


Partihandelns utveckling

Nyetableringar,
företagsmigration och
företagstillväxt inom
svensk partihandel

*Niklas Rudholm (red),
HUI Research*



Forskningsrapport 2011:4,
Partihandelns utveckling,
ingår i Handels Utvecklingsråds rapportserie.
Rapporten är finansierad av Handels Utvecklingsråd,
men där forskarna själva är ansvariga
för rapportens innehåll.
Publiceringsår 2011.

Grafisk produktion: Handels Utvecklingsråd
Tryck: Typografiska Ateljén AB

www.hur.nu
ISBN: 978-91-86508-12-8

Förord

I forskningsprojektet ”Vilka faktorer är av betydelse för partihandelns utveckling?” har HUI Research studerat den svenska partihandeln. Resultaten från projektet visar att partihandeln går mot större och färre aktörer då det finns stordriftsfördelar i bland annat logistik och lagerhantering. Vidare så finns ett positivt samband mellan ett partihandelsföretags historiska tillväxt och sannolikheten att företaget väljer att omlokalisera sin verksamhet. Kommuner som vill behålla sina framgångsrika partihandelsföretag bör alltså ge dessa utrymme att växa på sin nuvarande lokalisering, annars väljer de i hög utsträckning att flytta. Resultaten visar också att migrerande företag ofta är större mätt i såväl omsättning som antal anställda än genomsnittet av befintliga företag i kommunen. Inflyttande partihandelsföretag har alltså ofta en positiv inverkan på den lokala arbetsmarknaden. Slutligen så visar forskningsresultaten även att företagstillväxt i första hand förklaras av företagsspecifika faktorer som företagskultur och kompetens hos personalen. Att kunna rekrytera kompetent personal är alltså en viktig framgångsfaktor i branschen.

Medförfattare till rapporten är: 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 Muhlråd, HUI Research, samt Henrik Vestin, HUI Research.

Forskningsprojektet har finansierats av Handelns Utvecklingsråd inom ramarna för utlysningen ”Distribution, logistik och partihandel”. Vi vill därför tacka Handelns Utvecklingsråd för att de finansierat detta projekt och därmed gjort denna forskning möjlig.

Niklas Rudholm, forskningschef, HUI Research
Oktober 2011
Stockholm

Sammanfattning

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 nyetableringar, företagsmigration och företagstillväxt.

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

- 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.
- 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.
- 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.

I den första vetenskapliga delstudien studeras **bestämningsfaktorer 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.
- Resultaten för de kommunspecifika variablerna visar även att företag inom partihandelssektorn omlokaliseras till mindre tätbefolkade områden och att färre företag flyttar från borgerligt styrda kommuner.

Bestämningsfaktorer av företagsmigration på partihandelsmarknaden.

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

I den andra delstudien studeras **vad som påverkar nyetableringar 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:

- Resultatet visar att den förväntade vinsten är av mindre betydelse för nyetablering och inflyttande av företag till lokala partihandelsmarknader i Sverige.

- Resultatet visar att inträde av nya partihandelsföretag och inflyttning av redan existerande företag främst påverkas av regionspecifika faktorer. Tillgång till universitet eller högskola samt god tillgång till välutbildad arbetskraft ökar det förväntade antalet nyetableringar och inflyttande företag.
- När det gäller industrispecifika variabler verkar de inte ha någon större betydelse för varken nystartade företag eller inflyttade företag.

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:

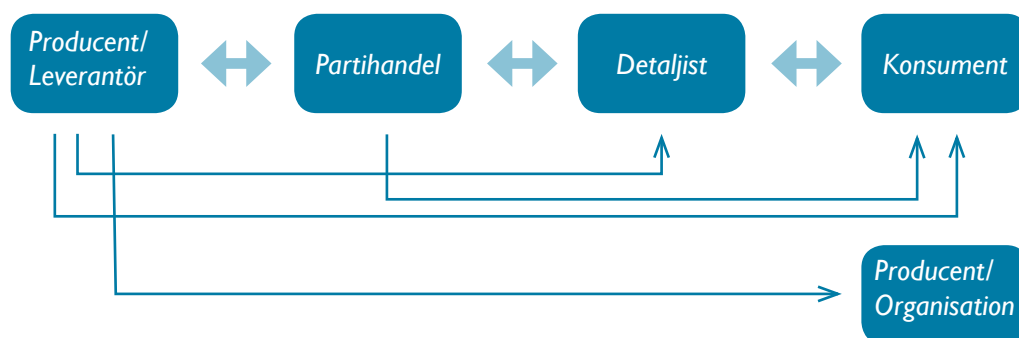
- Det finns svaga bevis för att branschstorlek har en positiv effekt på tillväxten hos snabbväxande företag. Ett problem vid analys av företagstillväxt är att många företag inte växer alls medan ett fåtal växer snabbt. Snabbväxande företag är särskilt intressanta eftersom de bidrar till sysselsättningen och till ekonomisk utveckling.
- 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.

Innehållsförteckning

Inledning	8
1.1 Deskriptiv statistik partihandeln	9
1.2 Tre fallstudier	14
1.3 Sammanfattande diskussion	20
Företagsmigration inom den svenska partihandelssektorn	22
2.1 Inledning	22
2.2 Teoretisk bakgrund	23
2.3 Empirisk analys	24
2.4 Sammanfattning och slutsatser	32
Nystartade eller inflyttade partihandelsföretag – vilka faktorer påverkar val av etableringsort?	33
3.1 Inledning	33
3.2 Teoretisk bakgrund och hypoteser	34
3.3 Data och empirisk metod	37
3.4 Resultat	39
3.5 Sammanfattning och diskussion	41
Företagstillväxt inom detalj- och partihandelssektorn	42
4.1 Inledning	42
4.2 Data och empirisk metod	43
4.3 Resultat	45
4.4 Slutsatser och diskussion	49
Referenser	50

I Inledning

För gemene man har synen på partihandel varit att det är ledet mellan producenter och detaljister och att den förmedlar varor som inte riktar sig till privata konsumenter. Dock är branschen mer komplex än så. Leverantören utgörs ofta av en producent medan mottagaren kan vara en detaljist, ett produktionsföretag eller offentlig förvaltning. Partihandeln är helt enkelt en samling av branscher som främst har gemensamt att de inte levererar till privatpersoner. Partihandelns roll i värdekedjan redovisas i figur 1.



Figur 1. Partihandelns roll i värdekedjan (Källa: HUI)

Partihandeln definieras utifrån Statistiska Centralbyråns Svensk näringsgrens indelningskoder, så kallade SNI-koder, där partihandeln tillhör SNI2002:51, med tillhörande undergrupper.

Branschglidning är idag ett vanligt förekommande fenomen som även sker inom partihandeln. Det finns därmed begränsningar med att använda SNI-koder som definition av partihandeln. Det sker branschglidning mellan många delbranscher inom partihandeln och detta gäller även mellan branscher såsom exempelvis mellan detalj- och partihandeln. I flera företag har det skett vertikala integrationer, där organisationen är verksam som både detaljist och partihandlare och det är svårt att veta var gränsen går för vilken bransch ett företag tillhör. Ett exempel på detta är att partihandelns omsättning inte åtföljs av en ökning i sysselsättning, vilket även är fallet inom industrin.

Antalet partihandelsföretag mer än fördubblades mellan år 1972-2000 och branschen har haft en tillväxttakt på fem procent per år. Samtidigt har antalet anställda ökat med knappt en procent under samma period. Partihandelns expansion kan ha skett till följd av att den internationella marknadens storlek och utbud har vuxit vilket har gjort det svårare att överblicka avsättningsmöjligheter för de producerande företagen och inköpsmöjligheter för detaljhandelsföretagen. Detaljister och producenter i Sverige har avstått sina säljfunktioner till förmån för svenska partihandelsföretag, som besitter kunskap om lokala bestämmelser och avsättningsförhållanden.

Partihandeln är nästan lika stor som detaljhandeln med avseende på antal anställda men de står för cirka en femtedel av nettoomsättningen i svenskt näringsliv. Trots att partihandeln är en betydande sektor i svenskt näringsliv finns inte mycket tidigare litteratur om branschen eller dess utveckling. Syftet med detta forskningsprojekt är främst att öka kunskapen generellt om partihandeln. Målet är även att kartlägga partihandeln med avseende på dess struktur, sammansättning och utveckling. Vidare syftar studien till att försöka förutspå partihandelns framtida utveckling samt åskådliggöra vilka hot och möjligheter som uppträder.

Förhoppningsvis kommer projektet att tillföra kunskap om partihandeln och beslutsfattande inom branschen. Då partihandeln i dagsläget är en betydande sektor i svenskt näringsliv är det viktigt att ta reda på mer om branschen för att kunna förstå hur utvecklingen för partihandeln kan komma att se ut samt dess framtida betydelse för svensk ekonomi.

1.1 Deskriptiv statistik partihandeln

Denna del beskriver partihandelns struktur, storlek och utveckling, där jämförbar statistik över partihandeln och andra relevanta branscher används.

Partihandeln är med sina knappt 46 000 företag och 200 000 anställda nästan lika stor som detaljhandeln. Beträffande nettoomsättningen är emellertid partihandeln, med 1 300 000 miljoner kronor i nettoomsättning år 2008, mer än dubbelt så stor som detaljhandeln och står för 20 procent av Sveriges näringslivs totala nettoomsättning.

Tabell 1: Antal företag, anställda och nettoomsättning (inklusive moms) per bransch, år 2008.

	Antal företag	Antal anställda	Nettoomsättning (mkr)
Parti- och agenturhandel	45 657	193 284	1 277 352
Detaljhandel	59 460	202 141	546 702
Motorfordon, handel och service	21 640	69 448	330 207
Tillverkningsindustri	61 681	645 110	1 857 331
Övrig privat tjänstesektor	307 477	858 236	1 578 868
Totala näringslivet	916 725	2 508 748	6 718 193

Källa: SCB, Företagens ekonomi.

I tidigare studier, bland annat av Hansson et al. (2007) och Falkenhall et al. (2009), har man visat att företag som är internationella eller ingår i koncern är mer produktiva och har högre tillväxt. Det kan bero på stordriftsfördelar, bättre möjlighet till både kapital och humankapital med ökad kunskapspridning, bredare kontaktnät samt sänkta handels hinder på grund av större försäljningskanaler.

Tabell 2: Fördelning över företagens koncerntillhörighet per bransch, år 2008.

Företag	Enskilt	Koncerntillhörande	Internationella	Totalt
Motorfordon	90 %	9 %	1 %	21 640
Partihandel	78 %	16 %	6 %	45 657
Detaljhandel	92 %	8 %	1 %	59 460
Tillverkningsindustri	84 %	13 %	3 %	61 681
Övriga tjänster	87 %	11 %	2 %	307 477
Totalt	92 %	7 %	1 %	916 725

Källa: SCB, Företagens ekonomi.

Partihandeln har i jämförelse med andra branscher både hög koncerntillhörighet och en betydligt högre andel internationella företag, vilket indikerar att både produktiviteten och tillväxten är god, se tabell 2.

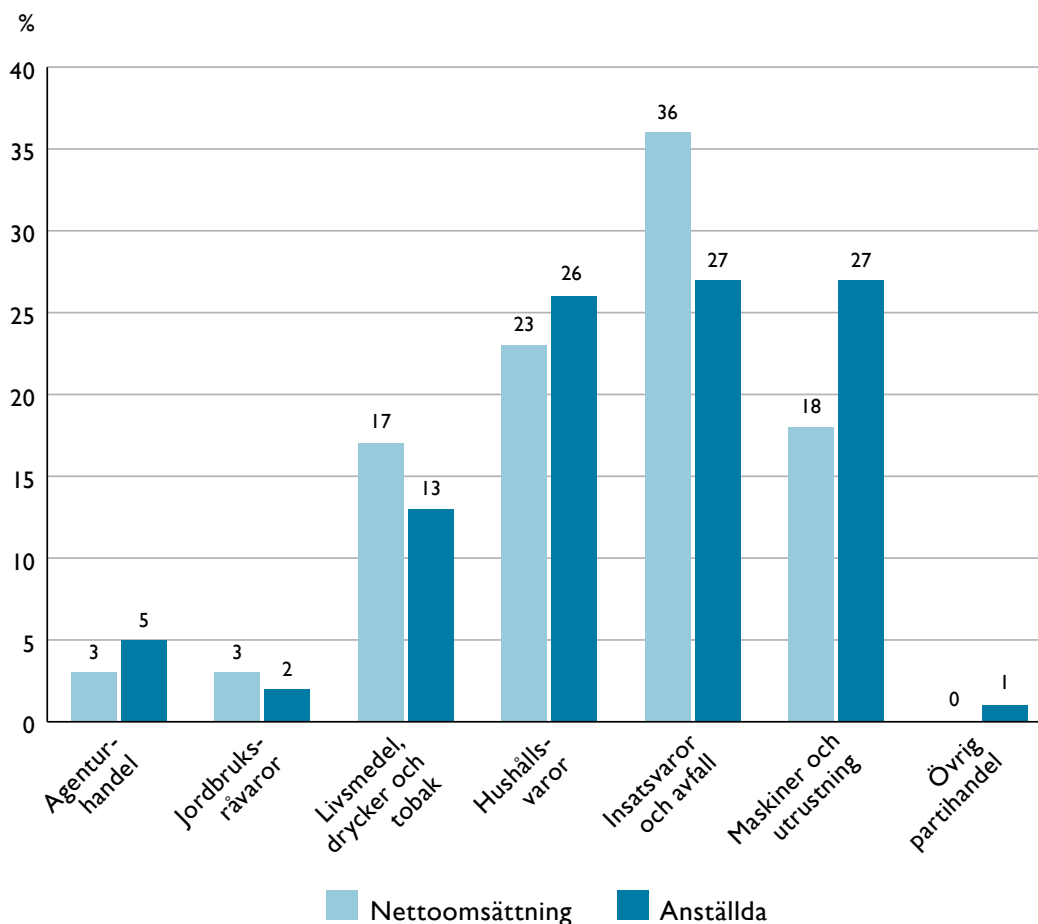


Diagram 1. Partihandelns fördelning av den totala partihandeln.

Källa: SCB, Företagens ekonomi.

Diagram 1 visar hur antalet anställda samt nettoomsättningen i de olika delbranscherna fördelas. Den största delbranschen är insatsvaror och avfall med 36 procent av nettoomsättningen och 27 procent av antalet anställda i hela partihandeln. Av diagrammet framgår även att partihandel mot detaljhandel står för knappt 40 procent av den totala partihandeln, både avsett antal anställda och nettoomsättning.

En översikt av partihandelns utveckling avseende antalet anställda samt nettoomsättningen i de olika delbranscherna, mellan år 1997 och 2008 kan ses i diagram 2. Insatsvaror och avfall samt hushållsvaror har haft störst tillväxt i omsättning under perioden, medan antalet anställda ökat mest i delbranscherna agenturhandel, livsmedel och hushållsvaror.

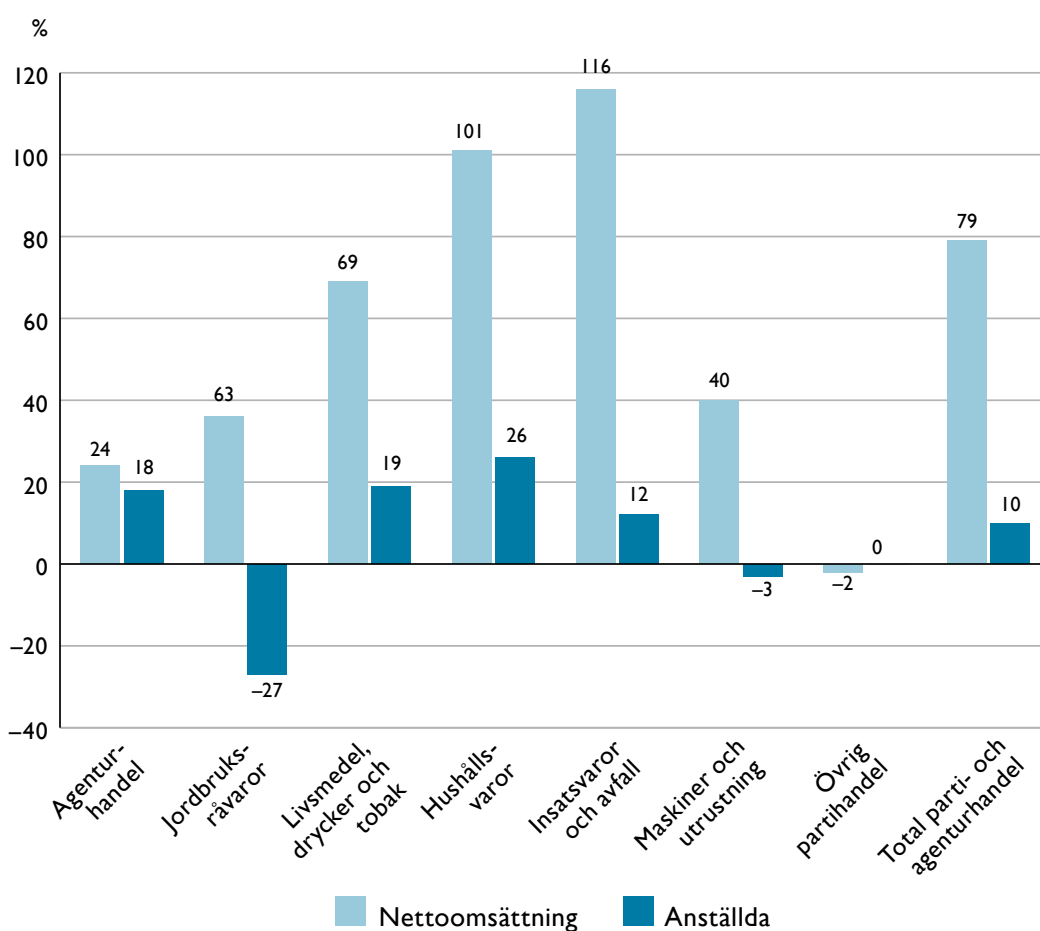


Diagram 2. Utveckling av omsättning och antal anställda 1997-2008.

Källa: SCB, Företagens ekonomi.

I diagram 3 nedan redovisas utvecklingen av omsättning per anställd under perioden 1997-2008. Trots att antalet anställda i partihandeln har utvecklats svagare än i detaljhandeln har partihandeln haft en starkare omsättningsutveckling än detaljhandeln. Detta pekar på att produktivitetens utvecklingen inom partihandeln har varit god. Av diagrammet framgår att partihandeln och tillverkningsindustrin följer varandra relativt väl utveck-

lingsmässigt, även om partihandeln ligger på en lägre nivå. Partihandeln ligger också mellan detaljhandel och tillverkningsindustri i strukturellt hänseende – men närmare den senare. Liksom industrin, kännetecknas partihandeln av att en ökad omsättning inte åtföljs av en ökning i sysselsättning. Partihandeln har således större möjligheter att utnyttja stordriftsfördelar, vilket möjliggör stora produktivitetsökningar.

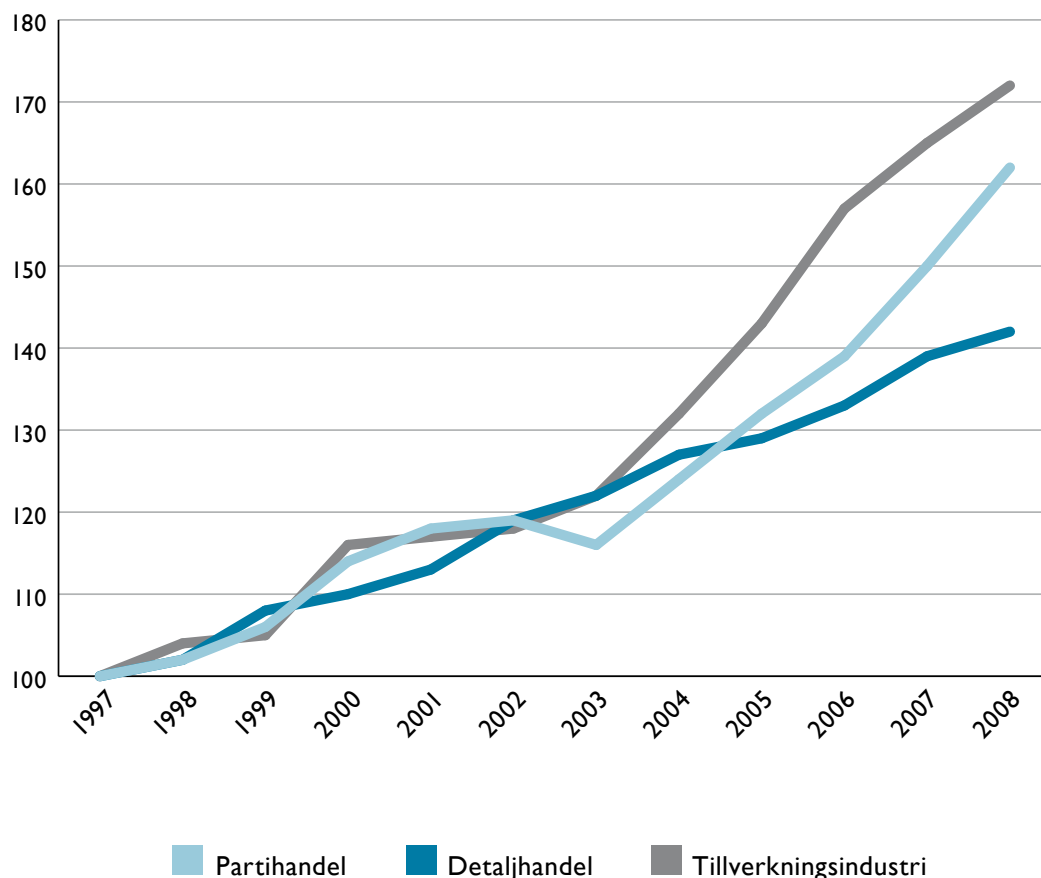


Diagram 3. Utveckling av omsättning per anställd 1997-2008.

Källa: SCB, Företagens ekonomi, bearbetad av HUI.

I *Handelns långtidsutredning* (Johansson et al. 1996) utfördes en prognos om omsättning och antal anställda i partihandeln till år 2010. Jämförs utvecklingen i prognosen från år 1997 och framåt, kan man se att den prognostiserade omsättningen faller väl ut med det faktiska utfallet, se diagram 4 nedan. Den faktiska sysselsättningsökningen är däremot blygsam jämfört med prognosen. En orsak till att prognosen slår så olika på omsättning och sysselsatta kan vara att partihandeln blivit mer effektiv än vad som beräknades i prognosen och att företag omsatt betydligt mer per anställd över tiden. Bättre effektivitet brukar främst komma av teknisk utveckling och humankapital-utveckling. Såsom nämnts ovan ligger partihandeln mellan detaljhandel och tillverkningsindustri i strukturellt hänseende – men närmare den senare. Liksom industrin kännetecknas partihandeln av att en

ökad omsättning inte åtföljs av ökad sysselsättning. Orsaken är att partihandeln är mer skalbar, vilket möjliggör stora produktivitetsökningar. Det finns därför knappast någon anledning att tro att sysselsättningen kommer att öka särskilt mycket i partihandeln i framtiden. Till skillnad från i tillverkningsindustrin, där sysselsättningen minskar, kommer partihandeln att uppleva en måttlig sysselsättningsökning. Omsättningen kommer däremot att öka och följa tillväxten i detaljhandeln.

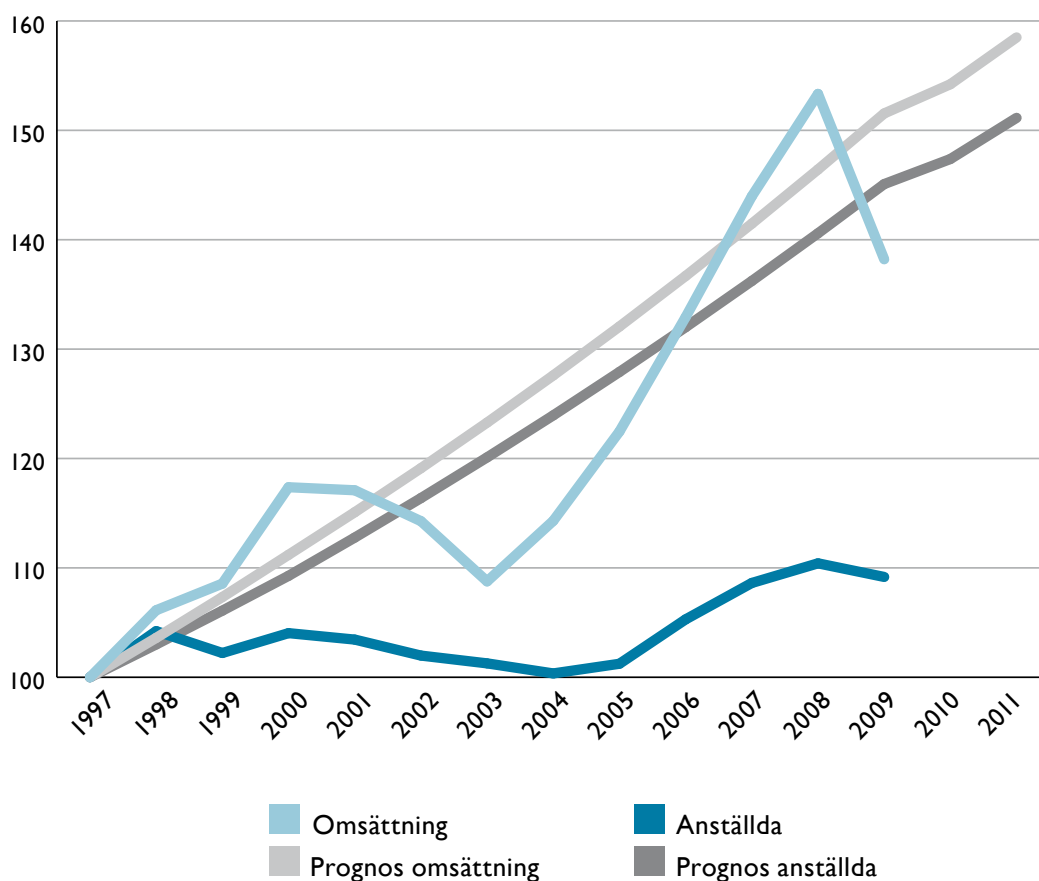


Diagram 4. Reell och prognostiserad utveckling för partihandelns omsättning och anställda i fasta priser.

Källa: SCB, Företagens ekonomi och Handels långtidsutredning.

Vill man jämföra tillväxten i Sveriges partihandel med tillväxten i övriga branscher är produktivitetstillväxt ett bra mått. I diagram 5 nedan används förädlingsvärde per anställd som mått. Förädlingsvärdet är det värde som ett företag lyckas tillföra sina produkter. Partihandeln är den bransch som mellan år 1997 och 2008 har högst produktivitetstillväxt jämfört med andra branscher vilket förstärker bilden av att partihandeln är en effektiv sektor och en tillväxtbransch.

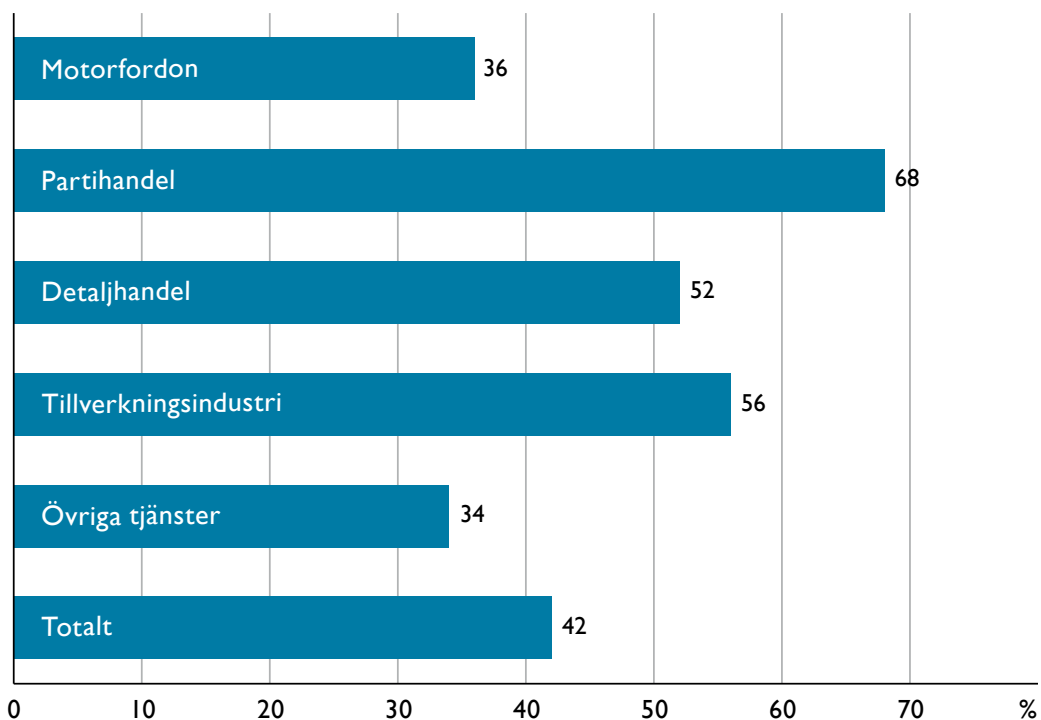


Diagram 5. Produktivitetstillväxt 1997-2008 (förädlingsvärde/anställd).

Källa: SCB, Företagens ekonomi, bearbetad av HUI.

1.2 Tre fallstudier

Syftet med fallstudierna är att genom intervjuer försöka förutspå partihandelns framtida utveckling, vilka hot och möjligheter som partihandeln står inför samt identifiera de faktorer som har störst inflytande över branschens framtid. Exempel på detta är lagar, regler och förordningar och tillgång till olika typer av resurser. Fallstudierna baseras på tre partihandelsföretag inom olika delbranscher av partihandeln:

- **ELFA** verkar inom elektronikbranschen.
- **Lantmännen** är ett företag som verkar inom flera områden, bland annat med jordbruksråvaror, maskiner och utrustning.

- **Office Depot** verkar inom delbranschen partihandel med maskiner och utrustning, och har även egna butiker.

ELFA har idag 351 anställda i företaget och omsätter cirka 500 miljoner kronor i Sverige, varav Sverige står för hälften av totala omsättningen i företaget. ELFA arbetar med elektronik, automation, ljus, ljud och kablage. Företaget har tre fysiska butiker i Sverige.

Organisationen Lantmännens ägs av cirka 37 000 av Sveriges lantbrukare och omsatte 35 miljarder kronor år 2010. Deras verksamhet är organiserad i fyra divisioner med inriktning mot Lantbruk, Maskin, Energi och Livsmedel. Lantmännen har cirka 10 500 anställda, varav 60 procent finns i Sverige, resterande arbetar inom koncernen utomlands.

Office Depot är ett amerikanskt företag som säljer kontorsmateriel, utrustning och dator-tillbehör till kontor. Åke Norström, vd på Office Depot berättar att de nyligen har förvärvat kedjan Svanströms och Office Depot har idag 450 anställda i Sverige och omsätter 1,2 miljarder kronor i Sverige. Office Depot har flest företagskunder men menar att privatmarknaden har ökat. Office Depot har tillsammans med Svanströms ett 50-tal butiker i Sverige.

I de intervjuer som HUI har utfört med dessa tre partihandelsföretag säger de medverkande att det sker stora förändringar inom partihandeln och att det finns mycket som kan påverka partihandelns framtid. Några ämnen berördes mer än andra och tillsammans med den statistik som finns tillgänglig har några specifika faktorer, vilka i hög grad kan påverka partihandelns framtid, identifierats.

Koncentration, specialisering och internationaliseringstendenser

ELFA:

ELFA blev år 2008 en del av en internationell koncern: den schweiziska industrikoncernen Dätwyler. Dätwyler ville bredda sitt sortiment och hade redan innan uppköpet visat stort intresse för ELFA. Nu satsar ELFA tillsammans med systerbolaget Distrelec på långsiktighet på den europeiska marknaden och arbetar mer med strategisk inriktning, eftersom Sverige generellt sett inte är en stor marknad. Det finns spetskompetens i Sverige, vilket gör det intressant för utländska företag att komma till Sverige, menar Ove Opseth, vd, ELFA. Inom ELFA:s bransch finns det dock stor potential att utvecklas och företaget arbetar just nu med långsiktighet och att utveckla och expandera företaget. ELFA satsar på det företaget kan, det vill säga specialistområdena elektronik, komponenter och dylikt.

Lantmännen:

Per Strömberg, vd på Lantmännen, säger att strävan att vara konkurrenskraftig är en av de största drivkrafterna till att göra omvandlingar och effektiviseringar. Företagen söker hela tiden bättre villkor och vägar för att nå lägre kostnader. Per Strömberg tycker även att det är svårt att vara effektiv om man bara arbetar på den svenska marknaden och menar att det finns stora fördelar med att tillhöra en stor internationell organisation där

man kan utnyttja stordriftsfördelar. Att vara ett stort internationellt företag är också viktigt om du vill ha en växande verksamhet då hemmamarknaden är begränsad, säger Strömberg.

Office Depot:

Åke Norström, vd, Office Depot Sverige, tycker att branschen går mot fler stora företag men även fler småföretag. Det är farligt för ett företag att vara varken vara liten eller stor på marknaden, anser Norström. Att växa är ett sätt att överleva och det tidigare svenska kontorsvaruföretaget Age förstod att de var tvungna att ingå ett samarbete och höja volymerna för att kunna öka i omsättning och växa. Därför såldes Age till Office Depot. Sedan förvärvade Office Depot även Frans Svanströms AB och Norström menar att de nu ska ta till vara på de synergieffekter som uppstår.

Lokalisering och logistik

ELFA:

ELFA har sitt centrallager i Stockholm och är deras enda lager i Sverige. För det är först på senare tid, nu när ELFA är ett internationellt företag och förutsättningarna har ändrats, som de börjat titta på det optimala lagerstället. Då ELFA/Distrelec har två lager utomlands säger Opseth att de måste se över hur de ska hantera alla tre lagerställen då det inte är optimalt att ha fler än ett eller maximalt två, eftersom de binder upp för mycket kapital. ELFA:s huvudkontor ligger också i Stockholm och har alltid funnits där eftersom det var där företaget startades, säger Opseth. Det är en bra stad att ha huvudkontoret i, och om centrallagret flyttar från staden någon gång i framtiden kan det eventuellt bli så att huvudkontoret blir kvar i Stockholm men flyttar till mer centrala delar av staden. ELFA har även några butiker i Sverige, två i Stockholm och en i Göteborg. Dessa ses som en service gentemot deras kunder.

Lantmännen:

Lantmännen har ofta sina lager kopplade till produktionen inom deras livsmedelssegment. På maskinsidan har Lantmännen ett centrallager i Malmö varifrån de kan serva hela Skandinavien och kunderna snabbt kan få sina reservdelar levererande. Strömberg menar att Lantmännen generellt drar ner på antalet lagerställen och menar att det är viktigare att ha rätt produkter i lager än var de är lokaliserade.

Det är viktigt för ett partihandelsföretag att förstå sin plats i värdekedjan och att det i detta led är logistik, lagerhållning och effektivitet som är A och O. På frågan om vad som ligger till grund för deras lokaliseringsbeslut svarar Strömberg att företag ibland sitter fast i ålderstigna strukturer. Strömberg menar att om företagen inte fattar vissa struktur- eller lokaliseringsbeslut så riskerar de att på sikt bli utkonkurrerade.

Office Depot:

Office Depot har ett lager i Stockholm och ett stort centrallager i Strängnäs, utöver dessa har de många lager där de förädlar produkterna och ser till att varorna kommer fram i rätt tid. Företagets butiker finns i Stockholm, Uppsala, Karlstad och Malmö. Office Depot

hade från början inga butiker i egentliga a-lägen, det vill säga i köpcentrum eller på huvudstråken i stadskärnan. I samband med förvärvet av Svanströms fick Office Depot butiker i mer centrala lägen med många privatpersoner som kunder. Enligt Norström finns det både fördelar och nackdelar med att ha butiker i centrala lägen. En av fördelarna är att man når både företag och privatpersoner och därmed får en bredare kundgrupp. En nackdel är att butikernas öppettider måste anpassas efter de regler som gäller i ett köpcentrum eller till de öppettider som övriga butiker i stadskärnan har.

Teknologi

ELFA:

Fysiska butiker blir alltmer utspelade och försäljningen drar alltmer mot webbbutiker. Totalt går 50 procent av ELFA:s omsättning via webben. Opseth säger att de försöker skapa en butik på nätet som efterliknar deras fysiska butiker för att kunderna ska känna igen sig och enkelt kunna hitta vad de behöver. På så sätt kan de dra nytta av de fördelar som en fysisk butik ger, nämligen de sociala kontakterna, kunskap om produkterna med mera. Opseth menar även att teknologin är framtiden och att de gör allt för att underlätta för kunden. De har dessutom skapat en iPhone applikation som rymmer hela ELFA:s katalog och alla produkter.

Lantmännen:

Lantmännen menar att det är viktigt att följa med i teknikutvecklingen eftersom ett bra teknikläge ger möjlighet till ett bra kostnads- och förhandlingsläge. Allting inom teknik och utveckling går mycket fortare idag än tidigare och det är därför väldigt viktigt för parthandeln att vara vaksamma på trender och ett ändrat konsumentbeteende. Där skapar teknikutvecklingen möjligheter att fatta rationella beslut avseende exempelvis logistik och sortiment. Enligt Per Strömberg är alltid företagets fokus mot slutkonsumenten och att denne skall vara nöjd. Lantmännen använder därför sociala medier såsom Facebook och Twitter för att kunna skapa en dialog med sina kunder.

Office Depot:

Office Depot menar liksom Lantmännen att det är strävan efter kostnadseffektiviseringar som driver teknikutvecklingen framåt. Branschen brottas med pressade priser och för att ha råd att både hänga med i utvecklingen och kunna vara konkurrenskraftig på marknaden så måste de göra effektiviseringar och omvandlingar, menar Norström. Office Depot har en webbbutik och har anammat trenden att använda sociala medier. Office Depot arbetar dessutom mycket med specifika kundutskick och försöker utveckla tekniken och kanalen för att nå sina kunder.

Miljö och Corporate Social Responsibility (CSR)

ELFA:

Elektronikbranschen är hårt styrd av lagar och regler kring materialet i produkterna. Dessa regler måste företagen rätta sig efter, och de kostar mycket pengar både att följa och upprätthålla, vilket små och medelstora företag har svårigheter med. Ove Opseth anser att ELFA förutom arbetet kring material och produktion, arbetar mycket med

miljöfrågor generellt, frakter, kostnader och har exempelvis en elektronikskrots-återvinning. De försöker säkerställa kvalitet som håller miljökraven och arbetar i hela leverantörsledet för att säkerställa bra produkter av hög kvalitet. ELFA är dessutom certifierade och Opseth menar att arbete med miljö- och CSR-frågor kommer att bli en konkurrensfaktor i framtiden. Opseth anser även att miljöarbete och CSR-frågor är en finansiell faktor långsiktigt, då kostnaderna sjunker på sikt.

ELFA har dessutom en lång tradition av god personalpolitik, vilket genomsyrar hela företaget. De anställda får gratis mat och har både klättervägg och gymnastiksal i närheten av lagerlokalen. Detta synsätt på personalfrågor började redan när företaget bildades och är djupt rotad i företagets kultur. Det har även gjort att trivseln är hög och att företaget har fått lojala medarbetare som stannar i företaget i många år.

Lantmännen:

Per Strömberg anser att CSR-frågor och miljöarbete är viktiga frågor. Lantmännen har bland annat en uppförandekod som även gäller för alla leverantörer. Lantmännen har i sin marknadsföring försökt bygga varumärket som en kvalitetsgarant. Lantmännen arbetar i hela värdekedjan, från bonde till konsument och från jord till bord. Hållbarhetsfrågorna är också viktiga vilket gör att de lägger ner mycket kraft på att göra ett bra miljöarbete där de bygger en miljöprofil. I dagsläget kan arbetet ofta bli mer miljövänligt och dessutom innebära minskade kostnader, till exempel för energi.

Office Depot:

Office Depot arbetar med många välkända kvalitetsmärkningar, exempel på dessa är Svanen-märkningen, Rättvisemärkningen och Bra miljöval. Office Depot arbetar för att minska miljöbelastningen inom företaget och ställer även krav på sina leverantörer. Office Depot är miljöcertifierade och kvalitets-certifierade. Norström anser att det är viktigt att företagen gör någonting åt de problem som identifieras och menar att alla steg i kedjan är viktiga.

När det gäller medarbetarna tycker Åke Norström att företag ska se personalen som en intäkt. Personalfrågor är därför mycket viktiga. Medarbetare som mår bra ger mycket tillbaka till företaget och ses som en konkurrensfördel idag.

Kompetens

ELFA:

Ove Opseth anser att det är svårt att locka till sig unga personer till branschen då intresset för teknik är lågt generellt sett. ELFA är dock ett starkt varumärke inom branschen, vilket gör att de har en stark konkurrensställning gentemot andra företag inom branschen. Elektronikbranschen är inte någon tillväxtbransch, enligt Opseth, men kunskap och kompetens höjer värdet på produkterna. De arbetar därför med skolor, sponsring och annat för att ha kontakt med unga i ett tidigt stadium.

Lantmännen:

Strömberg tror att kompetensbehovet i partihandeln kommer att öka i framtiden. Det som, enligt Strömberg, verkar vara viktigt i dagsläget är att hitta en nisch som företaget kan rikta in sig mot och där de skapar ett mervärde för kunden. Kunderna är idag mer krävande och mer kompetenta vilket gör att det är viktigt med just kompetent personal och att de förstår sin kund och även sin slutkund. Även de internationaliseringar som sker betyder högre konkurrens och kräver en hög kompetens hos medarbetarna. Likväl det generationsskifte som företaget står inför. Lantmännen har därför ständiga kompetensutvecklingsprogram och ledarskapsutbildningar för att bibehålla och öka kompetensnivån hos medarbetarna samt att de nu infört kompetensväxlingsåtgärder.

Office Depot:

Tidigare låg makten hos leverantörerna, men detta har nu utvecklats och makten flyttas mer och mer över till kunderna, menar Norström. Kunderna är idag mer pålästa och kunniga än de var tidigare. Norström säger att det därför kommer att bli viktigare hur kunderna blir bemötta och hur kunnig personalen är. Norström menar att relationerna är viktigast inom försäljning. Säljarna måste dessutom vara duktiga på att erbjuda lösningar till sina kunder, inte bara produkter, därför är kunskap viktigt hos medarbetarna.

Konkurrens

ELFA:

Ove Opseth säger att de stora företagen blir ännu större och att de lagar och regler som finns är svåra för medelstora företag att följa på grund av höga administrationskostnader. De höga kostnaderna för att ge sig in på marknaden är också en anledning till hur marknaden ser ut i dagsläget. Opseth anser att den branschglidning som sker idag är en möjlighet snarare än ett hot för branschen. Vissa leverantörer kan hoppa över grossistledet, och integrera partihandeln i företaget, och därmed leverera direkt till kund. Detta fungerar bra för leverantörerna under högkonjunktur men inte under lågkonjunktur. Då går istället leverantörerna till partihandelsföretag, såsom ELFA, eftersom det blir kostsamt för leverantörerna att ha stora volymer, men tar dock sedan tillbaka kunderna när konjunkturen vänder, menar Opseth. Internet och e-handel kräver att företag positionerar sig och att man klarar av att möta sina kunder på rätt sätt.

Lantmännen:

Strömberg ser delvis detaljhandeln som en konkurrent till Lantmännen, men då detaljhandeln ofta är viktiga kunder blir bilden komplex. Strömberg tror att det är viktigt att hitta en tydlig nisch i branschen för att lyckas komma in på marknaden. Små partihandelsföretag har svårt att agera som stora aktörer rent kostnadsmissigt vilket gör att de måste hitta något unikt som inte redan finns på marknaden, menar Strömberg.

Office Depot:

Office Depots främsta konkurrenter finns inte inom samma bransch utan det är varuhus såsom Clas Ohlson, Biltema med flera, som har både företag och privatpersoner som kunder. Norström tror att det kommer bli mer branschglidning inom partihandeln och tror

att kunderna, oavsett om de är företag eller privatpersoner, kommer att gå dit där de får hjälp, oavsett om det är partihandel eller detaljhandel. Office Depot befinner sig i gränslandet mellan parti- och detaljhandel, då de har butiker som vänder sig till både företag och privatpersoner. Norström menar att gränserna suddas ut mer och mer och att Office Depot börjar se sig mer och mer som ett detaljhandelsföretag. Enligt Norström ligger framtiden i att bredda sortimentet alternativt att nischa sig inom ett smalare segment.

I.3 Sammanfattande diskussion

Den tillgängliga statistiken för partihandeln pekar mot att branschen kommer att fortsätta utvecklas positivt. I intervjuerna med partihandelsföretagen framgår även att branschen står inför en tid av förändring.

Samtliga intervjuade företag anser att den svenska partihandeln går mot större och färre aktörer. Drivkrafterna bakom den utvecklingen är bland annat strävan att kunna dra nytta av stordriftsfördelar. Ytterligare en drivkraft bakom utvecklingen är behovet av att vara stora för att få ett bättre förhandlingsläge för att därmed kunna möta kunders krav. I statistikdelen visas även att partihandeln har en hög andel internationella företag och företag som ingår i en koncern. I tidigare studier har det visats att sådana företag har en högre tillväxt och produktivitet. En anledning till att graden av internationalisering är hög i partihandeln är att den svenska marknaden är begränsad. Office Depot har blivit internationella och kunnat växa genom att bli uppköpta av ett utländskt företag. Lantmännen har vuxit och blivit internationellt bland annat genom att förvärva utländska varumärken. ELFA har blivit en del av ett internationellt bolag som gör att de kan växa även på europeiska marknaden.

De tre intervjuade företagen har sina huvudkontor i Stockholm vilket kan bero på närheten till sina kunder. När Office Depot förvärvade Svanströms erhöll de även ett butiksnät som var lokaliserad mer centralt i städer vilket medförde andra krav på företaget. Företaget når andra sorters kunder och fler privatpersoner. I övrigt har de lager som är lokaliserade för att kunna nå kunder fort och enkelt. ELFA har ett enda lager i Stockholm, eftersom det är det mest optimala enligt ELFA själva. I och med att de nu tillhör ett internationellt företag och erhållit ytterligare två lagerenheter funderar de kring hur de ska lösa detta på bästa sätt. Det viktigaste är att ha rätt saker i lagret, menar Opseth. Lantmännen har sina lager kopplade till produktionsställen, vilket kan vara ett resultat av att de är fast i ålderstigna strukturer. Skulle de starta om från början idag skulle de eventuellt välja att lokalisera sig på andra ställen som skulle underlätta och effektivisera logistiken. Dock anser Lantmännen, precis som ELFA, att det är viktigare att ha rätt saker i lager än var lagret ligger.

Några av de viktigaste förutsättningarna för ett väl fungerande partihandelsföretags är att logistik, lagerhantering och att kunderna ska få sina varor i tid. Utvecklingen av teknologi har gett företagen nya möjligheter till nå sina kunder, exempelvis via e-handel, lagerhantering och effektivisering. De intervjuade företagen anser alla att det är viktigt att vara

med i utvecklingen för att inte bli utkonkurrerad på sikt och samtliga intervjuade företag använder ny teknik. Effektiviseringar och teknologisk utveckling kan även få ner miljöbelastning. Samtliga av de intervjuade företagen arbetar med CSR och miljöfrågor och ser det som viktiga frågor, vilket även kan attrahera personal och fungera som en konkurrensfördel. Dessutom börjar det komma alltmer krav från kunder vilket gör att det även ställs mer krav på leverantörer. Arbete med miljö och energifrågor kan dessutom även spara kostnader på sikt.

Branschglidning ses som både den största möjligheten och det största hotet för partihandelsföretagen. En möjlighet är att partihandeln kan gå förbi detaljistledet, och därmed sälja direkt till konsument. Ett hot blir branschglidning då detaljhandeln istället kan gå förbi partihandelsledet genom att integrera partihandelsfunktionen i det egna företaget. Office Depot är ett exempel på att partihandel och detaljhandel kan ske i samma butiker och ha både företag och privatpersoner som kunder. En fråga som bör belysas är hur branschen möter konkurrens i form av branschglidning. Det finns flera faktorer som kan bli viktiga för denna fråga. Exempel på sådana faktorer kan vara kompetens, traditionen, sortimentet samt specialistkunskaper.

Faktorer som internationalisering, ny teknik, lokalisering, miljö och branschglidning mynnar gemensamt ut i en grundläggande faktor. Denna faktor är kompetens och är otroligt viktig, enligt samtliga intervjuade företag. Hög kompetens hos medarbetarna ger en stark konkurrensfördel och ett gott rykte. De intervjuade tror att partihandeln kommer att bli mer specialiserad och mer diversifierad. Då it-utvecklingen går i rasande takt och ständigt förnyas, måste även medarbetarna uppdateras. Företagen kommer att behöva specialister och kunnig personal, det kommer att bli en stor konkurrensfördel även i framtiden. Allting går fortare idag, både tekniken och kommunikationen. Partihandlarna måste vara minst lika duktiga som leverantörerna för att kunna tillgodose sina egna kunders behov. Samma sak gäller för partihandelns kunder som även de blir allt mer kompetenta och, i de flesta fall, större och färre. Vikten av förstå sina kunder och att vara professionell kommer därför att öka inom partihandeln. Då kunder blir mer kunniga idag måste partihandelsföretagen effektivisera varuflödet för att kunna möta deras krav. En ökad betydelse för kunder och leverantörer att få information och bra service betyder att kontakten med kunder och leverantörer är viktiga och leder dessutom till ursprungsfaktorn att ha personal med rätt kompetens.

2 Företagsmigration inom den svenska partihandelssektorn

Johan Håkansson, Zuzana Macuchova, Niklas Rudholm

2.1 Inledning

Viktiga faktorer för ett lands ekonomiska aktivitet är företagsetableringar och nedläggningar, företagstillväxt samt företagsmigration. Tidigare litteratur har studerat uppkomsten av nya företag inom detalj- och partihandelssektorn, nedläggningar och företagstillväxt (Brännäs och Berglund 1996, 2001; Bergström med flera, 2002, 2006; Daunfeldt med flera, 2010, 2011). Dock finns ingen tidigare forskning om företagsmigration på den svenska partihandelsmarknaden. Denna artikel syftar därför till att studera bestämningsfaktorer för företagsmigration inom den svenska partihandelssektorn.

Bergström (2002) och Bergström med flera (2002) beskriver hur den svenska detalj- och partihandelssektorn är karakteriserad av snabb strukturell förändring, med en hög grad av företagsbildning men också med en hög grad av utträde. Små företag redovisar ofta en ökande avkastning, medan stora företag ofta redovisar avtagande avkastning över tiden. Brännäs och Berglund (1996 och 2001), visar att det finns stora skillnader mellan beslut gällande in- och utträde i olika branscher. För handel- och turismsektorn är den viktigaste positiva faktorn vid inträde en hög inkomstnivå i den specifika regionen samt god tillgång till arbetskraft. Bergström med flera (2006) har funnit att nyetableringar på detaljhandelsmarknaden sker när man kan förvänta sig hög avkastning på eget kapital och etableringen kännetecknas av låga etableringskostnader. På marknader med högre koncentration av lokal dagligvaruhandel som karaktäriseras av hög osäkerhet gällande den framtida avkastningen, menar Daunfeldt med flera (2010) att inträden sker i mindre utsträckning.

Tillväxten inom den svenska partihandelssektorn var sju procent per år mellan 1993 och 2001, enligt Bergström med flera (2002). Deras analys visade även att partihandelssektorn mestadels bestod av stora företag med en årlig avkastning som översteg 25 miljoner svenska kronor. I en studie av Daunfeldt med flera (2011) visar resultaten att tillväxt till stor del förklaras av företagsspecifika faktorer som inte är observerbara genom data från årsredovisningar och andra officiella källor, det vill säga att företags-tillväxt till stor del kan förklaras av företagsspecifika faktorer som kompetens hos personalen eller företagskultur. Marknadsstorleken inom kommunen har också en positiv effekt på företagstillväxt inom både detalj- och partihandelssektorn.

Omlokalisering av företag i Sverige studeras generellt av Söderman (1975). Det finns dessutom utländska studier av McLaughlin och Robock (1949), som studerar migration i tillverkande industrier. Pellenburg (1976) visar att migration av partihandelsföretag har blivit vanligare än migration av industriföretag i Nederländerna. I ytterligare en studie av Pellenburg och Kemper (1999) påvisar de att partihandelssektorn tillsammans med tjänstesektorn även i mitten av 1990-talet har den högsta migrationsgraden.

Denna studie är oss veterligen den första att studera företagsmigration inom den svenska partihandelssektorn. Vi kan i vår studie kontrollera för de institutionella och beteendemässiga faktorer vilka ansetts viktiga i det teoretiska ramverket för företagsmigration. I studien används därför en neoklassisk ansats för att analysera företagsmigration, det vill säga företag antas i vår studie flytta om det finns uppenbara ekonomiska fördelar med detta, men vi kontrollerar även indirekt för institutionella samt beteendemässiga faktorer som antas påverka företagets migrationsbeslut.

Resultaten visar att de företagsspecifika variablerna, som anses vara viktiga i neoklassisk teori av företagsmigration, är statistiskt signifikanta. Det finns ett negativt samband mellan vinstnivåer, företagets ålder och företagets storlek och sannolikheten för omlokalisering av företaget. Resultatet visar också på ett positivt samband mellan företagets tillväxt under föregående år och företagsmigration. Detta indikerar att företag som inte kan växa på sin nuvarande lokalisering ofta väljer att omlokalisera sin verksamhet.

Resultaten visar också att företag undviker kommuner där konkurrensen i den specifika partihandelsbranschen redan är stark, samt att företag inom partihandelssektorn omlokaliseras till mindre tätbefolkade områden utanför storstädernas kärnor samt att färre företag flyttar från borgerliga kommuner, allt annat lika.

2.2 Teoretisk bakgrund

Teorier om företagsmigration kan delas in i tre kategorier enligt Hayter (1997); neoklassiska, beteendevetenskapliga samt och institutionella teorier. För att få en teoretisk modellram för den empiriska undersökningen använder vi oss av en neoklassisk teoretiskt ram skapad av Nakosteen och Zimmer (1987). I den empiriska delen kontrollerar vi dock indirekt för såväl institutionella som beteendefaktorer som kan tänkas påverka företagets migrationsbeslut.

Den teoretiska modellramen utgår ifrån att företag försöker maximera sina vinster. Företag kommer att stanna på sin nuvarande lokalisering så länge den förväntade vinsten vid den aktuella geografiska lokaliseringen överstiger en minsta tröskelnivå. Detta innebär att det kan finnas andra platser med en högre förväntad vinstnivå, men att företaget ändå inte direkt flyttar. Detta eftersom det alltid tillkommer kostnader vid en eventuell omlokalisering.

Även om vi i denna artikel använder det enkla neoklassiska ramverket tar vi hänsyn till den beteendevetenskapliga ansatsen genom att anta att beslutsfattarnas grad av rationalitet är konstant under den studerade tidsperioden (som ju trots allt är relativt kort). Vi tar även hänsyn till den institutionella aspekten där företags lokalisering inte enbart beror på företagets agerande utan tar även hänsyn till det sociala och politiska sammanhang i vilka lokalisering och omlokaliseringsbeslut fattas.

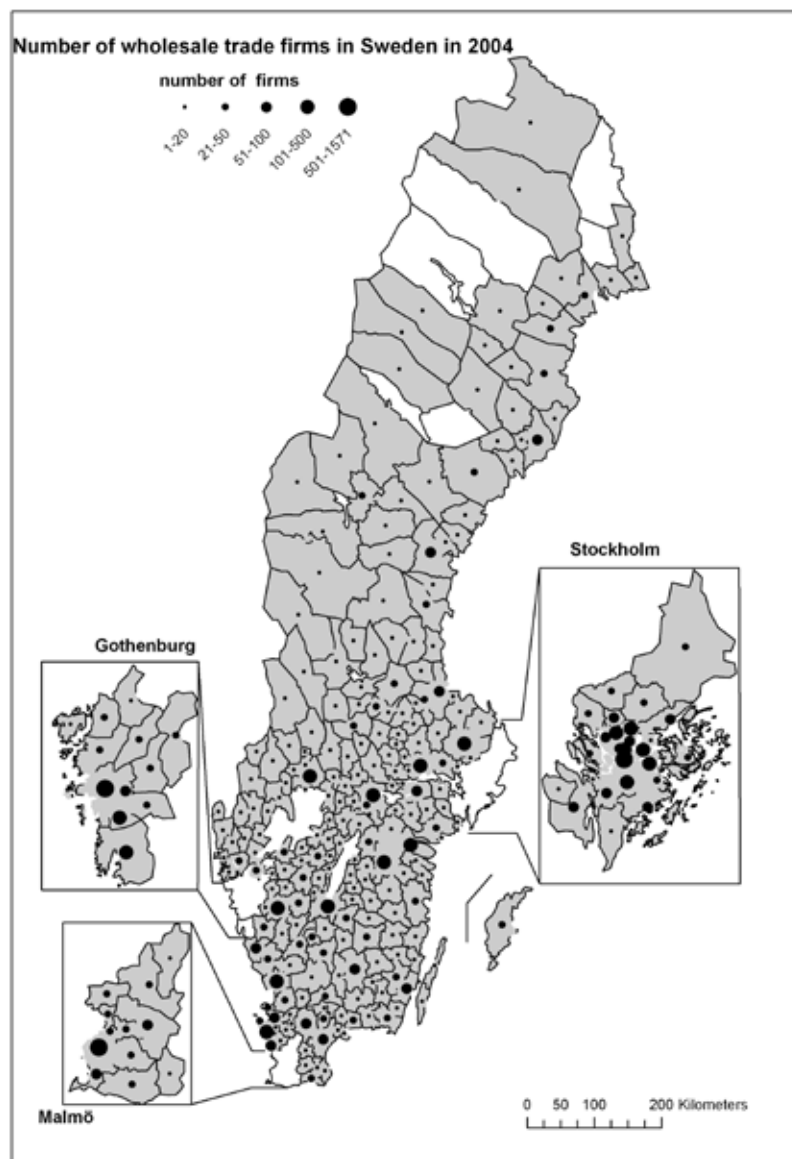
2.3 Empirisk analys

2.3.1 Data

Data över alla aktiebolag i Sverige har erhållits från MM Partner. Alla registrerade aktiebolag i Sverige måste lämna in sina årsredovisningar till Patent och registreringsverket (PRV). Ytterligare data på kommunal nivå, exempelvis befolkningens mängd, har erhållits från Statistiska Centralbyrån (SCB).

Det ursprungliga datamaterialet består av data från 288 757 företag från samtliga sektorer på marknaden, som varit aktiva någon gång under perioden 1995-2005. Denna artikel fokuserar på svenska partihandelsmarknaden under perioden 2000-2004, då information från tidigare år lämnats därhän på grund av opålitlig data. Företag inom partihandelssektorn klassificeras utifrån SCB:s Svensk Näringsgrens indelningskoder (SNI-koder). Studien innefattar endast företag som har en registrerad besöksadress i Sverige, varpå postorderföretag och internetbaserade företag lämnats utanför analysen. Datamaterialet innehåller både enkel och fleranläggningsföretag, dock fokuserar denna artikel endast på enkelanläggningsföretag. Det bör därför nämnas att tidigare studier av företagsmigration har indikerat att enkelanläggningsföretag använder sig av en annan typ av migrationsstrategi än fleranläggningsföretag (McCann, 2004).

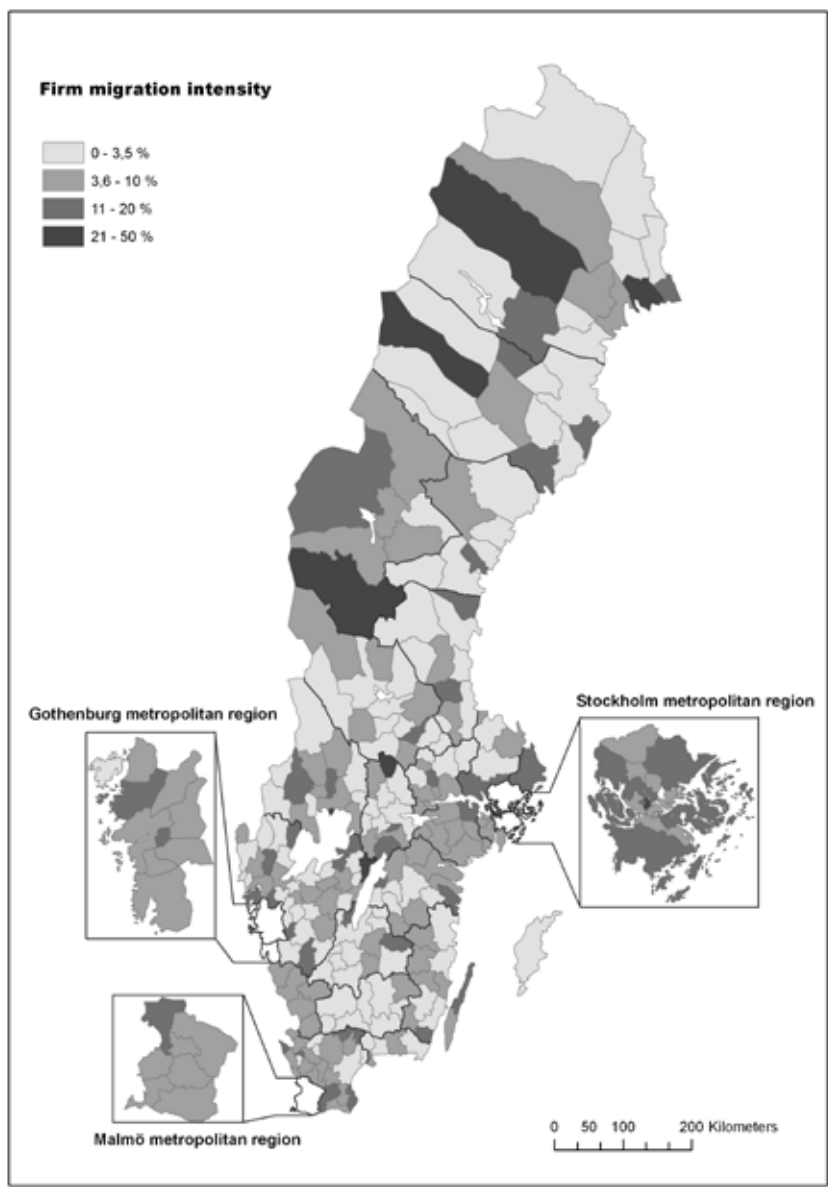
Totalt består datamaterialet av 13 471 partihandelsföretag och består av 51 288 observationer. På grund av avsaknad av observationer för en eller flera av variablerna i data reduceras urvalet med totalt 2 591 företag, vilket slutligen lämnar datamaterialet med information från 10 880 företag i en obalanserad panel med 27 627 observationer. I denna studie definieras företagsmigration som att företagen har gjort en adressändring som innebär flytt över en kommungräns.



Figur 1: Regioners koncentration av partihandelsföretag år 2004

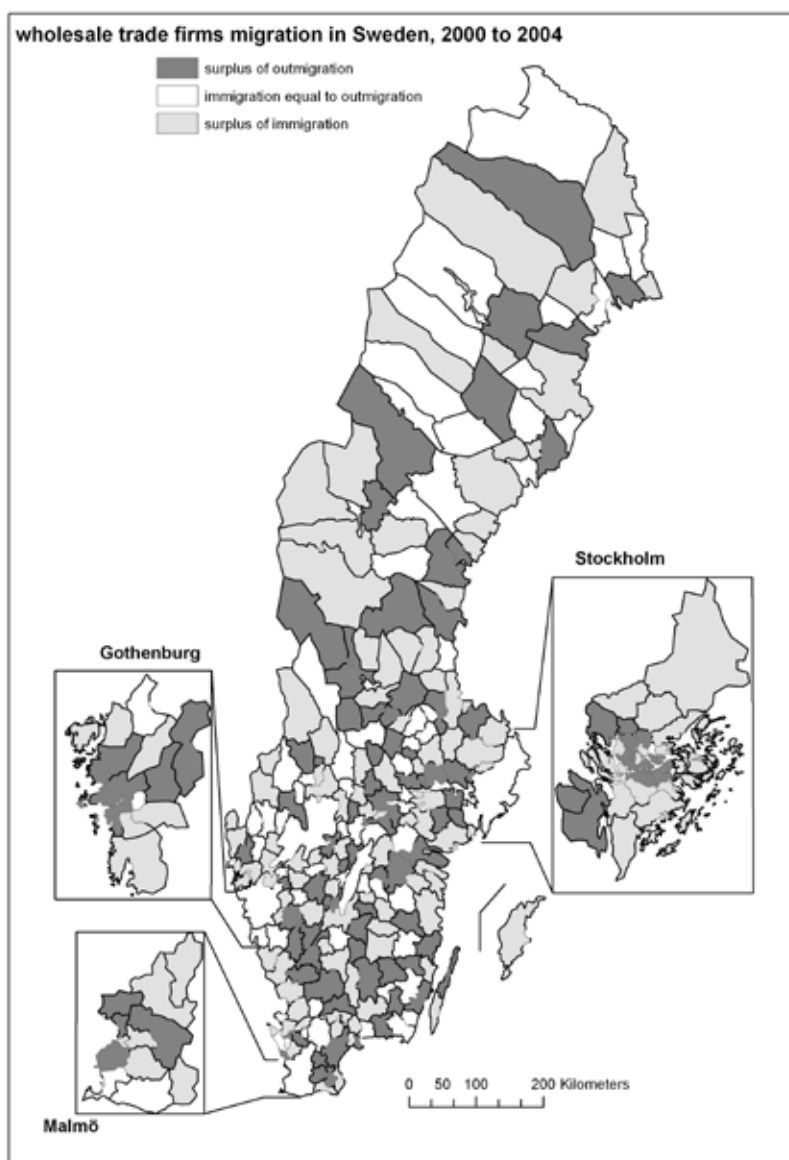
Partihandelsföretagens koncentration illustreras i figur 1. Den största koncentrationen av företag finns i Stockholm (33,3 procent), Göteborg (14,5 procent) och Malmö (8 procent). I övrigt fördelas partihandelsföretagen längs med gränserna eller kustbanden. Bland de 13 471 företagen som ingår datasetet identifieras 1 870 som migrationsfall, detta utgör i genomsnitt 3,5 procent av företagsomlokaliseringen varje år.

Figur 2 visar migrationsintensitet på kommunnivå. Det genomsnittliga antalet in- och utflyttade företag för varje kommun under perioden 2000-2004 är relaterade till antalet existerande företag. Migrationsrörligheten för majoriteten av kommunerna är under medelvärdet 3,5 procent av flyttade företag, jämt fördelade över landet.



Figur 2: Migrationsintensitet inom partihandelssektorn, 2000-2004

Figur 3 illustrerar nettot av migration i olika regioner, det vill säga skillnaden mellan in- och utflyttningar. Av de 289 svenska kommunerna har 129 kommuner ett migrationsöverskott, 95 kommuner har ett migrationsunderskott och i de övriga 66 kommunerna råder jämvikt. Högst migrationstrafik sker i Stockholm- och Göteborgskommunerna med ett migrationsunderskott på 53 respektive 37 företag. Kranskommunerna kring dessa städer ökar i antal företag och har därför ett överskott.



Figur 3: Företagsmigration inom partihandelssektorn under 2000-2004, nettomigration

I tabell 1 presenteras medelvärde och standardavvikelse för alla inkluderade variabler fördelade på migrerande och icke-migrerande företag. De migrerande företagen är mindre, yngre och har lägre avkastning på kapital samt lägre tillväxt än de icke-migrerande företagen. Detta indikerar att företag med negativ vinst väljer omlokalisering som strategi för att öka vinsten. Liknande resultat finns i tidigare studier för bland annat Nederländerna (Pellenbarg 2002), Storbritannien (Mariotti och van der Steen 2001) och USA (Nakosteen och Zimmer 1987).

Tabell 1: Deskriptiv statistik, variabler beräknade på företagsnivå

Variabel	Migrerande företag		Icke-migrerande företag	
	Medelvärde	Standardavvikelse	Medelvärde	Standardavvikelse
ROA_{it-1}	-3.79	73.58	3.05	51.42
Företagets ålder $_{it-1}$	12.95	8.94	14.80	9.10
Företagets storlek $_{it-1}$	14245.01	57817.52	21740.38	140627.30
Företagets tillväxt $_{it-1}$	-0.15	1.74	-0.029	1.64

Tabell 2 visar medelvärde och standardavvikelse för alla industri- och regionspecifika variabler för ut- och inflyttning i kommunerna. Skalfördelar (MES) mäts som storleken på genomsnittsföretaget i industri j och kommunen m , och är nästan identiska för båda typer av kommuner. Andra industrispecifika variabler är industristorlek som mäts genom total försäljning i en bransch och kommun. Genom att mäta marknadskoncentrationen kan vi också kontrollera för konkurrensen på den lokala marknaden. Då används ett så kallat Herfindahl–Hirschman index (HHI)¹.

Tabell 2: Deskriptiv statistik, variabler beräknade på kommunnivå, migrerande företag

Variabel	Utflyttningkommuner		Inflyttningkommuner	
	Medelvärde	Standardavvikelse	Medelvärde	Standardavvikelse
MES_{jt-1}	24809.01	57927.50	25202.92	60103.86
Branschstorlek $_{jt-1}$	722512.10	1500048.00	725667.10	1520346.00
Företag $_{jt-1}$	28.37	50.41	28.18	50.13
HHI_{jt-1}	0.48	0.33	0.47	0.32
Befolkningsmängd $_{mt-1}$	1205.20	1468.42	1049.3	1408.68
Icke-socialistisk $_{mt-1}$	0.33	0.47	0.34	0.48

Resultaten från den deskriptiva industrispecifika statistiken, som illustreras i tabell 2, visar att det endast finns marginella skillnader mellan de två olika typerna av kommuner. Slutligen, de regionspecifika variabler som ingår i studien är befolkningstäthet och en

¹ HHI beräknas genom att summan av företagens marknadsandelar i kvadrat. HHI definieras mellan värdet 0-1, där 1 är fallet när det endast finns en aktör på marknaden. Detta gör att stora, dominerande företag ger ett högt indexvärde.

dummyvariabel lika med ett för en borgerlig kommun. Högre befolkningstäthet i utflyttande kommuner visar att företag oftare flyttar från större till mindre tätbefolkade områden.

Slutligen visar tabell 3 medelvärden och standardavvikelser för hela datamaterialet. Resultatet visar att de företagsspecifika variablerna är identiska medan de industri- och kommunspecifika variablerna skiljer sig gällande in- och utflyttande kommuner.

Tabell 3: Deskriptiv statistik, alla variabler i modellen, alla företag

Variabel	Utflyttningskommuner		Inflyttningskommuner	
	Medelvärde	Standardavvikelse	Medelvärde	Standardavvikelse
ROA_{it-1}	2.81	52.39	2.81	52.39
Företagets ålder $_{it-1}$	14.74	9.10	14.74	9.10
Företagets storlek $_{it-1}$	21467.05	138487.10	21467.05	138487.10
Företagets tillväxt $_{it-1}$	-0.032	1.64	-0.032	1.64
MES_{jt-1}	21840.24	59202.27	21800.98	59043.54
Branschstorlek $_{jt-1}$	650098.20	1386122.00	650222.90	1389491.00
Företag $_{jt-1}$	27.95	49.62	27.92	49.62
HHI_{jt-1}	0.48	0.33	0.48	0.34
Befolkningsmängd $_{mt-1}$	1005.33	1422.01	999.64	1419.31
Icke-socialistisk $_{mt-1}$	0.26	0.43	0.26	0.44

2.3.2 Empirisk modell och resultat

Vår empiriska modell är en regressionsmodell där sannolikheten att ett företag migrerar är en funktion av ett antal förklaringsvariabler.² De förklaringsvariabler som föreslagits i tidigare litteratur, såväl teoretisk som empirisk, och som vi nyttjar i vår modell är företagets avkastning på kapital (ROC_{it-1}), tillväxt ($Firm\ growth_{it-1}$), ålder ($Firm\ age_{it-1}$), och storlek ($Firm\ size_{it-1}$). Anledningen till att vi inkluderar ett företags ålder i vår modell är att äldre företag har starkare rötter i den lokala omgivningen enligt Putnam (1993). Omlokaliseringkostnaderna är mer påtagliga för stora företag medan mindre företag vanligtvis har lägre krav och mindre inflytande över politiska beslut (Brouwer, 2004; Hayter 1997). Alla variabler är laggade med en tidsperiod, på grund av att data erhålls från årsredovisningar som redovisar information från föregående år.

Det förväntas finnas ett negativt samband mellan vinst föregående år och sannolikheten för omlokalisering, samt ett positivt samband mellan föregående års tillväxt och omlokalisering. Dessa förväntade samband baseras på tidigare litteratur.

² Den ekonometriskt intresserade läsaren hänvisas till HUI Working Paper No. 52 där den statistiska metoden beskrivs i detalj.

Regressionsmodellen innehåller även ett antal industrispecifika variabler, såsom ett mått på skalfördelar (MES) i branschen, branschstorlek, antal företag och Herfindahl-Hirschman index. Anledningen till att inkludera MES i modellen är att det normalt sett är svårare att omlokalisera ett företag i en bransch med tydliga skalfördelar, allt annat lika (Daunfeldt med flera 2011; Strotman 2007). Detta då ett sådant företag mycket snabbt måste kunna växa till en livskraftig storlek på den nya lokaliseringen. Det förväntade resultatet är alltså ett negativt samband mellan MES och företagets omlokaliseringsbeslut. Vi väntar oss också att inflyttning ska vara relativt ovanligt till marknader som kännetecknas av en hög grad av konkurrens inom den givna branschen, mätt antingen som antal aktiva företag i branschen eller som Herfindahl-Hirschman index.

Slutligen inkluderas kommunspecifika variabler som befolkningstäthet (*Population density_{mt}*) och en indikatorvariabel för vilket politiskt block som leder kommunen (*Non-socialist_{mt}*). Svenska partihandelsföretag omlokaliseras ofta till områden med lägre befolkningstäthet på grund av exempelvis brist på utrymme i tätbefolkade områden, att markpriserna är högre i tätbefolkade områden och att framkomligheten på vägarna är sämre. Dessa faktorer kan skada lönsamheten hos företag inom partihandeln, varpå företag förväntas omlokaliseras till mindre tätbefolkade områden. Att vi inkluderar en variabel som visar vilket block som styr den lokala kommunen beror på att det ibland hävdats att det finns blockmässiga skillnader i hur man använder plan- och bygglagen.

I tabell 4 nedan återges resultaten för industri- och kommunspecifika variabler mätta för antingen inflyttnings- eller utflyttningskommuner. Om det främst är data mätta utifrån utflyttningskommunen talar man normalt om ”push”, och om det främst är data mätta på inflyttningskommunen som påverkar beslutet att migrera så talar man normalt om ”pull”. Resultaten gällande utflyttade kommuner visar, som förutsetts av teorin (Nakosteen och Zimmer, 1987), ett negativt samband mellan avkastning på kapital under föregående år i den tidigare lokaliseringen och sannolikheten för omlokalisering. Vidare visar resultaten att företagsstorlek och ålder också har ett negativt samband med sannolikheten för omlokalisering. Slutligen har företagstillväxt och sannolikheten för omlokalisering ett positivt samband. Resultaten för kommuner med inflyttning överensstämmer med resultaten för utflyttningskommuner, med undantag av att företagstillväxt inte har ett signifikant samband med företagsmigration.

Tabell 4: Estimeringsresultat och sannolikheten för migration, 2001-2004

Variabel	Utflyttningskommuner			Inflyttningskommuner		
	Estimering	Standard- avvikelse		Estimering	Standard- avvikelse	
ROC _{it-1}	-0.0012	0.00064	*	-0.0022	0.00070	***
Företagets ålder _{it-1}	-0.020	0.0031	***	-0.023	0.0041	***
Företagets storlek _{it-1}	-8.93E-7	-4.40E-7	**	-9.00E-7	-5.10E-7	**
Företagets tillväxt _{it-1}	0.062	0.027	**	-0.013	0.036	
MES _{jt-1}	1.28E-7	6.74E-8		7.83E-7	6.02E-7	
Branschstorlek _{jt-1}	-1.54E-8	-3.70E-8		4.85E-8	4.20E-8	
Företag _{jt-1}	0.00073	0.00099		-0.0020	0.0013	
Herfindahl- Hirschman index _{jt-1}	0.029	0.10		-0.23	0.13	*
Befolkningsmängd _{mt-1}	-2.38E-6	0.000030		-0.00066	0.000060	***
Icke-socialistisk _{mt-1}	-0.24	0.084	***	0.082	0.17	
Sluppmässiga effekter	Varians	Standard- avvikelse		Varians	Standard- avvikelse	
Kommun(z _i)	0.095	0.028	***	0.71	0.12	***
Företag (z _{im})	0.17	0.098	*	0.0019	0.15	

*statistiskt signifikant på 10 % nivå. ** statistiskt signifikant på 5 % nivå.

*** statistiskt signifikant på 1 % nivå. Tidsspecifika fixa effekter har ej rapporterats för att spara utrymme.

Vidare kan observeras att industrispecifika variabler i kommuner med utflyttning inte är statistiskt signifikanta. För kommuner med inflyttning finns ett negativt samband mellan Herfindahl-Hirschman index och sannolikheten för inflyttning. Företag har således en tendens att undvika lokala marknader där konkurrensen i branschen redan är hård.

För kommuner med utflyttning visar resultaten ett negativt samband mellan att initieilt vara placerad i en kommun med borgerlig regering och företagsmigration. För kommuner med inflyttning påvisas istället ett negativt samband mellan hög befolkningstäthet och inflyttning av företag.

2.4 Sammanfattning och slutsatser

En noggrann analys av tidigare litteratur visar att det saknas studier över företagsmigration i Sverige, med undantag av Söderman (1975), och det finns heller ingen tidigare litteratur över migration inom partihandelssektorn. Således är syftet att studera bestämningsfaktorer för företagsmigration på den svenska partihandelsmarknaden.

Resultaten visar att företagsspecifika variabler, som anses vara viktiga i den neoklassiska teorin över företagsmigration, är alla statistiskt signifikanta och med förväntade tecken. Detta bekräftar tidigare resultat gällande vikten av vinst, storlek, ålder och tillväxt när företagsmigration ska förklaras (se Nakosteen och Zimmer, 1987; Putnam, 1993; Pellenbarg, 1995; Louw, 1996; Hayter, 1997; BIC, 1998; Bouwer med flera, 2004).

Den enda industrispecifika variabeln som är signifikant är att företag normalt undviker omlokalisering till kommuner med hög grad av konkurrens i branschen. För de kommunspecifika variablerna visar resultaten att partihandelsföretag flyttar till kommuner med lägre befolkningstäthet och att omlokalisering är mindre vanligt från borgerliga kommuner.

Nystartade eller inflyttade partihandelsföretag – vilka faktorer påverkar val av etableringsort?

Sven-Olov Daunfeldt, Niklas Elert, Niklas Rudholm

3.1 Inledning

Det är väldokumenterat att nystartade företag genererar en rad fördelar, se exempelvis Geroski (1991), Carreira och Texiera (2010) samt Haltiwanger med flera (2010). Till exempel förväntas nystartade företag pressa ned priserna och därmed eliminera överdrivna vinster. Vidare stimulerar ett högt marknadsinträde innovationer, produktivitet och produktkvalitet. Nya och unga företag har också visat sig vara viktiga för sysselsättningstillväxten.

Denna studie ger två bidrag till den redan existerande litteraturen inom området. För det första har de flesta tidigare studier (Dunne med flera, 1988; Audretsch och Fritsch 1994; Kebble och Walker, 1994 och Love, 1996) använt sig utav aggregerad data över nystarter eller fokuserat analysen på tillverkningsindustrin. Endast ett fåtal studier (Pakes och Ericson, 1998; Ilmakunnas och Topi, 1999; Daunfeldt med flera, 2006), har tidigare studerat nyetableringar inom handelssektorn. Daunfeldt med flera (2006) är den enda studien som tidigare har undersökt nyetableringar på partihandelsmarknaden. Detta är förvånande eftersom icke-tillverkande industrier växer, vilket innebär att det blir allt viktigare att samla information över inträdesprocessen även hos dessa företag.

Studien av Daunfeldt med flera (2006) fokuserar på nystarter av detalj- och partihandelsföretag i Sverige under perioden 1990-1996. Resultaten indikerar att många tidigare nyetableringar och stora lokala marknader lockar till inträde av partihandelsföretag. Studien skiljer, i likhet med flertalet tidigare studier inom området, inte mellan nystartade företag och redan etablerade företag som flyttar till den lokala marknaden. Redan Heflebower (1957) poängterade att detta kan utgöra ett problem. Från kommunens perspektiv spelar det mindre roll om tillskotten består av genuina nyetableringar eller inflyttning av redan existerande företag. Det senare kan faktiskt vara att föredra eftersom dessa företag ofta är större och därmed genererar fler arbetsmöjligheter.

I syfte att särskilja mellan nystarter och inflyttning av företag har vi samlat in data över aktiebolag i Sverige som är verksamma inom partihandeln under perioden 2000-2004 och där datamaterialet gör det möjligt att skilja mellan genuina nystarter och redan etablerade företag som flyttar till en specifik kommun.

Studiens resultat indikerar att den förväntade vinsten och andra industrispecifika variabler verkar vara av mindre betydelse för antalet nystarter och inflyttningen av företag på lokala partihandelsmarknader i Sverige. Istället verkar etableringsbesluten främst påverkas av regionspecifika förklaringsfaktorer.

Istället verkar etableringsbesluten främst påverkas av regionspecifika förklaringsfaktorer. Speciellt tillgången till högre utbildning och välutbildad arbetskraft verkar vara en viktig faktor för nya entreprenörskapsmöjligheter inom partihandeln.

Speciellt tillgången till högre utbildning och välutbildad arbetskraft verkar vara en viktig faktor för nya entreprenörskapsmöjligheter inom partihandeln. Höga arbetslöshetstal i kommunen ökar också både antalet nystarter och antalet företag som flyttar till kommunen.

Slutligen verkar fler företag etablera sina verksamheter i kommuner med socialistiskt styre, medan inflyttningen av företag inte påverkas av de politiska preferenserna.

3.2 Teoretisk bakgrund och hypoteser

Betydelsen av nyetableringar poängterades av Schumpeter (1934 och 1943). Han argumenterade för att nyetableringar har en viktig roll för den kreativa processen, det vill säga omvandlingsprocessen som följer med innovation och i slutändan ger ekonomisk tillväxt. Nya företag anses vara innovativa entreprenörer som bibehåller långsiktig tillväxt i deras region eftersom deras innovationer utmanar de redan etablerade företag. Förutom entreprenörskap sker nyetablering på marknaden på grund av flera orsaker, till exempel övertro på potentiell vinst eller för att undgå arbetslöshet. Det har visat sig att beslutet att starta ett företag ofta är en sista utväg, snarare än ett förstahandsval (Coad, 2009).

Inträde på den lokala marknaden identifieras ofta som första gången ett företags organisationsnummer registreras i den specifika regionen (Daunfeldt, med flera 2006, 2010), vilket innebär att man inte kan skilja mellan nystartade företag och inflyttade företag. Studier gällande nyetableringar på en mer aggregerad nivå observerar däremot inte när företag omlokaliserar sin verksamhet, vilket innebär att de endast fokuserar på nystartade av nya företag. Väldigt få tidigare studier har försökt skilja mellan nystartade företag och inflyttade företag, trots att dessa företag kan ha olika egenskaper och att dessa skillnader kan vara av stor betydelse för det lokala beslutsfattandet (Knoben och Weterings, 2010). Nystartade företag är ofta förknippade med låga tillväxtambitioner medan det huvudsakliga syftet för att företag omlokaliserar sin verksamhet är att växa snabbare (Wiklund med flera 2003; Coad, 2009; Pellenbarg med flera 2002 och Brouwer med flera 2004).

Tabell 1 nedan visar en sammanfattning av de faktorer som anses viktiga vid inträde och vilka hypoteser som är mest omnämnda i tidigare litteratur.

Tabell I: Faktorer som påverkar nystart och inflyttning av företag.

Faktorer	Hypotes
Industrispecifikt	
Förväntningar på vinst	+
Uppstartskostnad	-
Marknadskoncentration	-
Marknads storlek	+
MES	-
Antal företag	+
Regionspecifikt	
Universitet	+
Utbildningsnivå	+
Befolkningstäthet	+
Politiskt styre	+/-
Icke-socialistiskt	+
Arbetslöshet	+
Skattesats	+/-

+ = positiv inverkan och - = negativ inverkan

I den teoretiska modellen över inträde antas den förväntade lönsamheten av nyetablering eller omlokalisering på en lokal marknad ha en positiv effekt på inträde (Orr, 1974; Nakosteen och Zimmer, 1987). De empiriska resultaten tyder dock på att effekten är liten. Geroski (1995, s.427) sammanfattar exempelvis litteraturen och drar följande slutsats ”entry seems to be slow to react to high profits”. Ytterligare en fråga som kan påverka nystart och omlokalisering av företag är den förväntade *sunk cost*³ som uppstår. På marknader som karaktäriseras av höga *sunk costs* sker färre inträden (Sutton, 1991) och företag kommer att stanna vid sitt nuvarande läge trots att det finns högre vinst på en annan marknad (Auty, 1975). En annan potentiell industrispecifik inträdesbarriär är minimikrav på skalfördelar (MES) i produktion. På marknader med stora skalfördelar är det ofördelaktigt att vara ett litet företag och de tvingas därför till snabb tillväxt eller utträde ur marknaden (Strotman, 2007). Graden av konkurrens på marknaden utgör också en inträdesbarriär, där stark konkurrens förväntas avskräcka inträde.

Industristorleken är inkluderad i modellen för att ta hänsyn till agglomerationseffekter. Marshall (1890) menade att entreprenörer drar fördelar av att förlägga sin verksamhet i regioner som karaktäriseras av en hög grad av teknik- och kunskapsöverföring mellan företag. Detta förespråkar att nyetableringar och inflyttning av företag är mer vanligt

³ *Sunk costs* är kostnader som inte kan återfås om en investering misslyckas.

förekommande på lokala marknader där industrin redan är väletablerad (Glaeser med flera, 1992).

Befolkningstätheten har identifierats som en viktig faktor vid nyetableringar på marknader. Tidigare studier har föreslagit att inträde är mer vanligt förekommande i tätbefolkade regioner eftersom större marknader innebär en större potentiell vinst för entreprenörerna (Audretsch och Fritsch, 1994; Guesnier, 1994). Arbetslöshet kan också antas ha en positiv effekt på nystarter eftersom att det är ett sätt att skapa sysselsättning (Coad, 2009), vilket även har visats empiriskt (Parker 1996; Davidsson med flera 1994). Detta indikerar att företag flyttar till regioner med bättre arbetsmöjligheter vilket innebär att inflyttande företag har ett positivt samband med lokal arbetslöshetsnivå.

En regions utbildningsnivå anses också ha en positiv effekt på inträde. *The Knowledge Spillover Theory of the Firms* av Audretsch med flera (2006) och Acs med flera (2004) pekar på att kunskapsöverföringen är en viktig källa till entreprenörmöjligheter. Därmed förväntas vi oss kunna observera fler nyetableringar och företagsmigration i regioner som har tillgång till välutbildad arbetskraft, eftersom hög utbildning även kan uppmuntra individer till att bli entreprenörer.

Graden av entreprenörskap kan också bero på den politiska och institutionella sammansättningen (Baumol 1990), där en mer företagsvänlig miljö förväntas ha en positiv effekt på marknadsinträde (Ayittey, 2008; Love, 1995). Nyetableringar och inflyttning påverkas även av den lokala skattenivån där marginalskatterna har en positiv effekt på inträdesbeslut. Parker (1996) har dragit slutsatsen att egenföretagare bör erbjudas större möjligheter att undvika skatter än förvärvsarbetande (Long, 1982; Blau 1987). Däremot påvisar Fölster (2002) ett negativt samband mellan skattebörd och andel egenföretagare i Sverige.

3.3 Data och empirisk metod

3.3.1 Data

Alla registrerade aktiebolag i Sverige måste lämna in sina årsredovisningar till Patent och registreringsverket (PRV). Vi har fått tillgång till denna datamängd från MM Partner. Ytterligare data på kommunal nivå, exempelvis befolkningsmängd och politiska preferenser har erhållits från Statistiska Centralbyrån (SCB). Det ursprungliga datamaterialet består av 288 757 företag från samtliga sektorer på marknaden, som varit aktiva någon gång under perioden 1995-2005. Variabler som vinst, antal anställda, lön, fasta kostnader och likviditet har hämtats från företagens årsredovisningar. Denna studie innefattar data över partihandelsföretag i Sverige mellan 2000-2004, då information från tidigare år lämnats utanför på grund av opålitliga data. Detalj- och partihandelsföretagen klassificeras utifrån SCB:s Svensk Näringsgrens indelningskoder (SNI-koder), som bygger på en europeisk NACE-standard.

De beroende variablerna i vår analys är antalet nystartade företag som överlevt och bedrivit verksamhet under undersökningsperioden, samt antalet nya företag som omlokaliseras till industri j i kommun m , under period t . Fokus ligger på de företag som fortfarande är verksamma eftersom dessa bidrar till lokal sysselsättning och tillväxt. Endast företag med registrerad besöksadress ingick i studien, varpå postorder och internet-baserade företag också har utelämnats från undersökningen.

Datamaterialet består av 13 471 partihandelsföretag och 51 288 årsobservationer. Eftersom vi studerar inträde och inflyttning på lokala marknader, aggregeras data för kommun, industrisektor och år. Den beroende variabeln representerar således antalet nyetablerade företag eller inflyttade företag i en specifik kommun, i bransch med en fem-siffrig SNI-kod och det aktuella året.⁴ Alla oberoende variabler är aggregerade på samma sätt och utgör genomsnittet av den oberoende variabeln i kommun, industri och det aktuella året, varav datamaterialet slutligen består av 14 828 observationer.

Data på kommunnivå är tillhandahållna av Statistiska Centralbyrån (SCB)⁵, och innehåller demografi, genomsnittlig inkomst, politiska preferenser, utbildningsnivå och sysselsättning i varje kommun och för varje år.

3.3.2 Deskriptiv statistik, beroende och oberoende variabler

Litteraturoversikten i avsnitt två föreslår att ett antal industri- och regionspecifika faktorer har stor inverkan på beslut att starta ett nytt företag eller att omlokalisera ett befintligt. Deskriptiv statistik för de variabler som inkluderas i studien presenteras i tabell 2.

⁴ Notera också skillnaden mot föregående studie. Där studerades vilka faktorer som påverkade det enskilda företags beslut att migrera, här studeras vilka faktorer som gör en kommun attraktiv för nyetableringar eller inflyttning.

⁵ Ytterligare data på kommunnivå är hämtad från databasen K fakta06 skapad av docent Leif Johansson, vid institutionen för stadsvetenskap, Lunds Universitet.

Tabell 2: Deskriptiv statistik

Variabler	Medelvärde	Standardavvikelse	Min	Max	N
Nyetablering	0.099	0.415	0	11	14828
Inflyttning	0.101	0.389	0	10	14828
ROA	4.191	36.294	-999	705.3	13764
Uppstartskostnad	3626000	6.43E+7	0	5.42E+9	13919
Marknadskoncentration	82.847	25.196	3.7	100	12967
Marknadsstorlek	6.51E+7	3.40E+8	0	1.2E+10	13340
MES	1.64E+7	5.75E+7	0	2.4E+9	13340
Antal företag	2.962	6.844	1	167	13340
Universitet	0.212	0.408	0	1	14828
Utbildningsnivå	25.562	9.239	0	57.558	14828
Befolkningstäthet	311.375	718.351	0	4075	14828
Politiskt styrka	24.237	4.506	0	50.771	14828
Icke-socialistisk	0.335	0.472	0	1	14828
Arbetslöshet	3.204	1.116	0.9	8.3	14781
Skattesats	30.996	1.227	27.15	34.04	14828

De beroende variablerna är antalet nystartade och inflyttade företag i en viss kommun under ett visst år.

Vinstmöjligheter för potentiella inträdesföretag mäts genom den genomsnittliga avkastningen på totalt kapital (ROA) i en given bransch, kommun och år. Genomsnittet av det redovisade värdet av anläggningstillgångar används för att mäta så kallade icke-återvinningsbara kostnader, sunk cost.

Marknadskoncentrationen mäts genom Herfindahl-Hirschman index (HHI)⁶ för en given bransch, kommun och år under perioden 2000-2004. Vi kontrollerar även för lokal konkurrens genom att också använda antalet företag som är aktiva i den specifika branschen, kommunen och året.

Marknadsstorleken mäts genom den totala försäljningen i en given bransch, kommun och år. En annan industri specifik faktor är minimikrav på skalfördelar (MES), och i denna studie använder vi storleken på det genomsnittliga företaget i en given bransch, kommun och år som mått på MES.

⁶ HHI beräknas genom att summan av företagens marknadsandelar i kvadrat. HHI definieras mellan värdet 0-1, där 1 är fallet när det endast finns en aktör på marknaden.

Regionspecifika variabler är mycket sällan inkluderade vid studier av marknadsinträde, trots att ett antal tidigare studier har indikerat att den regionala kontexten är av betydelse. Det kommunspecifika datamaterialet innehåller befolkningstäthet och sysselsättning. Befolkningstätheten mäts genom antalet invånare per kvadratkilometer i kommunen. Arbetslösheten beräknas som den procentuella andelen öppet arbetslösa i åldern 18-64 mellan år 1998 och 2000, samt åldrarna 16-64 mellan år 2001-2005.

Vi kontrollerar även för närvaron av universitet och högskola, utbildningsnivå i regionen, politiska preferenser och politiskt styrka. Utbildningsnivån är en mäts som den procentuella andelen med en eftergymnasal utbildning om minst tre år i en given kommun för åldrarna 16-74. Politiska preferenser är också en dummyvariabel som innefattar alla lokala kommuner där icke-socialistiska partier har egen majoritet. Slutligen mäts den politiska styrkan mäts genom ett Herfindahl-Hirschman index, och kommunalskatten mäts i procentenheter.

3.3.3 Empirisk metod

Företagsinträde delas upp i nyetableringar och inflyttning. När beslut fattas om att starta ett nytt företag eller omlokalisera företaget till en annan lokal marknad antas det att entreprenören värderar den potentiella vinsten, andra industrispecifika förhållanden samt faktorer på regional nivå som kan påverka inträdesbeslutet (Daunfeldt med flera, 2006). För att undersöka om samma faktorer som påverkar nystartade företag också påverkar inflyttande företag estimeras en (räknedata) regressionsmodell där antalet nystartade företag (Modell 1) eller inflyttade företag (Modell 2) förklaras av de variabler som beskrivits ovan. Modellen kontrollerar även på ett statistiskt elegant sätt för tidkonstant icke-observerbar heterogenitet mellan kommuner och tidsvariant heterogenitet över olika år.⁷

3.4 Resultat

Nyetableringar verkar inte påverkas av vinstmöjligheter i kommunen. Däremot är de estimerade effekterna av vinstmöjligheterna för inflyttande företag negativ och statistiskt signifikant. Effekten är emellertid liten och utan större ekonomisk betydelse. Värdet av anläggningstillgångarna, det vill säga variabeln för *sunk cost* är överraskande nog positiv och signifikant för inflyttande företag. En procents ökning av marknadskoncentrationen minskar inträdet med endast 0,5 procent. Således verkar de industrispecifika faktorerna vara av mindre betydelse både för nystartade och inflyttande företag.

Gällande de regionspecifika faktorerna ökar antalet nystartade företag och inflyttande företag av både tillgång till universitet och utbildad arbetskraft. Tillgång till universitet i kommunen fördubblar det förväntade antalet nyetableringar och ökar även det förväntade

⁷ Den ekonometiskt intresserade läsaren hänvisas till HUI Working Paper No. 53 där den statistiska metoden beskrivs i detalj.

antalet inflyttande företag med 30 procent. Även utbildningsnivån i kommunen verkar viktig. En femprocentig ökning av individer med eftergymnasial utbildning ökar det förväntade antalet nystartade företag med 23 procent.

I enlighet med tidigare studier (Davidsson med flera 1994) finner vi också att en ökning av arbetslösheten är associerad med en ökning av nystartade och inflyttande företag. Om den lokala arbetslösheten ökar med en procent tyder resultaten på att detta ökar antalet nystarter med 32 procent och antalet företag som flyttar till kommunen med 18 procent. Vi kan också notera att antalet nya inträden reduceras med 25 procent om kommunen är borgerligt styrd.

Tabell 3: Resultat från estimeringarna, påverkansfaktorer över nyetablering och inflyttning.

Variabler	Nyetablering		Inflyttning	
	Irr	std.err.	Irr	std.err.
ROA	1.000	0.001	0.998***	0.001
Uppstartskostnad	1.000	5.24E-10	1.000***	2.50E-10
MES	1.000	6.37E-10	1.000	7.31E-10
Marknadsstorlek	1.000	7.09E-11	1.000*	6.40E-11
Marknadskoncentration	0.995***	0.002	1.001	0.001
Antal företag	0.993*	0.004	0.997	0.004
Universitet	2.021***	0.248	1.312***	0.128
Utbildningsnivå	1.042***	0.006	1.022***	0.005
Befolkningstäthet	1.000***	6.20E-5	1.000***	4.41E-5
Politiskt styre	1.013	0.012	1.002	0.009
Icke-socialistiskt	0.756**	0.090	0.954	0.084
Arbetslöshet	1.320***	0.085	1.178***	0.058
Skattesats	0.933	0.058	0.945	0.045
Regionspecifik F.E.	Ja		Ja	
Industrispecifik F.E.	Ja		Ja	
Tidsspecifik F.E.	Ja		Ja	
N antal observationer	12051		12051	
BIC	6002.546		7898.542	
McFadden's adj. R2	0.128		0.09	

***, ** och * anger respektive signifikansnivå på 1 %, 5 % eller 10 %

BIC = Schwarz's Bayesian information criteria.

Irr = Incidence-rate ratios.

NB-regr. = Negative binomial regression.

3.5 Sammanfattning och diskussion

Syften med denna studie har varit att undersöka vilka faktorer som påverkar nyetablering och inflyttning på den svenska partihandelsmarknaden, i svenska kommuner, under perioden 2000-2004. Denna studie bidrar till den redan existerande litteraturen genom att fokusera på om olika faktorer påverkar nyetableringar och inflyttning av företag. Ytterligare ett bidrag är att få tidigare studier har analyserat inträde på partihandelsmarknaden.

Resultatet visar att inträde av nya partihandelsföretag och inflyttning av redan existerande företag främst påverkas av regionspecifika faktorer. Antalet nya etableringar och inflyttning ökar på den lokala marknaden när det finns tillgång till universitet samt utbildad arbetskraft. Detta antyder att kunskapsspridning skapar entreprenörsverksamheter i termer av nyetableringar och inflyttning. Dessutom visar resultaten att entreprenörer startar sin verksamhet i kommuner med hög arbetslöshet, på grund av att arbetslöshet ökar egenföretagande.

Slutligen sker fler inträden i socialistiska kommuner. En möjlig orsak kan vara att arbetslösa individer i dessa kommuner är mer benägna att starta egna företag jämfört med de som är arbetslösa i icke-socialistiska kommuner.

Denna studie har fokuserat på om faktorer som påverkar inträdesbeslut skiljer sig mellan nyetablerade företag och inflyttande företag. Framtida studier föreslås fokusera på generella skillnaderna mellan nystartande företag och inflyttande företag, exempelvis när de gäller arbetsmöjligheter och produktivitetstillväxt.

4 Företagstillväxt inom detalj- och partihandelssektorn

Sven-Olov Daunfeldt, Åsa Lang, Zuzana Macuchova, Niklas Rudholm

4.1 Inledning

Litteraturen kring företagstillväxt är mycket omfattande och finns inom många olika vetenskapliga discipliner. Betydande för teorin om företagstillväxt är bland annat Gibrat (1931) och Penrose (1959), och forskning syftar ofta till att testa Gibrats (1931) teori om att företagstillväxt är oberoende av företagets storlek (Sutton, 1997; Caves, 1998). Ytterligare studier analyserar inverkan av företagets ålder (Haltiwanger med flera, 2010), innovationer (Coad och Rao, 2008), konkurrens (Geroski och Gugler, 2004), human-kapital (Wiklund och Shepherd, 2003), företagets ägarskapsstruktur (Audretsch och Mahmood, 1994), samt industrins minimikrav på skalfördelar (MES) (Audretsch, 1995). Förklaringsgraden i dessa modeller är emellertid ofta låg och förklarar mindre än tio procent av variationen i datamaterialet (Coad, 2009). Slutsatsen för många forskare är således att vilka företag som faktiskt växer ofta beror på rent slumpmässiga processer (Marsili, 2001).

Tidigare litteratur har ofta haft fokus på tillverkningsbolag (Coad, 2009). Endast fåtalet studier tidigare har jämfört företagstillväxt bland detalj- och partihandelsindustrier med tillverkningsindustrier (Pakes och Ericson, 1998). Det finns inte, enligt vår kunskap, någon tidigare litteratur om företagstillväxt inom detalj- och partihandeln. Mindre företag inom tillverkningsindustrin kan till exempel ha högre utträdes hinder för att industrin är mera kapitalintensiv och präglas av skalfördelar och stora icke-återvinningsbara uppstartskostnader, så kallade *sunk costs*⁸; vilket indikerar att små företag som överlever borde karaktäriseras av högre tillväxt än stora företag. Denna snedvridning borde elimineras i industrier där skalfördelar, sunk costs och kapitalintensitet inte är lika viktigt, som i exempelvis detaljhandeln.

Syftet med denna studie är att analysera företagstillväxt inom detalj- och partihandelssektorn genom att använda ett urval på 400 svenska aktiebolag aktiva i dessa industrier under perioden 1998-2004. För att ta hänsyn till distributionen av företagstillväxt skattas en kvantilregressionsmodell. På så vis elimineras vissa statistiska problem med att nyttja konventionella regressionsmetoder då företagstillväxt normalt följer en tätlignande form som strider mot OLS-antagandet om normaldistriberade felterm. Ytterligare en komponent som inkluderas i analysen är företagsspecifika fixa effekter. Detta tillvägagångssätt möjliggör indirekt kontroll av tidskonstant icke-observerbar heterogenitet (såsom till exempel företagskultur och/eller kompetens hos personalen) på företagsnivå.

⁸ *Sunk costs* är kostnader som inte kan återfås om en investering misslyckas.

Resultaten visar att modellen utan företagsspecifika effekter har mycket låg förklaringsgrad och att flertalet variabler inte är signifikanta. Detta stödjer tidigare upptäckter som tyder på att tillväxt är en slumpmässig process (Geroski, 2000). Studiens resultat pekar på att förklaringsgraden ökar kraftigt när företagsspecifika fixa effekter inkluderas i estimeringen. Detta tyder på att tidskonstant icke observerbar företagsspecifik heterogenitet är en avgörande faktor vid företagstillväxt. Några exempel på sådana faktorer kan vara kompetens hos medarbetarna, företagskultur, med mera. Detta indikerar också att kvantitativa studier på företagsdata främst kan används för att hitta vilka företag som växer snabbt, medan förklaringar till varför detta sker bör studeras med mera kvalitativa forskningsmetoder.

4.2 Data och empirisk metod

4.2.1 Data

Data över alla aktiebolag i Sverige har erhållits från MM Partner och alla registrerade aktiebolag i Sverige måste lämna in sina årsredovisningar till Patent och registreringsverket (PRV). Ytterligare data på kommunal nivå, exempelvis befolkningens mängd och politiska preferenser har erhållits från Statistiska Centralbyrån (SCB). Det ursprungliga datamaterialet består av data från 288 757 företag från samtliga sektorer på marknaden, som varit aktiva någon gång under perioden 1995-2005. Variabler som vinst, antal anställda, lön, fasta kostnader och likviditet har hämtats från årsredovisningarna.

Denna artikel innefattar data över detalj- och partihandelsföretag i Sverige mellan 1998-2004. Detalj och partihandelsföretagen klassificeras utifrån SCB:s Svensk Näringsgrens indelningskoder (SNI-koder), som bygger på en europeisk NACE-standard. Tillgänglig data består av totalt 7 311 partihandelsföretag samt 4 811 detaljhandelsföretag. Vi väljer att analysera ett slumpmässigt urval av 400 företag, som varit aktiva inom detalj- och partihandeln i Sverige mellan 1998-2004.⁹

4.2.2 Beroende och oberoende variabler

Sysselsättning och försäljning är i tidigare litteratur de mest använda indikatorerna för företagstillväxt (Delmar, 1997). I denna studie används procentuell försäljningstillväxt som beroende variabel, och denna tillväxt förklaras av ett antal oberoende variabler. I tabell 1 nedan visas medelvärde och standardavvikelse för variablerna som inkluderas i den empiriska analysen.

Två företagsspecifika variabler som fått uppmärksamhet i tidigare litteratur är företagens storlek och ålder (van Praag och Versloot, 2008). Nyligen skrivna studier har en tendens att förkasta hypotesen om att tillväxt är oberoende av företagsstorlek. Istället verkar det som att små företag växer snabbare än stora (Hall, 1987; Evans, 1987 och 1987b; Dunne med flera 1989; Dunne och Hughes, 1994; Audretsch med flera 1999 och Calvo, 2006).

⁹ Anledningen till att vi använder ett slumpmässigt urval är att modellens standardfel beräknas genom bootstrapping i kvantilregression, vilket är extremt beräkningskrävande. För att kunna inkludera företagsspecifika fixa effekter det i modellen tvingas vi således använda ett mindre urval företag.

Ett antal studier har också indikerat att yngre företag växer snabbare än gamla. Haltiwanger med flera (2010) menar att det inte finns någon systematisk relation mellan storlek och tillväxt, efter att man kontrollerat för företagens ålder. Vi definierar företagsålder som det observerade året minus registreringsår. Information över uppstartsår är tillgängligt från 1972, vilket innebär att den maximala åldern är 34 år, även om företaget har existerat före år 1972. Slutligen kan tilläggas att vi också inkluderar eget kapital som andel av den totala skulder, detta för att analysera huruvida företag med hög grad av finansiell styrka har högre tillväxttakt än företag med lägre andel eget kapital i relation till skulderna. Som noterats av Santarelli och Vivarelli (2007) verkar inte finansiella begräsningar vara en faktor som påverkar företagstillväxten.

Företagstillväxt kan också påverkas av industrispecifika omständigheter. Marknads-koncentration, antal företag, branschstorlek samt minimikrav på skalfördelar (MES) är industrispecifika variabler som ingår i den empiriska analysen, och för att mäta marknadskoncentrationen används Herfindahl-Hirschman index (HHI)¹⁰.

Vi kontrollerar för storleken på marknaden genom att använda antalet aktiva företag i en specifik bransch, kommun och år. Industrins storlek mäts genom att använda total försäljning. En annan industrispecifik faktor som fått mycket uppmärksamhet i tidigare litteratur är minimikrav på skalfördelar (MES). Om en bransch kännetecknas av skalfördelar så måste nya aktörer växa snabbt för att nå en hållbar nivå. Om inte är det vanligt att nya företag ofta tvingas lämna marknaden i de industrier som karaktäriseras av hög MES (Strotman, 2007).

Tabell 1. Medelvärden, standardavvikelse och antal observationer

Variabler	Medel	Std	Medel	Medelvärde	Std	N
Företagstillväxt	-0.0053	0.25	770	0.0026	0.23	782
Migration	0.083	0.28	999	0.93	26.62	999
Företagsstorlek	5.67	8.9	985	4.20	5.02	989
Eget kapital	0.22	1.00	999	0.26	0.93	995
Företagsålder	17.05	9.03	999	16.83	9.2	999
Herfindahl index	0.47	0.32	796	0.44	0.35	796
Antal företag	32.47	55.56	796	23.11	37.82	797
Marknadsstorlek	861302.4	1668183	796	144801.6	260040.6	797
MES	28023.26	75383.31	796	7285.12	13884.32	797

¹⁰ HHI beräknas genom att summan av företagens marknadsandelar i kvadrat. HHI definieras mellan värdet 0-1, där 1 är fallet när det endast finns en aktör på marknaden.

Fortsättning Tabell 1.

Variabler	Medel	Std	Medel	Medelvärde	Std	N
Icke-socialistiskt	0.227	0.42	1000	0.178	0.38	1000
Politiskt styre	0.24	0.037	1000	0.24	0.034	1000
Universitet	0.51	0.5	1000	0.49	0.5	1000
Utbildningsnivå	30.63	9.38	1000	28.71	9.37	1000
Befolkningstäthet	227211.6	266999	1000	203977.7	260451.1	1000

Regionspecifika variabler är sällan inkluderade då företagstillväxt studeras, även om någon tidigare studie (Audretsch och Dohse, 2007) har visat på att regional kontext är av betydelse för tillväxt. Därför kontrollerar vi i analysen även för ett antal kommunspecifika faktorer som kan tänkas påverka tillväxten. Vi kontrollerar således för tillgång av universitet och högskolor i kommunen, utbildningsnivå för befolkningen, politiska preferenser och politiskt makthavande.

4.2.3 Empirisk metod

I vår studie estimeras såväl en konventionell regressionsmodell som en kvantilregressionsmodell (Fotopoulos och Louri, 2004; Coad och Rao 2008; Reichstein med flera 2010) för att undersöka vad som påverkar företagstillväxt. Genom användandet av kvantilregression elimineras vissa statistiska problem med att nyttja konventionella regressionsmetoder då företagstillväxt normalt följer en tätlignande form som strider mot antagandet i konventionella regressionsmodeller om normaldistributede feltermar.¹¹

4.3 Resultat

Resultatet från den konventionella regressionsmodellen presenteras i tabell 2, både för modellen som inte inkluderar företagsspecifika fixa effekter (Modell 1) och modellen som inkluderar dessa (Modell 2).

I enlighet med tidigare studier över företagstillväxt har Modell 1 mycket låg förklaringsgrad och de flesta koefficienter är inte statistiskt signifikanta. Enligt Geroski (2000), drivs företagstillväxt av stokastiska processer och följer en så kallad *random walk*. När företagsspecifika fixa effekter inkluderas i modellen ökar R^2 värden från 2 procent till 49 procent (partihandelssektorn) och från 4 procent till 42 procent. Detta indikerar på att företagstillväxt drivs av tidskonstanta företagsspecifika faktorer. Kvantilregressions-estimation av ekvation (2) som inkluderar företagsspecifika fixa effekter och presenteras för partihandeln i tabell 3 och för detaljhandeln i tabell 4.

¹¹ Den ekonometriskt intresserade läsaren hänvisas till HUI Working Paper No. 50 där den statistiska metoden beskrivs i detalj.

Tabell 2: Resultat konventionell regressionsmodell

Variabler	Modell I		Modell II	
	Partihandel	Detailhandel	Partihandel	Detailhandel
	Estimat	t-värde	Estimat	t-värde
Migration	-0.011	0.3	-0.00079***	-2.76
Eget kapital	-0.24	-0.83	0.0067	0.42
Företagsstorlek	-9.43e-06	-0.01	0.0027	1.59
Företagsålder	-0.0019	-1.63	-0.00053	-0.61
Marknadskoncentration	-0.0075	-0.21	0.029	0.79
Antal företag	-0.00027	-0.64	0.00036	0.75
Marknadsstorlek	2.11e-08*	1.9	-1.22e-07	-1.30
MES	-8.14e-08	-0.79	-4.81e-07	-1.23
Icke-socialistiskt	-0.018	-0.93	-0.021	-1.01
Politiskt styre	0.056	-0.16	0.13	0.42
Universitet	0.02	0.9	0.031	0.86
Utbildningsnivå	-0.00069	-0.58	-0.00093	-0.46
Befolkningsstäthet	-6.58e-08	-0.93	5.65e-08	0.89
			-3.22e-07	-1.47
Tidsspecifik FE.	Ja	Ja	Ja	Ja
Företagsspecifik FE	Nej	Nej	Ja	Ja
R ²	0.02	0.04	0.49	0.42
N	581	576	576	581

***, ** och * anger respektive signifikansnivå på 1%, 5% eller 10%

Tabell 3: Kvantil regressionsresultat. Partihandelsmarknaden

Variabel	0,1	0,25	0,5	0,75	0,9
Migration	-0.0028 (-0.06)	-0.0028 (-0.08)	0.016 (0.48)	0.019 (0.71)	0.019 (0.77)
Eget kapital	0.0093 (1.19)	0.0093 (0.49)	0.0065 (0.14)	-0.0045 (-0.12)	-0.0045 (-0.18)
Företagsstorlek	-0.000052 (-0.06)	-0.000052 (-0.06)	0.00033 (0.46)	-0.00053 (-0.74)	-0.00053 (-0.66)
Företagsålder	0.0064 (0.85)	0.00636 (0.78)	0.005 (0.65)	0.0015 (0.27)	0.0015 (0.25)
Marknadskoncentration	0.014 (0.39)	0.014 (0.33)	0.011 (0.33)	0.016 (0.45)	0.016 (0.33)
Antal företag	0.000059 (0.23)	0.000059 (0.16)	0.00012 (0.33)	-0.000031 (-0.06)	-0.000031 (-0.06)
Marknadsstorlek	8.81e-09 (0.85)	8.81e-09 (0.57)	7.48e-09 (0.89)	2.08e-08* (1.83)	2.08e-08* (1.68)
MES	-1.33e-08 (-0.04)	-1.33e-08 (-0.03)	1.37e-07 (0.53)	1.17e-07 (0.48)	1.17e-07 (0.49)
Icke-socialistiskt	-0.0026 (-0.04)	-0.0026 (-0.05)	-0.018 (-0.51)	-0.0069 (-0.12)	-0.0069 (-0.12)
Politiskt styre	-0.39 (-1.18)	-0.39 (-1.96)	-0.39 (-0.89)	-0.5 (-1.08)	-0.5 (-1.44)
Universitet	-0.038 (-0.28)	-0.038 (-0.05)	-0.061 (-0.03)	0.076 (0.23)	0.076 (0.29)
Utbildningsnivå	0.00066 (0.07)	0.00066 (0.12)	0.0021 (0.23)	0.0005 (0.07)	0.0005 (0.08)
Befolkningstäthet	9.73e-09 (0.03)	9.73e-09 (0.01)	-4.52e-08 (-0.02)	-2.08e-07 (-0.33)	-2.08e-07 (0.55)
R ²	0.72	0.46	0.28	0.4	0.65
N	576	576	576	576	576

***, ** och * anger respektive signifikansnivå på 1%, 5% eller 10%

Tabell 4: Kvantil regressionsresultat. Detaljhandelsmarknaden

Variabel	0,1	0,25	0,5	0,75	0,9
Migration	-0.00016 (-0.09)	-0.00016 (-0.04)	-0.000052 (0.01)	-0.00009 (-0.04)	-0.00009 (-0.04)
Eget kapital	0.019 (0.43)	0.019 (0.45)	-0.011 (-0.33)	-0.11 (-0.34)	-0.11 (-0.31)
Företagsstorlek	0.00096 (0.79)	0.00096 (0.47)	0.00025 (0.13)	0.0016 (1.08)	0.0016 (1.08)
Företagsålder	0.00036 (0.11)	0.00036 (0.09)	0.0015 (0.4)	-0.00087 (-0.27)	-0.00087 (-0.19)
Marknadskoncentration	0.029* (1.7)	0.029* (1.25)	0.007 (0.24)	0.016 (0.62)	0.016 (0.50)
Antal företag	0.00016 (0.35)	0.00016 (0.26)	-0.00031 (-0.61)	-0.00077 (-1.39)	-0.00077 (-1.41)
Marknadsstorlek	1.05e-08 (0.13)	1.05e-08 (0.11)	6.33e-08 (0.79)	1.24e-07 (1.45)	1.24e-07 (1.98)
MES	-3.14e-07 (-0.53)	-3.14e-07 (-0.52)	-2.24e-07 (-0.38)	-1.0e-05* (1.91)	-1.0e-05* (1.98)
Icke-socialistiskt	0.03 (0.39)	0.03 (0.06)	-0.013 (-0.19)	-0.0049 (-0.1)	-0.0049 (-0.08)
Politiskt styre	0.22 (0.7)	0.22 (0.81)	0.25 (0.72)	0.32 (1.07)	0.32 (0.87)
Universitet	-0.14 (-0.09)	-0.14 (-0.16)	-0.17 (-0.23)	-0.13 (-0.17)	-0.13 (-0.13)
Utbildningsnivå	0.015 (0.92)	0.015 (0.89)	0.016 (0.78)	0.02 (1.08)	0.02 (1.25)
Befolkningstäthet	9.37e-08 (0.03)	9.37e-08 (0.04)	8.48e-08 (0.05)	-9.06e-08 (-0.05)	-9.06e-08 (-0.05)
R ²	0.75	0.50	0.30	0.41	0.67
N	581	581	581	581	581

***, ** och * anger respektive signifikansnivå på 1%, 5% eller 10%

Resultaten indikerar att de flesta förklaringsvariabler inte är signifikanta. Det finns svaga bevis för att branschstorlek har positiv effekt på tillväxten hos snabbväxande företag. Detta indikerar att vanliga stora marknader är drivande faktorer för ekonomisk tillväxt, se *The New Economic Geography* (Krugman, 1995; Fujita med flera 1999) och *Endogenous Growth Theory* (Romer 1990).

För att kunna jämföra resultaten har vi även estimerat en kvantilregressionsmodell utan företagspecifika fixa effekter där resultaten indikerar att unga företag har större sannolikhet än äldre företag att få en hög tillväxt. När de företagspecifika fixa effekterna inkluderas i modellen är effekten inte längre statistiskt signifikant. Resultatet antyder ett samband mellan företagsålder och icke observerbara faktorer som förklarar tillväxtmönster.

4.4 Slutsatser och diskussion

Denna studie har fokuserat på att identifiera regelbundenheter som förklarar företagstillväxt inom detalj- och partihandeln genom en analys av ett urval av 400 svenska aktiebolag under perioden 1998-2004. Studien ämnar försöka fördjupa vår kunskap över vad som påverkar företagstillväxt i detalj- och partihandelssektorn.

Ett problem när man estimerar företagstillväxt är att de flesta företag inte växer överhuvudtaget, medan ett fåtal företag växer snabbt. I enlighet med tidigare studier kring företagstillväxt estimerar vi en kvantilregressionsmodell.

Den empiriska studien visar att modeller utan företagspecifika effekter har låg förklaringsgrad och de flesta variabler är inte signifikanta. Dock visar resultatet att förklaringsgraden ökar då företagspecifika fixa effekter inkluderas i estimeringen. Den avgörande faktorn som påverkar företagstillväxt verkar därför vara tidkonstanta icke i data observerbara företagspecifika faktorer. Tyvärr kan studien därför inte exakt redogöra för vilka faktorer inom företag som förklarar tillväxt, det kan exempelvis vara faktorer såsom företagskultur och varumärkeslojalitet. En möjlig inriktning på framtida forskning är därför att nyttja de metoder som föreslagits och nyttjats ovan för att identifiera snabbväxande företag, för att därefter studera frågan om vilka företagspecifika faktorer som utgör framgångsfaktorer med hjälp av kvalitativa forskningsmetoder.

Referenser

- Acs, Z.J., Audretsch, D.B., Braunerhjelm, P., and Carlsson, B. (2004), *The knowledge spillover theory of entrepreneurship*. *Small Business Economics*, 32, 15-30.
- Audretsch, D.B. and Fritsch, M. (1994), *The Geography of Firm Births in Germany*, *Regional Studies*, vol 28, p 359-365.
- Audretsch, D.B., and Mahmood, T. (1994). "Firm selection and industry evolution: the post-entry performance of new firms". *Journal of Evolutionary Economics*, 4(3), 243-260.
- Audretsch, D.B. (1995). "Innovation, growth and survival". *International Journal of Industrial Organization*, 13(4), 441-457.
- Audretsch, D.B., Prince, Y.M., and Thurik, A.R. (1999). "Do small firms compete with large firms?". *Atlantic Economic Journal*, 27(2), 201-209.
- Audretsch, D.B., Klomp, L., Santarelli, E., and Thurik, A.R. (2004). "Gibrat's Law: Are the Services Different?". *Review of Industrial Organization*, 24(3), 301-324.
- Audretsch, D.B., Keilbach, M.C., and Lehman, E.E. (2006), *Entrepreneurship and economic growth*. Oxford University Press: New York.
- Audretsch, D.B., and Dohse, D. (2007). "Location: A Neglected Determinant of Firm Growth". *Review of World Economics*, 143(1), 79-107.
- Auty, R.M. (1975), "Scale Economies and Plant Vintage: Toward a Factory Classification", *Economic Geography*, 51, 150-162.
- Ayittey, G. (2008), "The African Development Conundrum", in Powell, B (ed), *Making Poor Nations Rich. Entrepreneurship and the Process of Economic Development*, Stanford University Press, Washington D.C.
- Bain, J. S. (1956), *Barriers to new competition*, Harvard University Press, Cambridge.
- Baumol, W.J. (1990), "Entrepreneurship: productive, unproductive and destructive", *Journal of Political Economy*, vol 98, p 893-921.
- Beck, T., Demirguc-Kunt, A., and Maksimovic, V. (2005b). "Financial and legal constraints to growth: does firm size matter?". *The Journal of Finance*, 60(1), 137-177.

- Berglund, E. and Brännäs, K. (1996), "Entry and Exit of Plants: A Study Based on Swedish Panel Count Data", *Yearbook of the Finnish Statistical Society*, 95-111.
- Berglund, E. and Brännäs, K. (2001), "Plants' Entry and Exit in Swedish Municipalities", *The Annals of Regional Science*, 35, 431-448.
- Bergström, F. (2002), "Konkurrens och dynamik i detaljhandeln", Research Report S66, The Swedish Retail Institute (in Swedish).
- Bergström, F., Rämme, U. and Wengström, E. (2002), "Struktur och strukturomvandling i parthandeln", Research Report S69, The Swedish Retail Institute (in Swedish).
- BIC (1998), "Locatievoorkeur en ruimtegebruik van verhuisde bedrijven". The Hague: Ministry of Economic Affairs.
- Blau, D.M. (1987), "A Time-series Analysis of Self-employment in the United States", *Journal of Political Economy*, vol 95, p 445-67.
- Brouwer, A.E., Mariotti, I. and van Ommeren, J.N. (2004) "The firm relocation decision: an empirical investigation", *Annals of Regional Science*, 38, 335–347.
- Calvo, J.L. (2006). "Testing Gibrat's law for small, young and innovating firms". *Small Business Economics*, 26(2), 117-123.
- Caves, R.E. (1998). "Industrial organization and new findings on the turnover and mobility of firms". *Journal of Economic Literature*, 36(4), 1947-1982.
- Carreirra, C. and Teixeira, P. (2010), "Does Schumpeterian Creative Destruction Lead to Higher Productivity? The Effects of Firms' Entry", Paper presented at the International Schumpeter Society Conference 2010, Aalborg, June 21-24, 2010.
- Caves, R.E. and Porter, M.E. (1976) "Interfirm profitability differences". Harvard institute of Economic Research, No 474.
- Coad, A., and Rao, R. (2008). "Innovation and firm growth in high-tech sectors: A quantile regression approach". *Research Policy*, 37(4), 633–648.
- Coad, A. (2009). *The Growth of Firms: A survey of Theories and Empirical Evidence*. Edward Elgar, Cheltenham, UK.
- Comanor, W.S., and Wilson, T.A. (1967). "Advertising, market structure and performance". *The Review of Economics and Statistics*, 49(4), 423-440.
- Daunfeldt, S-O., Rudholm, N. and Bergström, F. (2006) "Entry into Swedish Retail- and

- Wholesale Trade Markets". *Review of Industrial Organization*, 29, 213-225.
- Daunfeldt, S-O., Orth M. and Rudholm, N. (2010) "Opening Local Retail Food Stores: A Real-Options Approach", *Journal of Industry, Competition and Trade*, 10, 373-387.
- Daunfeldt, S-O., Elert, N., and Johansson, D. (2010). "The Economic Contribution of High-Growth Firms: Do Definitions Matter?". Stockholm, Ratio Working Paper, No 151.
- Daunfeldt, S-O., Lang, Å., Macuchova, Z. and Rudholm, N. (2011) "Firm Growth in the Retail and Wholesale Trade Sectors – Evidence from Sweden", HUI Working Paper No. 50. 22.
- Davidsson, P., Lindmark, L. and Olofsson, C. (1994), "New Firm Formation and Regional Development in Sweden", *Regional Studies*, vol 28, p 395-410.
- Delmar, F. (1997). "Measuring Growth: Methodological Considerations and Empirical Results". In: Donckels, R., and Miettinen, A. (Eds). *Entrepreneurship and SME Research: On its Way to the Next Millenium*. Ashgate Publishing, Aldershot, UK, pp. 199–215.
- Delmar, F., Davidsson, P., and Gartner, W. (2003). "Arriving at the high-growth firm". *Journal of Business Venturing*, 18(2), 189-216.
- Denscombe, M. (2000). *Forskningshandboken*. Studentlitteratur, Lund.
- Dunne, T., Roberts, M. J., and Samuelson, L. (1988), "Patterns of Firm Entry and Exit in U.S. Manufacturing Industries", *RAND Journal of Economics* 19, 495-515.
- Dunne, T., Roberts, M., and Samuelson, L. (1989). "The growth and failure of US manufacturing plants". *Quarterly Journal of Economics*, 104(4), 671-698.
- Dunne, P., and Hughes, A. (1994). "Age, size, growth and survival: UK companies in the 1980s". *The Journal of Industrial Economics*, 42(2), 115-140.
- Evans, D.S. (1987a). "The relationship between firm growth, size and age: estimates for 100 manufacturing industries". *The Journal of Industrial Economics*, 35(4), 567-581.
- Evans, D.S. (1987b). "Tests of alternative theories of firm growth". *The Journal of Political Economy*, 95(4), 657-674.
- Fagiolo, G., and Luzzi, A. (2006). "Do liquidity constraints matter in explaining firm size and growth? Some evidence from the Italian manufacturing industry". *Industrial and Corporate Change*, 15(1), 1-39.
- Falkenhall, B., Junkka, F. (2009). "Gasellföretag – Kännetecken och utvecklingsmönster",

Working Paper 2009:05, Tillväxtanalys, Östersund.

Fotopoulos, G., and Louri, H. (2004). "Firm growth and FDI: Are multinationals stimulating local industrial development?". *Journal of Industry, Competition and Trade*, 4(3), 163–189.

Fujita, M., Krugman, P. and Venables, A.J. (1999), *The spatial economy: cities, regions and international trade*. MIT Press, Cambridge, MA, United States.

Fölster, S. (2002), "Do Lower Taxes Stimulate Self Employment?", *Small Business Economics*, vol 19, p 135-145

Geroski, P.A. (1991), *Market Dynamics and Entry*, Basil Blackwell, Oxford.

Geroski, P.A. (1995), "What do we know about entry?", *International Journal 22 of Industrial Organization*, vol 13, p 421-440.

Geroski, P.A. (2000). "The growth of firms in theory and practice". In: Foss, N., and Mahnke, V. (Eds). *Competence, Governance, and Entrepreneurship*. Oxford University Press, Oxford, UK.

Geroski, P.A., and Gugler, K. (2004). "Corporate growth convergence in Europe". *Oxford Economic Papers*, 56(4), 597-620.

Gibrat, R. (1931). "Les inégalités économiques". Librairie du Recueil Sirey, Paris.

Hall, B.H. (1987). "The relationship between firm size and firm growth in the U.S. manufacturing sector". *The Journal of Industrial Economics*, 35(4), 583-600.

Glaeser, E.L., Kallal, H.D., Scheinkman, J.A., and Schleifer, A. (1992), "Learning in cities". *Journal of Urban Economics*, 46, 254-277.

Goldstein, H.A. and Renault C.S. (2004), "Contributions of universities to regional economic development: a quasi-experimental approach". *Regional Studies*, 38, 733-746.

Guesnier, B. (1994), "Regional Variations in New Firm Formation in France", *Regional Studies*, vol 28, p 347-358.

Haltiwanger, J.C., Jarmin, R.S., and Miranda, J. (2010), "Who Creates Jobs? Small VS. Large Firms". Cambridge MA, National Bureau of Economic Research NBER, Working Paper 16300.

Hansson, P., Karpaty, P., Lindvert, M., Lundberg, L., Poldahl, A., Yan, L. (2007). "Svenskt näringsliv i en globaliserad värld", A2007:004, ITPS Institutet för

tillväxtpolitiska studier, Östersund.

Hayter, R. (1997), *The dynamics of industrial location. The factory, the firm and the production system*. Wiley, New York, United States.

Hefleblower, R.B. (1957), "Review of Barriers to new Competition", *The American Economic Review*, vol 47 p 363-371.

Henrekson, M., and Johansson, D. (2010). "Gazelles as Job Creators – A Survey and Interpretation of the Evidence". *Small Business Economics*, 35(2), 227-244.

Ilmakunnas, P., and Topi, J. (1999), "Microeconomic and Macroeconomic Influences on Entry and Exit of Firms", *Review of Industrial Organization*, 15, 283-301.

Johansson, B. and Larsson, L. (1996). "Handeln i Norden in på 2000-talet – Handelns Långtidsutredning", Handelns utredningsinstitut (HUI), Stockholm.

Johnson, P., Conway, C., and Kattuman, P. (1999). "Small business growth in the short run". *Small Business Economics*, 12(2), 103-112.

Keeble, D., and Walker, S. (1994), "New Firms, Small Firms and Dead Firms: Spatial Patterns and Determinants in the United Kingdom", *Regional Studies*, 28, 411-427.

Kemper, N.J. and Pellenbarg, P.H. (1997) "De Randstad een hogedrukpak". *Economisch Statistische Berichten*, 82: 508–512.

Kennedy, P (2003), *A Guide to Econometrics*, Fifth Edition, MIT Press, Cambridge, MA.

Knoben, J., and Weterings, A. (2010), "Employment dynamics on business estates". *European Planning Studies*, 18, 1077-1095.

Kraaijenbrink, J., Spender, J-C., and Groen, A.J. (2010). "The resource-based view: a review and assessment of its critiques". *Journal of Management*, 36(1), 349-372.

Krugman, P. (1995) *Development, economic geography and economic theory*. MIT Press, Cambridge, MA, United States.

Lockett, A., Wiklund, J., Davidsson, P., and Girma, S. (2011). "Organic and acquisitive growth: re-examining, testing and extending Penrose's growth theory". *Journal of Management Studies*, 48(1), 48-74.

Long, J E (1982), "The Income Tax and Self-employment", *National Tax Journal*, vol 35, p 31-42.

- Louw, E. (1996) "Kantoorgebouw en vestigingsplaats". *Stedelijke en regionale verkenningen 12*, Delftse Universitaire Pers.
- Love, J.H. (1996), "Entry and Exit: A County-level Analysis", *Applied Economics* 28, 441-451.
- Mariotti, I. and van der Steen, M. (2001) *Conscious choice for organizational relocation, an application of strategic choice theories*. Groningen, Research School SOM.
- Marshall, A. (1890) *Principles of Economics*. Macmillan: London.
- Marsili, O. (2001). *The Anatomy and Evolution of Industries*. Edward Elgar, Cheltenham, UK and Northampton MA, USA.
- McLaughlin, G.E. and Robock, S. (1949) *Why industry moves South: a study of factors influencing the recent location of manufacturing plants in the South*. Kingsport Press, National Planning Association, Kingsport, Tennessee, United States.
- Nakosteen, R.A. och Zimmer, M.A. (1987), "Determinants of Regional Migration of Manufacturing Firms", *Economic Inquiry*, 15, 351-362.
- Olsson U (2002), *Generalized Linear Models: an applied approach*, Studentlitteratur, Lund.
- Orr, D. (1974), "The determinants of entry: A study of of the Canadian manufacturing industries". *Review of Economics and Statistics*, 61, 58-66.
- Pakes, A., and Ericson, R. (1998), "Empirical Implications of Alternative Models of Firm Dynamics", *Journal of Economic Theory*, 79, 1-45.
- Parker, S.C. (1996), "A Time Series Model of Self-employment under Uncertainty", *Economica*, vol 63, p 459-475.
- Pellenbarg, P.H. (1976) *Bedrijfsmigratie in Nederland. Deel 1 Terreinverkenning*. Geografisch Instituut Rijksuniversiteit Groningen.
- Pellenbarg, P.H. (1995) "Lokale Dynamik in den Niederlanden. Motive, Ursprünge und Ziele von Firmenwanderungen und deren Beitrag zur Veränderung der niederländischen Wirtschaftslandschaft". In : *Jahrbuch 1994/95, Zentrum für Niederlande-Studien*, Verlag Regensberg Münster, p. 263-288. 23
- Pellenbarg, P.H., van Wissen, L.J.G. and van Dijk, J. (2002) "Firm Migration". In: McCann P (ed.) *Industrial Location Economics*. Edward Elgar Publishing, Cheltenham, United Kingdom.

Penrose, E. (1959). *The Theory of the Growth of the Firm*. 4th edn. Oxford University Press, New York, US.

Putnam, R. (1993) *Making democracy work: civic traditions in modern Italy*. Princeton University Press, Princeton, United States.

Reichstein, T., and Dahl, M. (2004). "Are firm growth rates random? Analysing patterns and dependencies". *International Review of Applied Economics*, 18(2), 225-246.

Reichstein, T., Dahl, M.S., Ebersberger, B., and Jensen, M.B. (2010). "The devil dwells in the tails – a quantile regression approach to firm growth". *Journal of Evolutionary Economics*, 20(2), 219-231.

Romer, P.M. (1990), "Endogenous Technological Change", *Journal of Political Economy*, 98, 71-102.

Santarelli, E. and Vivarelli, M. (2007), "Entrepreneurship and the process of firms' entry, survival and growth", *Industrial and Corporate Change*, vol 16, p 455-488.

Schumpeter, J.A. (1934), *The Theory of Economic Development*, Harvard University Press, Cambridge, MA.

Sheua M, Hub T, Keelerb T E, Ongc M, and Sung H (2004), "The Effect of a Major Cigarette Price Change on Smoking Behavior in California: a Zero-initiated Negative Binomial Model", *Health Economics*, vol 13, p 781–791

Simon, H.A. (1955), "A behavioural model of rational choice", *Quarterly Journal of Economics* 69, 99–118.

Simon, H.A. (1959), "Theories of decision-making in economics and behavioural sciences", *American Economic Review*, 49, 253–283.

Strotman, H. (2007). "Entrepreneurial survival". *Small Business Economics*, 28, 87-104.

Sutton, J. (1991). *Sunk costs and market structure: Price competition, advertising, and the evolution of concentration*. The MIT Press, Cambridge MA, US.

Sutton, J. (1997). "Gibrat's legacy". *Journal of Economic Literature*, 35(1), 40-59.

Söderman, S. (1975), *Industrial Location Planning*. Almqvist & Wiksell International. Stockholm, Sweden.

Van Dijk, J. and Pallenbarg, P.H. (2000), "Firm Reallocation in the Netherlands: An Ordered Logit Approach", *Papers in Regional Science*, 79, 191-219.

van Praag, C.M., and Versloot, P.H. (2008). "The Economic Benefits and Costs of Entrepreneurship: A Review of the Research". *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 4(2), 65-154.

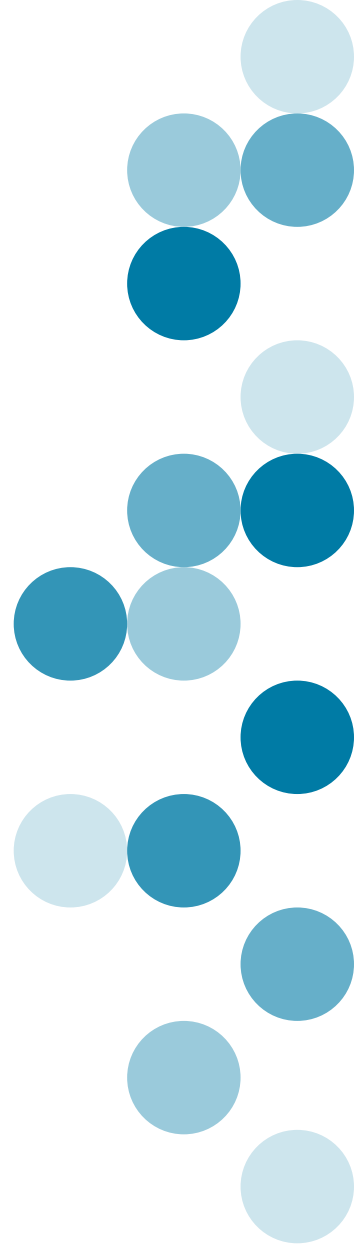
Variyam, J.N., and Kraybill, D.S. (1992). "Empirical evidence on determinants of firm growth". *Economic Letters*, 38(1), 31-36.

Viner, J. (1932). "Cost curves and supply curves". *Journal of Economics*, 3(1), 23-46.

Wernerfelt, B. (1984). "A resource-based view of the firm". *Strategic Management Journal*, 5(2), 171-180.

Wiklund, J., and Shepherd, D. (2003). "Aspiring for, and achieving growth: the moderating role of resources and opportunities". *Journal of Management Studies*, 40(8), 1919-1941.

Wiklund, J., Davidsson, P., and Delmar, F. (2003) "What do they think and feel about growth? An expectancy-value approach to small business managers' attitudes to growth". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27, 247-270.



HANDELNS UTVECKLINGSRÅD

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