



WORKING PAPER 2020:01 Sven-Olov Daunfeldt, Erik Engberg, Daniel Halvarsson, Ari Kokko, Patrik Tingvall

Detta är en sammanfattning av Tillväxtanalys working paper (WP) 2020:01 *Wholesale firms: A catalyst for Swedish exports?* Originaldokumentet, skrivet på engelska, finns att ladda ner på www.tillvaxtanalys.se.

Partihandeln: En katalysator för svensk export?

Ökad svensk export nämns ofta som en viktig del i Sveriges politik för utrikeshandel. 2010 uttalade handelsministern målet om att under loppet av fem år fördubbla svensk export.

Handeln med omvärlden är av stor ekonomisk betydelse för en liten och utrikeshandelsberoende ekonomi som den svenska. I ljuset av detta är det intressant att identifiera och analysera viktiga aktörer och funktioner som på olika sätt bidrar till att underlätta svensk utrikeshandel.

Exempel på privata och offentliga organisationer som på olika sätt jobbar för handelsfrämjande är: Business Sweden, Exportkreditnämnden (EKN), Svensk exportkredit (SEK), International Chamber of Commerce (ICC), Kommerskollegium och Sveriges handelskamrar. När det gäller såväl multinationella företag som små och medelstora företag så har deras betydelse för svensk export både analyserats och diskuterats i flera fora.

Däremot har partihandeln betydelse för svensk export ofta förbisetts i såväl akademiska analyser som policyinriktade debatter.

Partihandeln står idag för cirka tio procent av Sveriges samlade varuexport. Motsvarande siffra för importen är cirka 25 procent. Bakom dessa siffror står cirka 30 000 partihandelsföretag vilka tillsammans sysselsätter cirka 150 000 individer. Det gör partihandeln till en större arbetsgivare än restaurangbranschen (med cirka 130 000 sysselsatta). Sammantaget är partihandeln en av de största aktörerna inom svensk varuhandel i dagsläget. Det finns inga tecken på att dess betydelse för svensk export är fallande.

Företag som väljer att sälja sina produkter via ett partihandelsföretag kan dra nytta av flera kompetenser som framgångsrika partihandelsföretag innehar, nämligen:

- ett kontaktnät av köpare och säljare gör att köpare och säljare kan matchas på ett sätt som inte hade varit möjligt utan detta handelsnätverk.
- stor kunskap om regler och administrativa procedurer, något som kan vara både tidskrävande och kostsamt att bygga upp. Denna typ av kunskap är central för partihandelns kapacitet att åstadkomma kontrakt och sluta avtal, något som kan vara särskilt krävande när man förhandlar med motparter i länder med svaga institutioner eller i länder där kontraktsförhållanden är avvikande
- kunskap om flera marknader. Därför kan de skaffa sig en relativt heltäckande bild av den internationella försäljningspotentialen
- att kunna utnyttja skalfördelar genom att sälja varor från flera producenter, till skillnad från det enskilda företaget som säljer ett begränsat antal varor. Då handel i många varor sker i sektorer med små marginaler blir möjligheten att kunna sprida ut kostnader på långa serier en viktig komponent i partihandelsföretagens konkurrensfördelar.

Vilken funktion fyller partihandeln?

Partihandelns historia går tillbaka till antikens Grekland där så kallade "emporos" kopplade ihop marknader i Medelhavsområdet. I 1200-talets Italien etablerades några av de första handelshusen. På 1600-talet bildades det brittiska

East India Company, som kom att dominera handeln med Ostasien fram till 1800-talet. I Sverige skapades de första handelshusen -- bland annat Ostindiska Kompaniet -- under 1700-talet. Dessa tidiga förlagor till dagens partihandelsföretag var inte bara engagerade i utrikeshandel och tillverkning av varor, utan också verksamma inom sjöfart samt som riskkapitalister.

Ser vi på moderna partihandelsföretag finner vi några egenskaper som skiljer dem från traditionella producerande företag. Det som kanske framför allt utmärker partihandelsföretagen är deras fokus på utländska marknader. Denna till synes enkla observation bär med sig flera intressanta följder. Att exportera en vara kan vara tämligen krävande. Exempel på barriärer som företag stöter på vid export är standarder som måste uppfyllas, erhållande av licenser, införselregler, tullbestämmelser, transportvägar och mellanlagring. Vid handel med länder med vilka vi har frihandelsavtal avkrävs bevis om ursprung för att undslippa tullkostnader. Att erhålla bevis av ursprung är något som i många fall kan vara tämligen krävande.

Men givet att alla hinder av denna typ är avklarade återstår frågan om hur efterfrågan ser ut på olika marknader och hur man skall nå köparna. Finns det till exempel lämpliga återförsäljare eller måste man upprätta ett eget försäljningskontor? Kanske behöver varan modifieras och/eller märkas om för att vara gångbar på en given marknad? Med detta som bakgrund är det lätt att inse varför det framför allt är de större och mer kraftfulla företagen som förmår att upprätthålla export i egen regi och därför träder fram i exportstatistiken.

Det finns även typer av handel där partihandeln är relativt svagt representerad. Utifrån handelsstatistiken finner vi att partihandelns andel är förhållandevis liten i FoU-intensiva sektorer men även i handel med råvaror. I fallet med råvaror ligger förklaringen i att många råvaror säljs på spotmarknader till givna listpriser. I dessa marknader är det framförallt stora multinationella företag som är de huvudsakliga aktörerna; de har egna resurser för att bygga upp de kunskaper och nätverk som krävs. Att partihandeln är relativt svagt representerad i FoU-intensiva sektorer, däremot, anses till stor del bero på att handel i FoU-intensiva varor ofta kräver djupgående kontakter mellan köpare och säljare. Den typen av kunskap som krävs för en sådan interaktion tycks vara svår att förmedla via en mellanhand. Frågor om IPR och företagshemligheter medför dessutom att mellanledens roll är något mindre i FoU-intensiva varor.

Vad vet vi om partihandeln?

Vill man förenkla bilden av den akademiska litteraturen kring partihandeln kan man säga att fram till omkring milennieskiftet var utbudet av studier kring partihandelns roll för exporten tämligen begränsad. Sedan dess har det dock

skett en betydande utveckling på området, både vad gäller teoriutveckling och empiriskt inriktade studier.

En referenspunkt utgörs av Melitz (2003) handelsmodell som visar att man genom att endast studera företagets produktivitet kan skilja de lokala (lågproduktiva) företagen från de produktiva (direktexporterande) företagen. Nyckeln till detta resultat är att endast de mer produktiva företagen kan hantera de kostnader som tillkommer vid export. Denna modell är idag utbredd och har utvecklats i en rad olika riktningar.

Relevant i detta sammanhang är att förmågan till utgående direktinvesteringar kan kopplas till de allra mest produktiva företagen, då detta anses vara ännu mer krävande än export, samt att internationalisering via en intermediär såsom partihandel medför att företag som inte är kapabla att exportera på egen hand kan nå exportmarknader via en intermediär. Detta placerar de indirekt exporterande företagen som mer produktiva än de lokala företagen men med mindre produktivitet än direktexporterande företag.

Frågan om produktivetsrelationer är väl studerat, dock med ett förbehåll. Förbehållet består i att man sällan kan se de företag som levererar till partihandelsföretagen, istället har man då valt att studera partihandelsföretagen direkt. Möjligheten att direkt observera de företag som levererar till partihandelsföretagen kräver insyn i inhemska transaktioner mellan företag, något som är lite av en helig graal på området.

Det finns dock ett fåtal studier som har haft tillgång till denna typ av information, däribland denna studie. Vi har här haft förmånen att till viss del dra nytta av transaktionsdata mellan estländska företag, vilket har gjort det möjligt för oss att direkt kunna observera vilka företag som säljer vad till varje partihandlare.

Vilka kunskapsluckor fyller vi?

I den här studien belyser vi tre kompletterande frågeställningar.

Den första handlar om produktivetsförhållandet mellan lokala företag, det vill säga både företag som exporterar via grossistföretag och sådana som exporterar direkt. Som grund för analysen använder vi både svenska företagsdata och estländska transaktionsdata (där vi i det estländska fallet kan följa inhemska transaktioner mellan företag). Att fånga in två länder är i dessa sammanhang ovanligt och stärker analysen på flera sätt.

Den andra handlar om vad som händer med exporten hos direktexporterande företag när ett grossistföretag träder in på samma marknad. Här analyserar vi om partihandelsföretag kan sägas konkurrera med eller stötta direktexporterande företag.

Den tredje handlar om huruvida partihandelns förmåga att åstadkomma kontrakt och sluta avtal gör partihandelsföretagen särskilt betydelsefulla för export till avlägsna

marknader med svaga institutioner. Vi gör analysen utifrån ett institutionellt perspektiv.

Resultat från studien

Från de tre analytiska delarna i studien finner vi en rad intressanta resultat som ger oss nya insikter kring parti-handelns roll i svensk utrikeshandel, där vissa tidigare hypoteser kan bekräftas, och andra mer eller mindre förkastas:

- Partihandelns företag utgör en mycket diversifierad grupp som verkar i många olika branscher, har en mycket varierad bakgrund, ofta arbetar med både export och import och omfattar många olika affärsmodeller.
- De roller och funktioner som identifierats i tidigare teoretiska och empiriska studier är väl representerade i Sverige. Detta även om de intervjuade företagen betonar vissa funktioner som sällan har uppmärksamats i den akademiska litteraturen. I synnerhet gäller detta den mervärdesskapande verksamhet som är en viktig del i flera företags affärsmodeller. Partihandeln lägger inte enbart till ett marginellt värde genom att märka och förpacka om varor, utan är också involverade i forskning och produktutveckling.
- Många av partihandlarna vidareexporterar varor som de först har importerat. I de flesta fall går vidareexporten till andra nordiska länder. Ofta är detta kopplat till olika former av vidareförädling.
- Det finns en produktivitetshierarki där företag som exporterar via partihandeln intar en intermediär ställning mellan lokala företag och direktexportörer.
- Om endast de direktexporterande företagen anses som internationaliserade förefaller Estland vara en relativt inåtvänd ekonomi. Bara drygt 20 procent av landets företag har direkt export. Om de indirekta exportörerna också tas med fördubblas denna siffra. Mindre än 20 procent av landets tillverkande företag bedriver verksamhet som inte är kopplad till internationell handel i första eller andra led. Med andra ord, de som inte exporterar själva exporterar indirekt eller levererar varor till ett företag med indirekt export.
- Vad gäller exporten hos direktexporterande företag när ett grossistföretag träder in på samma marknad, ser vi två krafter som pekar i motsatta riktningar. Å ena sidan kan partihandelsföretag som inte säljer

samma produkter som direkta exportörer, öka sin totala export både genom sin egen export och genom ökad direktexport. Å andra sidan kan vi inte utesluta möjligheten att grossistföretag kan ta marknadsandelar från direkta exportörer, vilket i så fall kan leda till en minskad direktexport. Därför är det till viss del en empirisk fråga hur inträdet av partihandelsföretag påverkar den direkta exporten.

- Resultaten ger inga tecken på att partihandelsföretagen ligger i nära konkurrens med direkta exportörer. Istället tyder resultaten på att inträdet av ett partihandelsföretag leder till ökad direkt export. Sammantaget tycks den marknadsöppningsmekanism som partihandelsföretagen genererar dominera den exporthämmande undanträngningseffekten.
- Partihandelsföretagen tycks vara av särskild betydelse för export till avlägsna marknader med svaga institutioner. Betydelsen av partihandelsföretagens export ökar allt eftersom den institutionella kvaliteten på målmarknaden går ner. Effekten verkar öka med geografiskt avstånd.

Även om studien lyckas belysa flera aspekter av partihandelns roll så återstår många frågor. De traditionella partihandelsföretagens påverkan på lärande och exportdynamik är en sådan fråga: Hur påverkas de indirekta exportörernas långsiktiga utveckling av relationen med partihandeln? Skapar detta en långsiktig tillväxtpotential, eller är växtkraften starkare hos de företag som valt att aldrig exportera via en mellanhand? Finns det skillnader dels mellan de relationer där det producerande företaget söker upp en partihandlare för att få hjälp att komma in på en utlandsmarknad, och dels när partihandlaren som söker upp producenterna? Kan insatser för att underlätta partihandel och andra typer av intermediärer utgöra ett komplement till traditionella exportfrämjande insatser? Slutligen, vad innebär digitalisering och annan teknikutveckling för partihandeln och exporten? Framväxten av stora e-handelsbolag förändrar kommersiella landskapet, men kanske inte de grundläggande frågorna om intermediärernas roll och påverkan på ekonomin. Stora e-handelsbolag som Alibaba och Zalando fyller i princip samma roll som traditionella partihandlare. Detta även om deras verksamhet till det yttre ser mycket mer modern ut och bedrivs i en skala som få traditionella intermediärer har lyckats uppnå efter East India Companys glansdagar. ♦

