

# Handelsföretagens dominans – ett växande problem

**G**anska ofta hör vi påståendet att dagligvaruhandeln roffar åt sig från både lantbrukare och förädlingsindustri och dessutom från konsumenterna. Handelsföretag blir ju ständigt större och starkare och de pressar priserna när de köper in från sina leverantörer, utan att konsumentpriserna blir väsentligt lägre. Handelsföretagen kan därför göra stora vinster och då blir de ännu starkare, varvid de kan tjäna ännu mera pengar och så vidare. Det finns en klar ”ond cirkel” i denna utveckling.

## BEKYMERSAM MAKTKONCENTRATION

Utvecklingen mot enorm makt åt handelsföretagen blir än mera markant, eftersom dessa företag allt oftare är multinationella företag med butikskedjor i många länder. I Sverige har utlandsägda livsmedelskedjor en liten marknadsandel, men maktkoncentrationen är ändå bekymmersam här. På andra håll i Europa kan multinationella företag kraftigt dominera livsmedelshandeln.

En som har studerat de multinationella dagligvarukedjornas makt är Eleni Kaditi. Hon är verksam i Belgien, men är från Grekland och hennes forskning handlar om den grekiska livsmedelsbranschen. Här är en sammanfattning av hennes artikel i *Agribusiness*, sidorna 410–425 från 2013:

## UTLÄNSK DOMINANS

Den grekiska dagligvaruhandeln domineras av den franska livsmedelsjätten Carrefour och andra utländska företag. Den multinationella dominansen syns dock inte tydligt för den oinformerade, eftersom flera av de utlandsägda butikskedjorna har grekiska namn.

Det finns en omfattande teoribildning om konkurrens, priser och maktmissbruk. När styrkeförhållandet mellan de olika leden i värdekedjan blir allt mer skevt försvagas konkurrensen. Det finns samband mellan den horisontella konkurrensen och den vertikala. När det blir svagare konkurrens mellan företag på en nivå i kedjan, blir det lättare för företagen att ”sätta åt” företag i kedjans tidigare och senare led.

Eleni Kadati samlade in data ur databasen Amadeus, vilket innehåller upplysningar från årsredovisningar i massor av europeiska företag. Hennes data bygger på företagens publicerade räkenskaper, ur vilka det är möjligt att ta fram produktivitetstal såsom bruttomarginaler och många andra nyckeltal.

## STARKARE MED ÅREN

Data hämtades för företag i olika led i de grekiska värdekedjorna för livsmedel, naturligtvis också de utländska företagen med verksamhet i Grekland. Kadatis data omfattar den senaste 10-årsperioden så att det är möjligt att se trender. Det sker förändringar efterhand som de utlandsägda butikskedjorna expanderar och konkurrenssituationen förändras. Det sker också uppköp och fusioner mellan

olika butikskedjor. Därmed kan Kadati visa utvecklingen över tiden. De redan starka blir allt starkare med åren.

Siffrorna från databasen analyserades i en statistisk modell. Resultaten visar att koncentrationen i handeln ökar handelsföretagens vinster, särskilt i jämförelse med företagen i de tidigare leden av värdekedjan. Livsmedelsproducenter, bönder och fristående grossister har lägre marginaler än detaljisterna.

## SÄNKER VÄLFÄRDEN

Detaljisterna ser ut att ha mycket marknadsmakt gentemot sina leverantörer. Kadati gjorde beräkningar som visade att detaljhandelns goda vinstmarginaler inte enbart kan bero på stordriftsfördelar eller andra objektiva faktorer. Det är otvetydigt att detaljisterna helt enkelt har möjlighet att missbruka sin marknadsmakt.

De utlandsägda handelsföretagens tilltagande makt avspeglas i företagets allt högre vinstmarginaler. Livsmedelsindustrierna och lantbrukarna får därmed lägre förtjänster än de annars skulle ha. Detta skadar samhällsekonomin eftersom investeringar inte kommer att göras i verksamheter som skulle kunna vara lönsamma. Konsumenterna får betala onödigt mycket, vilket sänker välfärden i samhället.

## ÅTGÄRDER KRÄVS

Författaren har inga bra förslag till hur problemen med handelsföretagens dominans ska lösas. Hon säger att konkurrensmyndigheterna ska förhindra att de olika handelsföretagen utbyter prisinformation med varandra, men detta finns ju redan med i konkurrenslagstiftningarna. Kadati nämner några förslag på hur konkurrensvärdande myndigheter skulle kunna sätta åt de dominerande aktörerna. Förslagen handlar om tillståndsgivning vid nya butikbyggen, butiksoppningstider och handelsprissättningspolitik. Tyvärr förklarar hon inte vad dessa åtgärder skulle kunna innebära.

Eftersom Kadatis studie är noggrant genomförd och bygger på ett omfattande datamaterial, finns det all anledning att ta den på allvar. Visserligen avser studien den grekiska dagligvaruhandeln, men problemen känns igen från den svenska konkurrenssituationen. Likaså är det lätt att känna samma uppgivenhet som den grekiska forskaren, vad gäller vilka åtgärder som skulle kunna sättas in för att återupprätta maktbalansen i värdekedjorna för livsmedel.

Jerker Nilsson, Institutionen  
för ekonomi, SLU Uppsala

