

# Partihandeln och exporten

Ari Kokko\*

Copenhagen Business School

Stockholm 13 juni 2019

\*Bygger på arbete med Patrik Tingvall, Daniel Halvarsson, Erik Engberg

# Inledning

- **Nationalekonomiska teorier om internationell handel antar att producenten / exportören söker köpare utomlands**
  - Det är svårt att bli exportör – stora kunskapskrav, höga transaktionskostnader
  - De mest produktiva företagen blir exportörer, mindre produktiva företag stannar på hemmamarknaden
- **Men...**
  - Ibland är producenten och exportören inte identiska. Intermediärer (parti-handeln) kan specialisera sig på handel och matchmaking och exportera varor från tillverkande företag som själv inte klarar av att bära transaktionskostnaderna.
  - → Vad betyder detta för analysen av export och exportfrämjande?

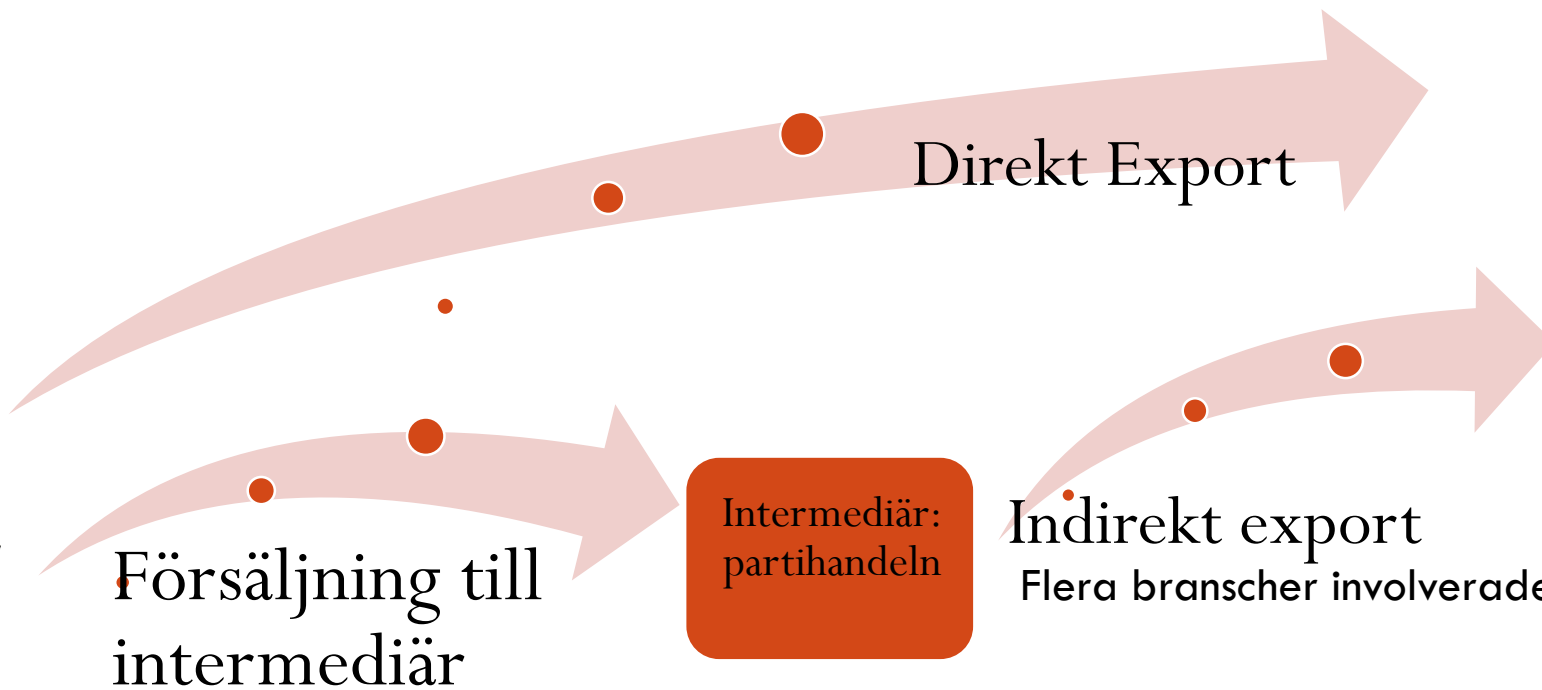
# Frågor

- Hur betydelsefull är partihandeln för svensk export?
- Hur verkar partihandeln och i vilken omfattning underlättas exporttillträde för mindre produktiva företag / småföretag
- Vilka (export-)lärandeeffekter uppstår vid indirekt export via partihandeln?
- Hur påverkas den regionala utvecklingen och regionalpolitiken?

Företag



Eget företag



Export-  
Marknad

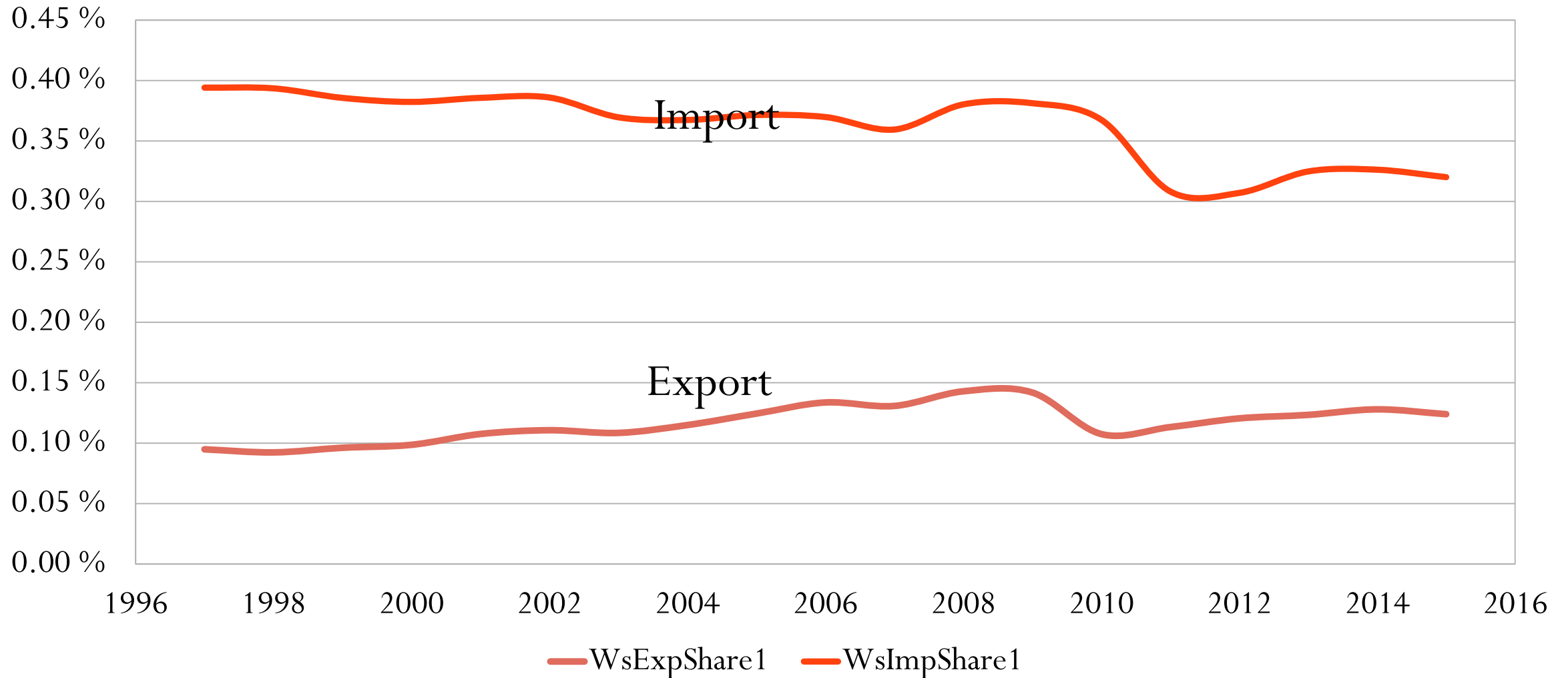


Indirekt export registreras i partihandeln  
Direkt export observeras via producenten

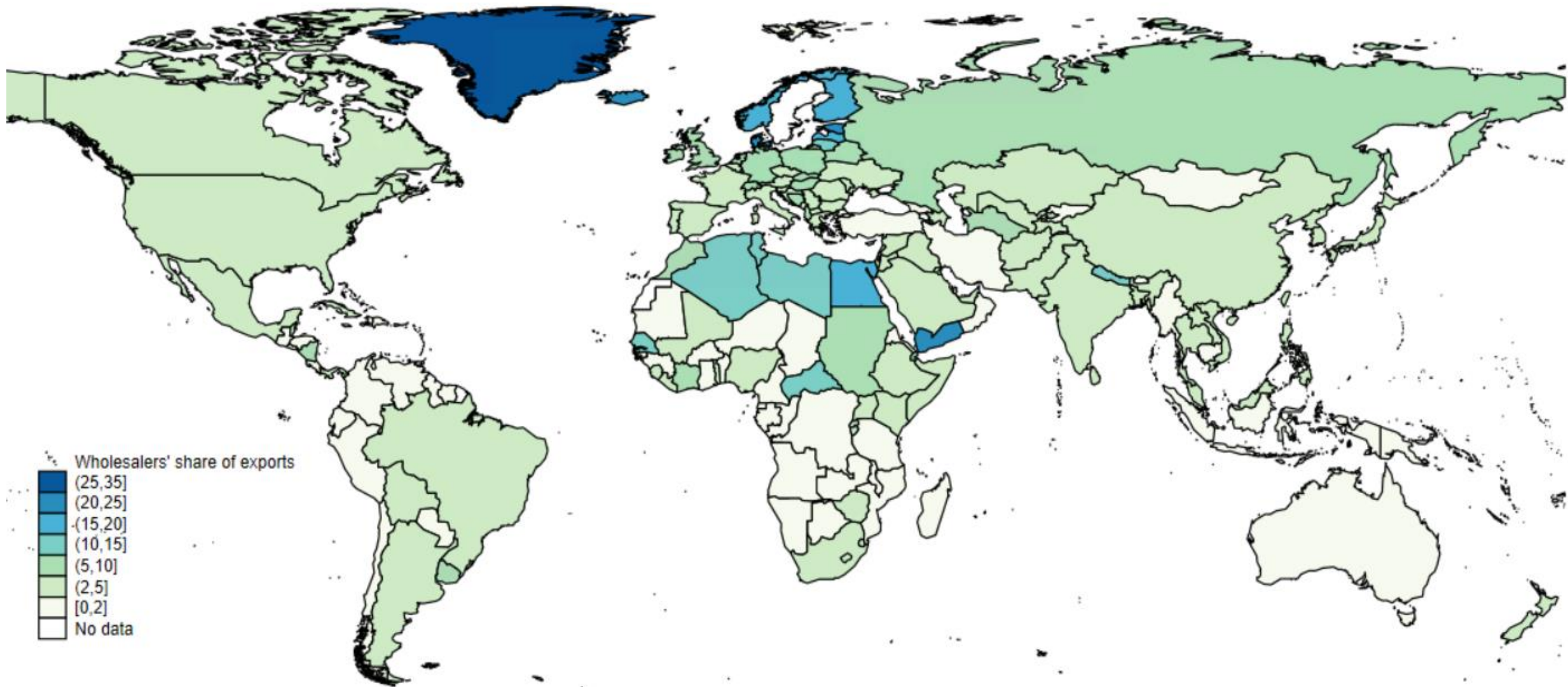
# Empiri

- 159 434 sysselsatta personer inom partihandel år 2014
  - 3,4 % av Sveriges totala sysselsättning
  - 5,1 % av den privata sektorns sysselsättning
  - Jämför med restaurangbranschen: 130 000 sysselsatta
- 33 309 företag inom partihandeln år 2014
  - 12 företag med mer än 1 000 anställda
- Partihandelns förädlingsvärde = 3,8 % av Sveriges BNP

# Partihandelns andel av export och import



# Partihandeln: geografisk inriktning



# Vart går exporten?

Hypotes: partihandeln exporterar de minsta företagens produkter till grannländerna, och medelstora (och mer produktiva) företagens varor till mer avlägsna och ”svårare” (institutionellt utmanande) marknader. Men de största direktexportörerna når ännu längre...

Tabell 2: Topp 10 exportmarknader med högst andel grossistexport, 1997-2015

No.	countryname	TotExpShare	TotExpLand	WsExpShare1
1	Malta	0,03 %	4 631 087 902	46,34 %
2	Faroe Islands	0,02 %	3 711 943 295	43,97 %
3	Yemen	0,02 %	3 829 491 651	36,33 %
4	Laos	0,00 %	472 531 447	29,84 %
5	Denmark	6,44 %	1 145 479 112 954	28,33 %
6	Iceland	0,24 %	42 034 388 542	28,09 %
7	Estonia	0,68 %	121 728 013 678	24,91 %
8	Finland	5,88 %	1 046 350 918 460	24,91 %
9	Norway	9,42 %	1 675 545 357 256	23,99 %
10	Gibraltar	0,09 %	16 302 905 401	21,67 %

Tabell 3: Tio exportmarknader med lägst andel grossistexport, 1997-2015

No.	countryname	TotExpShare	TotExpLand	WsExpShare1
1	Botswana	0,02 %	3 879 975 345	0,22 %
2	Barbados	0,01 %	1 811 376 963	0,61 %
3	Jamaica	0,03 %	4 561 163 424	0,67 %
4	Benin	0,01 %	1 597 079 107	0,91 %
5	Burkina Faso	0,01 %	1 491 518 478	0,96 %
6	Papua New Guir	0,01 %	1 236 755 774	1,01 %
7	Congo (Democræ	0,02 %	2 800 646 741	1,04 %
8	Gabon	0,01 %	1 198 417 567	1,15 %
9	Mongolia	0,01 %	1 262 153 625	1,26 %
10	Zambia	0,03 %	5 094 089 647	1,61 %

*TotExpShare: Landets andel av Sveriges totala exportvärde under perioden.*

*WsExpShare1: Grossistexportens andel av totalt exportvärde till landet.*

*TotExpLand: Totalt värde för export till landet under perioden.*

*Det totala exportvärdet måste ha uppgått till minst 1 mdkr under perioden 1997-2015.*



# Vad exporterar partihandeln?

## Hög Andel

- Jordbruksprodukter, 61 %
- Kläder, 60 %
- Lädervaror, 51 %
- Skogsbruksprodukter, 33 %
- Avfallshanteringstjänster, 32 %
- Raffinerade petroleumprodukter, 28 %
- Elektronikvaror, 22 %
- Trä och träprodukter, 22 %

## Låg Andel

- Metallmalmer, 2 %
- Fisk, 2 %
- Pappersvaror, 4 %
- Metaller, 5 %
- Läkemedel, 8 %
- Livsmedel, 10 %
- Övriga maskiner, 10 %

Hypotes: Inte råvaror med skalfördelar i produktion (för där är företagen ofta stora nog) och inte differentierade högteknologiska varor (för där finns för mycket moral hazard; producenten vill själv vara med)

# Vad exporterar partihandeln?

## Hög Andel

- **Jordbruksprodukter, 61 %**
- Kläder, 60 %
- Lädervaror, 51 %
- **Skogsbruksprodukter, 33 %**
- Avfallshanteringstjänster, 32 %
- Raffinerade petroleumprodukter, 28 %
- Elektronikvaror, 22 %
- Trä och träprodukter, 22 %

## Låg Andel

- Metallmalmer, 2 %
- Fisk, 2 %
- **Pappersvaror, 4 %**
- Metaller, 5 %
- Läkemedel, 8 %
- **Livsmedel, 10 %**
- Övriga maskiner, 10 %

Hypotes: Inte råvaror med skalfördelar i produktion (för där är företagen ofta stora nog) och inte differentierade högteknologiska varor (för där finns för mycket moral hazard; producenten vill själv vara med)

# Teori

- Utgångspunkter: Rauch (1999) och (2001) för informationskostnader och nätverk i internationell handel, samt Melitz (2003) för hur produktivitetsskillnader mellan företag påverkar exportbeslut. Den fasta kostnaden för export är central. Det är bara de mest produktiva (och största) företagen som kan exportera på egen hand.
- Intermediärer / partihandlare kan hjälpa mindre produktiva företag att komma ut på den internationella marknaden, eftersom de kan reducera de fasta exportkostnaderna eller fördela dem på en större volym av varor / ett större antal företag.
- Intermediärer / partihandlare bygger sin konkurrenskraft på sina bredare nätverk och lägre sökkostnader (Rubinstein och Wolinsky, 1987), specialiserad kunskap i sammanhang där offentligt tillgänglig information inte är tillförlitlig (Biglaiser, 1993), och förmågan att garantera kvalitén på de produkter de säljer i marknader med “moral hazard” (Biglaiser och Friedman, 1994),

# Intervjuer

- Företag utvalda i dialog med Handelskammaren (Malmö)
- Slutligt urval: 20 bolag (plus inledande pilotintervjuer)
  - Från stora till små (men minst 3 anställda)
  - Både import och export
- Email/telefonkontakter, intervjufrågor utskickade i förväg, direktintervju
  - Semistrukturerade intervjuer

# Intervjufrågor

- Affärsmodellen (vad erbjuds, vilka produkter handlas, kunder, mm)
- Konkurrensfördel: **varför går kunden inte direkt till producenten** (eller vice versa)?
- Svenska leverantörer / kunder (omfattning, egenskaper, kontakter, kanaler?)
- Utländska leverantörer / kunder (egenskaper, kontakter, kanaler?)
- Resultat: bekräftar teorin, men med tydligare argument vad gäller partihandelns roll och funktion

# Partihandelns roll

- Skapar **stordriftsfördelar**
  - Skala och sortiment
- Reducerar **transaktionskostnaderna**
  - Kunskap om både export- och importmarknaderna (producenter, produkter, konsumenter/kunder, preferenser)
- Särskild **kompetens** inom ”handelsteknik”
  - Regelsystem, standarder, handelshinder, finansiering
  - Logistik och transporter
- *Lägger till förädlingsvärde*
  - *Design, förpackningar, varuinformation, nya produkter*

# Kvantitativ analys på svenska data

- Registerdata från SCB
  - Exportvärde, destination på företagsnivå
- Vi vet vem som exporterar
  - Industritillhörighet: tillverkningsindustri eller intermediär
  - Produktivitet och andra företagsegenskaper
- Men vi vet inte
  - Varifrån exportprodukterna kommer

# Kvantitativ analys (så här långt)

- Q1: Kommer partihandelns exportprodukter från mindre produktiva företag?
  - Relation mellan andel partihandelsexport och produktivitetsgapet mellan lokala- och direktexporterade företag i branschen?  
 $H_0$ : Produktivitet Lokala företag < Indirekta exportörer < Direktexporterande företag  
→ Ju mer indirekt export, desto mindre bör produktivitetsgapet vara
- Q2: Hur påverkar partihandeln de direktexporterande företagen?
  - Utveckling av exporten när det dyker upp ett nytt partihandelsföretag i en bransch?
    - $H_1$ : Total export?
    - $H_2$ : Direktexporterande företags export?
    - $H_3$ : Produktivitet hos direktexportörer?
- Q3: På vilka marknader har partihandeln sina största konkurrensfördelar?
  - Geografisk spridning av partihandelsföretagens export
    - Avstånd eller institutioner?



# Hypotes 1: resultat

- Större export via partihandeln betyder mindre TFP-gap mellan icke (direkt) exporterande företag och direktexporterande företag.

Tolkning: partihandeln används av företag som har produkter som är intressanta för exportmarknaden (och som har högre produktivitet än de företag som inte alls exporterar). Många sådana ”relativt produktiva” företag innebär att skillnaden mellan direktexporterande och övriga företag ser mindre ut.

# Hypotes 2: resultat

- När en exporterande partihandlare dyker upp i en bransch/landkombination där det inte funnits sådana tidigare ökar:
  - (i) Branschens totala export, (ii) Direktexporten, (iii) Antalet exporterade varukategorier
- Men genomsnittlig TFP faller bland direkt-exportörerna.
- Tolkning: Partihandeln röjer inte enbart väg för egen export utan etablerar också kanaler som andra företag kan dra nytta av. Partihandeln exporterar inte exakt samma produktvarianter som direktexportörerna. Genomsnittlig TFP bland direktexportörerna faller eftersom det dyker upp nya exporterande företag som ännu inte är lika produktiva som de "gamla" exportörerna.

# Hypotes 3: resultat

- Partihandeln fokuserar på *svåra* marknader
- Avstånd och institutionell kvalitet samverkar.
- Partihandeln har något högre andelar på marknader som ligger längre bort, men denna effekt förstärks om marknadens institutioner samtidigt är svaga.
- (*Men de allra största direktexportörerna når ännu längre.*)

# Snabb titt in i framtiden

- Estland
  - Transaktionsdata från momsregistret: alla transaktioner mellan lokala företag
  - Handelsdata från tullverket
- Vi kan (i framtiden) svara på ett antal intressanta frågor
  - Vem säljer till partihandeln?
  - Vill även direktexportörer sälja via partihandeln?
  - Vad händer över tid? Är indirekt export en väg till direkt export? Är indirekt export en hållbar tillväxtstrategi?

# Estland: alla företag

<b>Firm Type</b>	<b>Number of firms</b>	<b>VA per employee</b>	<b>Lenght of chain</b>	<b>Value chain position</b>	<b>Export share</b>
Direct export	12984	68013,71	4,579	0,423	0,37
Wholesalers	3065	68198,48	5,516	0,513	0,355
Retailers	1264	53440,31	4,286	0,639	0,201
Indirect export	24276	32521,96	4,538	0,432	0
Domestic	41374	8652,72	2,884	0,598	0
Total	82963	27809,6	4,157	0,483	0.109

# Produktivitetstrappan bekräftad

## Estland: alla företag

<b>Firm Type</b>	<b>Number of firms</b>	<b>VA per employee</b>	<b>Length of chain</b>	<b>Value chain position</b>	<b>Export share</b>
Direct export	12984	68013,71	4,579	0,423	0,37
Wholesalers	3065	68198,48	5,516	0,513	0,355
Retailers	1264	53440,31	4,286	0,639	0,201
Indirect export	24276	32521,96	4,538	0,432	0
Domestic	41374	8652,72	2,884	0,598	0
Total	82963	27809,6	4,157	0,483	0.109

# Estland: alla företag

Ingen större skillnad mellan direkta och indirekta exportörer

<b>Firm Type</b>	<b>Number of firms</b>	<b>VA per employee</b>	<b>Length of chain</b>	<b>Value chain position</b>	<b>Export share</b>
Direct export	12984	68013,71	4,579	0,423	0,37
Wholesalers	3065	68198,48	5,516	0,513	0,355
Retailers	1264	53440,31	4,286	0,639	0,201
Indirect export	24276	32521,96	4,538	0,432	0
Domestic	41374	8652,72	2,884	0,598	0
Total	82963	27809,6	4,157	0,483	0.109

# Slutsatser

- Internationell handel och export har en mycket större påverkan än vad vi ser vid första anblicken.
  - Estland: Är det 20% av företagen som exporterar, eller är det 50%?
- Beroendet av export och behovet av handelsfrämjande insatser är inte viktigt enbart för vissa delar av landet (Stockholm, Västra Götaland, Skåne) utan även för de regioner som har färre direktexportörer
- Vilka strategiska insatser kan man tänka sig?

*(Ett dussintal länder erbjuder särskilda insatser till stöd för utveckling av partihandelsexporten.)*



- Tack för visat intresse