

Finns det en Wal Mart-effekt utan Wal Mart?

Att få ut största möjliga vinst i förhållande till sin arbetskraft eller sitt investerade kapital är målet för de flesta företagare. Det är något företagen inom handeln blivit allt bättre på, vilket visar sig i ökade produktivitetstal. Men det finns stora skillnader mellan vilka typer av företag som ökar sin produktivitet och därmed har bättre förutsättningar att utnyttja förändringar i den lokala marknaden.

Kort om studien

Rapporten bygger på SCBs företagsstatistik och arbetsmarknadsstatistik för svensk detaljhandel. I analysen har traditionella produktivetsmått använts, som försäljning per arbetad timme. Där har också totalfaktorproduktivitet beräknats, ett mått som tar hänsyn till hur effektivt arbetskraft och kapital används för att generera försäljning. Studiens syften var:

- Att mäta totalfaktorproduktivitet inom detaljhandeln med hjälp av en sofistikerad modell som tidigare inte använts på svenska data.

- Att analysera vilka faktorer som gör ett företag högproduktivt respektive lågproduktivt.
- Att förklara vilka typer av företag som driver produktivitetstillväxten i svensk detaljhandel.

Vad är en Wal Mart-effekt?

I rapporten utgår forskarna från amerikanska studier som kommit fram till att detaljhandelsjätten Wal Mart har ökat produktiviteten i de områden där företaget har etablerat sig. Forskarna har undersökt, och funnit en liknande effekt inom svensk detaljhandel:

nyetablering av stora handelsföretag bidrar till ökad produktivitet.

Produktiviteten i svensk detaljhandel ökar

Ett av resultaten i studien är att produktiviteten i svensk detaljhandel ökade med 15 procent under den undersökta perioden 1996–2002. Det var främst etableringen av nya företag som bidrog till den ökade produktiviteten, men även etablerade företag som behöll eller ökade sina marknadsandelar bidrog, men i mindre utsträckning.

Vad påverkar produktiviteten?

Olika egenskaper hos företagen avgör också om de är vinnare eller förlorare i jakten på ökad produktivitet.

Att investera i teknik är ett sätt att öka produktiviteten

Men då krävs relativt stora investeringar. Vilken effekt på produktiviteten som uppnås varierar beroende på hur produktivt företaget är när teknikinvesteringen görs.

För ett medelproduktivt företag som ökar sina investeringar med 20 procent, ökar produktiviteten med 1 procent.

Ett högproduktivt företag får naturlig nog sämre effekt av sin investering, då de flesta effektiviseringar redan gjorts. Ett lågproduktivt företag får också sämre utdelning av sina investeringar, då det krävs en 50-procentig ökning av investeringarna för att nå en produktivitetsökning på 1 procent.

Det krävs med andra ord mycket stora investeringar i teknik för att ett lågproduktivt

företag ska lyckas höja sig till en genomsnittlig nivå. Att som företag begränsa investeringarna under en period innebär sannolikt att inte att den sammanlagda investeringen över tid därmed blir lägre.

Personalstyrkans storlek påverkar produktiviteten

Ett företag med fem anställda som anställer ytterligare en person ökar sin produktivitet mer än ett företag med tio anställda som nyanställer en person.

För lågproduktiva företag med fem anställda ger en nyanställning bara hälften så stor utdelning i ökad produktivitet som hos ett medelproduktivt företag med samma antal anställda.

Produktiviteten är högst i företag med mellan tio och tjugo anställda. För större företag avtar produktiviteten med antalet anställda. Här finns dock skillnader mellan olika branscher:

Företag inom dagligvaror och kläder är mest produktiva när personalstyrkan ligger mellan tio och tjugo, medan urmakare är mest produktiva med en personalstorlek på mellan en och fem.

Produktiva företag växer med marknaden

Förändringar i marknadens förutsättningar påverkar företagets produktivitet. Ökar efterfrågan på marknaden har företag med hög produktivitet lättare att ytterligare öka sin produktivitet än lågproduktiva företag. Lägre konkurrens ökar också produktiviteten, hos både hög- och lågproduktiva företag. Minskar konkurrensen med 1 procent, ökar produktiviteten med 1,23 procent.

Nyetablering av stora handelsföretag bidrar till ökad produktivitet.



Förlorare förblir förlorare

När effekterna av investeringar, arbetskraft och efterfrågeökningar vägts samman drar forskarna slutsatsen att det är svårt att förändra sin grad av produktivitet. Lågproduktiva företag fortsätter i allmänhet att vara lågproduktiva, medan redan högproduktiva företag har större möjligheter att ytterligare öka sin produktivitet.

Ja, det finns en svensk Wal Mart-effekt

Forskarnas fråga i rapporttiteln: finns det en Wal Mart-effekt utan Wal Mart, kan alltså besvaras med ett ja. Att nya företag etablerar sig och att gamla företag lämnar marknaden har en gynnsam effekt på produktiviteten inom detaljhandel. Handelns struktur-omvandling, med allt större butiker, mer kapital och nyare teknik bidrar till den utvecklingen.

Plan och bygglagen kan påverka produktivitetens utvecklingen

Slutsatsen att nyetablerade företag är en huvudsaklig drivkraft bakom produktivitetstillsväxten i svensk detaljhandel är i linje med resultat funna i den amerikanska detaljhandeln. Därmed kan det konstateras att det finns en positiv Wal-Mart effekt i form av ökad produktivitet i svensk detaljhandel. Resultaten är intressanta eftersom nyetablering av företag är reglerad via Plan- och Bygglagen, som ger kommunen rätt att bestämma huruvida ett företag kan etableras eller inte. Även om regleringen inte utvärderats direkt visar resultaten att produktiviteten kan öka via nyetablering av företag, något som innebär att en allt för restriktiv tillämpning av lagen kan få en negativ effekt på produktivitetens utvecklingen. Denna produktivitetensvinst ska dock vägas mot negativa effekter på exempelvis miljö och trafik.

FAKTARUTA

Rapporten *Finns det en Wal Mart-effekt utan Wal Mart?* bygger på resultat från forskningsprojektet *En dynamisk analys av produktiviteten i svensk handel*.

Projektledare: Lennart Hjalmarsson, Professor vid Nationalekonomiska Institutionen, Handelshögskolan, Göteborgs Universitet. *Övriga projektdeltagare:* Matilda Orth och Florin Maican, doktorander vid Handelshögskolan, Göteborgs Universitet.

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

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

Nyetabletrade företag bidrar mest till den ökade produktiviteten inom detaljhandeln.

**HANDELNS
UTVECKLINGSRÅD**

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