

Globaliseringen av supermarkets och dess påverkan på den indiska marknaden ur ett hållbarhetsperspektiv

REBECCA HAMMEL
MATILDA KLASSON



**KTH Industriell teknik
och management**

MG101X Examensarbete inom Maskinteknik
MG103X Examensarbete inom Design och Produktframtagning

Stockholm, Sverige 2013

Globaliseringen av supermarkets och dess påverkan å den indiska marknaden ur ett hållbarhetsperspektiv

av

Rebecca Hammel
Matilda Klasson



MG101X Examensarbete inom Maskinteknik
MG103X Examensarbete inom Design och Produktframtagning

KTH Industriell teknik och management
Industriell produktion
SE-100 44 STOCKHOLM

Sammanfattning

Uppsatsen syftar till att undersöka vad effekten kan bli av den detaljhandelsreform som ägt rum i Indien, november 2012. Reformen innebär att företag med flera varumärken får etablera sig med en maximal ägarandel på 51 %. Öppningen önskas ge en ökning av utländska direktinvesteringar. Det senaste decenniet har liknande öppningar ägt rum och organiserat om marknader till mer moderna med stora supermarkets. Östra Asien, Central- och Östeuropa samt Latinamerika är alla exempel på detta.

Genom att studera dessa världsländers ekonomiska påverkan av transnationella detaljhandelsföretag och därefter jämföra med Indien, samt etableringen av Coca-Cola har vi haft möjlighet att tydliggöra vilka konsekvenser det kan få för Indien. Arbetet är begränsat till att studera ett multinationellt livsmedelsföretag, Wal-Mart och deras eventuella inverkan på marknaden.

Resultatet visar att eftersom affärsstrategin för detaljhandelskedjorna är den samma, kommer etableringen troligen att utvecklas på samma sätt som på de andra tillväxtmarknaderna om inte regeringen tar större kontroll över hur kedjorna verkar. Vi hävdar att regeringen måste göra åtgärder med strängare lagar och regleringar för en lyckad etablering. Deras agerande kommer att vara avgörande för vilka fördelar Indien kan få samt att det blir en långsiktig utveckling i stället för att de utländska livsmedelskedjorna utnyttjar Indien. Studien visar också vilka parametrar som påverkar etableringens effekt på landet och befolkningen, tillsammans med förslag på justeringar.

Nyckelord:

Globalisering, Indien, hållbar utveckling, supermarkets, detaljhandel, Wal-Mart

Abstract

This thesis is written with the purpose to clarify the consequences of the retail reform that was announced in India, in November 2012. The reform allows 51 % ownership in domestic multi-brand companies with the purpose to increase direct investments by foreign companies. Moreover, the last decade has witnessed these kinds of investments being led by a small range of food retailers interacting into emerging markets across East Asia, Central and Eastern Europe and Latin America.

By scrutinizing the domestic economical impact of these transnational retailing markets and than compare it with India's previous establishment of Coca-Cola, we can observe a clear correlation of what the consequences will be if an integration by multi-brand companies in the retail sector occur in India. However, the work is constrained to the study of Wal-Mart Corporation and their possible impact on the market.

The result of the research indicated that since the business strategy of the retailers are following a similar pattern, the establishment sector will most likely evolve in the same direction as in other emerging markets. We argue that the government's actions for stricter laws will be of importance for a successful implementation. Therefore, their acts will be critical for whether they will receive benefits in a long-term development instead of being utilized by the foreign food chains. In addition, the research indicates what parameter affects the establishment on the country and its people, together with suggested adjustments.

Keywords:

Globalization, India, sustainable development, supermarkets, retail, Wal-Mart

Förord

Detta examensarbete genomfördes våren 2013 på Kungliga Tekniska Högskolans utbildningsprogram Design och Produktframtagning inriktning Industriell Ekonomi och utgör det sista momentet för att erhålla en kandidatexamen.

Först vill vi tacka Lorenzo Daghini som varit vår handledare under arbetet, förutom att vägleda oss genom processen har han med sin erfarenhet gett oss stöd och inspiration som tagit oss till slutresultatet.

Sedan vill vi tacka de tre personer som deltagit i våra intervjuer; Henrik Berglund, professor i statsvetenskap på Stockholms universitet, genom intervjun gav han oss inspirationen till den slutgiltiga frågeställningen i arbetet, Ulf Johansson, professor i ekonomisk historia på Stockholms universitet, förutom hans tid fick vi även de viktigaste vetenskapliga artiklarna som lagt grunden för arbetet, och slutligen Sai Pavan Kumar, indisk utbytesstudent på KTH som gav oss en medborgares bild av den indiska marknaden och kulturen. Ett stort tack till Er, ni har alla varit nyckelpersoner i uppsatsen.

Tack till alla övriga på institutionen för industriell ekonomi som varit delaktiga i skapandet av detta examensarbete!

Matilda Klasson och Rebecca Hammel

Stockholm 2013-05-03

Innehållsförteckning

Sammanfattning

Abstract

Förord

Innehållsförteckning

Definitioner	1
1. Inledning	2
1.1. Syfte och frågeställning	3
1.1. Avgränsningar	3
1.1. Disposition	3
2. Metod.....	4
2.1. Val av metod.....	4
2.2. Urval av respondenter.....	4
3. Teori	5
3.1. Bakgrund	5
3.2. Teori.....	6
3.2.1. Orsaker till Supermarket revolution	6
3.2.2. Hur har exploateringen gått till	7
3.2.3. Vilka kedjor rör det sig om och hur de verkar	7
3.2.4. Marknader idag.....	8
3.2.5. Hur har de förändrat marknader.....	9
3.2.6. Hur handelsavtal gynnat supermarkets	10
3.2.7. Vad har orsaken varit när de inte lyckats.....	11
3.2.8. Varför behövs TNF och supermarkets.....	11
3.2.9. Hur påverkar globaliseringen miljön och den hållbara utvecklingen	12
4. Empiri.....	13
4.1. Den indiska marknaden	13
4.1.1. Befolkning	13
4.1.2. Ekonomi.....	14
4.1.3. Jordbruk	14
4.1.4. Politik och korruption	14
4.2. Coca Colas etablering i Indien.....	15
4.3. Wal-Marts inställning till ekonomi, miljö och mänskliga rättigheter	16
5. Analys	17
6. Diskussion	19
7. Referenser	21

Definitioner

- BNP:** Beskriver ett mått på den totala ekonomiska aktiviteten under en tidsperiod på vanligen ett år. Produktionen mäts efter ett marknadsvärde av alla varor och tjänster som produceras i ett land. Används för att ta reda på hur mycket som produceras i ett land. Måttet skall med försiktighet användas om avsikten är att jämföra utvecklingsländer med industriländer.
- FDI:** Står för foreign direct investment, utländska direktinvesteringar i produktion eller en verksamhet i ett annat land än företagets ursprung.
- WHO:** Betyder World Health Organization och är ett av UN:s fackorgan. Huvudsyftet är att främja alla människors hälsa och bidra med mediciner och vaccinering världen över.
- WTO:** Förkortning av World Trade Organization behandlar globala regler för handel mellan nationer. Syftet är att övervaka och liberalisera internationell handel.
- TNF:** Transnationella företag eller multinationella företag är sådana med verksamhet i flera länder.
- BRIC:** En förkortning av Brasilien, Ryssland, Indien och Kina (China), på svenska även kallat BRIK. De är de fyra snabbast växande marknaderna, i vissa fall räknas Sydafrika in och då skrivs det BRICS.
- PPP:** Står för purchasing power parity, och brukar översättas med köpkraftsjustering. Det är ett mått som används inom ekonomi för att kunna jämföra prisnivån på varor och tjänster mellan olika länder genom att räkna ut vilken växelkurs som krävs för att länder med olika valutor ska ha samma köpkraft.
- Wal-Mart:** Wal-Mart Stores inc betecknas koncernen och Walmart deras butiker. I rapportens används endast Wal-Mart som benämning på företaget och deras butiker.

1. Inledning

Indien är de näst folkrikaste landet i världen och har dessutom den snabbast växande detaljhandelsmarknaden, som de senaste åren exploderat. [1] Den kraftiga ökningen kan till stor del förklaras med en ny tillgänglighet till en globalare och friare marknad. Fram till början av 1990-talet växte Indien ekonomiskt trots relativt stängda dörrar mot omvärlden, men allt eftersom växte sig de externa skulderna så stora att de mer eller mindre tvingades att öppna upp sig för utländska investeringar och företag. [2]

Öppningen var begränsad till FDI av ”single-brand companies”¹ och innehöll kriteriet att den utländska ägarandelen fick vara maximalt 51 %. Coca-Cola var ett av de företag som klev in på marknaden men som inte gav de resultat som förväntats. I stället för att bidra till den ekonomiska tillväxten i landet förgiftades grundvattnet vid fabriker och arbetskraften utnyttjades. De kostnader som uppstod fick staten stå för, vilket delvis berodde på avsaknaden av regleringar och lagar utan påföljder. [2]

Händelsen uppmuntrade till kritiska diskussioner om vilka fördelar globaliseringen egentligen förde med sig och en misstro till multinationella bolag. Globalisering och multinationella bolag är trots detta det som spelar en central roll för hur ett land ska kunna fortsätta att utvecklas och få en ökad välfärd. Det krävs dock regleringar för att detta ska ske på ett sätt som gynnar och inte till större delen utnyttjar den marknad där dessa bolag verkar. [3]

Indien står nu inför ett nytt beslut som handlar om huruvida de fritt skall släppa in livsmedelsjättar som Carrefour och Wal-Mart på marknaden och i så fall vad detta kan få för konsekvenser för landet. I december 2012 beslutade regeringen om en öppning för FDI av ”multi-brand companies”² med samma reglering som tidigare gällde för ”single-brand companies”, en maximal ägarandel på 51 %. Nytt för denna öppning är att varje delstat måste godkänna ett tillträde till deras marknad. Idag har endast 9 av 28 delstater gått med på en öppning medan övriga är fortsatt skeptiska. [4]

När kedjor av denna storlek får delvis eller helt fritt tillträde till en relativt utvecklad marknad får detta konsekvenser för den inhemska marknaden och dess befolkning. Konsekvenserna kan vara att bönder förlorar arbeten och konsumenterna kan handla billigare varor. I många fall riktar de endast in sig på att nå ut till de rika och den växande medelklassen, övriga befolkningsgrupper lämnas därhän. Det är därför viktigt att belysa frågan om hur en sådan öppning inte bara påverkar landet som helhet, utan också hur de påverkar den lokala livsmedelsindustrin samt de aktörer och invånare som verkar där.

¹ Bolag som endast bedriver verksamhet av ett varumärke

² Bolag som bedriver verksamhet med flera varumärken

1.1 Syfte och frågeställningar

Syftet med denna rapport är att genom en grundläggande analys av globaliseringen och dess påverkan på Indiens välfärd och ekonomi, kunna dra slutsatser om vad en öppning för ”multi-brand companies” skulle komma att betyda för Indiens livsmedelsindustri och dess invånare.

Genom att titta på hur dessa bolag verkar, vilka fördelar respektive nackdelar de för med sig till en ny marknad och hur länder av liknande storlek och karaktär påverkats av en sådan öppning, kunna dra paralleller till den Indiska marknaden och hur den skulle påverkas.

De frågeställningar som vi i denna rapport kommer att utreda är;

- Hur kommer den nuvarande delvis fria etablering av “multi-brand companies” inom detaljhandel påverka den lokala livsmedelsindustrin?
- Vad skulle detta betyda för invånarna?
- Är denna utveckling hållbar på lång sikt?

1.2 Avgränsningar

Detta kandidatarbete har avgränsats till hur globaliseringen av livsmedelsindustrin kan påverka Indiens befolkning samt den existerande livsmedelsindustrin. Vi har valt att endast studera Wal-Mart på grund av deras ledande position på världsmarknaden och intresse för den Indiska marknaden.

1.3 Disposition

Dispositionen av arbetet är enligt följande;

Kapitel ett innehåller inledning, syfte och frågeställningar, avgränsningar, definitioner och disposition. Därefter följer kapitel två som tar upp metod, val av metod och urval av respondenter.

Kapitel tre behandlar teorin för arbetet och bakgrunden till frågeställningen. I kapitel fyra finns den empiriska delen av rapporten med verkliga händelser och hur Indien ser ut idag.

Avslutningsvis presenteras en analys av arbetet i kapitel fem som följs av en avslutande diskussion i kapitel sex.

Längst bak i rapporten, under kapitel sju återfinns sedan referenserna.

2. Metod

Här beskriv vilken metod som vi valt att arbeta utifrån och varför. Det förklarar även urvalet av respondenter till intervjuerna och dess upplägg.

2.1 Val av metod

Grunden för rapporten bygger på olika typer av vetenskaplig litteratur inom området ekonomi, globalisering och hållbar utveckling med inriktning på organiserad detaljhandel. Det har även utförts tre intervjuer, två stycken med forskare på Stockholms universitet, samt med en indisk utbytesstudent för att få en kompletterande informationskälla till litteraturen och skapa en bredare inblick i samhället.

Fyra böcker och sju vetenskapliga artiklar har varit en del av materialet i studien.

Anledningen till att grunden ligger i vetenskaplig litteratur på området är att globaliseringen underbyggs av ekonomisk teori som till största delen har påverkat utvecklingen fram till idag. Mycket av litteraturen bearbetar ämnet över en tidperiod på minst fem år, med syfte att få en så tidsövergripande och rättvis uppfattning så möjligt om hur globaliseringen påverkat olika delar av världen.

Skälet till att använda fler artiklar än böcker är att de beskriver vad som nyligen skett på liknande marknader där Wal-Mart etablerat sig. För att analysera hur Indien kan komma att påverkas är en jämförelse med liknande etableringar viktig.

Intervjuerna utformades unikt för varje person och anpassades utifrån den tillfrågades yrke- eller kunskapsområde.

2.2 Urval av respondenter

De forskare som intervjuats valdes ut genom att söka efter vetenskapliga artiklar skrivna på området. Valet grundade sig i att båda forskade aktivt inom området idag men ur två olika perspektiv. Den första var verksam inom statsvetenskap med fördjupad kunskap om etableringen av "single-brand companies" i Indien. Den andra forskade inom området ekonomisk historia med expertis inom global livsmedelsindustri vilket gav två olika infallsvinklar. Den tredje respondenten gav oss ytterligare ett perspektiv på den Indiska marknaden, invånarnas matkultur, shoppingvanor och inställningen till internationella företag vilket tillhör kärnan i rapporten.

3. Teori

I teorin beskrivs bakgrunden till arbetet och varför denna valts att arbeta med. Därefter följer teorin över supermarkets revolution, hur exploateringen gått till, vilka kedjor det rör sig om, hur de verkar, hur marknaden ser ut idag och hur marknaden förändrats. Detta efterföljs av teori kring hur handelsavtalen gynnat supermarkets, vad orsaken varit då de inte lyckats och varför TNF som supermarkets behövs.

3.1 Bakgrund

När globaliseringen tog fart på 1990-talet välkomnades den med öppna armar då den förväntades höja levnadsstandarden i hela världen, ge alla länder möjligheten att köpa och sälja varor över gränserna och få tillgång till utländska investeringar som skulle skapa fler arbeten och billigare produktion. Människor skulle också fritt kunna resa, studera och arbeta där de ville. Alla förväntades helt enkelt att bli vinnare. [3]

De första åren kom kapitalflödet att sexfaldigas till utvecklingsländerna och framtiden såg ljus ut. Efter finanskrisen vände detta och synen på globaliseringens fördelar förändrades drastiskt. Bönderna såg plötsligt sina arbeten bli hotade på grund av ökad konkurrens, aidsaktivister såg priset på läkemedel höjas och miljöaktivister upplevde att naturen tog skada. Överallt utom i USA, Europa och Sydostasien hade arbetslösheten ökat mellan 1990- och 2000-talet och de senaste åren har det därför debatterats om hur vida de tänkta förmånerna verkligen nått de fattigaste länderna. [3]

Globaliseringen är trots dess misslyckanden ett måste för att ha möjlighet att förbättra levnadsstandarden för en bredare grupp i utvecklingsländerna och nå en ökad ekonomisk tillväxt. Det måste bara ske på rätt sätt. [3]

De som står i centrum för globaliseringen är de multinationella företagen på grund av deras förmåga att överbygga kunskapsskillnader, bidra till förhöjd levnadsstandard och informera om vad internationella företag vill ha. Problemet har hittills varit att dessa bolag inte tar något samhällsansvar på den marknad där de verkar utan endast är intresserade av att maximera sin vinst. [3] Exempel som Coca Cola och Pepsis etablering i Indien i samband med liberaliseringen och öppnandet av marknaden för "single-brand companies", visar hur företag kan utnyttja globaliseringens fördelar och vilka konsekvenser det kan ge. De områden där Coca-Colas fabriker var placerade drabbades av förorenat vatten, de köpte upp de lokala aktörerna och utnyttjade sedan den billiga arbetskraften. Landet har sedan själva fått stå för de kostnader som uppkommit på grund av uttorkade brunnar och utnyttjad arbetskraft. [2]

Resultatet har blivit en växande debatt om huruvida Indien skall ta nästa steg in i globaliseringen och helt våga öppna upp marknaden för "multi-brand companies". I december 2012 tog regeringen ett beslut om att öppna upp marknaden delvis för FDI som var av typen "multi-brand companies" med kravet att företagets eget ägarskap inte överskred 51 %. Varje delstat måste även godkänna ett eventuellt tillträde och hittills har endast 9 av 28 delstater gått med på en öppning, övriga delstater är fortfarande avvaktande. [4]

Indien har en växande medelklass som just nu består av 327 miljoner invånare och för att kunna fortsätta växa i samma takt kan en fri öppning av marknaden vara nödvändig. Livsmedelsjätten Wal-Mart står och väntar för att få fri tillgång att dominera på deras enorma marknad, samtidigt som Indien vill ha en ökad tillväxt och större utländska investeringar vill de inte att det skall slå ut den egna ekonomin. [5] Idag finns ingen organiserad detaljhandel i någon större utsträckning och öppnandet av marknaden som precis ägt rum i några delstater är fortfarande så ny att konsekvenserna inte hunnit visa sig. [6] Det kommer betyda en stor förändring inom detaljhandeln om de europeiska och amerikanska livsmedelskedjorna släpps in i alla delstater eller ges fri tillgång till marknaden, frågan är nu vilka och vad de kommer att innebära på längre sikt.

3.2 Teori

Följande beskrivs olika ekonomiska teorier i kombination med teorier baserade på empiriska studier om etablering av transnationella företag.

Orsaker till Supermarket revolution

Under 1990-talet skedde en explosionsartad ökning av FDI från transnationella företag inom detaljhandeln i stora delar av Latinamerika, Asien och Afrika som fått benämningen ”The Supermarket Revolution”. Vad som satte igång den kraftiga ökningen var den liberalisering som skedde samtidigt som den västerländska marknaden hade börjat mogna och bli mer reglerad. Ytterligare en faktor som antas ha påverkat var de låga räntekostnaderna under 1990-talet som uppmuntrade till nya investeringar. Företagen såg här sin chans att komma in på nya marknader och skapa en fortsatt långsiktig tillväxt. [7]

De länder som fick ta del av FDI kunde under en period se en ökning av inkomsterna till landet tillsammans med en urbanisering och ökad sysselsättning. Kvinnorna började arbeta vilket gjorde att de inte längre hade lika mycket tid för att handla. Köpbeteendet ändrades från punkinköp till veckohandling på stora supermarkets. [8] Den aggressiva marknadsföringen som företagen använt sig av har också gjort det till en social trend att handla på supermarkets. [9]

Liberaliseringen som var huvudorsaken till förändringen har två väsentligt positiva effekter på marknaden. För det första uppstår en ransonering av pris när marknader öppnas som betyder att marknaden automatisk ser till att de kunder som värderar produkten högst också får den. Det andra är fördelningseffektiviteten av pris, som betyder att marknaden automatiskt reglerar resurser mellan olika sektorer vilket leder till att resurserna lämnar en marknad om priserna inte kan täcka kostnaderna. Detta bygger på Adam Smiths teori om den osynliga handen och är skriven år 1776. [10]

Teorin säger också att liberalisering och frihandel ger alla länder möjlighet att specialisera sig på de områden där de är överlägsna och kan på så sett utnyttja sina komparativa fördelar. Stora handelsområden tillåter företag och individer att specialisera sig ytterligare och bli ännu bättre på vad det gör. Större marknader ger högre konkurrens vilket ökar varje producents effektivitet och även konsumenternas

valfrihet. Sammanfattningsvis så gynnar det hela världsekonomin på lång sikt att alla gör det som de är bäst på. [3]

Hur har exploateringen gått till

”The Supermarket revolution” har genomförts i fyra vågor. Den första berörde större städer i de rika länderna i Latinamerika, den andra vågen var Östra och sydöstra Asien, den tredje vågen var mindre eller fattigare länder i Latinamerika och Asien samt central Amerika, södra och östra Afrika. Samtidigt som den tredje vågen ägde rum började även de transnationella bolagen att etablera sig i mindre städer i Latin Amerika. Den sista och fjärdevågen påbörjades under år 2003 och innefattade södra Asien. [9]

När företag kliver in på en ny marknad och skall etablera sig har de ofta olika metoder. I länder där lagar kan komplicera en öppning av det egna konceptet används ofta fusioner, förvärv eller joint ventures³. Wal-Mart startade till exempel joint venture med den indiska kedjan Bharti Enterprises i Indien då de inte tilläts öppna egna butiker under märket Wal-Mart. [11]

Anledningen till att angripa marknaden på de här sätten kan vara att företagen vill få en enklare integration med hemmamarknaden. Hur människor konsumerar är inte bara en ekonomisk interaktion utan också en socialkulturell process. Lokala variationer, normer och preferenser kan skilja sig markant och genom samarbete med de lokala kedjorna kan en sådan anpassning underlättas. [7]

När kedjorna öppnar nytt i utvecklingsländerna krävs de i det flesta fall att samhället behöver investera i produktion- och distributionsnätverk för att få verksamheten att fungera, vilket är en stor förändring för många länder, det behandlas närmare under rubriken ”Hur har de förändrat marknader”. [12]

Vilka kedjor rör det sig om och hur de verkar

För att kunna etablera sig på utvecklade marknader krävs det stort kapital, vilket är anledningen till att de bara är fyra kedjor som det handlar om när det talas om TNF inom detaljhandeln. Dessa kedjor är de största aktörerna på marknaden och innefattar franska Carrefour, amerikanska Wal-Mart, tyska Metro och brittiska Tesco. Trots att dessa kedjor är de största transnationella kedjorna har de den största delen av omsättningen fortfarande på hemmamarknaden. [13]

År 2005 hade de fyra företagen tillsammans en internationell omsättning på 197 miljarder amerikanska dollar [7] och tillsammans verkar de idag i mellan 12 till 32 länder vilket skapar en förståelse för deras storlek. [13]

Sett till de 14 största företagen inom detaljhandeln så är alla företag förutom IKEA, livsmedelsföretag och alla utom Wal-Mart av europeiskt ursprung. [13] Coe och Hess beskriver i sin artikel om internationalisering av detaljhandeln hur företagens strategier påverkar marknaden;

³ Ett företagsavtal mellan två aktörer där båda utvecklas under en begränsad tid. En part bidrar ofta med kapital och får då ta del av vinsten men också kostnaderna.

“International mergers and acquisitions and aggressive pricing strategies have concentrated market power in hands of a few major retails, now building international empire. These companies have tremendous power in their negotiations with producers and they use that to push costs and risks of business down the supply chain. Their business model, focused on maximizing returns for shareholders, demands increasing flexibility through just-in-time delivery, but tighter control over inputs and standards, and ever-lower prices. “ [13]

De kritiserar starkt hur företagen tar över makten från bönderna samt att distributörerna får stå för mycket av kostnaderna på vägen dit. Detta påvisar den maktförskjutning som sker från producenter till företagen.

Kedjornas vision har hittills varit att skapa stora köpcentrum i anslutning till stora städer för att nå den välbärgade och övre medelklassens konsumenter. Detta är den köpstarka målgruppen och därför den mest intressanta. Framöver bör kedjorna hitta koncept som är anpassad efter den lägre medelklassen och de arbetande fattiga då de utgör en stor potentiell marknad som de idag missar. [7]

Kedjorna anpassar sitt utbud i butikerna efter kunden och den lokala placeringen av butikerna. Detta är viktigt då det bland annat visats sig att låginkomsttagare föredrar fräscha produkter framför ett stort utbud. Studier visar också att konsumenten väljer att handla sina färska produkter på marknaden framför supermarketens på grund av lägre pris och en högre kvalitet. Anpassningsförmågan är viktigt för en säker framgång. [9] Förutom supermarket så finns också hypermarkets, lågprisbutiker och närbutiker vilket är butiker med en särskild nisch för att nå bredare målgrupper. [7]

Marknader idag

De marknader som är intressanta att investera i på grund av sin stora utvecklingspotential är de som kallas ”framväxande marknaderna” och består främst av BRIC-länderna. Dessa marknader utgörs ofta av en stor andel oorganiserade sektorer⁴ tillsammans med en del oregistrerade aktörer. Marknader karakteriseras även av brist på funktionella distributionsnätverk, transportmöjligheter samt förvaringsmöjligheter. [11]

Företag som ger sig in på de här marknaderna måste därför bygga upp ett helt nytt nätverk kring sin verksamhet vilket är kostsamt, samtidigt som de ger dem stora möjligheter att påverka marknadens utveckling. En ökad kontroll över hur, när och vart produktionen sker samt storleken på vinsten i varje kedja ger dem ofta större makt i ett längre perspektiv. [11]

Konsumenter på dessa framväxande marknader tenderar att vara mer priskänsliga men på grund av sin växande medelklass och känslighet för sociala trender är de en attraktiv marknad för TNF. [12]

⁴ Kännetecknas av statligt oregistrerade små och spridda enheter som inte kan kontrolleras av staten.

Hur har de förändrat marknader

Detaljhandelskedjorna jobbar intensivt med producenter och distributörer för kvalitet, kvantitet, leveranssäkerhet, information om tillverkningen, produktionsregleringar och spårbarhet.

Detta har gett tre stora förändringar på marknaden: [9]

- I) Marknaden går från att göra punktinköp till att använda sig av specialiserad upphandling genom stora grossister vilket minskar antalet producenter. Orsaken är att de kan hålla en större kontroll på kvalitet, kvantitet och leveranser.
- II) Ett skifte från att produkterna lagras i butiken till att de istället finns hos en central lagerstation som förvarar varor för flera kedjor. Detta gör att svinnet kan minskas vilket gör att det går att ta tillvara på en större mängd livsmedel.
- III) Introduktion av privata märkningar och standarder för att kompensera för de otillräckliga offentliga standarderna. Kedjorna arbetar både med skillnader hos produkterna samt effektiva kontroller.

Konsekvenserna av punkt I) är flera då utländska investerare vill använda upphandling genom grossister med ett fåtal större producenter klarar de små jordbruken inte längre av att konkurrera. [9] De större jordbruken blir kapitalintensiva och kräver mer jord vilket pressar upp priserna på marken och de små bönderna tvingas sälja till de större. Hade de haft råd att behålla sin jord har de sällan eller aldrig råd med konstgödsel och växtgifter som krävs för att kunna producera de mängder som efterfrågas. Detta försätter inte bara bonden som äger gården i kris utan även de som arbetar på jordbruken som i de flesta fall förblir arbetslösa. Konsekvenserna är alltså en ökad arbetslöshet vid dessa ombildningar. [3]

punkt II) För att kunna lagra allt livsmedel på ett och samma lager tillkommer en ökad energianvändning samt extra transportkostnader. I stället för att direkt transportera till de butiker där de skall sälja måste de först frakta till ett lager och sedan ut till butik vilket ökar koldioxidutsläppen. [7]

När det gäller punkt III) är efterfrågan stor i Europa och USA men har visat sig svårt i Asien, Kina och i Thailand, pga. av att det inte finns tillräckligt stort intresse hos redan befintliga butiker. Merkostnaden för dessa varor är i dagsläget inte lönsam och frågan är om TNF kan förändra systemet själva i de länderna, framförallt när det gäller färskmat. [9]

Fram till idag har Indien haft en stor variation på utbudet av varor då bönderna själva valt vad de skall producera. Detsamma gäller Latin Amerika och Asien, men när de stora kedjorna klivit in på deras marknad har en drastisk förändring av utbudet skett. Företagen vill säkra kvalitén och leveransen samtidigt som de vill öka kvantiteten av varorna vilket gör att variationen minskat. Det är inte lönsamt att köpa in små partier för variationens skull vilket gör att det fokuseras på ett färre antal produkter som håller längre och har god kvalitet, men ofta på bekostnad av smaken. I de flesta fall har kedjor

tagit över runt 80 % av marknaden vilket gör att de kan styra den i en riktning som är lönsammast för dem. [7]

Den växande medelklassen har bidragit till att allt fler har tillgång till kyl och frys vilket gjort det möjligt att förvara mat på ett effektivare sätt. Kvinnorna har även börjat arbeta vilket gjort att de inte har samma tid för hushåll och inhandling av mat som tidigare. Det har bidragit till ett förändrat köpbeteende hos konsumenterna där punktinköpen blir färre och ett veckovist storhandlande vanligare. Supermarkets har underlättat denna förändring och gjort att kunden sparar tid genom att handla allt på samma ställe. [7]

En rädsla bland utvecklingsländerna har varit att fler internationella företag ska leda till en ökad import på bekostnad av minskad inhemsk produktion, en rädsla som visat sig inte vara befogad. Studier visar tvärtemot, att kedjor som Carrefour och Tesco's inhemska sourcing normalt ligger på 90 % och ibland upp emot 98 % vilket i sin tur gjort att den inhemska sourcing ökat tack vare förbättrade leveranssystem. [8]

Vad som också händer då dessa kedjor etablerar sig på nya marknader är att de efterföljs av following-sourcing och multinetwork-sourcing. Following-sourcing är de stödföretag som väljer att följa med från hemlandet till den nya marknaden. I detaljhandeln rör det sig om olika serviceföretag så som grossister och logistikföretag vilket skapar en effektivisering av distributionskedjan. Dessa har tendenser att konkurrera ut de lokala grossisterna och den befintliga logistiken. De effektiva systemen påverkar och ställer krav på bönderna vilket betyder att en stor del av sektorn påverkas i hemlandet.

Multinetwork-sourcing är den delen som påverkar den inhemska handeln med andra länder och de företag som arbetar med import och export av varor. Det innebär att varor skeppas över gränser mellan redan existerande närverk och i vissa fall kan detta ske på bekostnad av landets egen import men de kan även leda till att landet ökar sin export. Många länders förhoppning med dessa företag är att de skall påverka positivt och kunna öka exporten av varor till utlandet. [8]

Hur handelsavtal gynnat supermarkets

En annan anledning till supermarkets framgångar på utvecklingsländernas marknader är att de internationella lagar, regler och handelsavtal som skapats gynnar de redan rika industriländerna. Avtalen ger industriländerna tillgång till de marknader där de själva har komparativa fördelar och skyddar dem samtidigt från import av varor från utvecklingsländerna. För att ge utvecklingsländerna en ärlig chans bör de i stället helt ta bort jordbrukssubventionerna i industriländerna samt de restriktioner som finns för import av jordbruksvaror från utvecklingsländerna. Alternativt att de har rätt att tullbelägga importen från industriländerna för att balansera subventionerna.

Utvecklingsländerna bör även särbehandlas i den meningen att de rika länderna ger fritt marknadstillträde för de fattigare länderna utan krav på ekonomiska villkor eller ömsesidighet. Medelinkomstländerna⁵ skulle öppna för de länder som är minst utvecklade och ge förmåner till varandra utan att behöva göra de till de rikare. [3]

⁵ Medelinkomstländer är hem till fem av världens sju miljarder människor och 73 % av världens fattiga människor. Samtidigt, medelinkomstländer utgör omkring en tredjedel av världens BNP och är viktiga drivkrafter för den globala tillväxten. [29]

Indien har trots de hinder som funnits växt i sin helhet men deras bönder har drabbats hårt av de europeiska och amerikanska jordbrukssubventionerna. Skulle Indien subventionera sina jordbrukare på samma sätt skulle det betyda mindre pengar till utveckling vilket i sin tur resulterar i en långsammare tillväxt för landet. [3]

Vad har orsaken varit när de inte lyckats

Studier av marknader där olika supermarketkedjor misslyckats att ta sig in har visat att det ofta rört sig om institutionella, regelmässiga eller logistiska motgångar. I andra fall har det berott på att de inte lyckats bäddat in sig tillräckligt i den inhemska marknaden. [7] Det kan ta flera år att ta sig in på marknaden om inhemska affärer stöds av myndigheter. [11]

En svårighet har varit att konkurrera om färsk mat vilket tros bero på att konsumenterna anser att det är billigare och färskare produkter på marknader. Tills det att låginkomsttagare får mer pengar och mindre tid så kommer fördelen med att handla allt på ett ställe vara begränsad och kedjorna kommer ha svårt att konkurrera. [9] Andelen färska varor i de stora kedjornas butiker är också begränsad på grund av att de kräver mycket transporter och stor omsättning för att det inte skall bli för mycket spill. I Latinamerika har supermarketens 75 % av den totala matmarknaden men när det gäller färska varor så har de bara 25 %. Färskmatsproduktion av stora aktörer är alltså i många fall negativt för både konsumenterna och producenterna. [9]

Det händer också att kedjorna inte lyckas identifiera den inhemska kulturen och kundernas preferenser. Sydkorea är ett sådant exempel där både Carrefour och Wal-Mart gick in med tron på att kunderna ville ha billig mat i stora supermarketens men där det i stället visade sig att det som ansågs viktigast var kvalitén på maten. [7]

När en marknad liberaliseras är det ofta fler än en av de fyra största kedjorna som försöker ge sig in på marknaden samtidigt. I det flesta fall slutar det med att endast en lyckas att etablera sig, den som bäst lyckas bädda in sig i marknaden. Det leder i sin tur till en monopolmarknad och i vissa fall oligopol. [7]

Varför behövs TNF och supermarketens

I de ögonblick utvecklingsländerna tvingas öppna upp sina handelsområden ser de multinationella bolagen en ny potentiell marknad att gå in på. En öppning är nödvändigt då bolagen står i centrum för en globalisering då de bidrar till förhöjd levnadsstandard för många, en snabbare tekniköverföring mellan länderna och samtidigt som de överbygger kunskapsskillnader. Trots detta anser många att bolagen är hjärtlösa och egoistiska. [3]

Ett problem som uppstår i samband med detta är att företagen inte tar tillräckligt stort ansvar på den nya marknad där de väljer att etablera sig. De undviker skatt, sjukförsäkringar och tar inget ansvar för miljön och de skador som uppkommer. Om regeringar försöker beskatta eller reglera dessa bolag hotar de i många fall med att flytta. Beteendet har kommit att bli av systemkaraktär då företagen alltid är ute efter att maximera sin vinst och arbeta med så lite välgörenhet så möjligt. ”Här behöver de se över vad som kan göras för att minimera deras skada och maximera deras nettobidrag till samhället”. [3]

Detta visar att Adam Smiths teori om att ”individer främjar samhällets bredare intresse genom att eftersträva sin egennytta” inte håller. En modernare nationalekonomi har visat att företag som maximerar sin vinst inte ger en ökat välfärd i samma proportion.

Det krävs att företagen tar ansvar för miljön, de anställda och samhället i stort för att det ska bli hållbart på lång sikt. Därför krävs en omformning av företagens incitament. En Statlig reglering från företag och samhälle skulle också vara nödvändig för att se till att det skapas incitament som skyddar miljön. [3]

Det har visat sig att de utvecklingsländer som haft stora potentiella marknader för hög ekonomisk avkastning därmed också haft de bästa förhandlingssituationerna och kunnat ställa krav på företagen. Krav som till exempel inneburit att de måste investera i infrastruktur eller samarbeta med småbönder. Ofta är det dock utvecklingsländerna som är i störst behov av FDI vilket gjort att det istället varit företagen som haft möjligheten att dikterat villkoren [14]

Hur påverkar globaliseringen miljön och den hållbara utvecklingen

Idag innebär globaliseringen av företag en ökad energianvändning på många områden. Oljan är bara ett exempel på något som är en bristvara sett till den konsumtion som råder. Även om oljan inte beräknas ta slut på ett par decennier så har antalet nya oljefält minskat dramatiskt sedan 1970-talet och de som nyligen hittas är svåråtkomliga. Färre fält och dyrare produktion har gjort att mängden olja som kan levereras har nått sin maxgräns och priset på oljan i framtiden kommer därför att öka. [15] Indien importerar redan idag cirka 3/4 av sin oljekonsumtion vilket skulle öka drastiskt om Indien fortsätter att växa ekonomiskt. [16]

Kol är också en av de viktigaste energikällorna, speciellt för Indien och Kina. Även om Kina idag uppger att det har kol för att täcka konsumtionen i 60 år till så kan det på grund av en fortsatt tillväxt i Kina, i kombination med minskad tillgång på olja leda till att kolproduktionen når sin pik redan år 2025. Både Kina och Indien som har stora koltillgångar är idag nettoimportörer av kol. En vidare expansion i den indiska ekonomin skulle även den driva upp priset. Allt detta tyder på att priserna för energi bara kommer att stiga med åren vilket betyder att användningen av dessa ändliga naturresurser bör minskas. [15]

En annan viktig naturresurs är rent vatten. Tre miljarder människor i södra Indien är idag beroende av vatten från stora vattendrag som kommer från Himalaya. Klimatförändringarna har lett till minskade glaciärer som i kombination med en växande befolkning och expanderade ekonomier ger en ökad efterfråga på vatten, vilket gör att situationen ser kritisk ut. [15]

Förutsättningarna för länder att utvecklas kommer att förändras de närmsta åren. Stigande energipriser och bristen på energi som kommer från naturtillgångar gör att en kritisk röst växt mot investeringar i denna typ av energikrävande projekt så som i infrastruktur. [15]

4. Empiri

För att kunna dra slutsatser om hur den Indiska marknaden kommer att påverkas undersöks i detta kapitel hur marknaden ser ut idag tillsammans med empiriska fall av FDI och dess konsekvenser.

4.1. Den indiska marknaden

Organiserad detaljhandel, som i Indien avser handel som bedrivs av licensierade återförsäljare, det vill säga de som är registrerade för moms, inkomstskatt, etc. stod 2008 endast för 4 % av den totala marknaden. [17] Resterande del av marknaden består av oorganiserad detaljhandel, som är den lokala butiken på hörnet, marknader och stånd. Trots att Indien har många miljonstäder så hade de år 2006 endast 75 stycken supermarkets. Priserna skiljer sig något mellan supermarkets och marknaderna, speciellt på grönsaker och andra färska varor. Supermarkets har hittills varit dyrare och haft en sämre kvalitet än den frukt och grönt som funnits att köpa på marknaderna. Anledningen är att butikerna inte köpt in de färska varorna dagligen, en annan aspekt är att det på marknaderna gått att pruta på priserna. Fördelen med supermarkets är däremot att du vet vad det är du får och slipper de problem som funnits på marknaderna, till exempel att mjölken späts ut med orent vatten. Detta har lett till i storstäderna har invånarna börjat handla både på supermarkets och marknader. De lokala butikerna på hörnet som finns idag är ofta små, många är inte större än 10 till 20 kvadratmeter vilket gör det svårt att förvara maten på ett optimalt sätt så att den håller. [18]

Indiens inställning till supermarkets verkar vara kluven. Samtidigt som de är måna om att sponsra de bönder som finns vill de också ha en kvalitetshöjning, handla allt i en butik och en öka valfriheten bland utbudet. Sai Pawan Kumar som är uppvuxen i Indien sa att *“Jag tror på en marknad med en blandning av små aktörer tillsammans med supermarkets på livsmedelsmarknaden”*. Idag förlorar också många bönder pengar på de mellanhänder som finns från jordbruket ut till marknaden, vilket är ett av de problem som medför att bönderna skuldsätter sig för att kunna fortsätta med sin produktion. Genom att handla direkt med supermarkets kommer det svinn som nu uppstår med dessa mellanhänder troligen att försvinna, på bekostnad av förlorade arbetstillfällen. [18]

Befolkningen

I juli 2013 beräknades de att bo ca 1,2 miljarder människor i Indien med en årlig tillväxt på ca 1,3 %. [19] Av hela befolkningen så lever 69 % i fattigdom vilket betyder att de har under två amerikanska dollar om dagen att leva för, det är lika mycket som en amerikansko subventioneras dagligen. [3]

Trots en den stora fattigdomen har levnadsstandarden förbättrats för många och Indien har fått en medelklass som hela tiden växer. Till det räknas folk som årligen tjänar mellan 1 700 till 19 000 amerikanska dollar och antalet människor i denna grupp har gått från 157 till 327 miljoner mellan åren 1995 till 2006. [21] Indiens unga befolkning är ansedda som världens näst största arbetskraft varav 61 % av befolkningen över 25 år har ett arbete [20]. Idag bor 30 % av befolkningen i städer samtidigt som de har en

ökning av urbaniseringen på 2,4 % årligen. De som flyttar in till städerna är ofta landlösa bönder som blivit tvingade att överge sin mark till förmån för industriella frizoner. [22]

Ekonomi

Indien hade år 2012 ett BNP på 1 800 miljarder amerikanska dollar och har mellan 1997 till 2010 haft en tillväxt på cirka 7 %. Sedan 2010 har den ekonomiska utvecklingen saktat ner. Det tros bero på en kombination av den ökande skulden till världsbanken, ett ökat pris på råolja samt att regeringen har minskat sina investeringar på grund av en minskad tilltro till ekonomiska reformer. [19]

Utländska direktinvesteringar har minskat de senaste åren. År 2008 investerade utländska företag 3,5 % av nettoflödet från BNP:t, 2010 var den siffran 1,4 %. Siffrorna väntas dock stiga då lagstiftningen ändrades i december 2012 så att FDI även tillåts inom detaljhandeln. A.T. Kearney är ett konsultföretag som årligen tar fram ett Global Retail Development Index över vilka länder som är intressanta för detaljhandeln att investera i och år 2012 rankades Indien som femma. [23]

Jordbruk

Av Indiens totala yta så är 60 % odlingsbar mark [19] vilket motsvarar lika mycket användbar mark som hela Europa har. [22] Jordbruket sysselsätter idag 53 % av den arbetande befolkningen men de står endast för 17 % av BNP. [19]

Den indiska jordbrukssektorn kännetecknas av dålig produktivitet på grund av flera faktorer, till exempel alla de små jordbruken som har en begränsad användning av maskiner och brist på infrastruktur som gör dem ineffektiva. Även i distributionskedjan har det investerats för lite. Idag finns få eller inga anläggningar för lagring av grödor eller kylsystem för transporter vilket för vissa produkter kan leda till förluster på upp emot 40 %. [5] Dessutom är det bara 30 % av jordbruksmarkerna som är utrustade med bevattningssystem. De vattensystem som finns är dåligt underhållna vilket gör att de på grund av slitage förlorar över en tredjedel av vattnet. [22] Detta är ett stort problem då Indien idag har vattenbrist som beräknas förvärras i framtiden. [3]

Den genomsnittliga bonden i Indien äger en yta på 1,5 hektar vilket kan jämföras med en bonde i Frankrike vars genomsnittliga yta är på 50 hektar (30 gånger större än Indien) och i USA ca 200 hektar (130 gånger större än Indien). Jämfört med länder i Sydamerika, så som Chile äger en familjebonde i genomsnitt 5 hektar vilken också är mer än i Indien. Små jordbruk har svårare att göra investeringar för att effektivisera jordbruken vilket är ett hinder för utvecklingen av en mer organiserad och produktiv jordbrukssektor. [22]

Politik och korruption

Indien är världens största demokrati. Landet är en federation av 28 delstater som alla har sina egna regeringar. Medlemsstaternas regeringar är ansvariga för områden som skolor, sjukhus, kollektivtrafik och jordbruk. Staten bestämmer sedan över frågor som utrikespolitik, försvar, utvecklingsplanering och valuta. Landet har många politiska partier men det är de vänsterinriktade kongresspartierna som har haft makten större delen av tiden efter självständigheten. [24] Partiet har under de senaste åren haft svårt att få igenom sin politik då de inte haft majoritet vilket har lett till långt utdragna processer innan beslut fattas. [25]

December 2012 öppnade regeringen för utländska investeringar i detaljhandeln med målet att få in nytt kapital på marknaden. Den tidigare lagstiftningen har inte varit det enda hindret för investeringar och utveckling av detaljhandelskedjor. Indien har ett komplext system när det gäller ansökningar om licenser och de krävs godkännande av både centrala, statliga och lokala myndigheter för att starta en verksamhet. [21] De krävs att ca 33 tillstånd för att endast öppna en butik sedan tillkommer även skatter och nya ansökningar om de vill flytta varor från en stat till en annan. Ibland förekommer även tullavgifter inom staterna. [17] Den snåriga byråkratin ger utrymme för korruption och det är väldigt vanligt att det betalas ut mutor för att snabba på processer eller påverka förhandlingar. [21]

4.2 Coca Colas etablering i Indien

På 1990-talet när globaliseringen började ta fart och Indien motvilligt öppnade sin marknad på grund av växande externa statskulder var Coca-Cola och Pepsi snabbt in på marknaden. De stora läsktillverkarna tilläts etablera sig med förhoppningar om ökad ekonomisk tillväxt och arbetstillfällen, men också att en ökad konkurrens mot de inhemska tillverkarna skulle leda till sänkta kostnaderna så deras egna tillverkare skulle bli effektivare. [6]

Det som verkligen hände var inte alls vad Indien förväntat sig. Efter bara ett antal år började Coca-Cola köpa upp några av de största Indiska läsktillverkarna och ganska kort därefter var det oligopol på läskmarknaden av Coca-Cola och Pepsi. [6]

Den förväntade positiva effekten av konkurrens och ökad produktivitet hos de egna företagen uteblev helt. Coca-Cola började även titta på om de skulle kunna ta sig runt lagen om ett maximalt ägande på 51 % för att ytterligare kunna öka sin egen vinst. De försökte då först köpa upp privata flaskföretag som vägrade sälja och bestämde sig i stället för att utöva direkt kontroll av ägandeskapet, produktionen och förvaltningen genom att skapa ett dotterbolag, Hindustan Coca-Cola Beverages Pvt. Regeringen gick tillslut med på att Coca-Cola fick starta upp bolaget med kravet att de skulle sälja 49 % av Hindustan till indiska ägare, vilket aldrig skedde. Våren 2012 var fortfarande endast 10 % indiskt och staten förlorade en stor del av de vinstkapital som hade förväntats gå tillbaka i landet. [2]

Produktionen växte och fabrikerna blev fler, vilket ledde till att de snabbt behövde komma åt mer vatten och billigare arbetskraft. Detta löstes genom att placera fabrikerna på landsbygden och därefter outsourca anställningen till bemanningsföretag. På så sätt kunde de undvika direkta kostnader för arbetskraft och det sociala ansvaret för dem.

Runt 200 av de 240 arbetarna var kortfristig anställda under högsäsongen och fick resten av året stå utan arbete. I många fall hämtade de även in arbetskraften utanför det område där fabriken var belägna, allt för att undvika protester och strejk. [2]

Den ökade användningen av vatten gjorde också att antalet brunnar som torkade från år 2000 femdubblats jämfört med åren innan Coca-Colas ankomst. Att producera en liter

läsk kräver tre liter vatten, vilket är enorma mängder sett till antalet tillverkade läskedrycksflaskor. Trots detta ville de påstå att lantbrukarna själva torkade ut sina brunnar genom den ökade produktionen hos lantbruken. Bönderna tvingades då sluta odla de grödor som krävde för mycket vatten vilket resulterade i arbetslöshet för de jordlösa bönderna. [2]

Coca-Cola använde inte bara upp vattnet i för snabb takt utan de lyckades samtidigt förorena grundvattnet i de områden där fabriken var placerade och på grund av bristande lagstiftning i många stater behövde de heller inte städa upp efter sig. [2]

Regeringen hade också delvis sett mellan fingrarna vad de gällde miljökrav eftersom de utlovat landsbygden ekonomisk utveckling och ökad välfärd. Förorenat vatten för en landsbygd som är beroende av det för sin överlevnad var förödande. [2]

För att förhindra liknande fall som Coca-Colas behövs ett skydd av miljön. Ett alternativ kan vara att upprätta ett helt nytt organ som utformas för att kontrollera dessa bolag när de går in på en ny marknad. Det krävs kontroller så att företagen inte kan använda upp de resurser som finns, förorena miljön och sedan lämna landet. Bolag av samma storlek som Coca-Cola är inte bara rika de har även en politisk makt och de är sällan eller aldrig ute efter att utöva välgörenhet. [6]

För att klara av att hantera denna typ av FDI krävs rätt balans mellan stat och marknad. Det behövs ett beskydd av de fattiga, konsumenterna, miljön för att främja utvecklingen. [3] Ett sätt att beskydda arbetarna i Coca-Cola fallet hade varit att inte tillåta dem att anlita personal från bemanningsföretag vilket då hade tvingat dem att ta ett direkt ansvar för sina arbetare och deras löner. Genom att minska antalet mellanhänder och underleverantörer minskas även möjligheten för företagen att skylla ifrån sig skulden om något händer. [6]

5.3 Wal-Marts inställning till ekonomi, miljö och mänskliga rättigheter

Wal-Mart är världens största detaljhandelskedja och verksamma i 15 länder världen över. En del av dess framgång bygger på ökad effektivitet men idag är det mycket på grund av deras marknadsledande position och förmågan att pressa löner och kostnader för de anställda och leverantörer. De har en policy som inte tillåter fackligt organiserande vilket gör att de anställda i de flesta fall är lågavlönade. Deras konkurrenter drabbas av detta då de själva tvingas hålla nere lönerna för att fortfarande ha en möjlighet att konkurrera. Det är också bara drygt hälften av de två miljoner anställda i USA som har en sjukförsäkring. En sjukförsäkring som även den har begränsningar och inte innefattar vård som vaccinering av barn, influensamedel eller synkontroller. Det blir i stället kostnader som staten och dess skattebetalare får stå för. [3]

Företagets grundidé är inte att utnyttja och försvaga de marknader där de verkar men det har blivit en efterföljd av deras huvudsyfte, att erbjuda billigare varor. De små lokala företagarna som ofta bygger upp stommen i samhället klarar inte av att konkurrera och knäcks. På kort sikt ger de arbeten men på längre sikt då de lokala företagarna slås ut minskar antalet igen och arbetslösheten ökar. I ett längre perspektiv finns det risk att detta kan urholka lokalsamhället. Visserligen ger Wal-Mart bidrag till olika välgörenhetsinrättningar men de är ofta obetydligt små för att anses som en god kompensation. [3]

De finns studier som visar att då Wal-Mart kliver in på en ny marknad får de en djupgående effekt på detaljhandeln och dess konkurrens främst i de mindre städerna. Medianförsäljningen har setts sjunka med hela 40 % hos liknande butiker, 17 % hos stormarknader och 6 % på apotek. [26]

Wal-Mart är inte bara ekonomiskt mäktiga utan även politiskt och kan till exempel gå in med mutor för att påverka sin position. Under hösten 2012 gick Wal-Mart ut med att de inom två år ska vara etablerade på den indiska marknaden. Samtidigt kom det fram att de spenderat 25 miljoner dollar på lobbyverksamhet för att ta sig in.[27] Liknande fall har också upptäckts i Mexiko 2006 där de mutat tjänstemän för att få allt i från byggnadslov till speciell information. [28]

När Wal-Mart går in på en relativt outvecklad marknad kräver de en viss effektivisering av produktionskedjan för att kunna behålla sitt koncept med låga priser. De kostnader som krävs för att effektivisera produktionskedjan får producenterna själva få stå för. [13] Företag som Wal-Mart har en policy som ger samhället merkostnader som de själva inte täcker, det är ett utbredd och stort problem. [3]

5. Analys

Utifrån de studier om hur supermarketkedjorna har etablerat sig i andra länder är det mycket sannolikt att de kommer att använda sig av samma strategi i Indien. Som tidigare nämnts i rapporten har dessa kedjor som huvudsyfte att maximera sin vinst vilket alltid kommer ligga till grund för deras utveckling, oavsett land. Hur väl företagen lyckas med sin strategi beror delvis på hur många stater som kommer att acceptera deras ansökan om en etablering, hur väl de anpassar sig till de lokala avvikelserna men också hur känslig den Indiska matmarknaden är för förändring. För Indiens del kommer det att spela en viktig roll hur fritt dessa företag tillåts arbeta och i vilken takt det kommer att ske. Idag saknar Indien mycket av det som krävs för att hela samhället ska klara av att följa med i utvecklingen. Transportsystem, vattenförsörjning och hamnar är bara några exempel på vad som måste investeras i för en långsiktig hållbar utveckling. Indien har under de senaste tio åren växt snabbt men asymmetriskt vilket gjort att vissa delar inte följt med i samma takt. Risken för en fortsatt tillväxt i samma riktning är mycket trolig om inte den indiska staten tar ett större ansvar för i vilken ordning utveckling skall ske för att gynna landet i ett längre perspektiv. Problemet är att Indiens största behov idag är ett ökat kapital vilket måste komma från utlandet.

Vi tror att den effektivisering som setts ske vid tidigare etableringar av supermarkets kommer att drabba alla de små bönder som verkar i Indien idag negativt. Kedjorna kräver stora kvantiteter och god kvalitet och de små jordbruken har inte kapitalet som krävs för att göra de investeringar som är nödvändiga.

Det kommer också troligen att drabba Indien hårdare än vad det drabbat till exempel Sydamerika då andelen fattiga bönder är mycket högre och böndernas genomsnittliga jordbruksmark är mycket mindre. Sett ur ett ekonomiskt perspektiv är det inte lönsamt

med många små jordbruk vilket tyder på att det kommer bli en drastisk minskning av dessa. Priserna på livsmedel kommer därefter att sjunka vilket är positivt för konsumenterna men negativt för de små bönderna, däremot kommer utbudet att minska. Det svinn som tidigare varit stort på grund av att maten inte kunnat transporteras och lagras på ett riktigt sätt kommer också troligen att minska. De stora jordbruken är lönsammare men ofta på bekostnad av en ökad mängd konstgödsel, växtgifter och stora mängder konstbevattning vilket inte är hållbart ur ett miljöperspektiv. Användning av maskiner har också setts öka vilket innebär att det krävs mer energi. Vi tror att detta kommer att leda till en ökad urbanisering på grund av den arbetsbrist som blir till följd av avvecklingen.

En växande medelklass kommer vara i behov av en effektivisering då tiden för att göra punktinköp nu måste läggas på att arbeta. Det är mer fördelaktigt för denna del av befolkningen att kunna handla allt på ett ställe. Förändringen av köpbeteendet hos konsumenterna tror vi inte bara drivs utav etableringen av supermarkets utan även det faktum att kvinnorna nu börjar arbeta mer, de som tidigare haft tiden att göra punktinköpen.

Vi tror att den kedja som kommer att etablera sig snabbast och starkast på den indiska marknaden är Wal-Mart. Då de redan idag har ett joint ventures tillsammans med indiska Baharti och har även uttalat sig om en tänkt etablering. Vi ser även en risk för att Wal-Mart på samma sätt som Coca-Cola skall ta sig runt systemet och äga mer än de 51 % som är tillåtet vilket kan göra att mer pengar går ut ur landet än investeras tillbaka. Det är också en av anledningarna till att en helt fri etablering inte är till Indiens fördel just nu.

Det finns en stor risk för en monopol marknad då vi sett det ske tidigare, bland annat i Latin Amerika. Däremot kan Indiens storlek och dess många stater vara till fördel för att fördröja en sådan utveckling, alternativt förhindra den. Skulle marknaden släppas helt fri, skulle de förmodligen snabbt bli monopol på marknaden och Wal-Mart skulle få ett övertag där de kan pressa priser och löner som drabbar hela livsmedelskedjan. Det som är viktigt att ta vara på är statens möjlighet att ställa krav på företagen innan de har etablerat sig på marknaden. Det har visat sig att dessa krav är svåra att ställa efter en etablering skett, vilket var fallet med Coca-Cola. Det var även svårt att bli av med dem efter att de utnyttjat arbetskraften och skadat miljön. Arbetskraften är en svag punkt för Indien på grund av att de finns stora möjligheter idag till att utnyttja den, dels på grund av den stora mängd arbetslösa och fattiga människor som finns men också bristen på regler och lagar som skyddar arbetarna. Vi ser därför en stor risk för utnyttjande av arbetskraft om kontrollen inte skärps. Coca-Colas utnyttjande av befolkningen genom att använda bemanningsföretag samt säsongarbetare och den personalpolitik Wal-Mart tidigare stått för, indikerar på en befogad oro.

6. Diskussion

Den största problematiken i frågan om supermarkets etablering anser vi inte är om de ska etablera sig eller inte, utan vad staten behöver göra för att det ska ske på ett sätt som gynnar både ekonomin och välfärden ur ett långsiktigt och hållbart perspektiv. Företagen är mäktiga både ekonomiskt och politiskt vilket gör att en fri etablering skulle leda till en monopolmarknad där största delen av vinster går ut ur landet igen.

Det har däremot visat sig att i de länder där företagen haft ett stort intresse av att etablera sig, har de haft större möjligheter till att ställa krav. Då Indien är en marknad med 327 miljoner medelinkomsttagare bör staten i större utsträckning skärpa reglerna och styra upp kontrollsystem så att de efterföljs. En fråga vi då ställer oss är om dessa regler och lagar skulle följas eller om staten skulle falla för frestelsen av mutor?

Ett av de största hindren för utveckling av detaljhandeln idag är den byråkrati som finns i landet. Om processen för att ansöka om tillstånd är komplicerad och stora kapital krävs, leder det ofta till en flaskhals i utvecklingen vilket i många fall uppmuntrar till mutor. Wal-Mart kommer att ha svårt att etablera sig på marknaden på grund av detta vilket redan resulterat i mutor. Om de lyckas med sin etablering kommer systemet stärka deras monopolställning eftersom få andra aktörer har de kapital som krävs för att söka tillstånd eller att muta sig fram. Konsekvensen av en monopolställning med hjälp av mutor blir troligen att de slipper efterfölja de lagar och regler som sätts. Frågan är vilka konsekvenser de kan få för befolkningen?

Vi har tidigare konstaterat att etableringen av supermarkets kommer att leda till en minskning av antalet små bönder. För att få bättre motståndskraft och bättre chans till överlevnad skulle ett alternativ vara att bönderna går ihop i ett kooperativ. Då har de möjlighet att tillsammans klara av att levererar den kvantitet som livsmedelsjättarna kräver. Genom kooperativen får de också ett bättre förhandlingsläge mot företag som Wal-Mart, de blir inte lika lätt att pressa priserna och spela ut bönderna mot varandra.

Den effektivisering som sker kan delvis gynna samhället men också missgynna. Indien med sin växande befolkning och sitt ineffektiva jordbruk kommer bli effektivare och kunna producera mat åt fler. Däremot bidrar de till en ökad energianvändning vilket drabbar landet då Indien redan idag importerar 3/4 av sin olja. Den enorma mängd arbetskraft som är outnyttjad bör användas istället för att ersättas med energislukande maskiner. Även den ökade mängd vatten som krävs för dessa jordbruk är inte hållbar ur ett längre perspektiv då flera områden redan är drabbade av vattenbrist. En effektivisering av jordbruken är lönsamt ur ett ekonomiskt perspektiv men är de hållbart ur ett miljöperspektiv?

Vad kommer då hända med alla de bönder och jordlösa som förlorar sina arbeten vid denna effektivisering? Möjligheten till nya arbeten utöver de som Wal-Mart skulle föra med sig är svårt att dra någon slutsats om. De som förlorar sina arbeten i dessa områden har sällan någon möjlighet att flytta för att skaffa sig ett nytt utan förblir istället arbetslösa. Vilka alternativ finns det då, om en öppning av marknaden måste ske?

Utbildning är en viktig aspekt, om staten satsar mer pengar på utbildning inom de områden som har eller kommer ha ett behov av arbetskraft skulle de arbetslösa kunna

tas tillvara på effektivare. Utbildning är också en viktig del i ett lands utveckling och välfärd.

Vi har tidigare beskrivit de brister i systemet som gav stora konsekvenser av Coca-Colas etablering i Indien. Kan fallet med Coca-Cola lära oss något om livsmedelsindustrins framtid? Båda tillhör livsmedelsbranschen men Coca-Cola har färre distributörer, mellanhänder och leverantörer vilket gör att de inte påverkar lika många delar i kedjan som exempelvis Wal-Mart skulle göra. Gemensamt för dem är att de båda går under kategorin "världens starkaste varumärken" och sysselsätter enormt många människor där de etablerar sig. Trots deras olikheter finns de likheter som kan ge en förning om vad som kan förbättras vid etableringen av supermarkets. Problemet med att företagen inte tar hänsyn till den skada de orsakar på miljön är något som måste åtgärdas. Som Joseph E. Stiglitz tidigare talade om kan en lösning vara att skapa miljöincitament hos företagen och ha ett statligt organ som kontrollera dessa. De krävs att företagen börjar ta ansvar för detta och inte låter värdlandet ta hand om deras avfall och städa upp efter den miljöförstöring som de orsakar. En annan fråga som bör ställas är huruvida det skall vara tillåtet att anställa via bemanningsföretag och att ha säsongarbetare. Genom att ta bort möjligheten för företagen att anställa genom bemanningsföretag tvingas de ta direkt ansvar för de anställda och deras löner. Är det sedan humannt att arbetare skall köras in från andra orter för att undvika protester? Företagen bör utnyttja den arbetskraft som finns i de områden där fabriken eller butiken är placerad. Staten bör även se till att de finns sjukförsäkringar för de som anställs hos dessa företag, då detta annars är kostnader de själva för stå för.

7. Referenser

- [1] BBC, "<http://www.bbc.co.uk/news/world-asia-india-15885055>," BBC, 25 November 2011. [Online]. Available: <http://www.bbc.co.uk/news/world-asia-india-15885055>. [Accessed 25 Mars 2013].
- [2] A. Ciafone, "If "Thanda Matlab Coca-Cola" Then "Cold Drink Means Toilet Cleaner": Environmentalism of the Dispossessed in Liberalizing India," *International Labor and Working-Class History*, vol. 81, pp. 114-135, 2012.
- [3] J. E. Siglitz, *Making Globalization Work*, Uddevalla: Daidalos, 2006.
- [4] M. Ramvenkatesh, "<http://www.ciol.com/ciol/news/122864/smes-welcome-fdi-retail>," Ciol, 6 December 2012. [Online]. Available: <http://www.ciol.com/ciol/news/122864/smes-welcome-fdi-retail>. [Accessed 24 Mars 2013].
- [5] U. Jonsson, Interviewee, *Professor vid Ekonomisk-historiska institutionen, Stockholms Universitet*. [Interview]. 22 Mars 2013.
- [6] H. Berglund, Interviewee, *Docent Statsvetenskap, Stockholms Universitet*. [Interview]. 4 Februari 2013.
- [7] N. Wringley and N. M. Coe, "Host economy impacts of transnational retail," *Journal of Economics Geography*, vol. 7, pp. 341-371, 2007.
- [8] T. Reardon, S. Henson and J. Berdegué, "Proactive fast-tracking' diffusion of supermarkets in developing countries: implications for market institutions and trade," *Journal of Economics Geography*, vol. 7, pp. 399-431, 2007.
- [9] J. Humphrey, "The supermarket revolution in developing countries: tidal wave or tough competitive struggle," *Journal of Economics Geography*, vol. 7, pp. 433-450, 2007.
- [10] Frank/Bernanke, *Principles of Microeconomics*, New York: McGraw-Hill, 2007.
- [11] N. Wrigley, N. M. Coe and A. Currah, "Globalizing retail: conceptualizing the distribution-based transnational corporation (TNC)," *Progress in Human Geography*, vol. 29, pp. 437-457, 2005.
- [12] W. Reinartz, B. Dellaert, M. Kraft, V. Kumar and R. Varadarajan, "Retailing innovations in a globalizing retail market environment," *Journal of Retailing*, vol. 1, pp. 53-66, 2011.

- [13] M. Hess and N. M. Coe, "The internationalization of retailing: implications for supply network restructuring in East Asia and Eastern Europe," *Journal of Economic Geography*, vol. 5, pp. 449-473, 2005.
- [14] G. Lindgren, *Ekonomisk tillväxt och hållbarutveckling*, Uppsala: Lingren Consulting, 2008.
- [15] R. Heinberg, *The End of Growth*, Gabriola Island: New Society Publishers, 2011.
- [16] R. Lakshmi, "http://articles.washingtonpost.com/2012-05-15/world/35458805_1_oil-imports-iran-accounts-iranian-oil," The Washington Post, 15 Maj 2012. [Online]. Available: http://articles.washingtonpost.com/2012-05-15/world/35458805_1_oil-imports-iran-accounts-iranian-oil. [Accessed 25 Mars 2013].
- [17] T. Economist, "http://www.economist.com/node/11465586?story_id=11465586," The Economist, 2008 Maj 2008. [Online]. Available: http://www.economist.com/node/11465586?story_id=11465586. [Accessed 25 Mars 2013].
- [18] S. P. Kumar, Interviewee, *Indisk utbutesstudent, KTH*. [Interview]. 5 April 2013.
- [19] CIA, "https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/in.html," CIA, 25 Mars 2013. [Online]. Available: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/in.html>. [Accessed 02 April 2013].
- [20] UN, "http://hdrstats.undp.org/en/countries/profiles/IND.html," Förenta Nationerna, [Online]. Available: <http://hdrstats.undp.org/en/countries/profiles/IND.html>. [Accessed 25 Mars 2013].
- [21] M. Joseph, "http://www.icrier.org/pdf/Working_Paper222.pdf," ICRIER, 09 2008. [Online]. Available: http://www.icrier.org/pdf/Working_Paper222.pdf. [Accessed 25 Mars 2013].
- [22] Momagri, "http://www.momagri.org/UK/focus-on-issues/Agriculture-in-India-Both-Weak-and-Strong_249.html," Momagri, [Online]. Available: http://www.momagri.org/UK/focus-on-issues/Agriculture-in-India-Both-Weak-and-Strong_249.html. [Accessed 2 April 2013].
- [23] H. Rhim, "http://www.atkearney.com/consumer-products-retail/global-retail-development-index," ATKearney, 2012. [Online]. Available: <http://www.atkearney.com/consumer-products-retail/global-retail-development->

index. [Accessed 25 Mars 2013].

- [24] FN-sambandet, “<http://www.globalis.se/Laender/Indien>,” FN-sambandet, 6 november 2006. [Online]. Available: <http://www.globalis.se/Laender/Indien>. [Accessed 25 Mars 2013].
- [25] L. Collin, Composer, *Konflikt - Indien väljer väg*. [Sound Recording]. Sveriges Radio. Lördag 01 december 2012 kl 09:03.
- [26] J. Wernau, “http://articles.chicagotribune.com/2010-07-04/business/ct-biz-0704-soda-wars-20100703_1_chicago-wal-mart-costco-and-wal-mart-pricing,” Chicago Tribune Business, 4 Juli 2010. [Online]. Available: http://articles.chicagotribune.com/2010-07-04/business/ct-biz-0704-soda-wars-20100703_1_chicago-wal-mart-costco-and-wal-mart-pricing. [Accessed 25 Mars 2013].
- [27] BBC, “<http://www.bbc.co.uk/news/world-asia-india-20662771>,” BBC, 2012 December 2012. [Online]. Available: <http://www.bbc.co.uk/news/world-asia-india-20662771>. [Accessed 25 Mars 2013].
- [28] D. Barstow, “http://www.nytimes.com/2012/04/22/business/at-wal-mart-in-mexico-a-bribe-inquiry-silenced.html?_r=0,” The New York Times, 21 April 2012. [Online]. Available: http://www.nytimes.com/2012/04/22/business/at-wal-mart-in-mexico-a-bribe-inquiry-silenced.html?_r=0. [Accessed 25 Mars 2013].
- [29] Worldbank, “<http://www.worldbank.org/en/country/mic/overview>,” Worldbank, 2012. [Online]. Available: <http://www.worldbank.org/en/country/mic/overview>. [Accessed 8 April 2013].