

## Bör affärstiderna regleras?

*I denna artikel diskuterar Mikael Ingemarsson och Per Skedinger ekonomiska argument för och emot en reglering av affärstiderna. Risken för ett marknadsmisslyckande, där konsumenterna drabbas av en prishöjning till följd av ökade omkostnader för detaljhandeln, talar för en reglering. Konsumenternas bekvämlighetsvinster av fria affärstider samt möjligheten att en prispressande effekt uppstår på grund av ett effektivare resursutnyttjande på sikt, talar emot en reglering. Hypotesen om en kostnadshöjande effekt av ett utökat öppethållande får inget stöd i de empiriska resultat för prisbildningen inom dagligvaruhandeln som redovisas. Författarnas slutsats är därför att den avreglering av affärstiderna som genomfördes i början av 1970-talet var en riktig åtgärd.*

Få av de avregleringar som genomförts under de senaste årtiondena har på ett så märkbart sätt påverkat det dagliga livet för gemene man som liberaliseringen av affärstiderna. Konsumenterna är inte längre hänvisade att göra sina inköp enbart på vardagar före kl 20. Sedan 1972 är öppethållandet helt oreglerat inom detaljhandeln.

De utökade valmöjligheterna för konsumenterna innebär utan tvivel en stor välfärdsvinst. Särskilt påtagliga är denna vinst för dem som på grund av förvärvsarbete har avsevärda svårigheter att handla under reguljära öppettider. En något mindre uppenbar effekt av ett utökat öppethållande är att arbetskraft och kapital kan utnyttjas på ett effektivare sätt i buti-

kerna, vilket verkar prissänkande.

Fria affärstider kan emellertid också resultera i ett "marknadsmisslyckande" med ett överutbud av öppethållande och högre priser än vad som skulle varit fallet med en reglering. Misstanken om en prishöjande effekt kan ligga nära till hands eftersom livsmedelspriserna stigit snabbare än konsumentprisindex sedan avregleringen. Fördelarna måste därför vägas mot eventuella nackdelar innan man kan göra en bedömning huruvida avregleringen varit samhällsekonomiskt önskvärd.

Den svenska affärstidsavregleringen är av intresse även i ett internationellt perspektiv. Sverige var bland de första länderna i Europa att avreglera på bred front och de svenska erfarenheterna har rönt stor uppmärksamhet utomlands (Burton [1991]).

Vi skall i den här artikeln gå igenom de teoretiska argument som finns för respektive emot avregleringen samt med utgångspunkt från bl a egna undersöknings-

*Fil kand MIKAEL INGEMARSSON är anställd vid Konkurrensverket och har varit sekreterare i Affärstidsutredningen.*

*Fil dr PER SKEDINGER är verksam vid Fackföreningsrörelsens Institut för Ekonomisk Forskning, FIEF, Stockholm.*

\* Vi är tacksamma för synpunkter från Åsa Rosén.

resultat bedöma de olika argumentens bärkraft.

## Historik<sup>1</sup>

Sedan 1972 har affärstiderna varit oreglerade i Sverige. Vid 1900-talets början var det endast strafflagens regler om religionsbrott som inskränkte butikernas rätt att hålla öppet. Under större delen av 1900-talet har emellertid öppethållandet varit reglerat. Lagstiftningen förefaller främst haft arbetstidspolitisk och social bakgrund, men även näringspolitiska överväganden har spelat en roll.

I förarbetena till den första lagen 1909 sägs att friheten att hålla handelsbodar öppna hur länge som helst medförde olägenheter för såväl butiksägare som biträden både beträffande vilotiden och möjligheterna till en meningsfull fritid. Konsumentintresset ansågs inte vara ett tillräckligt starkt skäl emot öppethållandestriktioner. Lagen gav emellertid inte någon direkt bindande regel av affärstidens förläggning, utan överlät åt de lokala myndigheterna att inom ramen för vissa övergripande restriktioner själva besluta om öppethållandet.

Vissa smärre förändringar av lagstiftningen gjordes vid tillkomsten av 1919 års butiksstängningslag, arbetstidslagen för detaljhandeln av år 1939, samt 1939 och 1942 års butiksstängningslagar. Ett bibehållande av inskränkningarna i öppethållandet motiverades bl.a. av intresset att åstadkomma likartade konkurrensförhållanden inom detaljhandeln. Fria affärstider ansågs leda till en ökad koncentration med utslagning av främst små enheter. Först i samband med 1967 års affärstidslag kan en utveckling mot en liberalisering skönjas, framför allt med avseende på möjligheten för de lokala myndigheterna att tillåta öppethållande utöver vanlig affärstid.

I januari 1972 beslutade riksdagen att inte förnya Affärstidslagen. Samtidigt beslutade man att en affärstidsnämnd skulle

följa den närmaste utvecklingen av affärstiderna. På basis av nämndens material presenterades 1977 en utredning med olika analyser av effekterna av fria affärstider och regeringen beslutade 1978 att inte föreslå någon affärstidsreglering. Under 1980-talet kom affärstidsfrågan upp på nytt i samband med skrivelser från bl.a. Handelsanställdas Förbund (HAF) och olika näringslivsorganisationer, men regeringen har inte återinfört någon affärstidslag. HAF har dock fört en fortsatt intensiv kampanj i syfte att få till stånd en reglering av affärstiderna.

## Sambanden mellan öppethållande och priser<sup>2</sup>

En ökning av öppethållandet påverkar prisbildningen på flera olika sätt. Man kan göra en uppdelning i *kostnadseffekter* och *konkurrenseffekter*. Kostnadseffekterna beror på utnyttjandet av arbetskraft och kapital i den enskilda butiken. Konkurrenseffekterna uppstår som en följd av förändringar i branschens struktur och konsumenternas sökbeteenden.

Låt oss börja med en diskussion av kostnadseffekterna. Den i genomsnitt största enskilda kostnadsposten inom dagligvaruhandeln är, bortsett från inköpskostnaden för varor, personalens löner (SOU 1991:10, s 71). Längre öppethållande innebär att antalet arbetade timmar ( $L$ ) ökar, vilket ger ökade lönekostnader. En butik måste alltid, hur liten den än är, ha viss bemanning. Emellertid påverkas också arbetsintensiteten ( $L/Q$ ), dvs antalet arbetstimmar i förhållande till

<sup>1</sup> Avsnittet bygger på SOU 1971:33, SOU 1977:72 och SOU 1991:11.

<sup>2</sup> Framställningen i detta avsnitt avser förhållandena inom dagligvarusektorn, men de flesta resonemangen kan överföras till att gälla för detaljhandeln som helhet.

försäljningen (Q).<sup>3</sup> En sådan relation mellan arbetsintensitet och försäljning har påvisats i flera empiriska studier och ges en köteoretisk grund i Nooteboom [1982].

Substitutionsmöjligheterna mellan arbete och kapital är begränsade inom dagligvarusektorn. Efterfrågan på arbetskraft kan därför analyseras isolerat från andra produktionsfaktorer. Arbetsintensiteten vid ökad försäljning kan antingen öka eller minska. Om den minskar så reduceras merkostnaden för den extra arbetsinsatsen. Detta kan tillgå på följande sätt. Kundtillströmningen kan förväntas bli mindre per tidsenhet vid ett ökat öppethållande och personalen kan då i större utsträckning utföra sådant arbete som inte direkt har att göra med kundbetjäning, t ex beställning, upplöckning och prismärkning av varor, städning av hyllor etc. Om sådana arbetsuppgifter kan skötas under obekvämt arbetstid, är de extra kostnaderna vid ett förlängt öppethållande mindre än den kostnadsökning som uppstår på grund av ökad löneersättning. En sådan allokering av personalinsatserna under olika dagar och tider på dygnet underlättas av ett stort utbud av deltidarbetskraft från tex ungdomar eller småbarnsmödrar.

Utfallet vad beträffar arbetsintensiteten kan förväntas bli olika för olika typer av butiker (Thurik [1984]). Det är rimligt att tänka sig att intensiteten ökar för butiker med liten försäljning relativt öppethållandet, medan den bör minska för stora butiker. Detta kan leda till att små butiker tvingas slå igen.

Även kapitalutnyttjandet kan bli effektivare vid ett förlängt öppethållande. Den kapacitet i form av säljyta, kassor, kyldiskar, manuellt betjäna diskar m m en butik tillhandahåller beror på efterfrågan både vid toppbelastning och genomsnittlig kundtillströmning. Om, vid en given försäljningsvolym, försäljningen av varor kan spridas ut över en längre period under en dag eller en vecka, kan butikens

säljyta samt antalet diskar vara mindre och antalet kassor färre än vad som annars skulle behövas. En butik med en liten säljyta kan alltså använda öppethållandet för att få till stånd både en jämn arbetsbelastning och minska köbildningar vid kassorna. I genomsnitt kan ett effektivare kapitalutnyttjande i kombination med en minskad arbetsintensitet innebära att kostnaden per försold enhet, och därmed prisnivån, sänks. Om kostnadseffekten däremot är positiv och alltför stor skulle inga butiker ha öppet utöver reguljära tider.

Det är inte orimligt att anta att ett ökat öppethållande även kan leda till en större total försäljning inom dagligvaruhandeln. Exempel på enheter som skulle missgynnas av ett ökat öppethållande är restauranger, gatukök och kiosker. Ett relativt mer omfattande öppethållande för en butik kan leda till en större total försäljning för butiken, men samtidigt måste konkurrenternas öppethållande beaktas.

Ett förlängt öppethållande påverkar också konkurrensen mellan butikerna. Marknadsförhållandena inom branschen karaktäriseras av ofullständig konkurrens, beroende på flera faktorer. För det första är butikens lokalisering mycket viktig. När kunden väl kommit in i en butik ådrar sig denne ogärna ytterligare tidskostnader genom att även söka upp en konkurrent. Störst konkurrens mellan två butiker uppstår avseende de konsumenter som bor på ungefär samma avstånd från butikerna. Kunderna kan antas ha god

<sup>3</sup> Det är av flera skäl missvisande att tala om "arbetsproduktivitet" i detta sammanhang. I praktiken är det försäljningen som mats, inte output. En butik kan vara mycket produktiv i den bemärkelsen att den har kapacitet att kunna tillhandahålla en viss typ av tjänst, men på en svag eller otillräcklig efterfrågan ändå försvinna från marknaden. En utforlig diskussion om produktivetsbegreppet inom dagligvaruhandeln finns i Eliasson & Julander [1991].

kännedom om priserna i närliggande butiker på grund av omfattande annonsering. Vidare erbjuds kunden ett "paket" av både varor och tjänster, vilket bl a eliminerar behovet av att uppsöka flera specialbutiker (Bliss [1988], Wicksell [1938, s 102–105]). Det kan också leda till att butikerna konkurrerar med tex öppethållandet istället för priset (Burstein [1960]). Speciellt servicebutiker, dvs butiker med ett begränsat sortiment, konkurrerar aktivt med öppethållandet.

Slutligen har stordriftsfördelar i viss mån noterats för dagligvaruhandeln (Arndt & Olsen [1975], Nooteboom [1982]). Sammantaget ger detta upphov till viss "marknadsmakt" för den enskilda butiken. Företagen kommer då att sätta priset som ett pålägg på marginalkostnaden. Hur stort pålägget är beror bl a på antalet konkurrenter. Dagligvaruhandeln kännetecknas av att ett stort antal företag och många butiker – särskilt i tätorter – verkar under stark konkurrens, vilket reducerar påläggsfaktorn.

Ett förlängt öppethållande kan, bl a beroende på att effekterna på arbetsintensiteten varierar mellan olika butiker, leda till ett mindre antal enheter genom att framför allt små butiker slås ut. Detta tenderar att pressa priset uppåt. Denna effekt kan dock modifieras om det utökade öppethållandet ger upphov till en ökad försäljning. Kunderna ges bättre möjligheter att söka efter varor med lägre pris, vilket ökar konkurrensen mellan butikerna (de Meza [1984]), i den mån ett effektivare sökande inte motverkas av ett längre avstånd mellan butikerna i genomsnitt. Konkurrens effekten på priset är således, liksom kostnadseffekten, *obestämmd*. Huruvida de två effekterna sammantagna verkar prishöjande är inte givet på förhand utan måste bestämmas empiriskt.

I praktiken kan inte kostnads- och konkurrens effekterna helt isoleras från varandra, vilket kan belysas med ett exempel. Om en butiks konkurrent slås ut ver-

kar detta prishöjande. Samtidigt ökar försäljningen i den kvarvarande butiken, vilket reducerar arbetsintensiteten, och därmed priset, allt annat lika.

### Konsumenternas nytta av öppethållandet

Konsumenternas efterfrågan avser butikens varor och tjänster. Efterfrågan beror – förutom på prisnivån – på en mängd olika faktorer, tex sortiment, servicenivå, öppethållande, transportmöjligheter inklusive avstånd till butiken, trängsel m m. Om en butik har erkänt kunnig personal, kan butiken hålla en relativt högre prisnivå, förutsatt att konsumenterna är villiga att betala för den bättre servicen i form av ett högre pris. Med andra ord kan tjänsteinnehållet, såsom det avspeglas i butikens försäljning, vara en avgörande faktor för uppmätta prisskillnader på i stort sett likadana varor.

Eftersom tidskostnaderna för inköp ofta är höga, är öppethållandet viktigt för konsumenten. Tidskostnaderna inkluderar planering av inköpen, reskostnader, parkeringskostnader, inspektion och val av varor i butiken, köande vid kassor samt upplöckning av varor i bostaden, och kan betraktas som en alternativkostnad (Becker [1965]). Ett förlängt öppethållande reducerar kostnaderna bl a eftersom det blir lättare att kombinera övriga resor – tex från arbetsplats eller daghem till bostaden – med inköpsresor. Det råder därmed ett utbytesförhållande mellan de två tillgänglighetsmåttens läge och öppethållande. En konsument kan vara likgiltig mellan inköp i en närbelägen butik med kort öppethållande och en mer avlägset lokaliserad konkurrent med längre öppethållande. Detta utbytesförhållande kan dock variera starkt mellan olika individer. En förvärvsarbetande småbarnsmor, tex, har ofta särskilt höga alternativkostnader för att handla på reguljära öppettider samtidigt som hon kanske fäster mindre avseende vid butikens läge, me-

dan å andra sidan det motsatta förhållandet råder för den rörelsehindrede pensionären. Den övervägande delen av flerpersonshushållens inköp av dagligvaror görs av kvinnor. En hög kvinnlig förvärvsfrekvens ökar således de totala samhällsliga kostnaderna för en affärstidsreglering.

## Teorier om affärstidsregleringar

För att kunna ta ställning till om en reglering är önskvärd i praktiken måste man känna till den effekt ett utökat öppethållande har på *kostnader* och *priser* samt kundernas *värdering* av en sådan service.<sup>4</sup> Som nämnts ovan är en prisökning långtifrån självklar, men vi skall diskutera hur ett marknadsmisslyckande kan uppstå *givet* denna förutsättning. Frågan har behandlats teoretiskt av bl a de Meza [1984], Ferris [1990] och Kay & Morris [1987].

Resonemanget hos Ferris [1990] är följande. Medan de utbudna varorna är av *privat* natur så är öppethållandetiderna en *kollektiv* vara, dvs man kan i praktiken inte utestänga någon konsument från den potentiella möjligheten att göra inköp så länge butiken håller öppet. Butiksägaren kan inte ta ut högre priser eller entréavgift efter ett visst klockslag, beroende på ett starkt och väldokumenterat kundmotstånd mot en sådan åtgärd samt möjligheten till återförsäljning.<sup>5</sup> Även möjligheten att diskriminera i rummet är starkt begränsad, eftersom det inte går att till rimliga kostnader identifiera de långväga kunder som värderar öppethållandet mest. Det kan i det här sammanhanget vara värt att notera att den svenska lagen om prisinformation, som innebär att hyllkantsetiketter måste finnas för flertalet varor, och vars uttalade syfte är att gynna konsumenten, avsevärt försvårar prisdifferentiering över tiden. Lagen lägger med andra ord en *restriktion* på möjligheten att ta ut högre priser under vissa dagar och efter olika klockslag.

Ett utökat öppethållande kan i genomsnitt värderas mycket lågt av kunderna

medan alla drar nytta av lägre priser. Kan problemet då lösas med att en enskild butik reducerar öppethållandet och sänker priserna? En sådan åtgärd är emellertid inte nödvändigtvis lönsam för butiksägaren, menar Ferris [1990]. Det är inte säkert att prissänkningen skulle locka tillräckligt många nya kunder, eftersom de har reskostnader för att ta sig till butiken och dessutom i varierande grad är "lojala" mot det ordinarie inköpsstället. Samtidigt förlorar butiksägaren en del av de kunder som föredrar att handla under den tid butiken tidigare hade förlängt öppethållande. Marknadsförhållandena driver därmed fram konkurrens med öppethållandet istället för priserna, vilket resulterar i för få butiker och för mycket öppet-hållande. De ökade kostnader som det utökade öppethållandet för med sig skulle därmed i oproportionerligt hög grad falla på de kunder som bor nära butiken eller bara gör sina inköp under reguljära öppettider. Om välfärdsminskningen för de nyssnämnda inte motsvaras av en minst lika stor välfärdsökning för andra grupper skulle marknadsmisslyckandet vara ett faktum. Ferris [1990] hävdar att detta är ett mycket sannolikt utfall eftersom butiksägaren för att attrahera kunder måste inrikta sig på den *marginelle* kundens preferenser för längre öppethållande medan

<sup>4</sup> Vi bortser här från möjligheten att ett oreglerat öppethållande i en butik kan leda till negativa externa effekter för kringboende, såsom bilavgaser och trängsel, samt de välfärdsföruster som eventuellt kan uppstå hos dem som har starka preferenser rörande andras beteende, av t ex religiösa eller politiska skal.

<sup>5</sup> Med återförsäljning avses att någon köper en vara i en butik under vanlig affärstid till det lägre priset och sedan, under den tid då ett högre pris gäller i butiken, bjuder ut varan i konkurrens med butiks innehavaren. En tjänst kan emellertid inte återförsäljas på detta sätt, vilket förklarar varför t ex restauranger utan problem kan tillämpa prisdifferentiering över tiden.

välståndsimplicationerna baseras på den *genomsnittliga* kundens lägre värdering av öppethållandet.

En privat överenskommelse mellan butiksägarna att reducera öppethållandet är tänkbar men blir förmodligen mycket kostsam att genomföra och upprätthålla. Ett undantag är köpcentra och gallerior, där restriktioner för öppethållandet ofta stipuleras i de enskilda butikernas hyreskontrakt. En mer effektiv lösning enligt Ferris [1990] är att staten tilldelas äganderätter (*property rights*) till den kollektiva varan "öppethållande" genom lagstiftning (jfr Coase [1960]). Att öppethållandet regleras i lag är också vanligt i många länder (exempelvis hela EG-området). Empiriska studier av Ferris [1991] och Price & Yandle [1987] visar att sannolikheten för affärstidsrestriktioner i nordamerikanska regioner ökar om en stor andel av arbetskraften är fackligt organiserad, om den kvinnliga förvärvsfrekvensen är låg och om befolkningsinslaget av vissa religiösa grupper är stort. Detta kan möjligen tyda på att den politiska processen är ett effektivt sätt att komma tillrätta med ett marknadsmisslyckande.

Den ovan refererade litteraturen om affärstidsregleringar kan emellertid kritiseras för att den inte "hänger ihop". I regel saknas ett tillfredsställande mikroekonomiskt fundament, av den typ som finns i tex Nooteboom [1982] och Thurik [1984], bakom teorierna om hur den enskilda butikens kostnader påverkas av öppethållandet.

En alternativ, och mer pessimistisk, förklaringsmodell till förekomsten av regleringar har lanserats av bla Posner [1974] och Stigler [1971]. Enligt detta betraktelsesätt ses regleringarna i huvudsak som en avspeglning av olika påtryckargrupperns förmåga att vinna fördelar på allmänhetens bekostnad. Kostnaderna består inte enbart av konsumenternas välfärdsluster. En reglering, eller utsikterna till en sådan, medför att betydande resurser tas i anspråk i form av offentlig

administration och privat lobbyverksamhet.

Någon riktigt övertygande förklaring till varför just affärstidsregleringar uppstått står dock inte att finna i denna, betydligt mindre formaliserade, litteratur. Det är tänkbart att en regleringsvänlig koalition bildas bestående av exempelvis de anställda samt innehavare av relativt små butiker. De anställda kan ha preferenser för arbete under mindre obekvämtid medan småbutiksägarna oroar sig för de förluster av marknadsandelar gentemot större butiker som fria affärstider kan leda till. De anställda kan även få del i vinsten i form av en högre lön. Svenska erfarenheter visar att fackföreningar inom detaljhandeln och företrädare för små och medelstora butiker hört till regleringens förespråkare (SOU 1971:33, s 35-42).

Föreställningen att butiksägarnas vinster av en reglering skulle vara av annat än övergående natur är dock illusorisk, menar Tullock [1975], eftersom nya enheter så småningom etablerar sig på marknaden. Nykomlingarna lockas av monopolvinsterna, varvid dessa snabbt eroderas. Tullock använde begreppet "the transitional gains trap" för att beskriva en sådan situation. Hans resonemang tycks dock förutsätta att fastighetspriserna inte påverkas av det förbättrade vinstläget, vilket knappast är realistiskt. En höjning av fastighetspriserna gynnar de butiksägare som etablerat sig före regleringen.

Av flera olika skäl är det ganska svårt för nya butiker att etablera sig på den svenska marknaden. Hembudsregler vid försäljning av en butik och den kommunala plan- och bygglagen lägger väsentliga hinder i vägen (SOU 1991:59, s 106-108). Detta skulle kunna tyda på att den svenska regleringen varit särskilt lönsam för butiksägarna. Empiriska belägg för att en affärstidsreglering ökar småbutikernas marknadsandel finns i Ferris [1991], Moorhouse [1984] och Morrison & Newman [1983]. När det gäller effekten på det

totala antalet butiker, vilket Tullocks hypotes avser, är resultaten däremot inte entydiga (Ferris [1991], Moorhouse [1984]).

Fackföreningarna verkar ha haft stor betydelse för affärstidsregleringarnas livskraft. En hög facklig organisationsgrad inom detaljhandeln innebär att det är lättare att mobilisera ett eventuellt motstånd mot arbete på obekväma tider. Fackföreningen kan också befara att dess förhandlingsstyrka försvagas om arbetsplatserna får ett större inslag av deltidsarbetande grupper med lösare anknytning till arbetsmarknaden. Men om förhandlingsstrukturen på arbetsmarknaden är centraliserad – vilket den är i Sverige – bör den samlade fackföreningsrörelsen å andra sidan inta en mer regleringsfientlig attityd. Regleringens kostnader skulle nämligen falla på de övriga fackförbundsmedlemmarna i deras egenskap av konsumenter.<sup>6</sup>

Arbetstidspolitiska hänsyn verkar icke desto mindre ha haft stark genomslagskraft i tidigare svensk lagstiftning om detaljhandelns öppethållande. Man kan då fråga sig varför inte även tillverkningsindustrin, med i många fall avsevärt sämre arbetsförhållanden, ålagts att begränsa sin verksamhet till vissa tider på dygnet. Detta beror enligt regleringskritikerna inte bara på att kostnaderna för en sådan åtgärd skulle vara höga utan också på att de huvudsakligen skulle bäras internt, dvs av företagare och anställda. I takt med deltidsarbetsmarknadens framväxt har i vilket fall en reglering av öppethållandet blivit ett allt mindre verkningfullt instrument för att reglera arbetstidens längd.

### Har den svenska avregleringen lett till högre priser?

Enligt vår bedömning är den effekt öppethållandet har på kostnader och priser av central betydelse för frågan om en reglering är samhällsekonomiskt önskvärd. Om någon prishöjande effekt inte kan påvisas finns inte några bärande argument

för en reglering. Om däremot de fria affärstiderna verkar prispådrivande måste kompletterande information rörande kundtillfredsställelsen inhämtas innan ett slutgiltigt avgörande kan fällas.

För att kunna analysera effekten på priser och kostnader måste en modell formuleras där olikheter i pris- och kostnadsförhållanden mellan olika butiker med olika omfattning på öppethållande kan isoleras från andra relevanta faktorer.<sup>7</sup> Inte minst viktigt i detta sammanhang är att ta hänsyn också till *konkurrenternas* öppethållande. Med andra ord måste såväl en efterfråge- som kostnadsfunktion för en enskild butik specificeras. Modellen bör vidare tillämpas på data för en period som inte ligger alltför nära tidpunkten för avregleringen, eftersom det tar många år för butiksstrukturen, dvs kapitalet, att anpassa sig till de nya förhållandena. Uppgifterna som använts i undersökningen härrör från ett i detta sammanhang ovanligt rikt datamaterial som insamlats för en tvåveckorsperiod 1989. I urvalet ingår 128 dagligvarubutiker av olika typer, inklusive servicebutiker, varuhus (livsmedelsavdelningar) och stormarknader. Där emot ingår ej trafikbutiker, dvs livsmedelsbutiker i anslutning till bensinstationer. Butikerna i urvalet uppvisar stora variationer i försäljning, priser och öppethållande (ca 50–90 timmar per vecka).

Till grund för modellen ligger en holländsk studie av Bode, Koerts & Thurik

<sup>6</sup> Handelsanstalldas Förbund bildades 1906 under det dåvarande namnet Svenska Varuutkôrareförbundet (D'Agostino [1987, s 88]), dvs tre år före den första lagen om affärstidsrestriktioner. Förbundet anslöt sig till centralorganisationen LO först 1910, dvs ett år efter lagens tillkomst. Vid den senaste LO-kongressen föreslogs i en motion att LO skulle "verka för en ny affärstidslag". Motionen avslögs (LO [1992, s 1547 och 1557]).

<sup>7</sup> En utförligare beskrivning av modellen och de empiriska resultaten finns i SOU 1991:10, s 72–91.

[1987]. En flerekvationsmodell för efterfrågan på en butiks varor ( $Q^d$ ), dess arbetskraftsefterfrågan ( $L$ ) samt genomsnittliga faktiska prisnivå inklusive extrapriser ( $P$ ) har formulerats och skattats med en icke-linjär tvåstegs minstakvadratmetod. Således är  $Q^d$ ,  $L$  och  $P$  endogena, dvs bestämda inom modellen. Modellen är simultan i så måtto att hänsyn tagits till att  $Q^d$  bli beror på  $P$  och att värdet på  $L$  bli bestäms av  $Q^d$ . Till skillnad från Bode, Koerts & Thurik [1987] beaktas effekterna av öppethållandet, mätt i timmar per vecka, på  $Q^d$ ,  $L$  och  $P$ . Det antas att det egna öppethållandet ( $O$ ) påverkar samtliga tre variabler, men att konkurrenternas öppethållande ( $OC$ ) endast har direkt inverkan på  $Q^d$ .<sup>8</sup>

Skattningsresultaten visar, vilket är konsistent med den ekonomiska teorin, att  $Q^d$ , mätt som försäljningsvolym, ökar då det egna öppethållandet ökar och minskar då konkurrenternas öppethållande ökar. (Ett länsgenomsnitt har använts för  $OC$ .) Den totala effekten på efterfrågan är dock positiv och ett ökat öppethållande hos samtliga butiker med 10 procent skulle leda till en ökad total försäljning för dagligvaruhandeln med ungefär 0,5 procent. Enligt resultaten är efterfrågan dessutom mycket priskänslig. Detta kan förklara den stora förekomsten av extrapriser i branschen och indikerar att pålägget utöver marginalkostnaden är litet. Vidare har i analysen kontrollerats för en rad butiks- och lokalområdesspecifika faktorer som kan tänkas påverka  $Q^d$ .<sup>9</sup>

Även i övrigt visar skattningarna att modellen inte kan förkastas. Resultaten visar att öppethållandet ( $O$ ) i genomsnitt har en negativ effekt på arbetsintensiteten ( $L/Q^d$ ) och därmed även på priset ( $P$ ).<sup>10</sup> Ett utökat öppethållande leder således till att förhållandet mellan antalet arbetade timmar och försäljningen faller. Detta medverkar till att ett förlängt öppethållande *inte* leder till högre priser, utan istället till en ökad prispress på marknaden. För givna genomsnittsvärden

på de i priskvationen ingående variablerna fås resultatet att då öppethållandet ökar med 10 procent så minskar priset med omkring 0,3 procent.

Resultaten är även robusta med avseende på en alternativ specifikation, där efterfrågans priskänslighet beror på öppethållandet. Hypotesen är att en prishöjande effekt skulle kunna fås av ett utökat öppethållande genom att butiker med ett relativt omfattande öppethållande, tex servicebutiker, har en mera oelastisk efterfrågan än genomsnittsbutiken och därmed kan ha en högre prisnivå. Denna hypotes har testats och förkastats.

De ekonometriska resultaten ger alltså inget stöd för hypotesen att ett förlängt öppethållande verkar kostnadsuppdrivande. I analysen har vi inte tagit hänsyn till *konkurrens effekten*, bli beroende på att butiksstrukturen tagits för given.<sup>11</sup> Det är inte omöjligt att ett utökat öppethållande har lett till färre enheter, mindre konkurrens och högre priser överlag i branschen. Eftersom vi saknar tillgång till observationer för enskilda butiker som sträcker sig över en längre period kan denna hypotes inte testas. Den strukturalisering mot färre enheter som ägt rum inom dagligvaruhandeln beror dock huvudsakligen på andra faktorer än öp-

<sup>8</sup> En alternativ modellformulering vore att låta även  $O$  vara endogent bestämd.

<sup>9</sup> Bland dessa variabler ingår inkomstnivå och invånarantal i den kommun butiken är belägen samt butikens läge, typ och saljyta.

<sup>10</sup> En restriktion har lagts på de skattade ekvationerna för  $L$  och  $P$ , vilken innebär att effekten av  $O$  skall vara lika stor i båda fallen. Restriktionen är harledd ur första ordningens villkor för vinstmaximum. Variablerna  $L$  och  $P$  antas dessutom bero på lonekostnaderna, antalet manuellt betjanade diskar, försäljning (endast för  $L$ ) och efterfrågans priskänslighet (endast för  $P$ ).

<sup>11</sup> Modellen tillåter dock att hänsyn tas till hur  $OC$  indirekt påverkar  $L$  via effekten på  $O$ .

pethållandet, eftersom en sådan utveckling kunde noteras redan innan avregleringen. Den begränsade effekt öppethållandet ändå kan ha haft motverkas också av att konsumenternas möjligheter att söka efter lägsta pris kan ha förbättrats, så det är inte självklart i vilken riktning kostnadseffekten skall justeras för att uppnå en total priseteffekt.<sup>12</sup>

## Slutord

I ett statiskt perspektiv kan hypotesen om en prishöjande effekt av fria affärstider te sig rimlig. Med ett dynamiskt betraktelsesätt, där hänsyn tas till effekterna på resursutnyttjandet på längre sikt i branschen, blir slutsatsen en annan. Vi kan inte finna något stöd för hypotesen att avregleringen har lett till högre priser.

Däremot kan avregleringen av affärstiderna ha bidragit till en utveckling mot färre enheter. Samtidigt har de luckor i det geografiska rummet som uppstått i hög grad fyllts ut av servicebutiker, som tillhandahåller ett relativt begränsat sortiment. Servicebutikerna kan betraktas som en "innovation" som inte skulle kunna ha gjorts avregleringen förutan. I den mån dessa butiker kan ta ut ett högre pris, beror detta enligt vår analys inte på öppethållandet utan bl a på det för kunden gynnsamma geografiska läget. Servicebutikerna återfinns emellertid främst i tätorter och beståndet av små och medelstora butiker i övrigt har tunnats ut, framför allt i glesbygden.

De svenska erfarenheterna är värdefulla även för andra europeiska länder, där regleringarna, framför allt vad beträffar öppethållande på söndagar, fortfarande finns kvar. Enligt de här redovisade empiriska resultaten, så finns det ingen anledning att tro att en avreglering skulle verka starkt kostnadsupptrivande i dessa länder. Produktionsteknologin inom dagligvaruhandeln skiljer sig inte nämnvärt åt mellan länderna. I synnerhet i övriga Norden och i Storbritannien (*Economist*

[1991]), där den kvinnliga förvärvsfrekvensen alltmer närmar sig den svenska nivån, är de samhällsekonomiska kostnaderna för fortsatt affärstidsreglering stora. Förhållandena synes bekräfta förställningen att regleringar har en avsevärd inneboende tröghet.

Inom EG-området bör diskussionen därför i första hand inte gälla vilken beslutsnivå – lokal, nationell eller överstatlig – som är lämpligast för en reglering av affärstiderna (Neumann [1989]) eller i vilken mån en liberalisering i vissa länder kan tänkas utgöra ett handelshinder (Mårdbrant [1991]). Istället bör man på allvar ifrågasätta om någon reglering behövs över huvud taget. Enligt vår uppfattning är marknaden bäst skickad att avgöra frågan om detaljhandelns öppethållande.

## Referenser

- Arndt J & Olsen, L, [1975], "A Research Note on Economies of Scale in Retailing". *Swedish Journal of Economics*, vol 77, s 207–221.
- Becker, G S, [1965], "A Theory of the Allocation of Time". *Economic Journal*, vol 75, s 493–517.
- Bliss, C, [1988], "A Theory of Retail Pricing". *Journal of Industrial Economics*, vol 36, s 375–391.
- Bode, B, Koerts, J & Thurik, A R, [1987], "A Simultaneous Model for Retail Pricing and the Influence of Advertising and Assortment Composition on Demand". Report 8718/A, Econometric Institute, Erasmus University, Rotterdam.
- Burstein, M L, [1960], "The Economics of Tie-in Sales". *Review of Economics and Statistics*, vol 42, s 68–73.
- Burton, J, [1991], "Sweden: The Land of the Midnight Shop". *Financial Times*, 28 februari.
- Coase, R H, [1960], "The Problem of Social

<sup>12</sup> En möjlighet att undersöka hur viktigt konsumenternas sökbeteenden är för prisbildningen vore att komplettera den i studien skattade prisetekvationen med OC.

- Cost". *Journal of Law and Economics*, vol 3, s 1–44.
- D'Agostino, H, [1987], "Arbetsförbundens medlemsutveckling i Sverige 1900–1985". Meddelande 9/1987. Institutet för social forskning, Stockholms universitet.
- Economist*, [1991], "The Sunday Hypocrisy". 14 december.
- Eliasson, M & Julander, C-R, [1991], "Produktivitet i svensk dagligvaruhandel". I *Produktivitet i vissa tjänstesektorer*. Expertrapport nr 2 till Produktivitetsdelegationen. Allmänna Förlaget, Stockholm.
- Ferris, J S, [1990], "Time, Space, and Shopping: The Regulation of Shopping Hours". *Journal of Law, Economics, and Organization*, vol 6, s 171–187.
- Ferris, J S, [1991], "On the Economics of Regulated Early Closing Hours: Some Evidence from Canada". *Applied Economics*, vol 23, s 1393–1400.
- Kay, J A & Morris, C N, [1987], "The Economic Efficiency of Sunday Trading Restrictions". *Journal of Industrial Economics*, vol 36, s 113–129.
- LO, [1992], *Protokoll. Landsorganisationens 22a ordinarie kongress*. 8–14 juni 1991. Del 3. Stockholm.
- de Meza, D, [1984], "The Fourth Commandment: Is it Pareto Efficient?". *Economic Journal*, vol 94, s 379–383.
- Moorhouse, J C, [1984], "Is Tullock Correct about Sunday Closing Laws?". *Public Choice*, vol 42, s 197–203.
- Morrison, S A & Newman, R J, [1983], "Hours of Operation Restrictions and Competition among Retail Firms". *Economic Inquiry*, vol 21, s 107–114.
- Mårdbrant, C, [1991], "EG vill stoppa svenskt söndagsnöje". *Dagens Industri*, 31 oktober.
- Neumann, M J M, [1989], "The Appropriate Level of Regulation in Europe: Local, National or Community-Wide? The Theoretical Rationale". *Economic Policy*, nr 9, s 467–470.
- Nooteboom, B, [1982], "A New Theory of Retailing Costs". *European Economic Review*, vol 17, s 163–186.
- Posner, R A, [1974], "Theories of Economic Regulation". *Bell Journal of Economics and Management Science*, vol 5, s 335–358.
- Price, J & Yandle, B, [1987], "Labor Markets and Sunday Closing Laws". *Journal of Labor Research*, vol 8, s 407–414.
- SOU 1971:33, *Fri affärstid*. Betänkande avgi vet av 1970 års affärstidskommitté. Handelsdepartementet, Stockholm.
- SOU 1977:72, *Affärstiderna*. Betänkande av 1975 års affärstidskommitté. Handelsdepartementet. Allmänna Förlaget, Stockholm.
- SOU 1991:10, *Affärstiderna*. Betänkande av 1989 års affärstidsutredning. Civildepartementet. Allmänna Förlaget, Stockholm.
- SOU 1991:11, *Affärstiderna*. Bilagedel till betänkande av 1989 års affärstidsutredning. Civildepartementet. Allmänna Förlaget, Stockholm.
- SOU 1991:59, *Konkurrens för ökad välfärd*. Huvudbetänkande av Konkurrenskommittén. Del 1. Civildepartementet. Allmänna Förlaget, Stockholm.
- Stigler, G S, [1971], "The Theory of Economic Regulation". *Bell Journal of Economics and Management Science*, vol 2, s 3–21.
- Thurik, A R, [1984], "Labour Productivity, Economies of Scale and Opening Time in Large Retail Establishments". *Service Industries Journal*, vol 4, s 19–29.
- Tullock, G, [1975], "The Transitional Gains Trap". *Bell Journal of Economics*, vol 6, s 671–678.
- Wicksell, K, [1938], *Föreläsningar i nationalekonomi*. Första delen. C W K Gleerups Förlag, Lund. Första upplagan publicerad 1901.