

Partihandelns utveckling

Nytableringar, företagsmigration och företagstillväxt inom svensk partihandel

I forskningsprojektet *Vilka faktorer är av betydelse för partihandelns utveckling?* som finansierats av Handels Utvecklingsråd har HUI Research studerat hur den svenska partihandeln påverkas av nytableringar, företagsmigration och företagstillväxt.

Kort om studierna

Rapporten består av en inledning med deskriptiv statistik över partihandelns utveckling och tre fallstudier av partihandelsföretag samt tre vetenskapliga delstudier.

Fallstudier och deskriptiv statistik

De tre företagen som har studerats är; ELFA, som har partihandel med elektronik, automation, ljus, ljud och kablage; Lantmännen som har partihandel med bland annat maskiner och jordbruksråvaror; samt Office Depot som sysslar med kontorsmateriel, utrustning och datortillbehör.

Utifrån de tre fallstudierna och deskriptiv statistik om partihandeln kan följande slutsatser dras:

1. Både intervjuerna och den statistik som finns över partihandeln pekar på att branschen kommer fortsätta utvecklas positivt, men att det finns en utveckling mot större och färre aktörer. Drivkraften bakom denna trend är stordriftsfördelar, då bland annat logistik och lagerhantering förenklas och företag får bättre förhandlingsläge.
2. Logistik och varuhantering ses som en viktig fråga för de intervjuade företagen. Kunderna måste få rätt varor och dessutom få dem i rätt tid. Detta gör det viktigt för partihandelsföretagen att vara med i utvecklingen, både gällande teknik och kunskap, för att inte bli utkonkurrerade på sikt. Ny teknik kan även göra

att företagen får ner sina kostnader ytterligare.

- Partihandelssektorn blir allt mer internationell. När det gäller internationalisering hos de intervjuade företagen har samtliga någon form av internationellt samarbete. Dock kan anledningarna bakom dessa samarbeten se olika ut. Exempelvis blev den svenska marknaden för liten för Lantmännen: Office Depot ville växa genom ett internationellt samarbete; och ELFA kan med sitt internationella samarbete utvecklas på den europeiska marknaden.

De intervjuade [partihandels-] företagen tror på en mer specialiserad och diversifierad bransch.

- Den faktor som genomgående har lyfts för samtliga trender inom partihandelssektorn är kompetens. Hög kompetens hos medarbetarna ger stark konkurrensfördel och även ett gott rykte för företaget. De intervjuade företagen tror på en mer specialiserad och diversifierad bransch. Då it-utvecklingen går i rasande takt behövs även medarbetarnas kunskap uppdateras. Eftersom information blir alltmer lättillgänglig både för kunder och leverantörer blir dessa alltmer kunniga och krävande. Partihandlarna måste därför vara minst lika duktiga som leverantörerna för att kunna tillgodose behov. Vikten av att förstå sina kunder blir på grund av det en faktor av stor betydelse. Att ha personal med rätt kompetens blir oundvikligt för företag som vill kunna fortsätta att växa och stärka sitt varumärke.

Bestämningfaktorer av företagsmigration på partihandelsmarknaden

I den första vetenskapliga delstudien stude-

ras bestämningfaktorer av företagsmigration på partihandelsmarknaden. Denna studie grundar sig på data från 10 880 företag i 289 kommuner under perioden 2000-2004. I

studien kontrolleras vilka företagsspecifika, institutionella och beteendemässiga faktorer som är viktiga för företagets beslut att byta lokalisering.

Utifrån de resultat som studien visat kan vi dra följande slutsatser:

- De företagsspecifika variablerna, som anses vara viktiga i neoklassisk teori beskrivande företagsmigration, är alla statistiskt signifikanta. Företagsspecifika variabler är exempelvis avkastning på kapital, tillväxt, ålder och storlek. Det finns ett negativt samband mellan nivån på företagets vinst, företagets ålder, samt företagets storlek och sannolikheten för en omlokalisering av företaget. Resultaten visar också ett positivt samband mellan företagets tillväxt under föregående år och företagsmigration. Detta tyder på att tillväxtpöjligheter som inte kan realiseras på den nuvarande lokaliseringen innebär ett viktigt motiv för företagsmigration.
- Det enda signifikanta resultatet gällande de industrispecifika variablerna är att företag undviker omlokalisering till kommuner där konkurrensen i branschen redan är stark.

3. Resultaten för de kommunspezifika variablerna visar även att företag inom partihandelssektorn omlokaliseras till mindre tätbefolkade områden och att färre företag flyttar från borgerligt styrda kommuner.

Nytableringar och inflyttningar inom partihandelssektorn

I den andra delstudien studeras vad som påverkar nytableringar och inflyttningar inom partihandelssektorn. Det finns få tidigare studier över vilka faktorer som bestämmer inträde på partihandelsmarknaden. Det finns inte heller några studier som studerat om det finns skillnader i vilka faktorer som är viktiga när det gäller att skapa nya företag, alternativt skapa inflyttningar, av företag inom partihandeln. Syftet med denna studie är därför att undersöka vilka faktorer som påverkar nystartande och inflyttande av partihandelsföretag i olika regioner i Sverige.

Utifrån de resultat som studien visat kan vi dra följande slutsatser:

1. Resultatet visar att den förväntade vinsten är av mindre betydelse för nytablering och inflyttning av företag till lokala partihandelsmarknader i Sverige.
2. Resultatet visar att inträde av nya partihandelsföretag och inflyttande av redan existerande företag främst påverkas av regionspecifika faktorer. Tillgång till universitet eller högskola samt god tillgång till välutbildad arbetskraft ökar det förväntade antalet nytableringar och inflyttade företag.
3. När det gäller industrispecifika variabler verkar de inte ha någon större betydelse för varken nystartade företag eller inflyttade företag.

Företagstillväxt inom detalj- och partihandelssektorn

Syftet med den tredje och sista delstudien är att analysera företagstillväxt inom detalj- och partihandelssektorn genom att använda ett urval av 400 svenska aktiebolag aktiva i dessa industrier under perioden 1998-2004.

Från studien över tillväxt inom detalj- och partihandelssektorn kan följande slutsatser dras:

1. Det finns svaga bevis för att branschstorlek har en positiv effekt på tillväxten hos snabbväxande företag. Ett problem vid analys av företagstillväxt är att många företag inte växer alls medan ett fåtal växer snabbt. Snabbväxande företag är särskilt intressanta eftersom de bidrar till sysselsättningen och till ekonomisk utveckling.
2. Unga företag har större sannolikhet än äldre att ha en hög tillväxt.

Företagstillväxt kan i störst grad förklaras av företagsspecifika skillnader. Exempel på sådana interna faktorer som kan påverka tillväxten är företagskultur, kompetens hos personalen, med mera. Ytterligare kvalitativ forskning krävs för att identifiera exakt vilka företagsspecifika faktorer som ger hög tillväxt.

FAKTARUTA

Rapporten *Partihandelns utveckling* bygger på resultat från forskningsprojektet *Vilka faktorer är av betydelse för partihandelns utveckling?*.

Projektledare: Niklas Rudholm, HUI Research och Högskolan Dalarna.
Övriga projektdeltagare: Carin Blom, HUI Research; Sven-Olov Daunfeldt, HUI Research och Högskolan Dalarna; Niklas Elert, RATIO och Högskolan Dalarna; Johan Håkansson, HUI Research och Högskolan Dalarna; Fredrik Junkka, HUI Research; Åsa Lang, Högskolan Dalarna; Zuzana Macuchova, Högskolan Dalarna; Hanna Muhrad, HUI Research, samt Henrik Vestin, HUI Research.

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

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

Den faktor som genomgående har lyfts för samtliga trender inom partihandelssektorn är kompetens. Hög kompetens hos medarbetarna ger stark konkurrensfördel /.../.

HANDELNS UTVECKLINGSRÅD

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