

## **Tillväxtmöjligheter i kooperativ industri: Vilken betydelse har finansieringsformerna och marknadsstrukturen? (0245004)**

### **Bakgrund:**

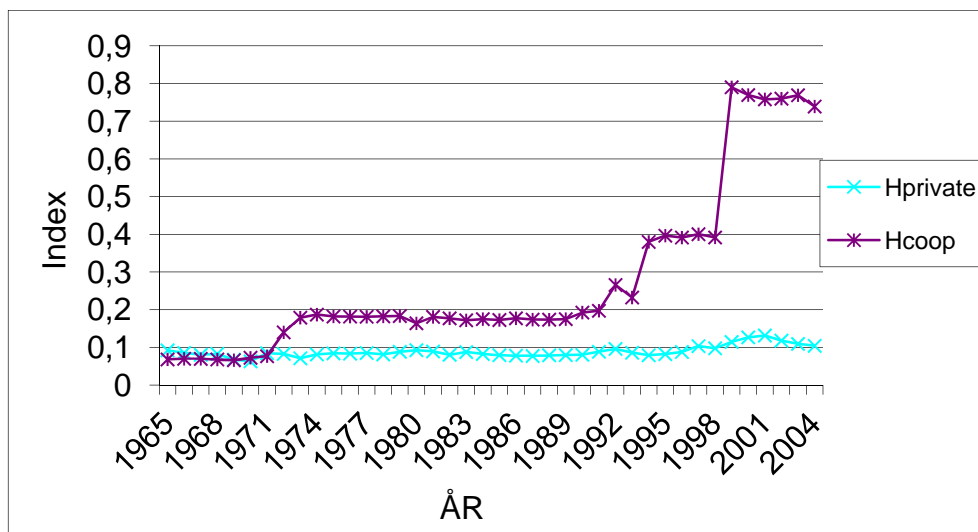
Det är vanligt att företag med olika strukturer konkurrerar på en och samma marknad. Till exempel kan vertikalt integrerade företag samexisterar med företag som inte är vertikalt integrerade och kooperativa företag samexistera med investörägda företag. Ett kooperativt företag kan betraktas såsom horisontellt integrerat mellan primärproducenter (lantbrukarna) och vertikalt integrerat mellan primärledet och processledet (Sexton, 1986; Tennbakk, 1995). Tennbakk (1995) visar i en spelteoretisk duopolmodell att utfallet på en marknad med en homogen produkt påverkas påtagligt av ägarstrukturen, d.v.s. om företagen är kooperativa eller investörägda (privatägt/börsnoterat). En relevant fråga är då hur företagsstrategier påverkas av ägarstrukturen i situationer då företag även måste välja vilken kvalitet de skall producera och det är mer kostsamt att producera en högre kvalitet. Detta är en av frågorna som behandlats i detta projekt.

Ytterligare en aspekt på den kooperativa företagsformen och dess funktion i en marknadsekonomi är i vilken utsträckning den bidrar till att förbättra den ekonomiska effektiviteten för såväl producenter som konsumenter. Såsom tidigare nämnts visar Tennbakk (1995) i en spelteoretisk duopolmodell att utfallet på en marknad påverkas påtagligt av ägarstrukturen, d.v.s. om företagen är kooperativa eller investörägda (privatägt/börsnoterat). Liknande slutsatser påvisar Sexton (1986) och Bergman (1997). Dessa frågor har emellertid aldrig testats empiriskt i en ekonomisk miljö där kooperativa och investörägda företag samexisterar även om Wann och Sexton (2002) genomförde en empirisk studie på enbart kooperativa företag. Den aktuella frågan är därför om de kooperativa företagen har en viss möjlighet att utöva marknadsmakt och på detta vis bidra till en för producenterna gynnsam utveckling av producentpriset. Samtidigt visar studier av Azzam (1997) att en koncentration mot allt större företag i en industrigren såsom amerikansk köttindustri leder till ökad kostnadseffektivitet vilket bidrar till lägre priser till nytta för konsumenterna. I detta sammanhang bör noteras att studien av amerikansk köttindustri genomfördes utan att eventuella skillnader i ekonomiskt beteende mellan kooperativa och investörägda företag beaktades.

Den aktuella frågan är därför om en motsvarande utveckling kan spåras i svensk köttindustri där såväl investörägda och kooperativa företag har samexisterat under en betydande tidsperiod. En annan aktuell fråga är om vi kan observera några skillnader i ekonomiskt beteende mellan investörägda och kooperativa företag. De investörägda företagen kännetecknas bl.a. andra styrelseformer och förutsättningar vad gäller möjligheten att anskaffa externt kapital.

År 1965 svarade de kooperativa företagen för ca 82 % av den totala slakten av nötkött i Sverige. År 2004 uppgick de kooperativa företagens andel av slakten till ca 59 % baserat på beräkningar utifrån officiell slakstatistik. Samtidigt så utmärks framförallt de kooperativa företagen av en kraftigt ökad koncentrationsgrad till följd av omfattande fusioneringar under den aktuella perioden. Koncentrationsgraden mäts via ett s.k. Herfindahl index. Något

förenklat så antar detta värdet 1,0 om en industri endast består av ett företag och värdet 0,0 om det finns ett "oändligt" antal företag. Utvecklingen illustreras i Figur 1. Vilket tydligt visar att framförallt de kooperativa företagen fusionerat i betydande utsträckning.



**Figur 1. Koncentrationsgrad i svensk nötslakt under perioden 1965-2004.**

Dessutom kännetecknas den aktuella perioden av betydande institutionella förändringar med bl.a. 1967 års jordbrukspolitik med krav på betydande rationalisering i primärledet. Lantbrukets avreglering som initierades 1990 innebar betydande förändringar i lantbruket men effekterna av den förändrade policy minskade i och med att Sverige år 1991 tillkännagav att man avsåg att ansöka om medlemskap i EU. Sverige inträdde som fullvärdig medlem i EU 1/1 1995.

På många marknader skiljer sig dessutom konsumenterna åt vad gäller hur välinformerade de är rörande produktens kvalitet. Produktkvalitet kan i detta fall avse t.ex. produktionsstandarder eller i lag reglerade förhållanden t.ex. djurmiljö. Även ursprungsland kan bland en del konsumenter betraktas som en kvalitetsindikator. Vissa konsumenter kan ha tillräcklig information för att utvärdera en produkt. Andra är mindre informerade och även om relevant information kan vara möjlig att införskaffa kan det vara alltför kostsamt. Konsumenternas kunskap avseende kvaliteten på en specifik produkt skiljer sig åt mellan konsumenter och mellan olika produkter. Kvalitetsaspekter kopplade till hur en vara producerats kan till exempel vara svårare att bedöma än kvalitetsaspekter som rör produktens (fysiska) egenskaper. Konsumentens medvetenhet påverkas även av den temporala aspekten. Det är mer sannolikt att konsumenter har begränsad information om nya produkter jämfört med äldre mer "mogna" produkter. Om konsumenterna inte själva kan utvärdera en produkt måste de förlita sig på någon annan typ av kvalitetssignal. Detta kan med tiden vara olika typer av märkning som tillhandahålls av en mer informerad part, t.ex. tillverkaren eller en tredje part (certifieringsorgan). I frånvaro av eller i kombination med märkning kan konsumenter med begränsad kunskap använda enklare kvalitetssignaler såsom pris för att utvärdera kvaliteten av nya varor när de först saluförs. Även på "mogna" marknader är det vanligt att åtminstone vissa konsumenter inte har relevant information för att korrekt kunna bedöma kvaliteten på en vara t.ex. om produkten är komplex eller om varan köps så sällan att kostnaden för att införskaffa information är alltför hög. Marknader med denna typ av ofullständig information

är inte ovanliga i detaljhandeln. Osäkerhet om kvalitet på livsmedel kan t.ex. gälla miljö- och djurskyddsaspekter samt långsiktiga hälsoeffekter. Hur kan företag antas agera en sådan situation?

Ett väl etablerat resultat i litteraturen som rör vertikal produktdifferentiering är att företag, givet identiska företag, finns en ekonomisk fördel att välja att producera produkter av hög kvalitet (t.ex. Aoki och Prusa, 1996, Choi och Chin, 1992; Motta, 1993). Även om detta är sant givet fullständig information är det inte nödvändigtvis fallet om en del av konsumenterna är osäkra på kvaliteten på produkten. I själva verket kan företag som producerar olika kvaliteter välja att ta ut samma pris. Detta innebär att om det finns åtminstone några välinformerade konsumenter så kan ett företag som säljer en produkt med en högre kvalitet sälja en större kvantitet än ett företag som väljer att producera en lägre kvalitet. Metrick och Zeckhauser (1999) har visat att denna typ av "kvantitets-clearing" är en naturlig följd i ett sekventiellt Bertrand spel när det inte finns några kostnader i samband med produktionen. Frågan är då under vilka omständigheter som ett företag som säljer en produkt med en högre kvalitet än konkurrenten skulle välja att ta ut ett högre pris än konkurrenten och när det skulle välja att sälja större kvantiteter till samma pris som konkurrenten när det kostar mer att producera varor med en högre kvalitet? I en andra del av detta projekt försöker vi besvara denna fråga givet att åtminstone några av konsumenterna har begränsade kunskaper om kvaliteten på en produkt och begränsade möjligheter att utvärdera den. Liksom i föregående studie antas att de som producerar varorna kan vara antingen investörägda eller kooperativa företag.

### **Material och metoder: Studie av marknadsmakt och kostnadseffektivitet**

En mikroekonomiskt baserad modell utvecklas för att beskriva svensk köttindustri. Modellen utvecklas i enlighet med traditionen inom NEIO- området. NEIO står för begreppet "New Industrial Organization" vilket innebär att när en viss marknad/industrigren analyseras så utgår den matematiska modellen från de olika parternas målfunktioner. Detta innebär att det förväntade utfallet på en marknad härleds givet att de olika parterna strävar efter att uppnå största möjlig nytta givet de institutionella betingelserna. Rent matematiskt innebär metoden att ett maximeringsproblem formuleras för respektive part i enlighet med Hoffmann (2005).

Den investörägda köttindustrin antas maximera vinsten med beaktande av utbudsfunktionen för kött från primärledet, dvs. lantbruksföretagen. Deras utbud beror av tillgänglig teknik samt kostnader för olika produktionsfaktorer såsom t.ex. foder, arbete och kapital. De kooperativa företagen maximerar den sammanlagda vinsten av hänförlig till såväl primärledet (lantbrukarna) som processindustrin utifrån ett betraktelsesätt där lantbruksföretagen antas vara vertikalt integrerade med det kooperativa företaget i enlighet med Sexton (1986) samt Hoffmann (2005). Detta innebär att kostnader för produktionsfaktorer i såväl primärledet som processledet får betydelse. Utifrån ett antagande om marknadsvikt erhålls följande prisrelation

$$P = F(q_c, q_p, s_c, s_p, H_c, H_p, f_i, w_i, Y) \quad (1.)$$

P: Partipris för nötkött

$q_c, q_p$  Volym nötkött processat i kooperativa företag (c) samt investörägda företag (p)

$s_c, s_p$  Marknadsandel för kooperativa och investörägda företag

$H_c$ , $H_p$	Koncentrationsindex för kooperativa och investörägda företag (Fig 1).
$f_i$	Priser på produktionsfaktorer i primärledet t.ex. kapital, foder m.m.
$w_i$	Priser på produktionsfaktorer i processledet t.ex. kapital, energi, arbete m.m.
$Y$	Disponibel inkomst per capita

Ekvation 1 skattas sedan samtidigt med en efterfrågefunktion som beror på partipriset,  $P$ , disponible inkomst,  $Y$ , samt priset på substitut. Ekvationerna skattas med hjälp av ekonometrisk metodik via N3LS ("Non Linear Three Stage Least Squares" (Gallant, 1987). Parameterestimat erhålls och dessa kan sedan utnyttjas för att beräkna effekterna av marknadsmakt och samt förändra kostnadseffektivitet till följd av en förändrad marknadsstruktur.

Behovet av empiriska data är omfattande. Såsom tidigare nämnts beräknas volymer, marknadsandelar och koncentrationsindex med hjälp av officiell slaktstatistik som erhållits från Köttbranschens Riksförbund 1965 -1997 samt därefter Jordbruksverket. Priset på produktionsfaktorer i primärledet t.ex. kapital och foder erhålles från Statens Jordbruksnämnd 1965 - 1991 samt Jordbruksverket därefter. Kostnaden för arbetskraft i industriledet erhålls från ALMEGA samt Livsmedelsföretagen. Priset på energi (dieselolja) insamlas via Svenska Petroleuminstitutet och Jordbruksverket. Slutligen insamlas data rörande disponibel inkomst från Statistiska Centralbyrån.

### Resultat: Studie av marknadsmakt och kostnadseffektivitet

Utifrån de ekonometriska skattningarna beräknas ett antal elasticiteter. Elasticiteterna anger hur mycket en viss faktor förändras i procent om en annan faktor förändras med ett visst antal procent. I detta sammanhang är vi främst intresserade av hur en förändrad koncentration bland de kooperativa företagen och investörägda företag påverkar prisnivån i partiledet,  $P$ , samt kostnadseffektiviteten i svensk köttindustri under den studerade perioden.

**Tabell 1: Beräknade effekter av en förändring i marknadsstruktur och koncentration på partipriset,  $P$**

Faktor	Parameterestimat	Statistisk signifikans
Koncentration av kooperativ, $H_c$	0,959	1% nivå
Investörägda företag- produktmarknad, $H_p$	-0,0243	Ej signifikant
Kostnadseffektivitet, kooperativ inkl. primärledet	-1,2427	1% nivå
Kostnadseffektivitet, kooperativ enbart processledet	-1,8730	1% nivå
Nettoeffekt av kooperativ, vad gäller marknads- och kostandsstruktur	-0,2918	5% nivå
Nettoeffekt av kooperativ och investörägda företag	-0,4349	5 % nivå

Av Tabell 1 kan utläsas att en ökad koncentration bland de kooperativa företagen leder till att partipriset  $P$  påverkas i stigande riktning. Parameterestimatet uppgår till 0,959 vilket innebär att 10 % ökad koncentrationsgrad leder till att partipriset stiger ed 9,59 %. Denna effekt är statistiskt säkerställd och signifikant på 1 % nivån. Å andra sidan så innebär motsvarande parameterestimatet för de investörägda företagen om -0,0243 att denna effekt är försumbar och inte alls statistiskt säkerställd. Slutsatsen är således att de kooperativa företagen via

omfattande rationalisering och fusioner under den aktuella perioden haft en ur producenternas synvinkel positiv effekt på produktpriset. Samtidigt kan noteras att de relativt begränsade strukturella förändringarna bland de investörägda företagen haft en i stort sett försumbar effekt på prisnivån.

En ökad grad av koncentration leder även till en ökad grad av kostnadseffektivitet vilket bl.a. visades i Azzam (1997). Dessa effekter är särskilt påtagliga för de kooperativa företagen där rationaliseringarna bidragit till att kostnaderna sjunker. Ett parameterestimat om  $-1,8730$  i enbart processledet innebär att en 10 % ökad koncentrationsgrad leder till att kostnaderna sjunker med 18,7 %. Nettoeffekten minskar något när även kostnadsstrukturen i lantbrukarledet beaktas och sjunker då till 12,4%.

Ett parameterestimat i processledet om  $-1,87$  visar emellertid att den kooperativa processindustrin kännetecknas av tilltagande skalavkastning under den aktuella perioden. I en sådan situation mer än fördubblas produktionen i det fall att samtliga produktionsfaktorer fördubblas. Resultaten tyder således på att de fusioner som genomförts i den kooperativa industrin verksamt bidragit till ökad kostnadseffektivitet. Nettoeffekten av den ökade koncentrationsgraden uppgår emellertid till  $-0,2918$ . Detta innebär att om koncentrationsgraden bland kooperativen ökar med 10 % så sjunker priset med ca 2,9%. Motsvarande effekt för köttindustrin som helhet uppgår till ca  $-4,3\%$ .

Slutsatsen från analysen är därför att förändringsaktiviteterna bland de kooperativa företagen bidragit till att till en del "försvara" en producentprisnivå. Samtidigt har emellertid kostnadseffektiviteten ökat vilket bidragit till en sjunkande prisnivå. De kooperativa företagen har därför bidragit till att dämpa effekterna av en omfattande rationalisering men samtidigt bidragit till att göra denna industrigren mer konkurrenskraftig i samband med EU-inträdet 1995 jämfört med ett scenario där dessa åtgärder ej hade vidtagits.

### **Material och metoder: Kvalitet och industriell struktur**

Stora delar av svensk livsmedelsindustri kännetecknas av s.k. fåtalskonkurrens med inslag av såväl oligopolistisk som oligopsonistisk struktur. Med oligopol avses en situation med ett fåtal producenter som producerar och säljer en vara på marknaden. Oligopsoni avser en situation där ett fåtal företag köper en vara, vanligtvis en råvara, på en viss marknad och sedan förädlar/säljer varan vidare i form av en slutprodukt. När det finns få aktörer på en marknad så kan ett företags agerande påverka marknadslösningen, t.ex. prissättning, kvalitetsnivåer och producerad kvantitet. Det finns i sådana marknader incitament för företag att agera strategiskt och försöka förutse hur andra företag kan tänkas göra. Det är därför relevant att använda sig av spelteoretiska modeller när man försöker förstå hur företag agerar och vilken marknadslösning som kan tänkas uppkomma. Ett exempel på en spelteoretisk redovisades i den första delen av detta projekt som behandlade en empirisk analys av marknadsmakt och kostnadseffektivitet i svensk köttindustri under perioden 1965-2004.

### **Resultat: Teoretisk analys av industriell struktur och kvalitetsprogram**

I en första del inom ramen för detta projekt undersöktes under vilka omständigheter som ett företag som säljer en produkt med en högre kvalitet än konkurrenten skulle välja att ta ut ett högre pris än konkurrenten. Dessutom behandlas den situation när företaget skulle välja att

sälja större kvantiteter till samma pris som konkurrenten givet att företag kan ha olika ägarstruktur och givet att det kostar mer att producera varor med en högre kvalitet. I en teoretiskt orienterad duopolmodell med endogen kvalitetsval, exempelvis en konventionell visavi en ekologisk produkt alternativt olika standards vad gäller djurvälstånd, jämför Hoffmann (2005) marknadsstrukturer med enbart kooperativa företag med marknader som består av endast investörägda företag samt marknader där kooperativ konkurrerar med investörägda företag. Eftersom ett kooperativ kan betraktas som ett vertikalt integrerat företag medan ett investörägt företag betalar lantbruksföretagets marginalkostnad för råvaran (griskött, nötkött etc.) är kostnaden för kvalitet på gårdsnivå avgörande för hur dessa strukturer påverkar produktval, marknadsandelar, prissättning, välfärdseffekter mm.

Studien visar att kooperativa och investörägda företag fattar olika produktionsbeslut beroende på om kostnaden för att uppnå önskade kvalitetsattribut innebär en fast kostnad på gårdsnivå och/eller om kostnaden för kvalitet medför en rörlig kostnad och lantbruksföretagets produktion kännetecknas av avtagande skalavkastning. Kostnaden för kvalitet på gårdsnivå antas i analysen därför vara antingen i huvudsak fast eller i huvudsak rörlig. Stora fasta kostnader kan tänkas vara rimliga att anta för kvalitetsprogram som rör en omfattande processtandard, till exempel om det krävs omfattande och mycket långsiktiga investeringar i stallar för att tillgodose ur kvalitetsprogrammets synvinkel önskvärda djurvälståndaspekter. Stora rörliga kostnader kan vara rimliga att anta till exempel om kvalitetsprogrammet i huvudsak består av omfattande dokumentation och provtagning, specifika krav på produktionsmedel eller om investeringarna i byggnader och byggnadsinventarier p.g.a. osäkerhet i omvärlden bör skrivas av under en relativt kort tid. I det fall kostnaden för kvalitet på gårdsnivå i huvudsak består av fasta kostnader så visar resultaten att investörägda företag tenderar att producera högre kvalitet till högre priser jämfört med ett kooperativt företag. Trots högre priser genererar investörägda företag ett högre konsumentöverskott men ett lägre producentöverskott. Marknadsandelen av respektive kvalitet är oberoende av ägarstrukturen. Om kostnaden istället är i huvudsak rörlig så genererar ett kooperativt företag större kvantiteter av högre kvalitet (och därmed en högre marknadsandel av den högsta kvaliteten) vilket genererar högre vinster, högre konsumentöverskott och därmed högre välfärd för samhället som helhet. Fördelen av att producera en hög kvalitet kan således uppvägas av den kostnadsfördel som följer av att ett företag är vertikalt integrerat.

I den andra delen av projektet undersöks hur kostnaderna för kvalitets- och organisationsstruktur påverkar företagets prisstrategi i ett sekventiellt spel när konsumenterna kan ha ofullständig information om produktkvaliteten. Specifikt undersöks under vilka omständigheter ett företag som producerar varor av hög kvalitet väljer att ta ut högre vinster (än konkurrenten) genom att ta ut ett högre pris och när det väljer att göra det genom att producera större kvantiteter givet dels att kvalitet är kostsamt att tillverka dels att företagen kan vara antingen vertikalt integrerade eller vertikalt separerade.

Om konsumenterna har fullständig information och produktionen kännetecknas av konstant skalavkastning kan företaget som producerar en högre kvalitet (FH) erålla en högre vinst genom att både ta ut ett högre pris och sälja större volymer. Följaktligen har FH alltid en högre marknadsandel än det företag som producerar en låg kvalitet (FL). Om konsumenterna har fullständig information och produktionen kännetecknas av avtagande skalavkastning så beror

marknadslösningen på företagens ägarstruktur. Fördelen för FH kan antingen förstärkas eller motverkas av den strukturella kostnadsfördel som sammanhänger med den vertikala (kooperativa) strukturen. Även om FH alltid tar ut ett högre pris än LH kommer det inte nödvändigtvis att saluföra större kvantiteter. Ju mindre skillnad det är mellan de kvaliteter som FH och LH producerar ju större är konkurrensen mellan företagen. Företag FH kommer att ta ut lägre priser och producera mindre volymer ju större konkurrensen är medan det omvända gäller för LH. Om FH är vertikalt integrerad förstärks dess fördel av att producera hög kvalitet av att den strukturella kostnadsfördelen vilket mildrar effekten av ökad konkurrens jämfört med om mer FH inte är vertikalt integrerat. Om istället LH är vertikalt integrerat så motverkar det FHs fördel av att producera hög kvalitet.

Om konsumenter har ofullständig information kan LH välja att sälja till ett lägre pris än FH och i så fall uppnås en marknadslösning lik den vid perfekt information. Alternativt kan LH välja att ta ut samma pris som FH. I det senare fallet delas marknaden upp i två konsumentsegment utifrån den information som konsumenterna besitter. De konsumenter som har information köper från FH medan de konsumenter som har ofullständig information köper från något av företagen. FH kommer i detta fall att ha minst hälften av marknaden. Även om denna marknadslösning uppkommer som ett resultat av att företagen var för sig beslutar vad de skall producera och till vilket pris så har det samma effekt på priser som fullständig samverkan har i andra sammanhang. Ju mer lika kvaliteter som företagen producerar desto mer sannolikt är det att företagen väljer att ta ut samma pris eftersom detta mildrar konkurrensen. Metrick och Zeckhauser (1999) har visat att företag om produktionskostnader inte tas med i beräkningen har incitament att inte informera konsumenter om kvaliteten genom att välja att sälja till samma pris. Detta är, om än i mindre utsträckning, sant även när kvalitet produktionskostnader tas med i beräkningarna. Givet konstant skalavkastning är det mer troligt att FH väljer ett pris som garanterar att LH väljer ett lägre pris om skillnaderna i kvalitet är relativt liten och om andelen konsumenter som besitter ofullständig information inte är försumbar.

Dessutom uppstår en negativ korrelation mellan produktionskostnaden för kvalitet och den form av jämvikt som uppkommer. I de flesta fall kommer FH att ha en högre marknadsandel än LH. Givet avtagande skalavkastning beror marknadsjämvikten på ägarstrukturen. Om FH är vertikalt integrerat så ökar sannolikheten att företagen väljer samma priser i det fall att konsumentosäkerheten är liten. Oavsett ägarstruktur kommer emellertid företagen att välja olika priser om det är stor skillnad i kvalitet mellan produkterna. FH kommer i de allra flesta fall att ha en större marknadsandel än LH.

## **Diskussion**

Denna studie har i betydande utsträckning fokuserat på implikationerna av marknadsstruktur. En förklaring är att en jämförande analys av den effektiva kapitalkostnaden visar på obetydliga skillnader för det kapital som finansierar lantbrukarnas företag och de kooperativa företagen visar på begränsade skillnader. Med effektiv kapitalkostnad avses här en kostnad för allt kapital justerat för skatteregler, inflation, aktuella finansieringsformer samt alternativa placeringmöjligheter beräknat enligt principerna i Lagerkvist och Andersson (1996) och Lagerkvist (1999). Under perioden 1986 -1990 uppgick den genomsnittliga effektiva

kapitalkostnaden i den kooperativa slaktindustrin till ca 3,8 % och motsvarande värde för jämförbara lantbruksföretag uppgick till ca 4,9 %. För perioden 1991 -1995 är kostnaden i kooperativ slaktindustri ca 6,4 % och 7,9 % för jämförbara lantbruksföretag. Denna analys tyder således på mycket begränsade skillnader i kostnad för kapital mellan ägarnas företag och industri-/processledet. En förenklad analys av soliditeten under perioden 1965 -2004 visar att den sjunkit från 40,6% 1965 till ca 32 % för år 2004. En jämförelse enligt SCB (2007, NV 19 SM0602) med näringslivet som helhet ger motsvarande värde om 39 % för 2004. Slutsatsen är således att den kooperativa slaktindustrins finansiella struktur inte avviker väsentligt från näringslivet i övrigt eller kostnadsstruktur för arbetande kapital gentemot ägarna.

Mer teoretiskt inriktade studier såsom Hoffmann (2005) visar att den kooperativa företagsformen bör ha goda möjligheter att konkurrera med investörägda företag sett utifrån ett producentperspektiv. Detta gäller i synnerhet i en situation där kostnaden hänförlig till kvalitetsorienterad produktion i huvudsak är rörlig. I en sådan situation är den kooperativa företagsformen att föredra givet de flesta kriterier enligt Tabell2. Detta förhållande torde främst gälla för spannmåls- och växtprodukter. För animalieproducerande företag är det emellertid mer rimligt att anta att kostnaden hänförlig till kvalitet i större utsträckning är fast och då främst beror av kapitalkostnaden för de byggnader och anläggningar som krävs för en högkvalitativ animalieproduktion. I detta fall är fortfarande den kooperativa företagsformen att föredra med avseende på producentnyttan. Samhällsnyttan som också beror av konsumentnyttan beror dock helt och hållet på kostnadsnivån.

**Tabell 2. Fördelaktig ägarstruktur givet olika mål**

Mål: att uppnå största/högsta möjliga	Mest fördelaktig ägarstruktur om kostnaden för kvalitet på gårdsnivå är	
	i huvudsak fast	i huvudsak rörlig
Konsumentnyttan	Investörägda företag	Kooperativa företag
Producentnyttan	Kooperativa företag	”Blandad marknad”
Samhällsnyttan	Beror av hur kostsamt det är att producera kvalitet	Kooperativa företag
Marknadsandel av hög kvalitet, %	Oberoende av ägarstruktur	Kooperativa företag
Hög kvalitet	Investörägda företag	Kooperativa företag
Marknadstäckning	”Blandad marknad”	Kooperativa företag

”Blandad marknad” avser en marknad som består av både kooperativ och investörägda företag.

Källa: Hoffmann (2005).

Teoretiskt inriktade analyser som belyser en situation där konsumenten har otillräcklig information om produktkvaliteten, eller att den information som ges är osäker, ger en del intressanta resultat. Studier av Hoffmann (2006) visar att om konsumenten har ”fullständig information” så gynnas de företag som producerar en produkt av hög kvalitet av vertikal integration, dvs. en kooperativ företagsstruktur. Detta gäller i synnerhet om marginalkostnaden för att producera stiger vid en ökad volym. I en situation med mer osäker



information tenderar även detta att gynna högkvalitativ produktion givet att de företag som inriktar sig på denna nisch kännetecknas av en kooperativ struktur.

Sammantaget så visar de teoretiskt inriktade analyserna att de kooperativa företagen i många avseenden kännetecknas av en organisationsform som ger goda möjligheter att producera varor av hög kvalitet. De kooperativa företagen synes även ge möjligheter att reducera de välfärd förluster som kan uppkomma till följd av otillräcklig information.

De mer empiriskt inriktade analyserna i detta projekt har fokuserat på svensk köttindustri. Ett av motiven att välja denna industrigren är att den utgör en betydelsefull del i svenskt lantbruk. Ett annat motiv är att köttbranschen är en av de få industrigrenar där det är möjligt att erhålla detaljerad information för en längre tidsperiod och det samtidigt förekommer såväl kooperativa som investörägda företag.

De empiriska analyserna visar entydigt att de strukturella förändringarna inom de kooperativa företagen bidragit till att påverka partipriset i positiv riktning. En omfattande rationalisering har samtidigt lett till att priset minskat p.g.a. sjunkande marginalkostnader. Nettoeffekten leder till att om koncentrationsgraden ökar med 10 % så sjunker priset med 2,9 %. I detta sammanhang är det emellertid viktigt att påpeka att studien visar att den svenska köttbranschen hade karakteriserats av en än mer negativ utveckling i det fall att kooperativ industri inte hade förekommit.

År 2007 såldes Swedish Meats till HK Raukatalo och en era av kooperativ slakt gick till ända. De analyser som genomförts i detta projekt visar att det funnits och finns starka ekonomiska incitament för en kooperativ verksamhet. Det faktum att det finns incitament är emellertid ingen garanti för att företagsledning och ägare fullt ut förmår att utnyttja dessa potentialer. Enligt Westerlund Lind (2011) förklarades utvecklingen till en del av behovet av ökad marknadsorientering inom nämnda organisationer.

## Publikationer

- Azzam, A.& Andersson, H. 2008. Measuring Price Effects of Concentration in Mixed Oligopoly: An Application to the Swedish Beef- slaughter Industry. *Journal of Industry, Competition and Trade* 8, 21-31.
- Andersson, H., R. Hoffmann & T. Nilsson. 2005. Industriell struktur - Möjligheter för certifierade livsmedel, *Att navigera i en ny tid, Sammanfattning av postrar och föredrag. Ekologiskt lantbruk Konferens, 22- 23 november, Ultuna, 2005, CUL, SLU, pp 53-57.*  
<http://www.cul.slu.se/information/publik/konfrapport2005.pdf>
- Hoffmann, R. & H. Andersson. 2006. Pricing Strategies with Consumer Uncertainty when Quality is Costly. Working Paper Series 2006:1, Department of Economics, SLU, Uppsala, 38 pp.
- Hoffmann, R. 2005. Ownership Structure and Endogenous Quality Choice: Cooperatives versus Investor-Owned Firms. *Journal of Agricultural & Food Industrial Organization* 3:8, 1-24.

## **Slutsatser med några synpunkter**

Resultaten av denna studie tyder på att det inte finns några uppenbara ekonomiska argument för att ifrågasätta den kooperativa företagsformen när den förekommer på en s.k. blandad marknad. De kooperativa företagen kan i denna situation även motverka andra former av marknadsmakt samt bedriva ett omfattande strukturellt förändringsarbete. Situationen är emellertid i hög grad industrispecifik vilket de teoretiska analyserna visar. Utfallet kan ofta bero på den initiala situationen vad gäller t.ex. kostnadsstruktur, kvalitetspremier m.m.

Den centrala frågan är därför att i utbildnings – och fortbildningssammanhang skapa förståelse för de kooperativa företagens funktion och ekonomiska beteende i en s.k. blandad marknad. Denna typ av utbildning kan givetvis ges vid universitet och högskolor men det kanske är ännu mer väsentligt att informera medlemmar/ägare och förtroendevalda så att de på ett konstruktivt vis kan medverka till att verksamheten utvecklas. Utan att utveckla denna förståelse kan företagsledning och styrelser för de kooperativa företagen förväntas möta betydande svårigheter att motivera långsiktiga strategival vad gäller anskaffning av externt kapital men även beslut av mer kortsiktig karaktär. I en sådan situation försvagas givetvis de kooperativa företagens konkurrenskraft gentemot investörägda företag.

## **Övrig resultatförmedling till näringen**

Resultatförmedling till näringen har skett via ett antal föredrag där delar av resultaten från projektet diskuterats:

- Föredrag vid Ekologiskt Lantbruk , Konferens , 22- 23 november, Ultuna, 2005
- Föredrag vid Alnarps Grisdag, 19/10 2010
- Föredrag i samband med Företagsledarkurs, LRF Konsult Affärsrådgivning, 22- 24 februari, 2012, Sånge-Säby.
- Föredrag vid Landsbygdsdepartementet vid seminarium: Konkurrenskraft- vad är det? 27/3 . 2013

Dessutom behandlas del av studierna inom ramen för undervisningen i kursen Production Economics, FÖ0362 vid SLU.

## **Abstract**

Swedish food industry is characterized by few actors. The cooperatives (COOP) have played a significant role for milk and meat. They often face competition from investor owned firms. The question is how the market structure affects pricing and quality levels, such as process standards. The study consists of two parts; a theoretical and an empirical analysis based on microeconomics. The theoretical analysis shows that a market with COOP's is more favorable for a multitude of criteria if the cost of quality is variable. If the cost is fixed IOF's provide higher consumer benefits. COOP's reduce welfare losses due to insufficient information. COOP's have about the same cost of external capital as individual farms. A study of the Swedish beef market 1965-2004 shows that increased concentration among COOP's with 10% leads to a 9.5% increase in price. However, cost reduction causes the price to drop by 2.9%. Without COOP's the development of the industry had been even more problematic.