ändå skatten som legitim med motiveringen att det kan leda till långsiktiga fördelar för miljön. Branschen har upplevt en förlorad intäkt på plastbärkassar till följd av att försäljningen minskat. Delar av branschen menar att skatten inte har kostat dem någonting då de hittat sätt att undgå lagen genom att exempelvis bunkra plastbärkassar i förväg. Det stora missnöjet framkom i att investeringar som gjorts för att ta fram hållbarare kassar inte premieras då alla plastbärkassar, oavsett plastmaterial eller framtagningsslag, beskattas enligt samma skattesats.

Nyckelord: Skatt på plastbärkassar, miljöbeskattning, effektivitet, legitimitet, inställning

Förord

Att vi skulle utföra en studie om skatt på plastbärkassar var inte alls vad vi trodde under våra tre år på programmet för Service management... Men när vi till slut kom över ämnet och slogs av hur relevant det var med tanke på hur mycket detaljhandelsbranschen faktiskt upplever sig påverkas, så kändes det helt plötsligt både aktuellt och intressant!

Vi vill rikta ett stort tack till samtliga respondenter som öppet och generöst bidragit med sina åsikter, inställningar och tankar! Det har varit både roligt och lärorikt att få ta del av.

Vidare vill vi även tacka vår handledare Ola Thufvesson som underlättat vår process genom engagemang, inspiration och vägledning!

Avslutningsvis vill vi tacka varandra för gott samarbete, tålamod och peppning!

Tack!

Hedda Ottenstedt & Therese Pettersson
Lunds Universitet, Campus Helsingborg
Maj 2021

Innehållsförteckning

1. Inledning	1
1.1 Bakgrund och problemdiskussion	1
1.2 Syfte	5
1.3 Frågeställningar	5
2. Teoretisk referensram	6
2.1 Rättfärdigad miljöbeskattning	6
2.1.1 Miljöbeskattningens effektivitet	6
2.1.2 Miljöbeskattningens legitimitet	8
Rättvis	8
Enkel och begriplig	8
Gemensam välfärd som mål	9
2.2 Statliga regleringar av detaljhandeln	10
2.3 Miljöbeskattning på plastbärkassars påverkan på detaljhandlaren	11
2.4 Från teori till empiri	13
3. Metod	15
3.1 Metodval	15
3.2 Dokumentanalys	16
3.2.1 Urval av dokument	16
3.2.2 Forskningsetiska ställningstaganden vid dokumentanalys	17
3.3 Intervjuer	18
3.3.1 Genomförande av intervjuer	18
3.3.2 Urval av intervjupersoner	19
3.3.3 Forskningsetiska ställningstaganden vid intervju	19
3.4 Analysmetod av empirin	20
3.5 Begränsningar och kritisk reflektion	20
4. Resultat och analys	22
4.1 Detaljhandelsbranschens inställning till plastskatt	22
4.1.1 Effektivitet kopplat till plastpåseskatt	22
4.1.2 Legitimitet kopplat till plastpåseskatt	26
4.2 Möjligheter och utmaningar med miljöbeskattning på plastbärkassar	29
4.2.1 Möjligheter	30
4.2.2 Utmaningar	32
5. Slutdiskussion	35
5.1 Frågeställning 1	35
5.2 Frågeställning 2	37
6. Förslag till vidare forskning	41
7. Källförteckning	42

7.1 Böcker	42
7.2 Debattartiklar	42
7.3 Internetsidor	43
7.4 Rapporter	44
7.5 Juridiska och offentliga dokument	46
7.6 Vetenskapliga artiklar	46
8. Bilagor	48
8.1 Intervjuguide	48

1. Inledning

I denna del presenteras det nuvarande forskningsläget och problematiseringen som studien baseras på. Först presenteras bakgrund och problemdiskussion om införandet av beskattning på plastbärkassar. I slutet presenteras studiens syfte och frågeställningar.

1.1 Bakgrund och problemdiskussion

Sveriges Riksdag beslöt under 2019 att det skulle införas en indirekt beskattning på plastbärkassar avsedda för konsumenter inom handeln menade för att packa eller bära varor (Skatteutskottet, 2019, s. 4). Lagen trädde i kraft 1 maj 2020 som åtgärd för att säkerställa att den årliga förbrukningsnivån inte överskrider 40 tunna plastbärkassar per person, senast den 31 december 2025 i syfte att minska spridningen av mikroplaster i naturen (Finansdepartementet, 2019). Uppskattningar visar att det tar mellan 500 till 1000 år för naturen att bryta ner en plastbärkasse och plastkassar är en del av den mängd plast som hamnar i haven och bland annat förstör det marina livet (Muposhi, Mpinganjira & Wait, 2021). Hur länder beslutat att motverka det rådande problemet skiljer sig, men det vanligaste är att införa skatt på plastbärkassar. Detta har i sin tur lett till att detaljhandeln behövt höja priset på kassarna så att du som konsument, bär hem kvällens middag i en plastbärkasse som kostat dig 7 kronor, varav 3 kronor i skatt.

Skatt har sedan många år tillbaka använts som ett ekonomiskt styrmedel som medfört konsekvenser för välstånd och ekonomisk tillväxt. Skatteregleringar blir på så sätt inte enbart en fråga om ekonomi, utan även om politik då den påverkar marknadsekonomin (Slemrod, 2006, s. 73). Den beteendemässiga responsen från individer och företag är vad som avgör vad konsekvenserna av en skattereglering blir. Ju mer deras beteende förändras, desto högre blir den sociala kostnaden i samhället (ibid.).

Miljöskatter har som primärt syfte att skydda miljön och minska föroreningar i naturen, genom att göra de varor med sämre påverkan dyrare (Nagy, 2013, s. 516). Däremot menar Williams III (2016, s. 24) att miljöskatt på exempelvis koldioxidutsläpp är en indirekt skatt på all typ av produktion. Intäkterna kan dock finansiera exempelvis andra skattesänkningar (ibid.). De som påverkas mest negativt av miljöskatter är oftast större företag som får ställa om till ny och bättre teknologi för att tillgodose miljöskatternas regleringar, vilket för med sig

omkonstruktionskostnader (Nagy, 2013, s. 518). Dock menar Williams III (2016, s. 7) att miljöskatten kan föra med sig innovation genom att det driver på sökandet efter bättre alternativ än de traditionella i kombination med att staten får större möjlighet att subventionera hållbarare alternativ. Vad som dock framkommit är att det finns många barriärer och argument emot miljöbeskattning, där det bland annat har uppstått negativa sideeffekter. Trots barriärer och motargument konstaterar Nagy (2013, s. 519) att det fram tills idag inte uppfunnits ett effektivare ekonomiskt instrument för att reglera människors miljöpåverkan än miljöskatter.

Ett av huvudargumenten för att minska användandet av bärkassar i plast är att de slutar som avfall i haven. Plast i haven har stor påverkan på den marina miljön där Xanthos och Walker (2017, s. 18) menar att minst 700 djurarter har påverkats. Indirekt skatt på plastbärkassar infördes i Portugal redan 2015 och Martinho, Balaia och Piers (2017, s. 5) förklarar att skatten har påverkat konsumtionsbeteendet av plastbärkassar. Trots att skatten har minskat användningen av plastbärkassar i Portugal med 74% så har den dock inte haft någon direkt effekt på varken miljö eller hälsa (ibid.). Samtidigt tar Convery, McDonnell och Ferreira (2007, s. 4) upp Irland som exempel, som införde skatt på plastbärkassar redan år 2002. Den irländska skatten har minskat användningen av plastbärkassar med hela 90% vilket har resulterat i positiva effekter på miljön, såsom minskad nedskräpning (Convery, McDonnell & Ferreira, 2007, s.4). Författarna menar dock att det samtidigt finns kritiker som menar att plastbärkassar i sig är ett litet hot mot miljön, trots att undersökningar visat att plastpåsar är det mest synliga skräpet (ibid.). Vad skatten dock har påverkats är konsumenters uppfattningar om miljöproblem samt förändrat konsumtionsbeteenden (Martinho, Balaia & Piers, 2017, s. 8).

Miljöskatt implementerades i Sverige 1995, i samband med inträde i EU och har efter det blivit ett vanligt ekonomiskt styrmedel (Naturvårdsverket & Energimyndigheten, 2006). Sveriges regering har gjort bedömningen att ytterligare styrmedel krävs för att kunna uppfylla miljömålen om en sänkt förbrukningsnivå av mikroplaster till år 2025 (Skatteutskottet, 2019, s. 7). Bedömningen har resulterat i en punktskatt på 3 kr per kasse och skatteskyldig blir den som tillverkar, importerar eller säljer plastbärkassar (ibid. s. 5).

Lag (2020:32) om skatt på plastbärkassar

1 § Skatt ska betalas till staten för plastbärkassar enligt denna lag.

2 § I denna lag avses med

- plastbärkasse: bärkasse som i mer än försumbar omfattning består av plast.

3 § Skatt ska betalas med tre kronor per plastbärkasse.

2020:32

1. Denna lag träder i kraft den 1 mars 2020.

2. Bestämmelserna i 1-7 och 10-12 §§ tillämpas första gången på skattskyldighet som inträder efter utgången av april 2020.

(Lag om skatt på plastbärkassar, 2020)

Det övergripande syftet med införandet av skatt på plastbärkassar i Sverige är enligt Finansdepartementet (2020) att plastbärkassar är en vanlig källa till nedskräpning, vilket i sin tur bidrar till en ökad mängd mikroplaster i naturen. Konjunkturinstitutet (2019) menar dock att skatten inte kommer att hämma nedskräpningen i Sverige, men kan leda till ökad användning av påsar som är sämre för miljön ur ett klimat- eller resurshushållningsperspektiv. Vidare menar Konjunkturinstitutet (2019) att det finns andra åtgärder som kan vidtas som genererar tydligare effekt på problemet och som inte medför lika skadliga bieffekter. Hedenström och Nikkarinen (2019) betonar även att svenska plastpåsar inte i första hand står sig skyldiga för nedskräpning längs svenska stränder. Under 2018 halverades dessutom mängden plastkassar längs svenska stränder som en konsekvens av de informationsinsatser och initiativ som detaljhandelsbranschen tagit till (ibid.). I kombination med initiativen har de även skänkt överskottet från sålda kassar till exempelvis organisationer som driver hållbar utveckling (Hedenström & Nikkarinen, 2019). Det övergripande målet har alltså fått kritik från den svenska detaljhandelsbranschen. Många handelsföretag har dessutom investerat kapital i att ta fram hållbarare kassar gjorda på b.la. återvunnet eller förnybart plastmaterial (Hedenström & Nikkarinen, 2019). Trots detta så beskattas alla plastpåsar lika, oavsett miljöavtryck (ibid.).

Det pågår en omfattande samhällsdebatt om huruvida det höjda priset på plastbärkassar har fiskala syften, är en fråga om symbolpolitik eller om det egentligen bidrar till någon skillnad för miljön (Hedenström & Nikkarinen, 2019). Samhällsdebatten har drivits på av bland annat Svensk Handel som menar att detaljhandelsbranschen tar skada av en reglering likt denna. Finansdepartementet (2019, s. 34) menar dock att lagen inte kommer att påverka lönsamheten eller konkurrenssituationen för detaljhandlare.

Oavsett vad sidoeffekterna blivit av skatten, så är det ett ämne som analyseras och diskuteras inom forskning om hållbarhet och konsumtionsbeteenden. Som tidigare nämnt har skatten påverkat konsumtionsbeteenden i form av minskad försäljning av plastbärkassar (Martinho, Balaia och Piers, 2017, s. 8). Även Jakovcevic et al. (2014, s. 373) menar att monetära incitament kan leda till miljövänligt beteende hos konsumenter, men menar samtidigt att det är ett ineffektivt sätt för att skapa en långsiktig beteendeförändring. Ny forskning om konsumentens inställning till beskattning på plastbärkassar visar att plastskatten blivit kritiserad p.g.a. av att konsumenter tvingas ta på sig extra kostnader när det är företag som står för stora koldioxidutsläpp (Muposhi, Mpinganjira & Wait, 2021, s. 3).

De som påverkas av miljöbeskattning i allra högsta grad, men som lite forskning inkluderar och går ner på djupet inom, är detaljhandelsbranschen som tvingas ställa om, investera i nya teknologier och som dessutom eventuellt investerat kapital i förnybara plastbärkassar sedan tidigare. Det finns tidigare forskning om miljöbeskattning och nyckelord som "miljöbeskattning", "effektivitet" och "legitimitet" är återkommande. Dock är forskningen om specifikt skatt på plastbärkassar begränsad där det finns begränsad information om beteendeförändringar hos konsumenter och ännu mindre om hur detaljhandelsbranschen upplever att beskattningen på plastbärkassar påverkat dess verksamhet.

Ett år efter implementering av skatten på plastbärkassar i Sverige är det därför relevant att undersöka hur detaljhandelsbranschen upplever lagen kopplat till effektivitet och legitimitet samt identifiera vilka möjligheter och utmaningar lagen fört med sig för dem. Konsekvenser av en miljöbeskattning ur handels perspektiv bör rimligtvis också beaktas på ett djupare plan för att bidra till en mer objektiv bild av de konsekvenser som miljöskatt för med sig som ekonomiskt styrmedel. Trots att kunden är skatteobjektet och producenter av plastbärkassar är skattesubjektet, så är detaljhandelsbranschen en mellanhand mellan dessa två och blir därför indirekt påverkad. Det är därför av relevans att anta detaljhandelsbranschens (dagligvaruhandels och sällanköpshandels) perspektiv och undersöka hur branschen har påverkats av den skattereglering som gjordes på plastbärkassar i maj 2020, ett år efter att lagen implementerats.

1.2 Syfte

Syftet med studien är att bidra med ökad förståelse om hur den svenska detaljhandelsbranschen upplever förordningen om skatt på plastbärkassar som infördes i maj 2020 och hur beskattningen har påverkat deras verksamheter. Trots att detaljhandelsbranschen agerar som mellanhand är det få undersökningar som inkluderar de som aktörer. Det är därför av intresse att bidra med kunskap om deras uppfattning av lagregleringen, ett år efter att lagen implementerats i Sverige.

1.3 Frågeställningar

- Hur är detaljhandelsbranschens inställning till skatt på plastbärkassar, ett år efter implementeringen av lagen?
- Vilka argument används av detaljhandelsbranschen, för- och emot beskattningen på plastbärkassar, ett år efter implementeringen av lagen?

2. Teoretisk referensram

För att skapa en bredare förståelse för användning av miljöskatt som styrmedel följer först en redogörelse för vad som kännetecknar en effektiv och legitim beskattning. Vidare följer en redogörelse för hur detaljhandlare genom tiderna behövt förhålla sig till regleringar fastställda av högre instanser. Fortsättningsvis presenteras tidigare identifierade för- och motargument mot miljöskatt och skatt på plastbärkassar från branschens perspektiv. Den teoretiska referensramen utgör grunden för att stödja empirin i analysen.

2.1 Rättfärdigad miljöbeskattning

I början av 1990-talet infördes miljöskatt för att förändra konsumtionsbeteenden och minska koldioxidutsläpp i Sverige (Naturvårdsverket & Energimyndigheten, 2006). Miljöskatt används i syfte att minska den fria marknadens påfrestning på klimatet, bidragande till negativ hälsopåverkan av föroreningar samt vattenbrist (OECD, 2008). Den vanligaste typen av miljöbeskattning benämns som indirekt beskattning eller punktskatt, vilket innebär en konsumtionsskatt på särskilda produkter (Romson, Boberg, Hwargård & Källmark, 2020). Genom miljöbeskattning så påverkas externaliteter för att nå en effektiv nivå av produktion och konsumtion (Jagers & Hammar, 2009, s. 220). Dock kan det vara svårt att beskatta beteenden så nära källan som möjligt, vilket krävs för att skapa beteendeförändringar (ibid.).

I Sverige finns det ofta spänningar mellan effektivitet och legitimitet när det gäller miljöbeskattning. Jagers och Hammar (2009, s. 221) hävdar att en effektiv miljöpolitik till lägsta möjliga kostnad inte är möjlig i Sverige eftersom det hade stört demokratin och främjat auktoritär politik. Av den anledningen behövs det någon typ av medgivande offentligt, vilket i sin tur stör den rationella objektiviteten hos miljöpolitiken (ibid.). Mot bakgrund av att det finns spänningar mellan effektivitet och legitimitet i kombination med att ett offentligt medgivande ofta krävs, anses effektivitet och legitimitet som relevanta teman i den teoretiska referensramen, eftersom studien ämnar att förstå och tolka detaljhandelsbranschens inställning till beskattning på plastbärkassar.

2.1.1 Miljöbeskattningens effektivitet

En effektiv miljöbeskattning sägs uppstå när den tillämpas på en förorening som är betydande och fast (Nagy, 2013). Författaren förklarar att omvänt kan ineffektivitet uppkomma om miljöförstörelsen av den beskattade produkten inte anses vara betydande (ibid.). Ineffektivitet

kan dock ändå uppstå när en produkt som beskattas är betydande och utbredd och kan ske om föroreningen som konsekvens av produkten är låg (Nagy, 2013). Jagers och Hammar (2009, s. 221) pekar dock på att miljöbeskattning generellt kan anses ineffektivt eftersom det endast minskar symptomen, men att grundproblemet fortfarande står olöst.

Ett av huvudargumenten för miljöbeskattning på plastbärkassar är att de tenderar att hamna i haven och längs stränder och har på så sätt en stor påverkan på den marina miljön (Xanthos & Walker 2017, s. 18). Bortsett från de 700 djurarter som beräknats ha påverkats så har plasten i haven resulterat i utmaningar för den ekonomiska tillväxten. Strandad plast har på många platser i världen hämmat turism, påverkat sjöfart, energiproduktion, fiske- och vattenbruksresurser (ibid.). Även om plast i den marina miljön är ett faktum som för med sig negativa konsekvenser har det dock diskuterats om en högre plastskatt går att direkt härleda till mindre plast i haven. Studier visar att det inte finns någon direkt koppling mellan bättre miljö eller hälsa som resultat av mindre användning av plastbärkassar (Martinho, Balaia och Piers, 2017, s. 3, 5). Kritiker anser att det inte utförts en ordentlig eller avgörande vetenskaplig miljökonsekvensbedömning av plastpåsarnas påverkan (ibid.).

Det har gjorts undersökningar beträffande vilket styrmedel som är mest effektivt för att minska förbrukning av plastbärkassar. Miller (2012, s. 54) jämför förbud, skatt och frivillighetsåtgärder i relation till vilket som genererar minst negativa konsekvenser. Resultatet utifrån miljömässiga, sociala och ekonomiska aspekter visar att skatt på plastbärkassar är det mest effektiva ekonomiska styrmedlet (ibid.). Jagers och Hammar (2009, s. 220) argumenterar för att de som ändå har en negativ inställning till punktskatter överskattar dess kostnader, utan vetskapen om vad alternativ politik för att angripa problemet hade kostat. Dessutom visar ytterligare undersökningar att konsumenter har sämre inställning till andra politiska incitament, vilket tyder på att miljöbeskattning på plastbärkassar i form av indirekt skatt ändå kan anses som det mest effektiva (ibid.).

Till sist påpekas det att skattebetalares möjlighet att avstå från den taxerade produkten bör uteslutas för att skatten ska vara effektiv (OECD, 2005). Det ska alltså inte finnas möjlighet för skattebetalaren att välja ett substitut med samma miljöpåverkan men som inte är skattepliktig (ibid.). Vidare är det av vikt att miljöskatten är proportionell i jämförelse med de administrativa kostnader som beskattningen medför (Nagy, 2013). Om de administrativa kostnaderna överstiger skatteintäkterna kan det minska beskattningens effektivitet (ibid.).

2.1.2 Miljöbeskattningens legitimitet

Som tidigare nämnt går effektivitet ofta ihop med legitimitet (Jagers & Hammar, 2009). För att en skatt ska anses effektiv, behöver den också vara legitim. På samma sätt krävs det att skatten är legitim för att den ska vara effektiv (ibid.). Även om skatt är en tvingande åtgärd kan den uppfattas som mer eller mindre legitim av samhällets medborgare. Nordblom (2008) fastslår att det gemensamma för legitim beskattning är att den upplevs rättvis, att den är begriplig och att målet är att nå en gemensam välfärd.

Rättvis

Om en skatt uppfattas som rättvis kan vara kopplat till individuella ideologiska uppfattningar (Nordblom, 2008). Upplevd rättvisa kan även baseras på horisontell effektivitet, dvs. att lika behandlas lika, till exempel att individer med lika lön beskattas enligt samma skattesats (ibid.). Ett exempel på en skatt som blivit omdiskuterad som orättvis är fastighetsskatten på grund av att beskattningen är lika oberoende av var i landet man bor (Nordblom, 2008). Även skatten på plastbärkassar är odifferentierad vilket innebär att en bärkasse tillverkad i förnybart/återvunnet material beskattas enligt samma skattesats som en fossilbaserad bärkasse. Den odifferentierade skatten har kritiserats av bland annat Nikkarinen (2019) som menar att det blir orättvist mot detaljhandlare som redan ställt om till förnybara material på plastbärkassar. Jagers och Hammar (2009, s. 218) menar att miljöskatter generellt är impopulära bland medborgare, särskilt jämfört med exempelvis frivilligt baserade åtgärder. På så sätt är det ofta svårt för politiker att få legitimitet i form av allmänt stöd för miljöskatter alternativt höjningar av dem (ibid.). Dock menar författarna att Sveriges befolkning ändå anses relativt medvetna i jämförelse med andra länders befolkning, där miljöskatter har ännu svårare att anses legitima (Jagers & Hammar, 2009, s. 218). Vidare argumenterar författarna för att acceptansen av skatter kan vara högre i Sverige än på andra platser i världen, eftersom skattenivån redan är så pass hög. Samtidigt kan det just därför vara svårt för statliga myndigheter att höja skatten ytterligare (ibid.).

Enkel och begriplig

För att ett skattesystem ska upplevas som rättvist är det av vikt att den enskilda individen förstår vad som beskattas, på vilket sätt och anledningen till att beskattningen är strukturerad på det viset (Nordblom, 2008). Vidare förklarar Nordblom (2008) att risken med ett komplicerat skattesystem är att osäkerhet föds och misstro till politiker och myndigheter

uppstår. Även Europeiska kommissionen (2018) har framfört att komplicerade skattesystem och strängare regleringar försvårar för detaljhandelsbranschen att sköta sin verksamhet korrekt. För att undvika osäkerhet och misstro är det avgörande att individen vet vilka principer som ligger till grund för beskattningen (ibid.). När ett skattesystem är enkelt och begripligt möjliggör det för individer att förstå varför systemet ser ut som det gör (Nordblom, 2008). Jagers och Hammar (2009) hävdar även att skattesystemet bara kan vara begripligt om det överensstämmer med redan etablerade regleringar. Vidare förklarar Flood, Nordblom och Waldenström (2013) att beskattningens enkelhet är sammankopplad med skattens effektivitet och därför krävs konkret information för att företag ska ha möjlighet att genomföra beskattningen rätt. Ett förenklat och begripligt skattesystem leder också till minskade administrativa kostnader eftersom enkelhet minskar tidsåtgången till skatt för både företag, privatpersoner och myndigheter (Nordblom, 2008). Enkelheten bidrar också till att legitimiteten ökar, eftersom det blir tydligt att reglerna är lika för alla (ibid.).

Gemensam välfärd som mål

För att en skatt ska anses legitim krävs det en tydlig koppling mellan beskattningen och syftet. Om skatten upplevs som enbart en inkomstkälla till statliga myndigheter dvs. att den enbart har fiskala syften minskar skattens legitimitet (Nordblom, 2008). Punktskatt på exempelvis tobak och alkohol är skatter som generellt sett har hög legitimitet på grund av dess tydliga syfte (Nordblom, 2008). Det tydliga syftet gör det enkelt för människor att ta ställning för eller emot beskattningen (ibid.). När individer upplever att den betalda skatten omvandlas till en positiv samhällsförändring ökar på så vis legitimiteten (ibid.). Däremot kan legitimiteten minska om förtroendet för politiker är lågt och om skattebetalaren anser att skatten inte bidrar till en positiv eller betydande samhällsförändring (Hammar, Jagers & Nordblom, 2008). Hedenström och Nikkarinen (2019) ställer sig kritiska till beskattningen på plastbärkassars miljönytta och menar att skatten riskerar att skada förtroendet för miljöpolitik i Sverige.

Ytterligare en faktor som är av vikt för att skatten ska ses som ett mål för att nå en gemensam välfärd är ett tydligt informationsflöde. Tydlig information minskar risken för missuppfattningar och ökar skattens legitimitet (ibid.). Studier visar att de som har nåtts av en större mängd information om beskattningen, som dessutom kommer från olika källor, är mer positivt inställda till skillnad från de som besitter begränsad information (Hammar, Jagers & Nordblom, 2008). Länder som har lagt mycket resurser på medvetenhets-kampanjer i

kombination med utbildning av befolkning och handlare har resulterat i en bredare förståelse hos de inblandade samt en "smidigare" implementering av beskattning på plastbärkassar (Muposhi, Mpinganjira & Wait, 2021, s. 6).

Den 1 juni 2017 infördes informationsplikt i Sverige för alla detaljhandlare om plastpåsens påverkan på miljön som ett första steg i förordningen om plastbärkassar (Christiansson, 2017). Genom att förse medborgare med information skapas en grund för deras konsumtionsval (Soneryd och Ugglå, 2011, s. 70). Vidare förklarar Soneryd och Ugglå (2011, ss. 77-78) att om befolkningen gör motstånd och inte är villiga att förändra sin livsstil kommer det bli svårare för staten att etablera regleringar då medborgarnas stöd krävs. Informationsplikten skulle därmed kunna ses som en förberedelse inför den punktskatt som sedan trädde kraft på plastbärkassar 2020.

2.2 Statliga regleringar av detaljhandeln

Detaljhandlare har genom tiderna behövt förhålla sig till en rad olika regleringar som haft i syfte att begränsa konsumtionen av produkter i en riktning som är lämplig för samhällets fördel. Exempel på punktskatter i Sverige är alkohol-, tobak, och spelskatt som ofta motiveras av legitima allmänpolitiska mål (Skatteverket u. å.). Samtidigt finns det dock en risk för att regleringar skapar hinder för detaljhandelsbranschen att bedriva sin verksamhet korrekt (Europeiska kommissionen, 2018, s. 4). Det finns därför en oro i att allt för hårda begränsningar kan påverka detaljhandelssektorn negativt (ibid.).

Utöver punktskatter finns det även andra regleringar av detaljhandeln ur miljösynpunkt. Det är exempelvis "*förbjudet att sälja eller överlåta konsumtionsfärdig dryck i plastflaska eller metallburk om dessa inte ingår i ett godkänt retursystem*" (Miljödepartementet, 2005). Det finns ingen skyldighet från detaljhandlaren sida att ta emot returförpackningar, men det anses däremot enligt branschöverenskommelse som "god sed" att erbjuda detta (ibid.). Pantmaskiner kräver rutiner eftersom behållaren måste bytas regelbundet. Även städning av och omkring maskinen kräver tid då vätska, som exempelvis öl, bidrar med illa lukt och kladd.¹

¹ Författarna av denna uppsats har båda erfarenhet av butiksarbete

Tidigare nämnda punktskatter samt retursystem i butiker ger en inblick i och bakgrund till regleringar detaljhandelsbranschen måste förhålla sig till för att främja hälsa och miljö. I och med att denna studie ämnar att undersöka detaljhandelsbranschens inställning till miljöbeskattning på plastbärkassar är det av relevans att förstå att det finns ytterligare regleringar handlarna behöver förhålla sig till som kan påverka dess inställning till nya styrningar av branschen.

2.3 Miljöbeskattning på plastbärkassars påverkan på detaljhandlaren

I Sverige trädde lagen om beskattning på plastbärkassar i kraft den 1 maj 2020 där alla plastpåsar som säljs på marknaden, oavsett plastmaterial/framtagningsslag, är beskattningspliktiga (Nikkarinen, 2020). Den som importerar eller tillverkar plastkassar är skyldig att betala skatten för dessa när de säljs vidare. I praktiken uppstår skattekostnaden när detaljhandlaren genomför ett köp av plastbärkassar och producenten av kassarna bär ansvaret att rapportera in antal produkter som sålts. Den indirekta skatten betalas in till staten av leverantören genom ett skattekonto, på samma sätt som arbetsgivaravgifter och moms (Romson et al. 2020). På så sätt blir slutkonsument skatteobjektet (dvs. den som kostnaden uppstår för) och producenten skattesubjektet (dvs. den som betalar in skatten).

Detaljhandlaren står som mellanhand mellan producent och slutkonsument. För detaljhandlare har skatten resulterat i att inköpspriserna på plastbärkassar blivit högre, vilket lett till att de höjt priserna på kassarna till konsument (Finansdepartementet, 2020). Convery, McDonnell och Ferreira (2007, s. 6) menar att detta har skapat oro hos detaljhandlarna, där en vanlig reaktion har varit att de är rädda för att bära skulden gentemot kunder som eventuellt uppfattar att det sker i vinstsyfte. Vidare menar författarna att det därför är viktigt att inkludera handlarna och industrin som påverkas i design och implementering av en sådan skatt för att den inte ska påverka detaljhandelsbranschen negativt i för stor utsträckning (ibid.).

Miljöskatt är en avgörande faktor för hur företag väljer att utforma sin verksamhet samt ett verktyg som uppmuntrar till innovation för att kunna bibehålla konkurrenskraft (OECD 2012; Luckin, 2000). Från ett ekonomiskt perspektiv är plastskatten en mekanism som tvingar den som orsakar föroreningar att också bära kostnaden för konsekvenserna (Muposhi, Mpinganjira & Wait, 2021, s. 3). Miljöskatt har därför visat sig positiva i den bemärkelsen att

den bidrar till innovation genom att "tvinga" företag att utveckla tekniker och arbetssätt med mindre påfrestning på miljön (Nagy, 2013). Beskattning på plastbärkassar kan å ena sidan användas som ett styrmedel för att tvinga detaljhandlare att uppnå en grönare verksamhet (Williams III, 2016, s. 24). Å andra sidan kan miljöskatten sakta ner den ekonomiska tillväxten då fossila bränslen används i hela ekonomin och blir på så sätt en indirekt skatt på all typ av produktion (ibid.).

Miljöskatt för med sig kostnader för företag, där de som påverkas mest negativt av en miljöskatt oftast är större företag som kräver ny och bättre teknologi, vilket för med sig omkonstruktionskostnader (Nagy, 2013, s. 518). Kostnader som också kan öka för företagen är diverse administrationskostnader, dvs. kostnader som uppstår vid sidan av produkten (ibid.). Beskattningen på plastbärkassar har kritiserats med argument för att den medför just administrativa kostnader för detaljhandlare samt är svår för myndigheter att kontrollera (Muposhi, Mpinganjira & Wait, 2021). Convery, McDonnell och Ferreira (2007, s. 9) skriver att plastskatten kostat Irländska staten mer än 14 miljoner svenska kronor per år i administrationskostnader. Muposhi, Mpinganjira och Wait (2021, s. 3) menar att det finns en oro kring om administrationskostnaderna eventuellt inte motiverar utfallet om miljöavtrycket från plastkassar. Däremot menar Convery, McDonnell och Ferreira (2007, s. 9) att kostnaden av skatten i Irland endast var 3% av intäkterna under de första två åren efter implementering.

Det förändrade konsumtionsbeteendet hos konsumenter till följd av beskattningen menar Jakovcevic et al. (2014, s. 373) inte är långsiktig. Konsumenter har en tendens att till slut vänja sig och fortsätta agera "som de alltid gjort" (ibid.). Även Jagers och Hammar (2009, s. 2019) betonar att en miljöbeskattning inte ändrar individers värderingar på lång sikt. Muposhi, Mpinganjira och Wait (2021, s. 3) ifrågasätter dock om plastskatten ska tas ut på konsumenter där frågan blivit om det inte är producenterna som borde "straffas" eller få ta konsekvenserna av att producera omiljövänliga produkter. Ur ett psykologiskt perspektiv så kan införandet av skatt på varor som tidigare erbjudits gratis även ge en chockreaktion från konsumenter, vilket kan begränsa efterfrågan på kort sikt (Jakovcevic et al. 2014, s. 373). Å andra sidan är priselasticiteten på billiga produkter oftast låg (Muposhi, Mpinganjira & Wait, 2021, s. 3). Plastkassen är inte en betydande del av konsumentens köp, vilket gör att någon avskräckande effekt eventuellt inte uppnås och att skulden inte läggs på handlaren i slutändan (ibid.).

Plastbärkassar kan för en del detaljhandlare vara en viktig och betydande marknadsföringskanal (Singh & Cooper, 2017, s. 683). Författarna menar att en del detaljhandlare just ställer sig negativt till att kunden minskar sin konsumtion av plastbärkassar eftersom kassarna genererar exponering. Genom att konsumenter börjat ta med sig egna kassar eller återvinner gamla från konkurrenter försvinner möjligheten att marknadsföra sig med hjälp av plastbärkassar i samma utsträckning som tidigare (ibid.). Å andra sidan kan en konsekvens av skatten leda till att konsumenter köper flergångskassar, som både besitter större vinstmarginal för företagen samt agerar marknadsföring (Miller, 2012, s. 43).

Från en detaljhandlares perspektiv kan även en gratis/billig plastbärkasse vara en service de hade önskat att kunna erbjuda sina kunder (Singh & Cooper, 2017, s. 687). Grönroos (2015, s. 52) betonar att företagare ska undvika alla typer av irritationsmoment för kunden för att möjliggöra starkare och längre kundrelationer. Höjda priser på plastbärkassar kan orsaka irritation hos kunder, vilket i sin tur kan påverka relationen mellan företag och konsument. Vidare menar Grönroos (2015, s. 157) även att brist på service och en irriterad kund kan leda till förlorade möjligheter att höja priset på andra varor.

2.4 Från teori till empiri

Tidigare forskning som presenterats behandlar området miljöbeskattning. Teorier inkluderar hur miljöskatt bör utformas för att anses effektiv och legitim av de som berörs av lagstiftningen, dvs. konsumenter, myndigheter och företag. Miljöskatt har i huvudsakligt syfte att styra produktion och konsumtion i en viss riktning för att minska påfrestningar på miljön. Det finns däremot hinder i denna typ av beskattning kopplat till effektivitet och legitimitet samt spänningar mellan dessa två. Det mest effektiva styrmedlet kan resultera i negativa konsekvenser av social och ekonomisk karaktär. Det krävs därför att det görs avvägningar mellan sociala och ekonomiska konsekvenser och den faktiska miljönyttan för att skatten ska anses legitim.

I samband med litteratursökning har teorier, idéer och rapporter om effektivitet och legitimitet av miljöbeskattning främst utifrån konsument- och miljöperspektiv påträffats. Däremot finns det begränsad litteratur om den svenska implementeringen av skatten på plastbärkassar från detaljhandelsbranschens perspektiv. Forskningsluckan ämnar vi att fylla

genom att undersöka vilka effekter och konsekvenser skatt på plastbärkassar haft på den svenska detaljhandelsbranschen, ett år efter att lagen implementerats.

3. Metod

I följande del presenteras uppsatsens metod. Först presenteras studiens metodval och därefter följer en redogörelse för dokumentanalys, urval av dokument samt etiska ställningstaganden vid dokumentanalys. Efter det följer en redogörelse av intervjuer som empiriinsamling, genomförandet av intervjuer, urval av respondenter och etiska ställningstaganden vid intervju. Avslutningsvis presenteras analysmetod av empirin och till sist begränsningar och kritisk reflektion.

3.1 Metodval

Syftet med denna uppsats är att undersöka detaljhandelsbranschens inställning till skatten på plastbäckassar. Utifrån syftet ansågs kvalitativ forskningsmetod lämplig då denna typ av forskningsmetod utmärks av att söka tolkningar, meningar och djup (Bryman, 2018, s. 454).

I studien ligger fokuset på specifika teman såsom miljöbeskattning på plastbäckassar, effektiv och legitim beskattning och utreds genom både semistrukturerade intervjuer och dokumentanalys. Bryman (2018, s. 769) argumenterar för att kombinera kvalitativa metoder när man fokuserar på just teman. I och med att det är ett omdiskuterat ämne har det varit intressant att följa samhällsdebatten genom en dokumentanalys och sätta den i relation till vad intervjupersonerna svarat samt tidigare forskning.

I studien antogs en interpretativ epistemologi, det mest förekommande synsättet inom kvalitativ forskning, vilket innebär att forskningen bygger på tolkningar och förståelse (Bryman, 2018, s. 52). Samtidigt har vi som författare av uppsatsen båda arbetat inom detaljhandeln och har på så sätt egen erfarenhet om hur branschen förhåller sig till miljöregleringar. Det innebär att vi i viss mån haft ett subjektivt förhållningssätt till studien. Interpretativ epistemologi präglas just av subjektivitet och forskarens egna erfarenheter samt att kunskap inom området ses som en viktig källa i forskningsprocessen (Frostling-Henningsson, 2017, s. 23).

Vidare antogs en konstruktionistisk ontologi som innebär förståelsen om hur individens handlingar påverkas av den sociala kontexten och att uppfattningar om verkligheten är föränderliga (Bryman, 2018, s. 58). Med hjälp av konstruktionism skapas möjlighet att förstå och/eller förklara individers uppfattningar och handlingar i en specifik kontext (ibid.).

Konstruktionism ansågs som lämplig ontologi eftersom vi söker förklaringar på inställningar och uppfattningar om specifikt beskattning på plastbärkassar.

Fortsättningsvis tillämpades ett abduktivt forskningssynsätt i studien. Abduktiv forskningsansats innebär ett växelspel av induktion och deduktion vilket betyder att teori ligger som grund för forskningsprocessen. Det abduktiva forskningssynsättet tillåter även att man modifierar och specificerar teorin efter att ny empiri samlats in (Frostling-Henningsson, 2017, s. 17). I denna studie har både teori och empiri tagits i beaktning där teorin legat till grund för empirianalysen. Samtidigt har ny teori testats i samband med att nytt material framkommit i den empiriska insamlingen.

3.2 Dokumentanalys

Dokumentanalys används främst vid kvalitativa innehållsanalyser av dokument, vilket ofta inkluderar offentliga dokument som riksdagsrapporter, lagar och privata dokument som exempelvis nyhetsartiklar (Larsen, 2018, s. 169). Dokumentanalys ansågs som ett lämpligt metodval med argument för att syftet är att analysera detaljhandelsbranschens inställning till beskattning på plastbärkassar i kombination med att försöka förstå vilka argument som ligger till grund för deras inställning. Med hjälp av dokumentanalys är det möjligt att analysera de samhällsdebatter som råder och kartlägga politiska åsikter av exempelvis dagstidningar eller formella handlingar (Widén, 2019, s. 193).

Dokument som berör miljöbeskattning på plastbärkassar, effektiv beskattning och legitim beskattning ligger till grund för dokumentanalysen. Bryman (2018, s. 677) menar att i dokumentanalyser ligger fokuset oftast på bakomliggande teman i det analyserade materialet. De fördelar som har identifierats med dokumentanalys är att undersökningsobjektet inte påverkas av vår närvaro, dvs. att metoden är reaktiv vilket kan bidra till högre validitet (Kvale & Brinkmann, 2014, s. 111).

3.2.1 Urval av dokument

Vid urval av dokument har vi utgått från de kriterier Bryman (2018) skriver om, där författaren menar att dokumenten man väljer:

- måste vara läsbara, dvs. inte bilder eller dylikt

- får inte specifikt ha producerats för att bli socialt undersökta
- bör vara bevarade för att anses tillgängliga för analys
- måste vara relevanta för forskaren

Inga av de valda dokumenten som hanteras i analysen har bilder eller fotografier som initialläge. Vid val av dokument har vi utgått från att syftet med dokumentet är att bidra med åsikter och inställningar om beskattningen på plastbärkassar. Dokumenten är inte alltid skrivna av personer som själva arbetar inom detaljhandelsbranschen, men dokumenten anses relevanta eftersom åsikter om beskattningen framförs i dokumenten, samt att personerna som skrivit dokumentet anses insatta i branschen. Dokumenten valdes med noggrannhet för att gå i enlighet med tidigare nämnda teman. Dokument som används i analysen inkluderar både offentliga och privata dokument. För att säkerställa att dokumenten upprätthåller kvalitet använder vi oss av Brymans (2018) bedömningskriterier enligt följande:

1. Autenticitet. Är materialet äkta och av ett otvetydigt ursprung?
2. Trovärdighet. Är materialet utan felaktigheter och förvrängningar?
3. Representativitet. Är materialet typiskt när det gäller den kategori det tillhör? Om så inte är fallet, känner man till i vilken grad det är typiskt?
4. Meningsfullhet. Är materialet tydligt och begripligt?

Även de officiella dokumenten från privata källor (som exempelvis en tidningsartikel) bör utgå ifrån ovannämnda kriterier. Det är något vi noggrant försökt följa i vår undersökning. Då lagen om skatt på plastbärkassar nyligen infördes så finns det limiterat utbud med dokument som behandlar detta. Vad konsekvenserna blivit över sikt har ännu inte synliggjorts, vilket gör att de artiklar vi använder oss av fortfarande är spekulationer där objektivitet och sakfakta kan vara bristande. Å andra sidan är det som undersöks spontana attityder vilket gör att slutresultatet av lagändringen eventuellt inte är lika betydande.

3.2.2 Forskningsetiska ställningstaganden vid dokumentanalys

Genom dokumentanalys kan man förstå författarnas åsikter och verklighetsförståelse eftersom de själva väljer vilka dokument som inkluderas (Larsen, 2018, s. 169). Vi har i uppsatsen försökt att endast bidra med andras åsikter, dvs. exempelvis tidningsartiklar snarare än egna åsiktsyttringar. Förutom författarnas tolkningar så skriver Bryman (2018, s. 676)

även att författaren av exempelvis en artikel i sin tur kan ha tolkat en situation eller dokument på ett visst sätt, vilket gör att dokumentet i sig inte är objektivt. Å andra sidan finns det möjligheter i det, att fånga någon annans "verklighet" (ibid.).

Bryman (2018, s. 375) ställer sig dock skeptisk till om någonting är representativt på internet då alla har möjlighet att uttrycka sina åsikter i ett konstant flöde. Detta tas i beaktning och förhoppningsvis kan de tidigare nämnda bedömningskriterierna se till att vi sorterar bort de dokument som anses för orepresentativa eller för extrema.

3.3 Intervjuer

Med avsikt att besvara studiens forskningsfrågor valdes även semistrukturerade intervjuer som empiriinsamling. Insamlingen har skett genom sex stycken semistrukturerade intervjuer och tidsåtgången uppgår till cirka en timme för vardera intervju. Bryman (2018, s. 561) anser att kvalitativa intervjuer är lämpliga när forskaren intresserar sig för intervjupersonens ståndpunkter och åsikter. Intervjuerna har utgått ifrån en intervjuguide (se bilaga 8.1) som är skriven innan genomförandet av intervjuer och strukturerad efter den teoretiska referensramen. Guiden lämnar dock utrymme för andra vinklar och följdfrågor som eventuellt behandlas under intervjun vilket överensstämmer med utförandet av en semistrukturerad intervju (Bryman, 2018, s. 260).

3.3.1 Genomförande av intervjuer

Genomförandet av intervjuerna har begränsats till att ske över telefon eller digitalt beroende av nuläget som vi befinner oss i med Covid-19. Alla intervjuer är genomförda digitalt eller via telefonsamtal i enlighet med Folkhälsomyndighetens rekommendationer att undvika onödiga resor samt undvika nya sociala kontakter. Telefonintervju som insamlingsmetod har haft både för- och nackdelar. En fördel med telefonintervjuer är att det ger möjligheten till bredare geografisk spridning (Bryman, 2018, 262). Ämnet miljö är däremot till viss del en politisk fråga vilket kräver att intervjupersonen reflekterar över samhällsproblem, vilket kan vara känsligt. Genom telefonintervju sker ingen fysisk kontakt och kroppsspråk uteblir vilket kan leda till att situationen upplevas som trygg och möjlighet gavs att ställa samt besvara känsliga frågor. Däremot kan kroppsspråk ge indikationer som kan bidra till en annan tolkning av frågor eller svar (Bryman, 2018, s. 583).

3.3.2 Urval av intervjupersoner

Vid urvalet av intervjupersoner tillämpades ett målstyrt urval, närmare bestämt kriteriestyrt urval. Kriteriestyrt urval innebär att intervjupersoner väljs ut efter ett antal kriterier (Bryman, 2018, s. 498). För denna studie har kriterierna varit att intervjupersonen ska arbeta inom detaljhandelsbranschen eller inom en organisation som arbetar med frågor som rör detaljhandeln. Om personen arbetar i butik var ytterligare ett kriterium att butiken säljer plastbärkassar. Avgränsningen gjordes med bakgrund i att de valda intervjupersonerna bör ha kunskap och erfarenhet om ämnet för att kunna ge relevant information (Göransson, 2019, s. 132). Vidare valdes intervjupersoner med hjälp av ett bekvämlighetsurval som senare utvecklats till specifikt, vad Alvehus (2019, s. 72) benämner som snöbollsurval. Ett snöbollsurval innebär att forskaren använder sig av de andra intervjupersonernas kontaktnät för att finna nya lämpliga deltagare (ibid.).

3.3.3 Forskningsetiska ställningstaganden vid intervju

Under studiens gång har vi valt att förhålla oss till Vetenskapsrådets fyra grundläggande etiska ställningstaganden. Kraven som tillämpats benämns som: informations-, samtyckes-, konfidentialitets- och nyttjandekravet (Frostling-Henningsson 2017, s. 116).

Informationskravet uppfylldes innan intervjun startades där samtliga deltagare informerades om studiens syfte. Försättningsvis informerades intervjupersonerna om sin möjlighet att när som helst avbryta sitt deltagande. Innan intervjun startades gavs en kort sammanfattning om intervjuns olika teman och struktur. Därefter bekräftades deltagarens samtycke till att starta samt spela in intervjun, vilket uppfyller samtyckeskravet. Konfidentialitet- och nyttjandekravet uppfylldes genom att försäkra intervjupersonerna om att alla deras uppgifter anonymiseras om så önskas. De deltagare som önskade att vara anonyma kommer i studien att benämnas som Intervjuperson 1, Intervjuperson 2 osv. Den intervjuperson som inte är anonym fick möjlighet att godkänna de citat som används i studien. Godkännandet av citat ansågs som en viktig punkt för att undvika att deltagaren tolkades fel, eller kände sig felciterad. Vidare informerades deltagaren om att alla inspelningar raderas efter att studien är färdigställd eftersom forskningsändamålet då är uppfyllt. Etiska ställningstaganden tillämpades för att bibehålla kvaliteten och trovärdigheten i studien och framförallt för att undvika att intervjupersonerna tog skada (Bryman 2018, s. 171).

3.4 Analysmetod av empirin

Efter att intervjuerna var genomförda transkriberades alla inspelningar och därefter utfördes en *tematisk analys* av materialet, inklusive de valda dokumenten. Det innebar aktivt sökande av teman i intervjuerna och dokumenten som var kopplade till studiens syfte (Bryman, 2018, s. 702-703). I studien genomfördes tematiseringen med hjälp av färgkoder för att underlätta sorteringen av materialet. Med hjälp av sortering och reducering kan insamlat material bearbetas (Rennstam & Wästerfors, 2015, s. 69). Materialet kodades därför in i fyra olika teman: effektivitet, legitimitet, ekonomisk fördel och/eller nackdel och kundrelation fördel och/eller nackdel. Återkommande innehåll i empirin kan bilda ett tema och sortering ger därför möjlighet att få grepp om materialet för att senare kunna sätta in det i ett sammanhang (Rennstam & Wästerfors, 2015, s. 75, 82). Därav valdes ovanstående teman ut eftersom de var återkommande i både intervjuer och dokument. I steget efter reducerades materialet genom att i varje enskilt tema söka efter citat och nyckelord som ansågs relevanta för att tillgodose studiens syfte. Reduceringen användes för att besvara representationsproblemet, vilket betyder att allt insamlat material inte kan återges i studien (Rennstam & Wästerfors, 2015, s. 103). Det innebar att vissa tidigare valda teman reducerades i takt med att ny information gavs eftersom dessa inte längre ansågs relevanta i relation till studiens slutliga syfte. Det insamlade materialet applicerades sedan på empirin vid analys och diskussion.

3.5 Begränsningar och kritisk reflektion

I den mån som varit möjlig har vetenskapliga artiklar och rapporter använts som underlag för tidigare forskning. Dock har även debattartiklar och rapporter skrivna av både oberoende och beroende organisationer samt dokument från branschorganisationer inom detaljhandeln tillämpats med argumentet för att befintlig forskning inom fältet är begränsad. Det bedöms finnas få vetenskapliga artiklar inom området eftersom implementeringen av lag om skatt på plastbärkassar infördes endast för ett år sedan i Sverige. Därav går det i dagsläget endast att utvärdera spekulationer och inställningar från de som påverkats.

Användningen av branschorganisationers ståndpunkter (t.ex. Svensk Handel) i problemdiskussionen ansågs som relevant för att introducera läsaren till ämnet och för att skapa förståelse om situationen och samhällsdebatten. I den teoretiska delen har användningen av dessa typer av dokument begränsats i den mån som varit möjlig, men

eftersom forskningen berör regleringar och lagar tillämpades ibland information som är publicerad av svenska myndigheter eller organisationer, exempelvis remissvar och konsekvensanalyser. De debattartiklarna som tillämpats är skrivna av bransch-kunniga och experter och ansågs därav legitima. Användningen av debattartiklar, remissvar och konsekvensanalyser skrivna av bransch-kunniga i den analytiska delen av uppsatsen är en del av dokumentanalysen. Vi är medvetna om att debattartiklar inte bär samma tyngd och tillförlitlighet som vetenskapliga artiklar och rapporter och har därför genom hela studien försökt att se på materialet så objektivt som möjligt för att inte skada studiens tillförlitlighet.

Ytterligare begränsningar som framkommit under studiens gång är att tiden varit knapp. Det har därför bedömts som en svårighet att hinna etablera kontakt med sakkunniga och experter inom området. Å ena sidan har de intervjuer som genomförts främst bestått av personer som arbetar på "golvet" i butiker och därav har deras kunskap om ämnet varit i varierande grad. Å andra sidan söker vi inte efter svar som går att generalisera utan efterfrågar åsikter och inställningar, vilket alla inom branschen i någon form besitter. Vidare bedöms dokumentanalysen bidra med åsikter från flera nivåer i branschen som gör att människor med olika kunskap i området får komma till tals i undersökningen vilket kan anses öka tillförlitligheten.

Avslutningsvis är det viktigt att nämna att regleringar i form av skatter är en politisk fråga som det finns begränsad objektivitet inom. Inställningen till skatt är en komplex fråga och baseras ofta på fler faktorer än vad som är möjligt att avhandla i denna uppsats.

Respondenternas inställning och uppfattning kan på så sätt vara en spegling av hur de ställer sig politiskt. Däremot är det just inställningen vi ämnar att undersöka, men utfallet hade eventuellt sett annorlunda ut om politiska faktorer inte spelade in både vid intervjuer och dokumentanalys. HUI Research (Handelns Utredningsinstitut) är ett oberoende researchorgan som tittar på effekten av olika regleringar som detaljhandlare ställs inför. Deras uppgift är att vara objektiva och icke politiskt bundna. Vid intervju med en av HUI:s detaljhandelsanalytiker var detta en begränsning, då han var noga med att han representerade en organisation och inte ville ge personliga åsikter/reflektioner.

4. Resultat och analys

Följande del ämnar att analysera den insamlade empirin i relation till den tidigare presenterade forskningen. För att göra det lättare för läsaren kommer analysen att följa samma struktur som teoriavsnittet och ta avstamp från frågeställningarna. För att besvara frågeställningarna "Hur är detaljhandelsbranschens inställning till skatt på plastbärkassar ett år efter implementeringen av lagen?" och "Vilka argument används av detaljhandelsbranschen, för- och emot beskattningen på plastbärkassar, ett år efter implementeringen av lagen?", kommer personer inom detaljhandelsbranschens inställningar till och åsikter om nyckelbegreppen effektivitet, legitimitet, möjligheter och utmaningar med miljöbeskattning att utredas och analyseras. I analysen används citat från intervjupersoner och uttalanden hämtade från dokumentalaysen för att exemplifiera olika inställningar till och argument för- och emot skatt på plastbärkassar.

4.1 Detaljhandelsbranschens inställning till plastskatt

I syfte att besvara den första frågeställningen följer en analys av den insamlade empirin rörande effektivitet och legitimitet kopplat till beskattningen på plastbärkassar eftersom tidigare forskning visar att just dessa faktorer är avgörande för individens inställning till en specifik beskattning.

4.1.1 Effektivitet kopplat till plastpåseskatt

I analysen av dokument och intervjuer framkommer en kritisk inställning till skatt på plastbärkassar eftersom skatten inte anses ha motverkat det tilltänkta syftet, dvs. att minska konsumtionen av plast. Ett exempel på den kritiska inställningen är från en debattartikel ur Svenska Dagbladet där Wennblad (2021) hävdar att skatten på plastbärkassar eventuellt har motverkat vad regeringens förhoppning om utfall skulle vara. Med den lagreglering som gjordes 1 maj 2020 anser ledarskribenten att plastkonsumtionen inte hämmats - utan bara förflyttat sig. Skatten läggs endast på bärkassar avsedda att packa och bära varor och en uppföljning av plastpåsekonsumtionen 2020 visar att försäljningsvolymen av avfallspåsar på rulle har fördubblats (Wennblad 2021). Intervjupersonerna har även lagt märke till denna förändring:

“Utmaningar är att ersättningsartiklar som avfallspåsar har ökat i försäljning. Tyvärr är dessa oftast inte lika bra utifrån ett hållbarhetsperspektiv där de flesta aktörer på

den svenska marknaden har gått över till förnybar eller återvunnen råvara...”

(Intervjuperson 5, personlig kommunikation 23-04-2021)

Branschen upplever skatten på plastbärkassar som ineffektiv eftersom konsumtionen endast förflyttats till substitut och inte motverkat det faktiska problemet med plastkonsumtion. Liknande kritik framkommer i en analyserad debattartikel, där de konstaterar att import av fossilbaserade avfallspåsar från Kina ökat markant eftersom de inte omfattas av plastskatten som de fossilfria avfallspåsarna gör (Fredling, 2021). Tidigare forskning hävdar att om en skatt upplevs som ineffektiv kan det bero på att den endast minskar men inte angriper det faktiska miljöproblemet (Jagers & Hammar 2009, s. 221). Det tilltänkta syftet med skatten på plastbärkassar är att minska användningen av mikroplaster, som både är svårt att bryta ner i kombination med att de hamnar i naturen och förstör det ekologiska livet. Enligt tidigare forskning är det även av vikt att se till att den beskattade produkten inte går att substituera med något annat, eftersom konsumenten då endast substituerar produkten med en produkt som inte är skattepliktig men besitter samma eller högre miljöpåverkan (OECD, 2005). Även branschen bekräftar att de lagt resurser på att ta fram platsbärkassar som delvis är förnybara, men samtidigt säljer färre av dessa och fler av avfallspåsar producerade i just Kina (Intervjuperson 2).

Eftersom försäljningen av avfallspåsar ökat upplever detaljhandelsbranschen att träffsäkerheten är bristande. Vidare framkommer det i analysen av dokument att även Svenskt Näringsliv belyser problematiken med miljöskatters träffsäkerhet där Lönn och Fleming (2018, s. 1) menar att innan en miljöskatt införs bör en granskning ske för att säkerställa att styrmedlet är det mest ändamålsenliga för att angripa miljöproblemet. Risker finns annars att en miljöskatt leder till ett kontraproduktivt och ineffektivt utfall (ibid.). Nevander² menar att den generella problematiken med miljöbeskattning ofta är att det saknas tillräcklig kunskap för att korrigera det som man som lagstiftare ibland sätter fram som ett marknadsmisslyckande eller ett snedvridande av effektiviteten. Vidare menar Nevander (personlig kommunikation, 05-05-2021) att det finns generellt sett mycket arbete inom detaljhandeln när det gäller hållbarhet och att högre instanser ibland kan vara dåliga på att ta tillvara på de initiativen, då de flesta företag och konsumenterna vill göra gott. Även Nikkarinen (2019) debatterar för att handeln tagit till en rad träffsäkra insatser under de senaste åren som

² Ola Nevander, detaljhandelsanalytiker på HUI Research, personlig kommunikation 05-05-2021

exempelvis lett till att konsumtionen av plastbärkassar minskat med tolv påsar per person från år 2018 till år 2019. Dock pekar tidigare forskning av Millers (2012, s. 54) på att skatt på plastbärkassar är den mest effektiva lösningen sett till ekonomiska, sociala och miljömässiga aspekter.

I analys av dokument från The Danish Environmental Protection Agency (2018) framkommer det att plastbärkassar har överlägset lägst miljöpåverkan sett till samtliga miljöindikatorer vilket beror på att papperskassar, tygkassar och avfallspåsar måste användas betydligt fler gånger för att väga upp för dess miljöpåverkan. Det går på så sätt att ifrågasätta om det är plastbärkassar som faktiskt borde beskattas. Nevander (personlig kommunikation, 05-05-2021) menar att man måste precisera om det är en fråga om fiskala syften eller miljöarbete och beakta det i en större bild. I samhällsdebatten bidrar Lund (2021) med information om hur regeringen förväntade sig att skatten skulle generera 2,1 miljarder kronor till statskassan 2020, intäkterna blev dock endast 174 miljoner kronor. Vidare måste man även göra en avvägning om miljönyttan faktiskt ökar när folk substituerar mot, i det här fallet, andra typer av kassar (Nevander, personlig kommunikation, 05-05-2021). Empirin visar att branschen anser att miljönyttan med skatt på plastbärkassar kan ifrågasättas, likväl som det kan ifrågasättas att skatten i de facto inte genererat den intäkt som staten förväntade sig.

Även om tidigare presenterad empiri tyder på att detaljhandelsbranschen är kritisk till skattens effektivitet, svarar samtliga intervjupersoner att de inte tror att det finns ett effektivare sätt att dra ner på användningen av plastbärkassar. En anledning till att intervjupersonerna inte kommer på ett bättre alternativ kan förklaras av vad tidigare forskning konstaterat. Jagers och Hammar (2009, s. 54) pekar på att inställningen till andra politiska incitament är sämre än till miljöskatter. Samtidigt upplever Intervjuperson 1 att det finns effektivare sätt att få bukt på miljöförstöringen som är orsakad av plast:

“Jag tror på pant på plasten. Om man kunde bevisa att man lämnat in en säck med plast som vägdes och att man fick tillbaka efter det. Någon morot skulle underlätta för att få plasten på rätt ställe.” (Intervjuperson 1, personlig kommunikation, 20-04-2021)

Pant på plast skulle kunna vara ett effektivt sätt att dra ner på miljöförstöringen beroende på pantens storlek, då syftet med skatten som tidigare nämnt är att bland annat minska

mikroplaster i naturen. Enligt SCB (2021) så gick enbart 49% av plast som material till återvinning 2019 (PET-flaskor ej inkluderat). Samtidigt återvanns 84% av PET-flaskor med pant. På så sätt kan pant på plast vara en effektiv åtgärd för att nå syftet som skatten sägs försöka uppnå, dvs. att minska mängden mikroplaster i naturen.

Vad som framkommit i samhällsdebatten är att de svenska plastpåsarna inte står sig skyldiga för nedskräpning i haven (Hedenström & Nikkarinen, 2019) trots att Xanthos och Walker (2017, s. 18) menar att en av de främsta nackdelarna med användningen av plastpås är att de förstör det marina livet. Kritiken mot svenska plastbäckassar i haven påträffas även i intervjupersonernas svar:

“Jag tror inte att det [beskattningen] påverkar... Som det verkar så kommer ju inte plasten i haven från oss. Vi är så små jämfört med andra länder. Men om ett land börjar tänka på det så kanske andra följer efter.” (Intervjuperson 3, personlig kommunikation 23-04-2021)

Samtliga intervjupersoner ställer sig kritiska till om plastskatten på ett effektivt sätt motverkar problematiken kring plast i havet. Å andra sidan finns möjligheten om andra länder, som står för en mer omfattande nedskräpning av haven, tar efter. På så sätt kan det resultera i en snöbollseffekt. Nevander (personlig kommunikation, 05-05-2021) menar dock att man måste göra en avvägning när man tar in nationella lagstiftningar för detaljhandlare. Det finns redan gemensamma regleringar inom EU för miljöskatt och att det i många fall kan vara där man behöver skapa styrmedel, då nationella regleringar kan riskera sidoeffekter som blir komplexa och svåra när konsumtion förflyttas på en öppen marknad (ibid.).

Ett argument emot effektiviteten av beskattning på plastbäckassar är att de administrativa och sociala kostnaderna överstiger den faktiska nyttan som miljöskatten tillför, dvs. att sidoeffekterna blir för omfattande. Nagy (2013) menar att en minskning av de administrativa kostnaderna skulle kunna uppnås genom att inkludera miljöskatt i skatter av en mer betydande karaktär, som exempelvis inkomstskatten. Däremot ställer sig branschen kritisk till om det är en rättfärdigad lösning. Nevander (personlig kommunikation, 05-05-2021) menar att skatt på plastbäckassar är ett enkelt sätt att driva in skatt på eftersom människor har få invändningar mot just miljöskatter, medans en höjning av inkomstskatten troligtvis skulle möta större motstånd.

4.1.2 Legitimitet kopplat till plastpåseskatt

För att en skatt ska anses legitim är det som tidigare nämnt tre faktorer som spelar roll för människors upplevelse av och inställning till en specifik beskattning (rättvisa, enkelhet och mål om gemensam välfärd). Olika skatter kan på så sätt ha olika hög legitimitet (Nordblom, 2008).

Gällande rättvisa indikerar samtliga intervjupersoners svar på att de upplever plastskatten som horisontellt effektiv, alltså rättvis i den mening att alla detaljhandlare beskattas enligt samma skattesats. Ordval som “dra alla över samma kam” är ett återkommande svar:

“(…) Det är samma för alla verksamheter. Spelar ingen roll om det är mat eller klädbutiker, det är bra att de [regeringen] dragit alla över samma kam.”

(Intervjuperson 1, personlig kommunikation 20-04-2021)

Däremot uppfattas beskattningen inte som rättvis av branschen i den bemärkelsen att skatten är odifferentierad, alltså att alla påsar beskattas lika oavsett plastmaterial eller framtagningsslag. Tidigare forskning visar att det är ovanligt att punktskatta produkter inom samma produktgrupp olika (Nagy, 2013). Ibland är det dock en nödvändig åtgärd eftersom mängden utsläpp skiljer sig mellan produkter i samma produktgrupp (ibid.). I empirin framkommer liknande kritik där bland annat Svensk Handel ställer sig kritiska till att skatten inte är differentierad oavsett plastmaterial eller framtagningsslag (Nikkarién, 2020). Författaren menar att man genom den odifferentierade skatten motarbetar de detaljhandlare som redan ställt om till förnybart material på de plastbärkassar som säljs (ibid.). Även Nevander (personlig kommunikation, 05-05-2021) menar att vissa delar av detaljhandelsbranschen är kritiska:

“Jag tycker att det verkar vara ett ganska genomgående problem i den här typen av åtgärder (...) man styr inte riktigt åt det hållet som kanske vore mest optimalt om man vill fasa ut de mest sämsta materialen. Det har ju iallafall varit en invändning från vissa delar av branschen att man styr fel helt enkelt och man drar alla material över en kam.” (Nevander, personlig kommunikation, 05-05-2021)

I det tidigare nämnda citatet framkommer även att enkelheten (dvs. att alla plastmaterial beskattas enligt samma skattesats) i plastbärkassens fall kan upplevas som kontraproduktiv. Tidigare forskning visar att rättvisa och enkelhet är nära sammankopplat med beskattningens legitimitet (Nordblom, 2008). Däremot visar empirin att enkelhet ökar legitimiteten när det gäller *vem* som beskattas, men detsamma gäller inte för *vilka plastbärkassar* som beskattas. Intervjuperson 1 menar att kritiken om den odifferentierade skatten går att undkomma genom att förbjuda den traditionella kassen som inte är gjord i förnybart material. Genom ett förbud kan den komplexitet som uppstår av en allt för stor differentiering eventuellt undvikas, vilket skulle leda till enkelhet och därmed kan legitimitet uppstå. Även Nevander betonar vikten av enkelhet:

“Sen är det ju också en avvägning för lagstiftaren hur pass komplex man kan göra en reglering för att se till att det blir en enkelhet och en regelefterlevnad, så att man inte lägger på företagen onödig administration åt andra hållet så att säga, att man har hur mycket differentiering som helst. ... Lagstiftaren har sällan information om de optimala avvägningarna men jag tror nog att en differentiering är viktig att göra oavsett åtgärd, om skillnaderna är betydande.” (Nevander, personlig kommunikation, 05-05-2021)

Nevander ställer sig på så sätt positiv till en differentiering av plastbärkassar med olika material, om skillnaderna är betydande, men tycks samtidigt förstå komplexiteten i att beskatta produkter inom samma produktgrupp olika. Empirin visar alltså att det finns en förståelse inom branschen att ett allt för komplext skattesystem ökar den administrativa bördan för företag. Branschens resonemang stämmer överens med tidigare forskning om legitim beskattning då Nordblom (2008) betonar att ett enkelt skattesystem leder till att tidsåtgången för administrativt arbete kopplat till skatt minskar. Således skulle anledningen till att plastskatten är odifferentierad kunna förklaras av att det ökar enkelheten.

I intervjuerna framkommer skillnader i hur detaljhandlare resonerar om det bakomliggande syftet till införandet av lagen om beskattning på plastbärkassar, som är att minska mängden mikroplast som hamnar i naturen. På frågan om vad syftet med beskattningen på plastbärkassar är svarar Intervjuperson 1:

“Plastskatten kom för att det är så mycket plast, i allting. När du sopsorterar hemma inser man att det är extremt mycket plast. Går du på stränderna är det plast överallt. Det är svärnedbrudet också.” (Intervjuperson 1, personlig kommunikation 20-04-2021)

Ovanstående citat indikerar att Intervjuperson 1 förstår syftet med beskattningen. Samtidigt har Intervjuperson 3 ingen tydlig förklaring av syftet men bekräftar ändå att hen är positivt inställd i följande citat:

“Vad kommer det [plastskatten] göra för skillnad? Och jag vet fortfarande inte om det har blivit någon skillnad på nationell nivå. Jag har inte varit emot det. Det är något man accepterar bara.” (Intervjuperson 3, personlig kommunikation, 23-04-2021)

Ovanstående citat indikerar att intervjupersonen inte förstår syftet med införandet av plastskatten, men är trots det inte är emot införandet av lagen. I tidigare forskning av Nordblom (2008) och Hammar, Jagers och Nordblom (2008) konstateras att en skatt anses legitim när individen förstår syftet med beskattningen och när individen upplever att skatten bidrar till en positiv samhällsförändring. I motsats till tidigare forskning är Intervjuperson 3 inte negativ till beskattningen trots att hen inte kan se att det skulle bidra till en positiv samhällsförändring. Intervjupersonens inställning skulle kunna förklaras av införandet av informationsplikt om plastbärkassar 2017. Det är en möjlig förklaring eftersom tidigare forskning visar att medvetenhets-kampanjer kan öka förtroendet för miljöskatter samt göra implementeringen av skatt smidigare (Muposhi, Mpinganjira & Wait, 2021, s. 6). Genom att informera medborgare som grund för konsumtionsval underlättas implementeringen av lagar om miljöbeskattning (Soneryd & Ugglå, 2011, s. 70, 77-78). I och med detta kan det tänkas att miljömedvetenheten hos befolkningen ökade vilket bidragit till att inställningen bland detaljhandlare i viss mån ändå upplevs positiv.

För att en skatt ska anses legitim krävs ett tydligt informationsflöde för att individen ska förstå syftet med beskattningen och för att minska risken för missuppfattningar (Nordblom, 2008). Empirin visar att informationsflödet från myndigheter upplevts som bristande. Intervjuperson 1 belyser detta i nedanstående citat:

“Inte mycket informationsblad eller direkta mail eller något. vi har ändå varit involverade i det där men det kom inte mycket information från myndigheterna. “Det

skulle införas” det var ungefär det vi fick reda på. Hade kunnat vara mer utförligt, att såhär är det och så här ska du göra. Mer matnyttigt att läsa.” (Intervjuperson 1, personlig kommunikation 20-04-2021)

Samtidigt visar empirin att informationen kom från annat håll än myndigheter. Intervjuperson 3 uttrycker att informationen om plastskatten och vad det skulle innebära framgick genom sociala medier och nyhetskanaler. Empirin visar likt tidigare forskning att de som besitter information från flera olika källor ofta är mer positivt inställda till beskattningen jämfört med de som besitter information från färre källor (Hammar, Jagers & Nordblom, 2008). Empirin tyder på att information från nyhetskanaler har lett till ökad legitimitet för beskattningen, jämfört med informationen från myndigheter som ansågs knapphändig.

4.2 Möjligheter och utmaningar med miljöbeskattning på plastbärkassar

Som tidigare nämnt finns det en rad olika regleringar och skatter som detaljhandelsbranschen behöver förhålla sig till (Miljödepartementet, 2005 & Skatteverket u. å.). Nevander (personlig kommunikation, 05-05-2021) förklarar att HUI under senare år har gjort utredningar på många regleringar av branschen:

“Ett sådant exempel är kemikalieskatter, punktskatter på till exempel elektronikvaror, kläder, skor... Dessa har varit en ganska viktig skatt för detaljhandeln de senaste åren som har varit mycket på tapeten. Även skatt på olika engångsplastartiklar som drabbar bland annat dagligvaruhandeln.” (O. Nevander HUI Research, personlig kommunikation, 05-05-2021)

Med anledning av att punktskatter på olika sätt påverkar detaljhandeln följer en analys av den insamlade empirin i förhållande till den positiva och negativa påverkan som beskattning på plastbärkassar har haft på detaljhandelsbranschen. Analysen görs i syfte att söka efter de möjligheter och utmaningar som detaljhandelsbranschen upplevt med beskattningen ett år efter implementeringen av lagen.

4.2.1 Möjligheter

Samtliga respondenter har bevitnat en markant minskad försäljning av plastbärkassar sedan skatten implementerades för ett år sedan:

“Däremot har vi nästan halverat försäljning på plastpåsar sen skatten kom... Nu säljer vi mest pappåsar faktiskt, om vi säljer någon påse alls.” (Intervjuperson 1, personlig kommunikation 20-04-2021)

Även empiri i form av dokument visar liknande resultat. Olin (2020) bekräftar att redan två månader efter att skatten implementerades hade försäljningen av plastbärkassar mer än halverats. I branschtidningen Ehandel skriver Lund (2021) i februari 2021 att försäljningen av plastbärkassar minskat med mellan 65-75% jämförelsevis med tidigare år, vilket eventuellt indikerar på att beteendeförändringen kan fortsätta långsiktigt. Resultatet överensstämmer inte med tidigare forskning som visar att en punktskatt på plastbärkassar inte är en justering som genererar långsiktiga beteendeförändringar hos konsumenten eftersom plastbärkassar inte utgör en betydande kostnad för dem (Muposhi, Mpinganjira & Wait, 2021). I och med att resultatet av empirin tyder på en minskad försäljning så går det att diskutera om det faktiskt skett långsiktiga beteendeförändringar.

I och med att skatten på plastbärkassar har resulterat i minskad försäljning av dessa har butiker sökt nya vägar för att jämna ut inkomstförlusten. Miljöskatter bidrar generellt till att företag tvingas till innovation för att bibehålla konkurrenskraft (OECD, 2012; Luckin, 2000). I intervjuerna framkommer att butiker funnit nya vägar för att fortsätta sälja kassar. Intervjuperson 2 menar att ledningen på företaget har infört säljtävlingar med fokus på flergångskassar för att sälja mer miljövänliga kassar:

“Den kommande delen är att vi ska försöka sälja så många flergångskassar som möjligt. Det är nästa mål. Det handlar ju om att exponera och lyfta fram påsarna. Men det finns en plan från ledningens sida. Det kommer nog våra leverantörer känna av.” (Intervjuperson 2, personlig kommunikation 22-04-2021)

Miljövänliga flergångskassar har ett pris på ca 25 kr med högre vinstmarginal. Vidare förklarar intervjupersonen att det gjorts förändringar i vilka kassar som exponeras för kund,

där flergångskassar lyfts fram mer i jämförelse med plastbärkassen. Det nya sättet butiker exponerar kan vara en konsekvens av den förlorade intäkten på plastbärkassar där de istället förändrat försäljningsfokus till de kassar med högst vinstmarginal. Samtidigt menar dock Finansdepartementet (2019, s. 37) att flergångskassar måste användas betydligt fler gånger än en plastbärkasse för att väga upp sin miljöpåverkan. Empirin visar alltså att de mest miljövänliga plastbärkassarna som företagen tidigare investerat i exponeras mindre och de kassar med högst vinstmarginal, men kanske inte mest miljönytta, exponeras mer.

I intervjuerna framkommer det att detaljhandlarna strategiskt väntat med prishöjningen av plastbärkassar för att undvika att skada relationen med kund. Intervjuperson 3 berättar att företaget hen arbetar på höjde priset ganska långt efter att skatten implementerades vilket resulterade i ett positivt bemötande från kunder. Inte enbart för att de var en av få butiker som fortfarande erbjöd billiga plastpåsar, utan även för att när de väl höjde priserna hade kunderna redan vant sig. Likt tidigare forskning (Muposhi, Mpinganjira & Wait, 2021, s. 3) visar det sig att konsumenter vänjer sig vid höjningar av produkter med låg priselasticitet. Empirin visar att genom att vänta med höjningen av plastbärkassar kunde butiker invänta att konsumenten blivit van med omställningen och därmed undvika att skulden föll på specifikt deras butik:

“Än så länge har inte vi eller våra kunder påverkats så mycket. Innan beskattningen köpte vi på oss ett stort lager av till exempel platspåsar, engångsbestick och liknande varor som vi säljer till samma pris som tidigare. När dessa lager sedan kommer att ta slut så behöver vi titta på andra lösningar. Så målet med bunkringen har varit att skjuta förändringarna/beskattningarna på framtiden samt att få en konkurrensfördel mot andra butiker.” (Intervjuperson 4, personlig kommunikation 23-04-2021)

Intervjuperson 4 bekräftar att de “bunkrade” innan skatten infördes för att undvika beskattningen samt skapa sig konkurrensfördelar gentemot konkurrenter. Grönroos (2015, s. 52) betonar att företagare ska undvika alla typer av irritationsmoment för kunden. Därmed blev “bunkringen” och att strategiskt vänta med prishöjningen ett effektivt sätt för detaljhandlare att fortsätta leverera en plastbärkasse till ett lågt pris. Strategierna från detaljhandlarna resulterade i att kunden var fortsatt nöjd och att relationen mellan företag och kund inte tog skada.

4.2.2 Utmaningar

På frågan om hur branschen har påverkats ekonomiskt är det vissa aspekter som det yttras olika åsikter om. Intervjuperson 1 menar att kassarna inte har kostat deras verksamhet någonting då de endast har lagt på den kostnaden till slutkonsument. Däremot kunde de tidigare tjäna pengar på kassarna, vilket inte är möjligt idag då priset hade blivit för markant för slutkund. Intervjuperson 4 menar även på att deras verksamhet inte har påverkats överhuvudtaget:

“Ekonomiskt har det inte ändrats något på grund av att vi fortfarande har ett stort lager kvar. Skatten ligger dessutom inbakad i inköspriset på produkterna.”

(Intervjuperson 4, personlig kommunikation 23-04-2021)

Nevander (personlig kommunikation, 05-05-2021) menar dock att det uppstår en administrativ kostnad när man hanterar extra skatt genom hantering av administrativa system, deklarationer etc. Trots att producenterna är de skattepliktiga så är många av storspelarna på marknaden (exempelvis ICA) både ett partihandelsbolag och ett detaljhandelsbolag där de äger hela värdekedjan. På så sätt är de både producenter, leverantörer och distributörer av varorna vilket gör att kostnaden ändå uppstår någonstans i ledet, trots att de som exempelvis arbetar i butik inte märker av dem. Vidare menar Nevander (personlig kommunikation, 05-05-2021) att bolag ofta besitter en budget för hållbarhetsarbete. Risken vid dessa administrationskostnader är att de tas från hållbarhetsbudgeten, som eventuellt hade kunnat användas för effektivare åtgärder för miljön. På så sätt krävs det att lagstiftaren besitter information som kan vara svår att få fram för att ta beslut som inte träffar fel eller blir kostnadsdrivande för både konsument och för företag (ibid.).

Som tidigare nämnt har många bolag inom detaljhandelsbranschen lagt ner resurser på att ta fram kassar som är bättre för miljön (Nikkarinen, 2019). Eftersom alla plastbärkassar beskattas lika, oavsett vilken typ av plast de är gjorda av, har det inte enbart inneburit att konsumenter köper mer avfallspåsar istället, utan även att miljövänliga påsar inte premieras. Nevander (personlig kommunikation, 05-05-2021) menar att det har varit invändningar från vissa delar av branschen som tycker att man styr åt fel håll när man drar alla plastmaterial över en kam. Nygren (2021) bidrar till debatten genom att visa upp svenska företaget Gaia som har utvecklat påsar som är nedbrytningsbara och kan användas upp till 50 gånger. Påsen

är gjord av det egenutvecklade materialet Biodolomer och har finansierats av bland annat EU:s miljöprogram (ibid.). Trots att påsen klassificeras som en flergångskasse beslutade skatterättsnämnden att påsen ska beskattas eftersom den till utseenden inte skiljer sig från "typiska plastbärkassar" (Nygren, 2021). Det kapital som lagts på att ta fram förnybara kassar för miljön har alltså blivit en dålig investering istället för något som belönas. De intervjupersoner som arbetar på större kedjor bekräftar att de säljer miljövänligare plastbärkassar, men tycker att det är tråkigt att de inte får skattelättnader på dessa:

"Miljöskatten ska väl leda till något positivt i slutändan. Ju mer miljöanpassade produkter man har ju mindre skatt ska man behöva betala för miljön." (Intervjuperson 2, personlig kommunikation 22-04-2021)

Tidigare forskning visar att ett vanligt motargument från branschen till beskattning av plastbärkassar är att handlaren är rädd att kunden ska uppleva att priset på kassen höjs i vinstsyfte (Convery, McDonnell & Ferreira, 2007, s. 6). I empirin framkom det att intervjupersoner som arbetar i butik har upplevt att de fått kritik från kunder som haft en negativ inställning till prishöjningen av plastbärkassar. Detaljhandlarna upplever att kritiken från konsumenterna grundar sig i att kunden inte förstår att beslutet om skatt på plastbärkassar kommer från högre instanser:

"... Men man har ju fått höra "oj vad dyra priser ni har"." (Intervjuperson 3, personlig kommunikation 23-04-2021)

"... Det var flera som kritiserade och sa "hur ska jag få hem frukten från butiken då?". Men det är ju inte kassörskans fel att det är såhär. Folk måste alltid hitta en syndabock." (Intervjuperson 1, personlig kommunikation 20-04-2021)

Vad som framkommit är dock att beskattningen på andra vis påverkat relationen mellan detaljhandelsbranschen och konsumenter. Intervjuperson 1 menar att de tidigare använt sina plastbärkassar i marknadsföringssyfte men att de slutat med det sen "de började prata om miljön". Att kassen tidigare varit en marknadsföringskanal är något som bekräftas av tidigare forskning (Singh & Cooper, 2017, s. 683). I och med att försäljningen av plastbärkassar minskat med drygt hälften innebär det alltså att butikernas möjlighet att marknadsföra sig genom plastbärkassar minskat. Däremot visar empirin att försäljningen av andra kassar ökat, som bland annat papperskassar och flergångskassar, som också besitter företagets logga, ökat

(Pettersson, 2021). Den ökade försäljningen av flergångskassar kan också leda till att konsumenten tar med sig kassen även när hen handlar hos konkurrenten.

5. Slutdiskussion

Syftet med studien var att undersöka detaljhandelsbranschens inställning till lagen om skatt på plastbärkassar som implementerades i maj 2020. Genom analys av empiri i relation till tidigare forskning och teori kan därmed studiens två frågeställningar besvaras.

5.1 Frågeställning 1

Hur är detaljhandelsbranschens inställning till skatt på plastbärkassar, ett år efter implementeringen av lagen?

Huvudsakliga faktorer som påverkar detaljhandelsbranschens inställning till skatt på plastbärkassar - ett år efter implementeringen av lagen	
POSITIV INSTÄLLNING	NEGATIV INSTÄLLNING
<ul style="list-style-type: none">● Positiva till punktskatt i jämförelse med andra alternativ● Positiva till att alla detaljhandlare beskattas enligt samma skattesats● Positiva till att andra länder kan ta efter● Positiva till att den administrativa bördan minskar pga att skatten är odifferentierad● Positiva tack vare informationsflöde från nyhetskanaler	<ul style="list-style-type: none">● Kritiska till att konsumtion förflyttats till substitut av plastbärkassar● Kritiska till att alla plastbärkassar beskattas enligt samma skattesats● Kritiska till skattens träffsäkerhet

Tabell 1. Huvudsakliga faktorer som påverkar detaljhandelsbranschens inställning till skatt på plastbärkassar - ett år efter implementeringen av lagen.

I följande del diskuteras de identifierade faktorerna från Tabell 1. På frågan om hur effektiv beskattningen på plastbärkassar upplevs av branschen så finns det en underliggande negativ inställning till den ökade försäljningen av substitut till plastbärkassar. Under de senaste året har branschen bevittnat en minskad mängd sålda plastbärkassar men en markant ökning av försäljning av avfallspåsar som inte beskattas enligt förordningen 2020:33. Negativiteten från

branschen grundar sig i att de plastbärkassar som faktiskt beskattas anses bättre ur miljösynpunkt i jämförelse med de kassar som inte beskattas. Det som framkommit är på så sätt att konsumtionen av plastpåsar inte har minskat, endast förflyttats från plastbärkassar tillverkade av förnybart material till avfallspåsar tillverkade av fossila bränslen.

Å andra sidan verkar de intervjuade inte anse att det finns något bättre sätt att få bukt med konsumtionen av plastbärkassar. En allt för komplex beskattning (om man inte skulle dra alla kassar över samma kam) kan leda till ineffektivitet i form av ökade administrationskostnader och sämre regel efterlevnad. Förslag från Intervjuperson 1 var dock att man istället bör fokusera på avfallet och att det tas hand om på rätt sätt istället för att hämma konsumtionen. Om syftet nu är att skapa bättre förhållanden för miljön så upplever branschen alltså att skatten inte är effektiv. Politiker har uttryckt att de förväntar sig dra in 2,1 miljarder kronor på skatten, vilket gör att man misstänker att skatten även har fiskala syften. Eftersom konsumtionen av de beskattningens liknande plastbärkassarna minskat med 75% går det att ifrågasätta om skatten varit effektiv även ur fiskal synpunkt. Detta berör dock inte denna studie, men vore intressant att undersöka vidare.

Branschens inställning till beskattningens legitimitet har visat sig vara positiv. Den positiva inställningen beror på en rad olika faktorer som berör effektivitet och legitimitet i relation till varandra. Positiviteten skulle kunna förklaras av att det finns en övergripande förståelse inom branschen av att en differentiering av plastbärkassar i olika material minskar enkelheten och ökar den administrativa kostnaden. Det finns alltså en förståelse inom branschen att en mindre butik inte drabbas av den administrativa kostnaden eftersom skatten ligger inbakad i inköpspriset, både för detaljhandlaren och konsumenten. Dock finns invändningar från branschen att de som drabbas hårdast är större företag som äger flera led av värdekedjan och eventuellt också är tillverkare av plastbärkassar. Den administrativa kostnaden uppstår alltid någonstans i ledet och påverkar på så vis även detaljhandlaren.

Det finns även skillnader i hur god förståelse branschen har om syftet med beskattningen på plastbärkassar. De intervjuade personer som inte upplevs förstå syftet med beskattningen men ändå ställer sig positiv till den, kan ha påverkats av den informationsplikt som infördes om plastbärkassar 2017. Utöver informationsplikten har myndigheternas informationsflöde om beskattningen på plastbärkassar varit låg. Trots att informationen varit begränsad så har större delen av respondenterna en förförståelse och inblick i miljöförstöring, där de menar att

informationen ofta kommer från mediaflöden. Med deras förförståelse om miljöförstöring anser de på så sätt att beskattningen är legitim, trots att förståelse för syftet med miljöbeskattningen skiljer sig. Sambandet mellan rättvisa och enkelhet kan dock i vissa fall tolkas som begränsad.

Vid svar på frågeställningen så är detaljhandelsbranschens inställning till skatt på plastbärkassar ett år efter implementering av skatten delad. Studien visar att de flesta respondenterna upplever en problematik med effektiviteten på skatten. Däremot har de inga bättre förslag på hur man ska hantera den negativa inverkan plastbärkassarna har på miljön mer än att fokusera på avfallet istället. Deras inställning till att försäljningen av plastbärkassar minskat är positiv. Däremot uttrycker de att försäljningen av sämre alternativ har ökat vilket skapar skepsism. Effektivitet går ofta hand i hand med legitimitet. Trots att empirin visar på att effektiviteten anses begränsad så ställer sig intervjupersonerna positiva till skattens legitimitet. De flesta menar att man måste börja någonstans trots att de inte tror att skatten får bukt på det faktiska miljöproblemet. På så sätt är deras inställning till skatten att den kan generera positiva resultat för miljön i längden.

5.2 Frågeställning 2

Vilka argument används av detaljhandelsbranschen, för- och emot beskattningen på plastbärkassar, ett år efter implementeringen av lagen?

Detaljhandelsbranschen är en reglerad marknad med en mängd regleringar som branschen sedan tidigare behövt förhålla sig till, bland annat kemikalie-, alkohol- och tobaksskatten. Regleringar av detaljhandelsbranschen är alltså inget nytt vilket kan innebära att de ställer sig förhållandevis positiva till beskattningen på plastbärkassar eftersom de redan besitter en förståelse för varför regleringar införs. Däremot kan det försvåra utformningen av deras verksamhet när nya lagar uppkommer. För ett tydliggörande av de identifierade för- och motargumenten, se Tabell 2.

Detaljhandelsbranschens argument för och emot beskattningen på plastbärkassar - ett år efter implementeringen av lagen

ARGUMENT FÖR BESKATTNINGEN	ARGUMENT MOT BESKATTNINGEN
<p>EKONOMISKT</p> <ul style="list-style-type: none">● Enkel lag, mindre adm. kostnader● Ökad försäljning av flergångskassar● Låg/ingen kostnad <p>MARKNADSFÖRING/KUNDRELATION</p> <ul style="list-style-type: none">● Priselasticiteten låg, kundrelation tar ej skada● Ökad marknadsföring pga ökad försäljning av flergångskassar	<p>EKONOMISKT</p> <ul style="list-style-type: none">● Investering i plastbärkassar av förnybart material premieras inte● Förlorad intäkt till följd av minskad försäljning av plastbärkassar● För större företag uppstår kostnaden alltid någonstans i ledet <p>MARKNADSFÖRING/KUNDRELATION</p> <ul style="list-style-type: none">● Förlorad marknadsföringskanal till följd av minskad försäljning av plastbärkassar

Tabell 2: Detaljhandelsbranschens argument för och emot beskattningen på plastbärkassar - ett år efter implementering av lagen.

I följande del diskuteras de identifierade för- och motargumenten. Vid intervjuer och dokumentanalys uppkom ett mönster där möjligheter och utmaningar diskuteras. De aspekter som identifierades var hur skatten ekonomiskt påverkat branschen samt hur den eventuellt påverkat relationen mellan bransch och kund.

Trots att försäljningen på plastbärkassar minskat har försäljningen av substitut ökat. Detta väger alltså eventuellt upp för förlorade intäkter på plastbärkassarna. Vad som framkommit är att företag inom branschen har hittat sätt att "undgå" beskattningen genom att exempelvis bunkra innan skattelagen verkställdes samt att de skapat säljtävlingar på flergångskassar med högre vinstmarginal. Intervjupersoner som arbetade i butik menade att de inte påverkats ekonomiskt av beskattningen. Däremot indikerar andra personer med annan befattning att kostnaden uppstår någonstans i försäljningskedjan, men att det är oklart var. Den mest väsentliga ekonomiska aspekten av missnöje i branschen är att förnybara påsar inte premieras, där missnöjet grundar sig i att det blivit en ekonomisk förlust att de tidigare

investerat i att ställa om till förnybart material i sina plastbärkassar. Företaget Gaia har exempelvis, som tidigare nämnt, även tagit fram nedbrytningbara flergångskassar som beskattas enligt förordningen 2020:33 då de till utseendet inte skiljer sig från "vanliga" kassar. Det går på så sätt att ifrågasätta vad skatten ämnar till, när domstolen går mer på utseende än funktion.

Likt tidigare forskning om miljöskatter (Nagy, 2013) visar studien att det finns risk för att skatt på plastbärkassar uppmuntrar till miljöskadliga beteenden som exempelvis att konsumenten substituerar plastbärkassar genom att köpa avfallspåsar istället. Studien visar också att detaljhandlare upplever att miljöskadliga beteenden uppmuntras eftersom vinstmarginalen på substitut till plastbärkassar är högre än på kassar som är tillverkade av återvunnet material.

En del företag i branschen tog även på sig skattekostnaden själva i början istället för att förskjuta den på slutkonsument för att bibehålla en god kundrelation och ett minskat missnöje. Samtliga intervjupersoner menar även på att kunder idag infunnit sig i beskattningen och inte längre uttrycker sitt missnöje. Dock fick de som höjde sitt pris i och med implementeringen av lagen motstå en del kritik från konsumenter i början vilket kan vara konsekvenser av begränsad information från myndigheter. Däremot verkar kritiken från kunder inte ha varit så betydande att det skadat relationen mellan kund och företag vilket talar emot tidigare forskning (Convery, McDonnell & Ferreira, 2007). De identifierade argumenten från branschen som talar för beskattningen när det gäller kundrelation och effektivitet är att det faktiskt bidrar till en beteendeförändring som ger effekt och att människor enkelt anpassar sig till prishöjningar av produkter med låg priselasticitet.

Intervjuperson 1 uttryckte även missnöje kring att de inte längre får den exponering som de tidigare fick av sina plastbärkassar som besatt företagets logga. Tidigare forskning menar även att plastbärkassen är en betydande marknadsföringskanal för företag (Singh & Cooper, 2017, s. 683). Om det är en betydande marknadsföringskanal går dock att ifrågasätta. Hade det faktiskt varit så att företaget upplevde marknadsföringskanalen som så pass viktig så hade de kunnat ta på sig skattekostnaden själva och erbjuda plastbärkassarna billigare alternativt gratis. I dagsläget verkar företagen inte anse det, utan verkar tycka att det är viktigare att plastbärkassarna inte blir en kostnad för dem. På så sätt kan man anta att det finns effektivare sätt för dem att göra reklam.

För att besvara frågeställningen om vilka argument som används av detaljhandelsbranschen, för- och emot beskattningen på plastbärkassar så har olika aspekter identifierats. Branschen upplever att de har förlorat möjligheten att tjäna pengar på sina kassar men att de rent ekonomiskt har substituerat det med papperskassar och flergångskassar. För att väga upp för förlorade intäkter har de även hittat sätt att kringgå beskattningen genom att köpa upp ett stort lager innan. Det har även blivit mer ekonomiskt lönsamt för företag att köpa in sämre kassar ur miljösynpunkt.

Branschen ställer sig generellt sett positiva till att konsumtionsbeteenden har förändrats. Däremot uttrycker de att nackdelar med beskattningen inkluderar att försäljningen på sämre kassar ökat. De menar även på att relationen till konsumenter för vissa handlare var en aning spänd direkt efter prishöjning, men att de idag inte får utstå kritik längre då kunder vant sig vid förändringen. Vid aspekten plastbärkassar som marknadsföringskanal så har branschen uttryckt att de förlorat en möjlighet till exponering. Däremot går det att ifrågasätta om den kanalen var så betydande, men tanke på att företagen inte är villiga att ta på sig skattekostnaden själva.

Studien visar att branschen i viss mån har påverkats av skatteregleringen på plastbärkassar. Det går på så sätt att ifrågasätta om Finansdepartementet gjorde en tillräckligt omfattande utvärdering av lönsamhet och konkurrenssituation innan lagen infördes.

6. Förslag till vidare forskning

I och med att denna studie genomförts under en begränsad tidsram har möjligheten att genomföra fler djupintervjuer med bransch-kunniga och detaljhandlare varit limiterad. Om fler personer hade intervjuats hade utfallet eventuellt sett annorlunda ut. Vidare hade det varit av intresse att endast se till en delbransch. Matköp är oftare planerade, där det är vanligare att konsumenter förbereder en inköpslista, tar med sin pant till butiken etc. I de sammanhangen faller det sig eventuellt mer naturligt att ta med sig en egen kasse. Om forskningen enbart fokuserat på exempelvis klädbranschen hade beteendet möjligen sett annorlunda ut, då spontanköp är vanligare på kläder. I denna studie har olika företag inom detaljhandelsbranschen undersökts, vilket kan påverka att inställningar skiljer sig åt. Mot det som bakgrund uppmuntras att bredda forskningsfältet ytterligare genom att inkludera fler respondenter men även att begränsa det till delbranscher som dagligvaruhandeln eller sällanköpshandeln.

Det finns en begränsning i att förordningen om skatt på plastbärkassar är så pass ny när inställningar och konsekvenser mäts. Denna studie har baserats mycket på spekulationer eftersom ämnet idag besitter begränsad sakfakta. Vad skatten resulterat i ett år efter implementering av lag kan förändras över tid. Det kan på så sätt vara intressant att utföra samma studie om 5 år, eller längre. Vidare vore det intressant att mer djupgående undersöka skattens träffsäkerhet, eftersom försäljningen av avfallspåsar, papperspåsar och flergångskassar markant ökat.

När man pratar om träffsäkerhet måste man även förstå det primära syftet med skatten. I denna studie har vi utgått ifrån att syftet är miljönytta. Vad som dock framkommit är att miljöbeskattningen eventuellt kan ha fiskala syften eller är en fråga om symbolpolitik. Vad som uppkommit under tiden uppsatsen skrivits är att det eventuellt inte enbart är ett misslyckande när det kommer till miljön, utan även att skatten inte dragit in pengar till statskassan som man hade förväntat sig. Det vore därför intressant att även studera ämnet utifrån fiskala konsekvenser och effektivitet.

7. Källförteckning

7.1 Böcker

Alvehus, J. (2019). *Skriva uppsats med kvalitativ metod: en handbok*. 2. uppl., Stockholm: Liber.

Bryman, A. (2018). *Samhällsvetenskapliga metoder*. Johanneshov: MTM.

Frostling-Henningsson, M. (2017). *Kvalitativa metoder: introspektion, poesi, netnografi, collage och skuggning*. Lund: Studentlitteratur.

Grönroos, C. (2015). *Service Management och marknadsföring*. Liber AB.

Göransson, K. (2019). *Etnografi: sjösätt, navigera och ro i land ditt projekt*. Lund: Studentlitteratur.

Kvale, S. & Brinkmann, S. (2014). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Lund: Studentlitteratur.

Larsen, A.-K. (2018) *Metod helt enkelt*. 2. uppl., Gleerups Utbildning AB.

Rennstam, J. & Wästerfors, D. (2015). *Från stoff till studie: om analysarbete i kvalitativ forskning*. Studentlitteratur AB.

Soneryd, L. & Ugglå, Y. (2011). *(O)möjliga livsstilar: samhällsvetenskapliga perspektiv på individualiserat miljöansvar*. Lund: Studentlitteratur.

Widén, P. (2019). Kvalitativ textanalys. I Fejes, A. & Thornberg, R. (red.) *Handbok i kvalitativ analys*. 2. uppl., Stockholm: Liber.

7.2 Debattartiklar

Hedenström, M. & Nikkarinen, M. (2019). *Att sminka skattehöjningar i grönt räddar inte miljön*. Svensk Handel.

<https://www.svenskhandel.se/nyhetscenter/debattartiklar/2019/gronsminkad-skatt-pa-plastpas-ar-hjalper-inte-miljon/> (2021-04-21)

Nikkarinen, M. (2019). *Därför är skatt på plastpåsar fel väg att gå - Svensk Handels expert förklarar*. Svensk Handel.

<https://www.svenskhandel.se/nyhetscenter/nyheter/2019/symbolpolitik-bakom-skatten-pa-plastpasar/> (2021-05-07)

Nygren, F. (2021). *Domen: Plastfria påsen ser ut som en plastpåse - ska beskattas*. Tidningen näringslivet.

<https://www.tn.se/naringsliv/domen-plastfria-pasen-ser-ut-som-en-plastpase-ska-beskattas/> (2021-05-13)

Wennblad, P. (2021). *Plastskatten blev bara skräp*. Svenska Dagbladet.

<https://www.svd.se/plastkasseskatten-blev-bara-skrap> (2021-05-03)

7.3 Internetsidor

Christiansson, A. (2017). *Informationsplikt om plastbärkassars miljöpåverkan*. Svensk Handel.

<https://www.svenskhandel.se/radgivning/hallbar-handel/hallbar-handel/plastbarkassar/> (2021-04-16)

Europeiska kommissionen. (2018). *Meddelande från kommissionen till Europaparlamentet, rådet, Europeiska ekonomiska och sociala kommittén samt regionkommittén*.

<https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2018/SV/COM-2018-219-F1-SV-MAIN-PART-1.PDF> (2021-04-26)

Finansdepartementet. (2020). *Om skatten på plastbärkassar*. Regeringskansliet.

<https://www.regeringen.se/artiklar/2020/02/om-den-nya-skatten-pa-plastbarkassar/> (2021-05-24)

Fredling, S. (2021). *Efter plastskatten - försäljning av avfallspåsar har ökat stort*. SVT Nyheter.

<https://www.svt.se/nyheter/lokalt/jonkoping/efter-plastpaseskatten-forsaljning-av-avfallspasar-har-mer-an-fordubblats> (2021-05-05)

Lund, N. (2021). *Plastpåseskatten i siffror - räknade fel på 2 miljarder*. Ehandel.
<https://www.ehandel.se/plastpaseskatten-i-siffror-raknade-fel-pa-2-miljarder> (2021-05-09)

Nikkarinen, M. (2020). *Frågor och svar om plastpåseskatten*. Svensk Handel.
<https://www.svenskhandel.se/radgivning/hallbar-handel/hallbar-handel/det-har-innebar-plastpaseskatten/> (2021-03-23)

Olin, L. (2020). *Försäljningen av plastpåsar har mer än halverats*. SVT Nyheter.
<https://www.svt.se/nyheter/inrikes/forsaljningen-av-plastpasar-har-halverats> (2021-05-09)

Pettersson, C. (2021). *Kraftig försäljningsökning av papperskassar - matbutiken i Säter om effekten av plastskatt*. SVT Nyheter.
<https://www.svt.se/nyheter/lokalt/dalarna/ett-ar-efter-plastskatten-vi-saljer-jattemycket-mer-pappasar> (2021-05-16)

Skatteverket (u.å). *Punktskatter*.
<https://www.skatteverket.se/foretagochorganisationer/skatter/punktskatter.4.71004e4c133e23bf6db800057013.html>. (2021-04-26)

Statistiska Centralbyrån. (2021). *Återvinning av förpackningar i Sverige*. Sveriges Officiella Statistik.
<https://www.scb.se/hitta-statistik/sverige-i-siffror/miljo/atervinning-av-forpackningar-i-sverige/> (2021-05-07)

7.4 Rapporter

Flood, L., Nordblom, K. & Waldenström, D. (2013). *Dags för enkla skatter*. Konjunkturrådersrapport. https://snsse.cdn.triggerfish.cloud/uploads/2020/02/kr_2013.pdf (2021-04-28)

Lönn, R. & Fleming, M. (2018). *En analys av svenska miljöskatters effektivitet*. Svenskt Näringsliv.
https://www.svensktnaringsliv.se/bilder_och_dokument/t0p11s_rapport_greenwash_webb_003_pdf_1126897.html/BINARY/Rapport_Greenwash_Webb_003_.pdf (2021-05-15)

Miller, R. (2012). *Plastic shopping bags: An analysis of policy instruments for plastic bag reduction*. Faculty of Geosciences Theses.

Naturvårdsverket och Energimyndigheten (2006). *Ekonomiska styrmedel i miljöpolitiken*.
<https://www.naturvardsverket.se/Documents/publikationer/620-8215-9.pdf?pid=394%20%20%5B2019-05-04#:~:text=Ekonomiska%20styrmedel%20har%20i%20stort,klarar%20sitt%20utsl%C3%A4ppsm%C3%A5l%20f%C3%B6r%20svavel>. (2021-05-20)

Nordblom, K. (2008). *Svenska skatters legitimitet i en tid av globalisering – Underlagsrapport till globaliseringsrådets skattegrupp*. Utbildningsdepartementet.
<https://docplayer.se/5889824-Svenska-skatters-legitimitet-i-en-tid-av-globalisering-www-regeringen-se-globaliseringsradet.html>

OECD (2008). *OECD Environmental Outlook to 2030*.
<https://www.oecd.org/env/indicators-modelling-outlooks/40200582.pdf> (2021-03-29)

OECD (2005). *Implementation Strategies for Environmental Taxes*. In: Kiss Károly: *Zöld gazdaságpolitika*, BKÁE, Budapest.

OECD (2012). *Green Growth and Developing Countries*.
<https://www.oecd.org/dac/50526354.pdf> (2021-04-02)

Romson, Å., Boberg, N., Hwargård, L. & Källmark, L. (2020). *Administrativa förutsättningar för skatt på plastprodukter*. Naturvårdsverket.
<https://www.naturvardsverket.se/Documents/publ-filer/6900/978-91-620-6929-2.pdf?pid=26790> (2021-04-10)

The Danish Environmental Protection Agency (2018). *Life Cycle Assessment of grocery carrier bags*. Ministry of Environmental and Food of Denmark.
<https://www2.mst.dk/Udgiv/publications/2018/02/978-87-93614-73-4.pdf> (2021-05-12)

7.5 Juridiska och offentliga dokument

Konjunkturinstitutet (2019). *Promemorian Skatt på plastbärkassar*. Remissvar (Fi2019/02752 S2).

<https://www.konj.se/download/18.412b66e516d00a15d79567dd/1568113464796/2019-09-10%20Skatt%20p%C3%A5%20plastb%C3%A4rkassar.pdf> (2021-03-30)

Finansdepartementet (2019). *Skatt på plastbärkassar*. (Fi2019/02465/S2) Skatte- och tullavdelningen. <http://swedbag.se/wp-content/uploads/2019/09/skatt-pa-plastbarkassar.pdf> (2021-04-01)

Miljödepartementet (2005). *Förordning (2005:220) om retursystem för plastflaskor och metallburkar*. Sveriges Riksdag.

https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/forordning-2005220-om-retursystem-for_sfs-2005-220 (2021-05-18)

Skatteutskottet (2019). *Skatt på plastbärkassar*. (2019/20:SkU13). Sveriges Riksdag.

<https://data.riksdagen.se/fil/92594094-4ACD-4436-B494-5DB7A92FC5E0> (2021-04-01)

7.6 Vetenskapliga artiklar

Convery, F., McDonnell, S. & Ferreira, S. (2007). The most popular tax in Europe? Lessons from the Irish plastic bags levy. *Environmental and Resource Economists*, 38(1), ss. 1-11. doi:10.1007/s10640-006-9059-2

Hammar, H., Jagers, S. & Nordblom, K. (2008). Attitudes towards tax levels – A multi-tax comparison. *Fiscal Studies*, 29(4), ss. 523-543.

Jagers, S. & Hammar, H. (2009). Environmental taxation for good and for bad: the efficiency and legitimacy of Sweden's carbon tax. *Environmental Politics*, 18(2), ss. 218–237.

doi:10.1080/09644010802682601

Jakovcevic, A., Steg, L., Mazzeo, N., Caballero, R., Franco, P., Putrino, N. & Favara, J. (2014). Charges for plastic bags: Motivational and behavioral effects. *Journal of Environmental Psychology*, 40, ss. 372-380. doi:10.1016/j.jenvp.2014.09.004

Luckin, D. (2000). Environmental Taxation and Red-Green Politics. *Capital & Class*, 24(72), ss. 161–189. doi:10.1177/030981680007200108

Martinho, G., Balaia, N. & Pires, A. (2017). The Portuguese plastic carrier bag tax: the effects on consumer's behavior. *Waste Management*, 61, ss. 3–12. doi: 10.1016/j.wasman.2017.01.023

Muposhi, A., Mpinganjira, M. & Wait, M. (2021). Efficacy of plastic shopping bag tax as a governance tool: Lessons for South Africa from Irish and Danish success stories. *Acta Commercii*, 21(1), ss. e1-e10. doi:10.4102/ ac.v21i1.891

Nagy, Z. (2013). The role of environmental taxation in environmental policy. *Novi Sad Faculty of Law - Collected Papers*, 47(3), ss. 515–528. doi:10.5937/zrpfns47-4646

Singh, J. & Cooper, T. (2017). Towards a sustainable business model for plastic shopping bag management in Sweden. *Procedia CIRP*, 61, ss. 679–684. doi:10.1016/j.procir.2016.11.268

Slemrod, J. (2006). The consequences of taxation. *Social Philosophy and Policy*. Cambridge University Press, 23(2), ss. 73–87. doi:10.1017/S0265052506060171

Williams III, R.-C. (2016). Environmental taxation. *National Bureau of Economic Research*. doi:10.3386/w22303

Xanthos, D. Walker, T.-R. (2017). International policies to reduce plastic marine pollution from single-use plastics (plastic bags and microbeads) : A review. *Marine Pollution Bulletin*. 118(1–2), ss. 17–26. doi:10.1016/j.marpolbul.2017.02.048

8. Bilagor

8.1 Intervjuguide

Grundläggande frågor:

Vad har du för sysselsättning idag? Vad är din titel?

Kortfattat om vad som ingår i dina arbetsuppgifter

Kan du berätta kortfattat om hur du fått erfarenhet av att arbeta inom detaljhandeln?

Hur många anställda är det på X?

Hur mycket omsätter X per år?

Tema 1: Miljöbeskattning i Sverige

- Hur skulle du beskriva innebörden av miljöskatt?
- Vad är din generella inställning till miljöskatter (CO2-skatter, ex. bensin/dieselskatt)
- Kan du berätta om specifika miljöskatter som påverkat er verksamhet?
- Vad har påverkat din inställning till miljöskatt? Upplever du att din inställning har förändrats över tid?
- Hur tror du att media (t.ex. sociala medier, tidningar, tv) påverkar människors inställning till miljöskatt?

Tema 2: Miljöbeskattning (för- och nackdelar)/Inställning till specifikt skatt på plastbärkassar

- Hur skulle du förklara anledningen till införandet av skatt på plastbärkassar?
- Vad anser du är syftet med införandet av skatt på plastbärkassar?
- Vad är dina åsikter om det syftet?
- Vad är din inställning, som detaljhandlare till plastskatt?
- Kan du berätta om en situation då du ifrågasatt införandet av skatt på plastbärkassar?
- Kan du berätta om en situation då en kund ifrågasatt införandet av skatt på plastbärkassar?
- Hur upplever du att kundens inställning till skatt på plastbärkassar är?

Tema 3: Skatt på plastbärkassars påverkan på den egna verksamheten

- Vilken typ av plastpåsar säljer ni och var kostar de?

- Har ni några miljömärkningar på de plastkassar ni köper in? Varför har ni valt denna miljömärkning?
- Varför har ni valt att sälja den typen av plastpåsar?
Om EJ miljövänlig
 - Vad skulle du säga är orsakerna till att du inte väljer att sälja en hållbar kasse?
- Har det hänt att du köper in en billigare plastpåse, i mindre miljövänligt material? Vad är anledningen till det beslutet?
- Kan du berätta om hur den nyligen införda plastskatten påverkat er verksamhet?
 - Ekonomiskt?
 - Kundrelationer?
- Har ni några siffror på hur skatt på plastbärkassar påverkat er ekonomiskt?
- Har ni en exakt siffra på hur mycket plastbärkassar ni säljer per månad? Eller kan du göra en uppskattning?
- Vad gör ni med plastpåsar som går sönder?
- Hur upplever du att informationen kring hur ni praktiskt ska hantera plastskatten varit? (från myndigheter)
- Upplever du att staten uppmuntrar dig som detaljhandlare att ställa om din verksamhet till mer miljövänlig? Om ja: Hur gör dem isåfall? Kan du ge exempel på hur?
- Vet du vem du ska kontakta om du har frågor om plastskatten?

Tema 4: Skatt på plastbärkassars effektivitet

- Anser du att införandet av skatt på plastbärkassar uppfyller det tilltänkta syftet? På vilket sätt gör den det? På vilket sätt gör den inte det?
- Anser du att skatt på plastbärkassar gör skillnad?
 - i din egna verksamhet
 - i Sverige
 - i världen

Tema 5: Skatt på plastbärkassars legitimitet

- Vad har du för kunskap om olika material på plastpåsar? Vet du vilka som är miljövänliga/hållbara? Varför tror du inte du har så mycket kunskap? Vad beror det på? Vems ansvar är det att samla kunskap?

- Vad vet du om plastproduktion och dess inverkan på miljön? Vart har du hört/lärt dig det?
- Hur upplever du skattesystemet kring skatt på plastbärkassar? (är det begripligt och enkelt?)
- Hur upplever du att kollegor/konkurrenter i branschen hanterar skatt på plastbärkassar?
- Anser du att skattesystemet är rättvist?

Tema 6: Utmaningar, svårigheter och förslag på förbättringsområden

- Vilka utmaningar ser med att betala skatt på plastbärkassar
 - i din egen verksamhet
 - i ett större perspektiv
- Finns det andra system som du anser hade varit mer effektiva?
 - för dig som detaljhandlare
 - för att minska förbrukningen av plastpåsar
- Vem bär ansvaret att minska användningen av plastpåsar? Staten? Konsumenten? Detaljhandlaren?
- Hur hade det idealiska införandet av skatt på plastbärkassar sett ut, enligt dig?
- Om vi tänker att vi flyttar tillbaka i tiden, till innan plastskatten lagstiftades, vilket råd hade du gett
 - dig själv (i egenskap av detaljhandlare)
 - konsumenten
 - regeringen/myndigheter
- Hur upplever du samhällsdebatten om skatt på plastbärkassar?
- Har du något övrigt kring skatt på plastbärkassar och detaljhandlarens roll i det som du känner att du vill lyfta här?