

E-handelns företagsdynamik



Handelsbranschen är idag mitt inne i en omfattande struktur-omvandlingsprocess där e-handeln växer snabbt och tar marknadsandelar från den traditionella handeln. Konkurrensen inom handeln har historiskt sett varit lokal, med framväxten av internationella e-handelsplattformar och prisjämförelsesidor innebär att handlare i allt högre utsträckning konkurrerar på en global marknad. Konsekvensen av handelns digitalisering och e-handelns framväxt är att många fysiska butiker har stora problem att överleva på marknaden. Effekterna av detta omvandlingstryck har blivit än mer påtagliga under Covid-19 pandemin eftersom fler konsumenter har börjat att e-handla och handelsföretagen satsat mer på att öka sin e-handel.

Syftet med denna rapport är att analysera företagsdynamiken inom e-handeln i Sverige. Målet är att analysen ska generera kunskap om hur e-handelns företag har utvecklats över tid, samt vad som kännetecknar de e-handelsbolag som är framgångsrika.

Projektets analys har baserats på statistik från Bisnode över alla aktiebolag i Sverige under perioden 1997–2019. Detta innebär att forskarna har kunnat genomföra longitudinella studier av e-handelns företag från det att branschen i princip uppstod.

Många nystartade företag

E-handeln har kännetecknats av många nystartade företag under den studerade tidsperioden. E-handelns andel av de nystartade företagen inom handeln är ökande över tid. Av alla nystartade företag inom detaljhandeln var nästan

tre av tio (27,5 procent) klassificerade som e-handelsbolag år 2017.

Överlevnadsgraden för företagen inom e-handeln avtar över tid, det vill säga de e-handelsföretag som startade i ett tidigt skede har i genomsnitt överlevt längre på marknaden jämfört med de e-handelsföretag som startade senare. Överlevnadsgraden för e-handelsbolagen är lägre än den för traditionella detaljhandelsföretag.

Lönsamhet innan tillväxt

E-handelsföretag som på sikt är framgångsrika, det vill säga kännetecknas av både hög lönsamhet och omsättningstillväxt, tenderar i hög utsträckning att vara lönsamma innan de växer. Detta indikerar att de e-handelsföretag som är lönsamma innan de växer är mer framgångsrika på sikt än de företag som väljer att växa innan de uppnått en lönsamhet. ►

Tillväxt i genomsnitt högre

Projektet kan konstatera att det skett en omfattande tillväxt av antalet e-handelsbolag i Sverige sedan år 1997. Tillväxten av antalet anställda och omsättningen är i genomsnitt högre för de företag som är verksamma inom e-handeln jämfört med traditionella detaljhandelsföretag. Skillnaden är som störst de första åren när e-handeln etableras och avtar under senare år.



Merparten av de nystartade e-handelsbolagen har dock problem att få sin verksamhet att bli lönsam, vilket på sikt utgör ett problem med tanke på att analysen visar att det är av betydelse att uppnå lönsamhet först för att kunna bli framgångsrik på sikt. Detta innebär att många enskilda e-handelsbolag kan få stora problem med att överleva på marknaden till följd av den tilltagande konkurrensen från traditionella detaljhandelsföretag och stora internationella e-handelsföretag. ■

Projektname: E-handels företagsdynamik.

Projektledare: Sven-Olov Daunfeldt, Handels Forskningsinstitut.

Övriga projektdeltagare: Anders Bornhäll, Oana Mihaescu och Hans Seerar Westerberg, Handels Forskningsinstitut.

Beviljat anslag: 1 064 000 kronor.

Projektid: oktober 2019–februari 2022.



Handelsrådet | 103 29 Stockholm
Besöksadress: Regeringsgatan 60
Telefon växel 010-471 85 80
www.handelsradet.se