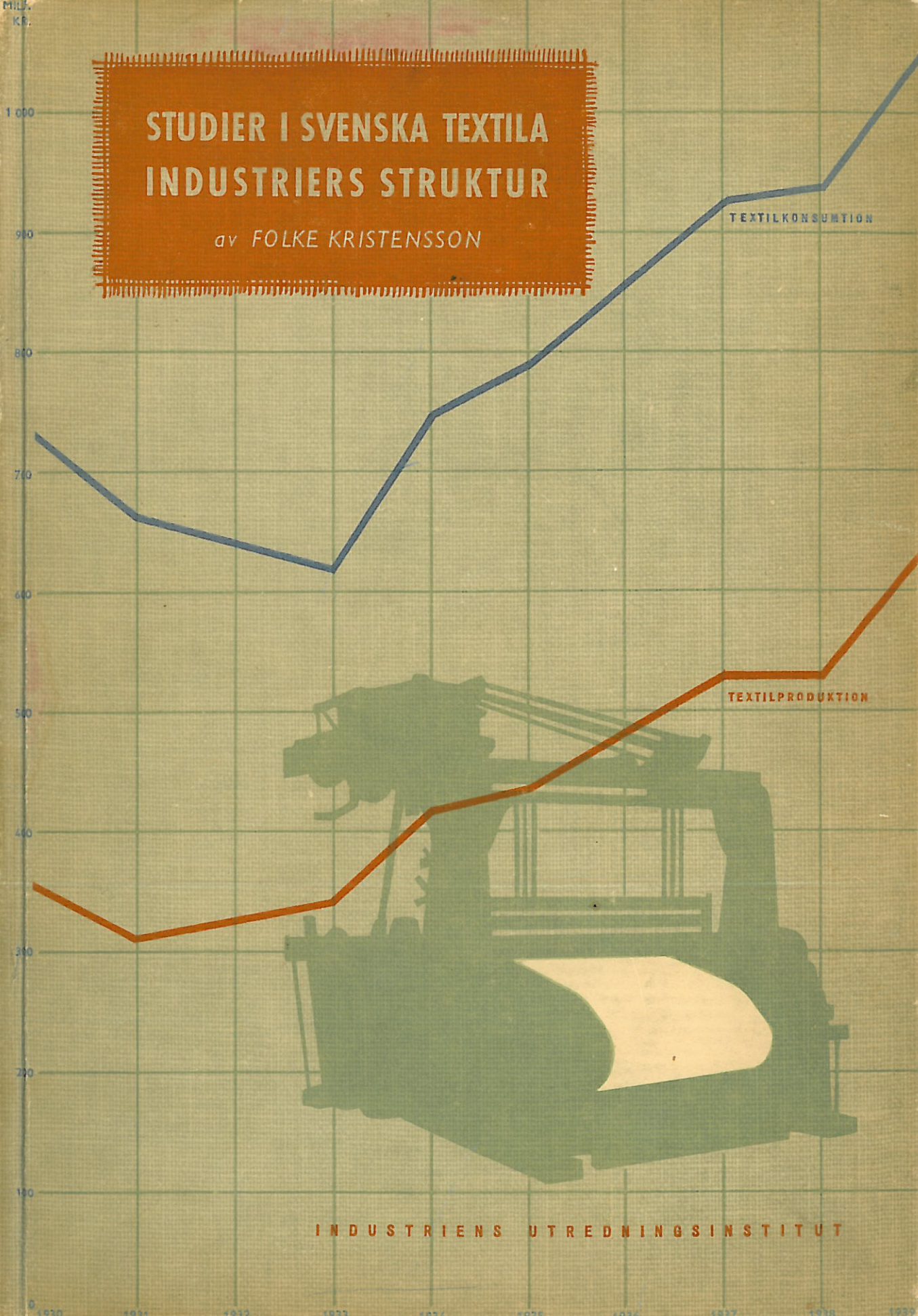
STUDIER I SVENSKA TEXTILA INDUSTRIERS STRUKTUR

av FOLKE KRISTENSSON



INDUSTRIENS UTREDNINGSINSTITUT

INDUSTRIENS UTREDNINGSINSTITUT

STUDIER I SVENSKA TEXTILA INDUSTRIERS STRUKTUR

Av FOLKE KRISTENSSON

With an English Summary

STOCKHOLM 1946



UPPSALA 1946

ALMQVIST & WIKSELLS BOKTRYCKERI AB

Innehållsförteckning

Förord 19

Inledning 21

Del I. Principiella synpunkter på strukturen inom konsumtionsvaruindustrier

Kap. 1. Använda begrepp och statistiska metoder

I. Använda begrepp

1. Struktur — företag — vara 29
2. Delbransch — varuområde 31
3. Produktionsstrukturen 36
4. Distributionsstrukturen 37

II. 5. Statistiska metoder 38

III. 6. Den konkreta strukturundersökningens begränsning 40

Kap. 2. Strukturen inom konsumtionsvaruindustrier med huvudsakligen s. k. monopolistisk konkurrens

Synpunkter på produktions- och distributionsstrukturen hos företag och grupper därav inom industrier av typen textil-, beklädnads-, möbel- och skoindustrierna

I. 1. Frågeställning 43

II. Definitioner av vara, företag och industri

2. Definitioner av vara, företag och industri i den ekonomiska litteraturen 45
3. Användbarhet i den konkreta strukturanalysen av de i den ekonomiska litteraturen förekommande definitionerna av vara, företag och industri 48
4. I den konkreta strukturanalysen användbara definitioner på vara, företag och industri 50

III. 5. Sambandet mellan produktions- och distributionsstrukturen hos tillverkningsföretag vid ren konkurrens 53

IV. Produktions- och distributionsstrukturens utformning hos företag och delbranscher inom industrier av typen textil-, beklädnads-, möbel- och skoindustrierna 55

A. 6. Karakteristik och förekomst av monopolistisk konkurrens 55

B. 7. Illustrationsmetod 58

C. 8. Karakteristik av olika slag av komponenter och faktorer 60
D. Karakteristik av komponenterna 62
9. Karakteristik av tillverkningskomponenterna 62
10. Karakteristik av distributionskomponenterna..... 65
E. Karakteristik av faktorerna 67
11. Karakteristik av marknadsfaktorerna 67
12. Karakteristik av planeringsperiodens längd 74
13. Karakteristik av B-faktorerna..... 75
14. Karakteristik av allmänekonomiska faktorer 79
15. Karakteristik av icke-ekonomiska faktorer..... 79
F. Samband mellan komponenter samt mellan dessa och kostnader per enhet..... 80
16. Vissa även vid ren konkurrens gällande samband mellan komponenterna..... 80
17. Samband mellan i föregående avsnitt berörda komponenter vid monopolistisk konkurrens..... 81
18. Tidigare ej berörda samband mellan tillverkningskomponenterna samt mellan dessa och tillverkningskostnader per enhet..... 81
19. Tidigare ej berörda samband mellan distributionskomponenterna samt mellan dessa och distributionskostnaderna per enhet..... 82
20. Tidigare icke berörda samband mellan tillverknings- och distributionskomponenterna 84
G. Samband mellan marknadsfaktorer, mellan komponenter och marknadsfaktorer samt mellan dessa och intäkter per enhet respektive försäljningens storlek 85
21. Sambanden mellan marknadsfaktorerna samt mellan dessa och försäljningens storlek respektive intäkter per enhet 85
22. Samband mellan tillverkningskomponenterna, å ena, marknadsfaktorerna och intäkter per enhet, å andra sidan..... 87
23. Samband mellan distributionskomponenterna, å ena, marknadsfaktorerna och intäkter per enhet, å andra sidan 88
24. Samband mellan marknadsfaktorerna, å ena, intäkter per enhet och försäljningens storlek, å andra sidan 90
H. B-faktorernas inverkan på strukturen..... 92
25. B-faktorernas inverkan på delbranschstrukturen 92
26. B-faktorernas inflytande på företagsstrukturen 93
I. De allmänekonomiska faktorernas inflytande på strukturen..... 98
27. Tillgången på kapital 98
28. Den allmänna ekonomiska politikens inflytande på företagsstrukturen 100
J. 29. De icke-ekonomiska faktorernas inflytande på strukturen 102

K. 30. Anpassningen av företagsstrukturen efter förändrat respektive nytt »jämviktsläge» 104

Del II. Vissa textila industriers struktur m. m.

Kap. 3. Produktions- och distributionsstruktur 109

Kap. 4. Utredningens viktigare resultat

1. Den svenska textilbranschens omfattning 115
2. Betydelsen av textilbranschens olika led 118
3. Textilkonsumtionens och textilproduktionens utveckling under 1930-talet 120
4. Tillverkningsteknik och vertikal integration 125
5. Produktionens differentiering i textila industrier och hos företag samt dess uppdelning på delbranscher 127
6. Varusortimentets storlek och tillverkningsseriernas längd 134
7. Kvalitets- och originalitetsnivåns höjd 136
8. Olika stora företags betydelse 140
9. Produktionens storlek per arbetaretimme 145
10. Distributionsvägar 148
11. Tillverkning på lager, säsong- och efterorder 152
12. Försäljningsområdets storlek 154
13. Försäljningens storlek per kund och per försäljare samt antal kunder 154
14. Samvariationen mellan olika tillverknings- och distributionskomponenter 157
15. Större försäljningsmotstånd då företagets andel av marknaden blivit mycket betydande 160
16. Detaljhandelns direkta inverkan på strukturen 163
17. Strukturförändringarna under 1930-talet och under kriget 166
18. Textilvarukonsumtionen i framtiden 169

Kap. 5. Den svenska ylleindustriens struktur

I. Sammanfattning 171
   1. Totalproduktionens fördelning på varugrupper och varuslag 172
   2. Totalproduktionens fördelning på olika grupper av företag 173
   3. Differentieringen av företagens produktion 174
   4. Varusortimentets storlek och tillverkningsseriernas längd 175
   5. Produktionens fördelning på olika orderslag och på olika delar av året 176
   6. Försäljningsvägar för vävnader 177
   7. Inköpsvägar för råvaror 178
   8. Antal kunder, försäljningens storlek per kund och per försäljare ... 178
   9. Produktionens storlek per arbetaretimme 180

II. Den svenska ylleindustriens utveckling under 1930-talet
   1. Produktion och import 181

2. Produktivitet m. m. 184
Bilaga 1 (löpande nr 1). Utvecklingen i absoluta tal 1924—1939.... 189

III. Den svenska ylleindustriens produktionsförhållanden och produktionsstruktur 190

1. Undersökningsperioden 191
2. Den svenska ylleindustriens utbyggnad i förhållande till den svenska konsumtionen 192
3. Förekomsten av integration mellan tillverkning av garn och tillverkning av vävnader 196
4. Det inbördes storleksförhållandet mellan olika led av produktionen och distributionen av yllevävnader 199
5. Fördelningen av produktionen av ullgarn på olika stora företag... 201
   A. Undersökningens representativitet 201
   B. Produktionens fördelning på olika stora företag 201
6. Ylleväveriernas produktionsstruktur 205
   A. Undersökningens representativitet 205
   B. Totalproduktionens fördelning på olika varugrupper 206
   C. Totalproduktionen fördelad på olika varuslag 207
   D. Totalproduktionens fördelning på företag av olika storlek 207
   E. Differentieringen av väveriernas produktion 212

Bilaga 1 (löpande nr 2). Olika slag av yllevävnader och 1 000-tal skott per meter under 1936—1938 216

IV. Ylleväveriernas distributionsstruktur och dennas samband med produktionsstrukturen

1. Uppgiftsmaterialet och undersökningsperioden 217
2. Ylleväveriernas uppdelning i delbranscher 218
3. Undersökningens representativitet för olika delbranscher 219
4. Delbransch 1: Företag tillverkande huvudsakligen herr- och överplaggstyger samt dräkt- och sporttyger 220
   A. Företagens uppdelning på storleksgrupper och undersökningens representativitet för dessa 220
   B. Komponenternas storlek för företagen i de olika storleksgrupperna 221
      a) Samvariationen mellan olika komponenter 221
      b) Komponenterna var för sig 224
   C. Jämförelse mellan median- och genomsnittsvärden för respektive komponenter samt dessas storlek för hela delbranschen, betraktad som en enhet 228
5. Delbransch 2: Företag tillverkande huvudsakligen dambeklädnadstyger utom dräkt- och kapptyger (till större delen klänningstyger) 229

A. Undersökningens representativitet 229
B. Komponenternas storlek 230
C. Jämförelse mellan median- och genomsnittsvärden för respektive komponenter samt dessas storlek för hela delbranschen, betraktad som en enhet 233
6. Delbransch 3: Företag tillverkande huvudsakligen filtar och draperityger 234
A. Företagens uppdelning på storleksgrupper och undersökningens representativitet för dessa 234
B. Komponenternas storlek för företagen i de olika storleksgrupperna 235
C. Jämförelse mellan median- och genomsnittsvärden för respektive komponenter samt dessas storlek för hela delbranschen, betraktad som en enhet 237
Bilaga 1 (löpande nr 3). Produktions- och distributionsstrukturen för ylleväverier 1938. Medianvärden 236/237
Bilaga 2 (löpande nr 4). Dito vägda genomsnittsvärden 236/237

V. Produktionens storlek per arbetaretimme

1. Produktionen per arbetaretimme vid tillverkning av ullgarn 238
A. Uppgiftsmaterialet 238
B. Samvariationen mellan storleken av produktionen per arbetaretimme och företagets produktion 239
C. Produktionens storlek per arbetaretimme och tillverkningsseriernas längd 240
2. Produktionen per arbetaretimme vid tillverkning av yllevävnader .. 242
A. Uppgiftsmaterialet 243
B. Samvariationen mellan storleken av produktionen per arbetaretimme och företagets produktion 243
C. Samvariationen mellan produktionens storlek per arbetaretimme och tillverkningsseriernas längd 244

Kap. 6. Den svenska bomullsindustriens struktur

I. Sammanfattning 247

1. Totalproduktionens fördelning på varugrupper och varuslag 248
2. Totalproduktionens fördelning på olika grupper av företag 249
3. Differentieringen av företagens produktion 250
4. Varusortimentets storlek och tillverkningsseriernas längd 251
5. Produktionens fördelning på olika orderslag och på olika delar av året 252
6. Försäljningsvägar för vävnader 252
7. Inköpsvägar för råvaror 253
8. Antal kunder, försäljningens storlek per kund och per försäljare 253
9. Produktionens storlek per arbetaretimme 255

II. Den svenska bomullsindustriens utveckling under 1930-talet

1. Produktion och import 255
2. Produktivitet m. m. 258
Bilaga 1 (löpande nr 5). Utvecklingen i absoluta tal 262

III. Den svenska bomullsindustriens produktionsförhållanden och produktionsstruktur 263

1. Undersökningsperioden 264
2. Den svenska bomullsindustriens utbyggnad i förhållande till den svenska konsumtionen samt graden av integration i bomullsindustrien... 265
3. Det inbördes storleksförhållandet mellan olika led av produktionen och distributionen av bomullsvävnader 266
4. Bomullsspinneriernas produktionsstruktur 270
A. Undersökningens representativitet 270
B. Produktionen av bomulls- och cellullgarn samt vigognegarn fördelad på olika slag av garn 271
C. Totalproduktionens fördelning på olika slag av garn och nummergrupper därav 273
D. Fördelningen av produktionen på olika stora företag 275
E. Differentieringen av bomullsspinneriernas produktion 276
5. Bomullsväveriernas produktionsstruktur 278
A. Undersökningens representativitet 278
B. Totalproduktionens fördelning på olika varugrupper 279
C. Totalproduktionens fördelning på olika varuslag 279
D. Totalproduktionens fördelning på företag av olika storlek 281
E. Differentieringen av olika väveriers produktion 284
Bilaga 1 (löpande nr 6). Olika slag av bomulls- och cellullvävnader och 10 000-tal skott per meter under 1936—1938 288

IV. Distributionsstrukturen och dennas samband med produktionsstrukturen hos väverier inom bomullsindustrien och angränsande industrier

1. Uppgiftsmaterialet och undersökningsperioden 289
2. Uppdelningen av företagen i delbranscher 290
3. Undersökningens representativitet för olika delbranscher 294
4. Delbransch 2: Företag tillverkande huvudsakligen dambeklädnadstyger (utom överplaggstyger) samt skjorttyger och flaneller 295
A. Företagens uppdelning på storleksgrupper och undersökningens representativitet för dessa 295
B. Komponenternas storlek för företagen i de olika storleksgrupperna 296
a. Samvariationen mellan olika komponenter 296
b. Komponenterna var för sig 296

C. Jämförelse mellan median- och genomsnittsvärden för respektive komponenter samt dessas storlek för hela delbranschen, betraktad som en enhet 300
5. Delbransch 3: Företag tillverkande alla slag av bomullsvävnader, men med huvudsakliga tillverkningen koncentrerad till beklädnadstyger exklusive blåtwills och fodervaror samt lakan o. dyl. (»blandad tillverkning») 302
A. Företagens uppdelning på storleksgrupper och undersökningens representativitet för dessa 302
B. Komponenternas storlek för företagen i de olika storleksgrupperna 303
C. Jämförelse mellan median- och genomsnittsvärden för respektive komponenter samt dessas storlek för hela delbranschen, betraktad som en enhet 306
6. Delbransch 4: Delbransch 2 plus 3 306
A. Företagens uppdelning på storleksgrupper och undersökningens representativitet för dessa 307
B. Komponenternas storlek för företagen i de olika storleksgrupperna .. 308
C. Jämförelse mellan median- och genomsnittsvärden för respektive komponenter samt dessas storlek för hela delbranschen, betraktad som en enhet 310
7. Delbransch 6: Företag tillverkande huvudsakligen gardin- och draperityger ävensom möbeltyger 312
A. Företagens uppdelning på storleksgrupper och undersökningens representativitet för dessa 312
B. Komponenternas storlek för företagen i de olika storleksgrupperna 313
a. Samvariationen mellan olika komponenter 313
b. Komponenterna var för sig 313
C. Jämförelse mellan median- och genomsnittsvärden för respektive komponenter samt dessas storlek för hela delbranschen, betraktad som en enhet 316
8. Delbransch 7: Företag tillverkande huvudsakligen band och snörmakerier 316
A. Företagens uppdelning på storleksgrupper och undersökningens representativitet för dessa 317
B. Komponenternas storlek för företagen i de olika storleksgrupperna 318
C. Jämförelse mellan median- och genomsnittsvärden för respektive komponenter samt dessas storlek för hela delbranschen, betraktad som en enhet 319
Bilaga 1 (löpande nr 7). Produktions- och distributionsstrukturen för bomullsvävnader 1938. Medianvärden 318/319
Bilaga 2 (löpande nr 8). Dito vägda genomsnittsvärden 318/319

V. Produktionens storlek per arbetaretimme vid bomullsväverierna samt något om dessas tillverkningskapacitet

1. Produktionen per arbetaretimme och lönekostnader för bomullsväverierna 320
   A. Uppgiftsmaterialet 320
   B. Storleken av produktionen per arbetaretimme vid vissa företag .. 321
   C. Samvariationen mellan produktionens storlek per arbetaretimme och tillverkningsseriernas längd 323
2. De svenska bomullsväveriernas produktionskapacitet 325

Kap. 7. Den svenska trikåindustriens struktur

I. Sammanfattning 327

1. Totalproduktionens fördelning på olika företag 329
2. Differentieringen av företagens produktion 329
3. Tillverkningens fördelning på olika orderslag och under olika delar av året 329
4. Försäljningsvägar 330
5. Inköpsvägar för råvaror 330
6. Antal kunder och försäljning per kund 331

II. Den svenska trikåindustriens utveckling under 1930-talet

1. Produktion och import 332
2. Produktionens storlek per arbetsställe och per arbetaretimme, samt arbetskraftens sammansättning 333

III. Trikåfabrikernas (arbetsställenas) fördelning på storleksgrupper efter antal arbetare åren 1930, 1935 och 1940 338

IV. Trikåindustriens distributionsstruktur och något om dennas samband med produktionsstrukturen

1. Uppgiftsmaterialet och undersökningsperioden 341
2. Trikåfabrikernas uppdelning i delbranscher 342
3. Utredningens representativitet för olika delbranscher 343
4. Delbransch 1: Företag tillverkande huvudsakligen trikåunderkläder för damer och barn 345
   A. Företagens uppdelning på storleksgrupper och undersökningens representativitet för dessa 345
   B. Komponenternas storlek för företagen i de olika storleksgrupperna 346
      a) Samvariationen mellan olika komponenter 346
      b) Komponenterna var för sig 347

C. Jämförelse mellan median- och genomsnittsvärden för respektive komponenter samt dessas storlek för hela delbranschen, betraktad som en enhet ... 350
5. Delbransch 2: Företag tillverkande huvudsakligen dam- och barnstrumpor ... 351
A. Företagens uppdelning på storleksgrupper och undersökningens representativitet för dessa ... 351
B. Komponenternas storlek för företagen i de olika storleksgrupperna 352
a) Samvariationen mellan olika komponenter ... 352
b) Komponenterna var för sig ... 353
C. Jämförelse mellan median- och genomsnittsvärden för respektive komponenter samt dessas storlek för hela delbranschen, betraktad som en enhet ... 354
6. Delbransch 3: Företag tillverkande huvudsakligen yttertrikåvaror för damer och barn (koftor, jumpers etc.) ... 355
A. Företagens uppdelning på storleksgrupper och undersökningens representativitet för dessa ... 355
B. Komponenternas storlek för företagen i de olika storleksgrupperna 356
C. Jämförelse mellan median- och genomsnittsvärden för respektive komponenter samt dessas storlek för hela delbranschen, betraktad som en enhet ... 357
7. Delbransch 4: Företag tillverkande huvudsakligen herrunderkläder av trikå ... 358
A. Företagens uppdelning på storleksgrupper och undersökningens representativitet för dessa ... 358
B. Komponenternas storlek för företagen i de olika storleksgrupperna 359
8. Korta observationer beträffande delbranscher, vilka på grund av uppgiftsmaterialets bristfällighet endast delvis kunnat analyseras ... 361
Delbransch 5: Företag tillverkande huvudsakligen herrstrumpor ... 361
Delbransch 6: Företag tillverkande huvudsakligen herrytterplagg av trikå 361
Delbransch 7: Företag tillverkande huvudsakligen herr-, dam- och barnunderkläder i kombination ... 361
Delbransch 8: Företag tillverkande huvudsakligen herr-, dam- och barnstrumpor i kombination ... 361
Delbransch 9: Företag med blandad tillverkning av trikåvaror ... 362
Delbransch 10: Företag tillverkande huvudsakligen trikåväv ... 362
Bilaga 1 (löpande nr 9). Förteckning över varuslag ingående i industrikommissionens statistik ... 362
Bilaga 2 (löpande nr 10). Produktions- och distributionsstrukturen för vissa delbranscher inom trikåindustrien 1938. Medianvärden ... 362/363
Bilaga 3 (löpande nr 11). Produktions- och distributionsstrukturen för vissa delbranscher inom trikåindustrien 1938. Vägda genomsnittsvärden ... 362/363

Kap. 8. Den svenska konfektions- och sömnadsindustriens struktur

I. Sammanfattning 363

1. Totalproduktionens fördelning på varugrupper och varuslag 365
2. Totalproduktionens fördelning på olika grupper av företag 365
3. Differentieringen av företagens produktion 366
4. Varusortimentets storlek och tillverkningsseriernas längd 366
5. Tillverkningens fördelning på olika orderslag och på olika delar av året 367
6. Försäljningsvägar för färdiga artiklar 368
7. Inköpsvägar för råvaror 368
8. Antal kunder och försäljningens storlek per kund och per försäljare ... 369
9. Produktionens storlek per arbetaretimme 371

II. Konfektions- och sömnadsindustriens utveckling under 1930-talet

1. Produktion och import 372
2. Produktionens storlek per arbetsställe och per arbetaretimme samt arbetskraftens sammansättning 374

III. Konfektions- och sömnadsfabrikernas (arbetsställenas) fördelning på storleksgrupper efter antal arbetare åren 1930, 1935 och 1940 376

IV. Konfektions- och sömnadsindustriens distributionsstruktur och något om dennas samband med produktionsstrukturen 379

1. Uppgiftsmaterialet 380
2. Konfektions- och sömnadsfabrikernas uppdelning i delbranscher 381
3. Utredningens representativitet för olika delbranscher 383
4. Delbransch 1: Företag tillverkande huvudsakligen kostymer och överplagg 384
   A. Företagens uppdelning på storleksgrupper och undersökningens representativitet för dessa 384
   B. Komponenternas storlek för företagen i olika storleks- och prislägesgrupper 386
      a) Samvariationen mellan olika komponenter 386
      b) Komponenterna var för sig 387
         1) Olika storleksgrupper 387
         2) Olika prislägesgrupper 389
   C. Jämförelse mellan median- och genomsnittsvärden för respektive komponenter samt dessas storlek för hela delbranschen, betraktad som en enhet 390
5. Delbransch 5: Företag tillverkande huvudsakligen damkappor 393
   A. Företagens uppdelning på storleksgrupper och undersökningens representativitet för dessa 393
   B. Komponenternas storlek för företagen i de olika storleksgrupperna 394

C. Jämförelse mellan median- och genomsnittsvärden för respektive komponenter 395
6. Delbransch 6: Företag tillverkande huvudsakligen damklänningar och blusar 396
A. Företagens uppdelning på storleksgrupper och undersökningens representativitet för dessa 396
B. Komponenternas storlek för företagen i de olika storleksgrupperna 397
C. Jämförelse mellan median- och genomsnittsvärden för respektive komponenter samt dessas storlek för hela delbranschen, betraktad som en enhet 398
7. Delbransch 11: Företag tillverkande huvudsakligen skjortor och pyjamas 399
A. Företagens uppdelning på storleksgrupper och undersökningens representativitet för dessa 399
B. Komponenternas storlek för företagen i de olika storleksgrupperna 400
8. Delbransch 19: Företag tillverkande huvudsakligen herrhattar och -mössor 401
9. Korta observationer beträffande delbranscher, vilka på grund av uppgiftsmaterialets bristfällighet endast delvis kunnat analyseras 402
Delbransch 2: Företag tillverkande huvudsakligen arbetskläder 402
Delbransch 3: Företag tillverkande huvudsakligen gummi- och oljekappor 403
Delbransch 4: Företag tillverkande huvudsakligen blandad herrkonfektion 403
Delbransch 7: Företag med blandad tillverkning av damkonfektion . 404
Delbransch 8: Företag tillverkande barnkonfektion 404
Delbranscherna 9 och 10: Företag tillverkande huvudsakligen damunderkläder respektive korsetter 404
Delbranscherna 12 och 13: Företag tillverkande huvudsakligen hängslen respektive kravatter 405
Delbransch 14: Företag med blandad tillverkning av beklädnadsartiklar (delbranscherna 9—13 i kombination) 405
Delbransch 15: Företag tillverkande huvudsakligen madrasser 406
Delbransch 16: Företag tillverkande huvudsakligen tält, flaggor, presenningar etc 406
Delbransch 17: Företag tillverkande huvudsakligen broderiartiklar (tapisseriarbeten) 406
Delbransch 18: Företag tillverkande huvudsakligen madrasser, tält och presenningar 407

Delbranscherna 20 och 21: Företag tillverkande huvudsakligen hattar och mössor för damer och barn respektive nyssnämnda artiklar i kombination med herrhattar och -mössor 407
Delbransch 22: Företag med blandad tillverkning av ett flertal slag av konfektions-, beklädnads- och sömnadsartiklar 407
Delbransch 23: Företag, utförande huvudsakligen lönsömnad..... 408
Bilaga 1 (löpande nr 12). Produktions- och distributionsstrukturen för vissa delbranscher inom konfektions- och sömnadsindustrien 1938. Medianvärden 408/409
Bilaga 2 (löpande nr 13). Produktions- och distributionsstrukturen för vissa delbranscher inom konfektions- och sömnadsindustrien 1938. Vägda genomsnittsvärden..... 408/409
Bilaga 3 (löpande nr 14). Fördelningen av företagens produktion på varugrupper och varuslag enligt kommerskollegii statistik..... 409

V. Antal arbetaretimmar och tillverkningsvärde per plagg hos olika stora företag inom konfektionsindustriens tre största delbranscher

1. Undersökningens omfattning, representativitet och uppgiftsmaterial... 411
2. Analys av de olika grupperna av företag..... 412
   A. Företag, vilkas tillverkningsvärde för manskostymer utgör minst åttio procent av totala tillverkningsvärdet..... 412
   B. Företag, vilkas tillverkningsvärde för damkappor utgör minst åttio procent av totala tillverkningsvärdet..... 416
   C. Företag, vilkas tillverkningsvärde för damklänningar utgör minst åttio procent av totala tillverkningsvärdet..... 420

Kap. 9. Vissa fakta om textilhandelns struktur

Något om betydelsen av olika företagstyper och olika stora företag i handeln med textila halv- och helfabrikat samt i textilhantverket

I. Uppgiftsmaterialet 425

II. Grosshandeln med textila halv- och helfabrikat 426

III. Textildetaljhandeln och textilhantverket

1. Den egentliga textildetaljhandeln 429
2. Detaljhandelsförsäljning av textilvaror utanför den egentliga textildetaljhandeln 432
3. Textilvaruhantverket 433
4. Fördelningen av textilvaruförsäljningen till slutliga förbrukare på olika typer av handel och hantverk..... 435
5. Försäljningen till slutliga förbrukare efter 1930 436

Kap. 10. Den svenska konsumtionen av textilvaror

I. Sammanfattning 437

II. Konsumtionsvolymen för textilvaror 1931—1943

1. Beräkningen av konsumtionsvolymen 438
2. Konsumtionsvolymens utveckling under 1931—1943 440
   A. Totalt 440
   B. Förändringar av konsumtionens inriktning 442
      a) 1931—1939 442
      b) 1940—1943 444

III. Sambandet mellan konsumtionsvolymen för textilvaror, inkomster och prisnivå

1. Inkomstelasticiteten och beräkningen av dennas storlek 446
2. Utvecklingen av uppskattade totala realinkomster för privatpersoner minus direkta skatter och totala textilvarukonsumtionen 1931—1943 448
3. Storleken av inköpen av kläder inom hushåll med olika inkomstnivåer 452
   A. Inom vissa familjehushåll i städer och tätorter 452
   B. Hela befolkningen 455
4. Textilvarukonsumtionen varierar i proportion med inkomsterna även vid stora förändringar av dessa 457

IV. Textilvarukonsumtionens utveckling efter kriget

1. Konsumtionsreservens storlek 458
2. Konsumtionens utveckling på kortare sikt 459
   A. Kläder 459
   B. Heminredningsartiklar 460
3. Konsumtionsutvecklingen på längre sikt (»10 år») 461

Bilaga 1 (löpande nr 15). Angående beräkningen av inkomster m. m. 461

Appendix 1. Vid rundfråga angående distributionsstrukturen och viss del av produktionsstrukturen använda formulär 466

Appendix 2. Jämförelse mellan antal företag (respektive arbetsställen), antal arbetare och tillverkningsvärde år 1938, redovisat i utredningen angående distributionsstrukturen m. m., å ena, och av kommerskollegium i »Industri», å andra sidan 477

Förteckning över diagram 485

Förteckning över bilagor 489

Litteratur och publicerade statistiska källor 490

Summary 492

See also p. 108.

List of diagrams 499

Translation of some words used in the diagrams 503

FÖRORD

Den skrift om de textila industriernas struktur, som härmed framlägges som ett resultat av arbetet vid Industriens Utredningsinstitut, bildar ett led i institutets strävan att på en gång tjäna näringslivet och den ekonomiska forskningen. Till grund för institutets verksamhet ligger den tanken, att dessa båda syften kunna verka ömsesidigt befruktande. Näringslivet behöver å ena sidan tillgodogöra sig framstegen icke endast inom den tekniska utan även inom den sociala och ekonomiska forskningen. Den nationalekonomiska vetenskapen å andra sidan har på det teoretiska planet utvecklats till en punkt, där den hotas av stagnation, om den icke fördjupas genom ett mera intensivt studium av de faktiska förhållandena ute i näringslivet — genom en kombination av nationalekonomiska och företagsekonomiska studier.

Fältet för en sådan *näringsekonomisk* forskning är praktiskt taget obegränsat, även om man inskränker sig till de problem, som äro av särskild betydelse för den industriella utvecklingen. Bland sådana frågor på ett mera allmänt plan, som i olika sammanhang blivit berörda i institutets utredningar, kan man som exempel peka på arbetsmarknadsutveckling, lokaliseringstendenser och finansieringsproblem. Det är emellertid naturligt att i centrum för institutets intresse kommit att stå de frågor, som gälla industriens inre uppbyggnad, med andra ord *industriens struktur*, vad gäller inköps- och avsättningsmarknader, sysselsättning samt produktionens inriktning och fördelning på olika företag. Dessa strukturstudier ha ägnats åt olika viktigare branscher inom svensk industri. Den härmed framlagda volymen bildar den första av ett antal sådana studier med varierande uppläggning.

Syftet med dessa studier har i första hand varit att *kartlägga* branschernas uppbyggnad i ovan berörda hänseenden. Men avsikten har även varit att så långt det varit möjligt försöka utforska de till grund för denna uppbyggnad liggande *ekonomiska sammanhangen*. Om man på detta sätt lyckas *förstå* branschens förhållanden, bör man därigenom även kunna skapa en bättre *förståelse* för branschens problem, både bland dess egna yrkesutövare och från deras sida, som betrakta den utifrån.

En allmän erfarenhet från institutets arbete är, att de enskilda branscherna i regel ha en mera komplicerad uppbyggnad, än man tidigare räknat med. En del av förklaringen måste sökas på ett historiskt, geografiskt eller personligt plan. Icke ens vid en så ingående branschundersökning som den här framlagda har det varit möjligt att mera fullständigt klarlägga branschens struktur. Man tvingas ofta stanna vid vissa

allmänna och relativt grova drag. Men ändå blir den bild man ställes inför starkt differentierad, och de ekonomiska sammanhang, det gäller att klargöra, framstå som relativt komplicerade. Trots de med undersökningar av branschstrukturen förknippade svårigheterna är det institutets förhoppning att såväl denna studie som andra nu pågående skola skapa ökad klarhet om industriens förhållanden och ekonomiska förutsättningar.

I detta sammanhang skall endast pekas på ett förhållande, som i den föreliggande undersökningen blivit särskilt belyst. Redan vid uppläggningen av dessa branschundersökningar stod det klart, att eljest oförklarliga drag i olika industribranschers struktur antagligen i hög grad kunna finna sin förklaring i de speciella förhållanden, som kännetecknа distributionen av deras produkter. Med en viss överdrift kan sägas, att produktionen bildar en spegelbild av distributionen. Först om man tar hänsyn till detta förhållande blir det möjligt att förklara de skillnader, som föreligga mellan industriens struktur i Sverige och i andra länder. Det är vanligt att i vissa avseenden uppställa den amerikanska industrien som en förebild i fråga om organisation och effektivitet. Ett närmare studium klargör, att de stora skillnader mellan svensk och amerikansk industri, som ofta föreligga, i stor utsträckning betingas av den begränsade svenska hemmamarknaden och därmed sammanhängande särdrag hos distributionen och konsumtionen. En praktisk slutsats av institutets branschundersökningar blir därför också, att en fortsatt utveckling av den svenska industrien intimt sammanhänger med möjligheterna att på ett rationellt sätt samordna produktion, distribution och konsumtion.

En branschundersökning av här framlagt slag skulle icke kunnat genomföras utan ett intimt samarbete med de olika industriföretagen. Dessa ha lämnat sitt stöd, både i form av utförliga statistiska uppgifter och genom andra upplysningar, som framkommit vid överläggningar och diskussioner. Textilrådet och Konfektionsindustriföreningen ha därvid verkat förmedlande och sammanhållande. Det stora intresse, som på detta sätt visats, har institutet tolkat som ett uttryck för den uppfattningen, att ett arbete av detta slag, som i sig innesluter ett utbyte av informationer mellan företagen och en därpå grundad vetenskaplig analys, bildar ett stöd för en progressiv industri. För detta värdefulla samarbete må här uttalas ett hjärtligt tack.

Föreliggande arbete har inom ramen för institutets allmänna utredningsprogram utförts av utredningsmannen, Folke Kristensson. I detta fall liksom i andra har det varit en självklar princip att ge honom fria händer att i kontakt med institutets ledning utforma undersökningen efter eget omdöme.

Stockholm i september 1946.

Ingvar Svennilson.

INLEDNING

På senhösten 1941 beslöt Industriens Utredningsinstitut att inom institutet företaga en utredning av de svenska textila industriernas struktur. Utredningsarbetet påbörjades emellertid först avsevärt senare och har sedermera vid ett par tillfällen måst avbrytas under ganska lång tid. Textilrådet utsåg i juni 1942 en rådgivande kommitté med uppgift att följa utredningen och lämna denna sitt stöd. I samma syfte utsåg även Konfektionsindustriföreningen representanter för konfektions- och sömnadsindustrien.

En kartläggning och analys av strukturen inom en industri kan vara av betydelse för den individuelle företagsledaren, som härigenom får tillfälle att jämföra sitt företags struktur med industriens struktur. Företagarna i en industri ha otvivelaktigt mycket god kännedom om åtskilliga förhållanden i industrien och äga säkerligen ofta en »branschkännedom», som på många punkter är större och mera djupgående än vad en utredning angående en industris ekonomiska struktur kan ge. Dock synes framför allt den genom en sådan utredning erhållna helhetsbilden av industriens produktions- och distributionsförhållanden och dessas samband med varandra kunna vara av värde. Särskilt torde detta gälla när, såsom fallet är i fråga om de textila industriernas[1] struktur, strukturen är relativt komplicerad och svåröverskådlig. För inom en industri eller snarare kanske inom »homogena» delar därav verksamma företag kan en utredning av strukturen tänkas vara av intresse genom att bilda grundvalen för gemensamma åtgärder — eventuellt efter med utgångspunkt från utredningen företagna, mera speciella undersökningar. I vissa sammanhang synes en utredning av strukturen även kunna vara av betydelse vid bedömande av vissa allmänna ekonomiska problem.

Förslag till eventuella åtgärder på basis av utredningens resultat ha ansetts falla utanför ramen för utredningen.

Genom en mera allmän behandling och analys av utformningen av produktions- och distributionsstrukturen hos konsumtionsvaruindustrier av typen textil-, beklädnads-, möbel- och skoindustrierna samt av de metodiska svårigheterna vid utförande av strukturundersökningar kan

[1] Med textila industrier avses i denna utredning huvudsakligen ylle-, bomulls-, trikå- samt konfektions- och sömnadsindustrierna.

kanske utredningen bidraga till att klargöra de viktigare delarna i ett företags och en industris struktur och sambanden dem emellan samt därigenom möjligen vara till nytta vid utförande av andra ekonomiska strukturundersökningar.

Som resultat av en preliminär bearbetning av en del av uppgiftsmaterialet framkom, att såväl produktions- som distributionsstrukturen i mycket hög grad påverkades dels av produktionens inriktning med hänsyn till tillverkningsteknik och de framställda produkternas användningssätt hos förbrukarna och dels av företagens storlek. En gruppering av företagen efter dessa grunder i ett stort antal delbranscher och dessa i sin tur i storleksgrupper visade sig därför nödvändig. Härigenom ökades omfattningen av både utredningsarbetet och redogörelsen för utredningens resultat avsevärt, särskilt som sammanslagningen av dessa små kategorier till större sådana för ernående av bättre överblick också blev mycket arbets- och utrymmeskrävande. Vid presentationen av utredningens resultat har också beaktats önskvärdheten att ställa jämförelsematerial till företagens förfogande. Av denna anledning har vissa delar av utredningen redovisats ännu utförligare än vad annars skulle varit fallet.

De på grund av strukturens komplicerade natur stora svårigheterna att giva en på en gång överskådlig och realistisk bild av strukturen förefaller, slutligen, ha gjort en mera allmän redogörelse av typen modellanalys för strukturens utformning hos företag och delbranscher inom konsumtionsvaruindustrier av typen textil-, beklädnads-, möbel- och skoindustrierna särskilt önskvärd. Kausalanalys i större omfattning än vad tillgängliga uppgifter medgivit skulle sannolikt också varit av stort värde. Den historiska utvecklingen torde ha utövat ett betydande inflytande på strukturen.

Utredningen presenteras i två delar. Den första är av mera principiell och allmän natur och innehåller en redogörelse för använda begrepp och statistiska metoder samt allmännare synpunkter på produktions- och distributionsstrukturens utformning hos företag och delbranscher inom konsumtionsvaruindustrier av typen textil-, beklädnads-, möbel- och skoindustrierna; den andra delen utgör i huvudsak en redogörelse för de viktigare textila industriernas produktions- och distributionsstruktur mot slutet av 1930-talet och vissa därmed sammanhängande frågor. Den första delen torde kunna läsas oberoende av den andra och även den andra delen oberoende av den första, om anspråk icke göres på en exaktare förståelse av använda begrepp liksom ej heller på en fylligare bild av de strukturella sammanhangen.

Första delen omfattar två kapitel. Det första behandlar i utredningen använda begrepp och statistiska metoder samt kortfattat några synpunk-

ter på den konkreta strukturundersökningens begränsning. Det andra kapitlet innehåller en mera generell redogörelse för produktions- och distributionsstrukturens utformning hos företag och delbranscher inom konsumtionsvaruindustrier med huvudsakligen s. k. monopolistisk konkurrens.

Den andra delen (del II) inledes med en mycket koncentrerad sammanfattning av de båda kapitlen i del I. Nästa kapitel (kap. 4) innehåller en översikt över huvudresultaten av undersökningen av de textila industriernas struktur. Den utgör i huvudsak en kortfattad redogörelse för olika strukturella karakteristika — komponenter — »tvärs igenom» de behandlade textila industrierna och delar av dessa, medan i därpå följande fyra kapitel (kap. 5—8) de strukturella karakteristika och sambanden dem emellan behandlats för varje textil industri och del därav för sig.

Kapitlen 5—8 (angående respektive ylle-, bomulls-, trikå- samt konfektions- och sömnadsindustriernas struktur) ha i stort sett utarbetats efter samma disposition. Vissa skiljaktigheter förekomma dock, emedan ibland vissa frågeställningar ansetts vara av större intresse för en industri än för andra och emedan uppgiftsmaterialets kvalitet och fullständighet varierat och därmed de analytiska möjligheterna.

I dessa kapitel lämnas efter en inledande sammanfattning en kort översikt över utvecklingen under 1930-talet av produktionen, importen, produktionsapparaten samt produktionen per arbetaretimme m. m. Mot bakgrunden av den sålunda erhållna bilden av utvecklingen har sedan den valda undersökningsperiodens lämplighet ur olika synpunkter diskuterats.

Därpå redogöres för produktionsstrukturen. För ylle- och bomullsindustrierna har denna kunnat undersökas tämligen utförligt i jämförelse med trikå- och konfektions- och sömnadsindustriernas produktionsstruktur, som endast kunnat analyseras i mycket stora drag, huvudsakligen i samband med distributionsstrukturen. Nästa avdelning i varje kapitel behandlar distributionsstrukturen, som dock måst analyseras betydligt mera schematiskt för trikåindustriens del än för övriga textila industriers.

Sambandet mellan produktions- och distributionsstrukturen har till största delen behandlats i anslutning till analysen av distributionsstrukturen.

Kapitlen angående ylle- och bomullsindustrierna avslutas med en kort redogörelse för produktionens storlek per arbetaretimme och kapitlet angående konfektions- och sömnadsindustrien med en något mera utförlig sådan. I fråga om bomullsindustrien har även industriens kapacitet något berörts.

I syfte att möjliggöra läsning av kapitlen 5—8 var för sig ha referenser, hänvisningar, definitioner o. dyl. delvis upprepats. Samtidigt torde den likartade uppläggningen av dessa kapitel underlätta en jämförelse dem emellan.

Kapitlen 9—10 (angående olika företagstyper och olika stora företag i textilhandeln respektive utvecklingen och sammansättningen m. m. av den svenska textilkonsumtionen) behandla delvis avvikande problem, som dock sammanhänga med de i kapitlen 5—8 behandlade. Samband finnes sålunda mellan de textila industriernas, textilhandelns och textilvarukonsumtionens struktur.

I två appendices återfinnas, slutligen, redogörelser dels för vissa i utredningen använda formulär och dels en beräkning av representativiteten hos undersökningen av huvudsakligen distributionsstrukturen genom jämförelser med kommerskollegii statistik.

På grund av arbetsuppgiftens storlek har denna utredning måst bliva ganska omfattande. Detta gäller också redovisningen av utredningens resultat trots allvarliga försök att begränsa framställningens längd. I detta syfte ha bl. a. referenser, hänvisningar och diskussioner av källmaterial starkt förkortats. De ha bibehållits oavkortade, då så ansetts nödvändigt, t. ex. för att ge en uppfattning om det statistiska materialets tillförlitlighet, men ha i övrigt i allmänhet icke behandlats i detalj, ifall ändå inga svårigheter synas föreligga att finna och/eller bedöma primäruppgifterna. Med »kommerskollegii officiella statistik» avses exempelvis den av kommerskollegium publicerade statistiken över såväl produktionen, produktionsapparaten, anställda arbetare etc. (»Industri») som import och export (»Handel») och förbrukning av råvaror inom industrien (»Kommersiella meddelanden»). I flertalet fall har dock hänvisats till bestämd del av de statistiska uppgifterna i fråga.

Under »textila organisationer» inbegripas i första hand Textilrådet och Konfektionsindustriföreningen, vilka lämnat utredningen sin mycket värdefulla hjälp och med vilka samråd skett i olika former. Svenska textilfabrikantföreningen och Svenska konfektionsfabrikantföreningen ha emellertid också lämnat utredningen sitt stöd. Av dessa ha nämligen oberoende av denna undersökning förslag väckts och intresse skapats för en distributionsundersökning av textilhandeln. Här utförd distributionsundersökning är sålunda till stor del byggd på svar på frågeformulär, vid vilkas utformande kontakt etablerats med den utredning angående textilhandelns distributionsförhållanden, som pågår under ledning av professor G. Törnqvist med biträde av amanuens T. Paulsson Frenckner i samverkan med representanter för textilhandelns olika led. Genom ömsesidig anpassning av frågeformulären skapas möjligheter för en samordning av undersökningarna av distributionsvägarna mellan de textila industriernas och handelns olika led.

De uppgifter, som legat till grund för utredningen, ha hämtats ur ett stort antal källor. De viktigaste äro:

(1) direkt genom rundfrågor insamlade uppgifter angående förutom

företagsstorleken huvudsakligen distributionsstrukturen men även viss del av produktionsstrukturen (se appendix 1);

(2) uppgifter insamlade och bearbetade av statens industrikommission huvudsakligen angående produktionens fördelning 1936—1938 på olika företag och ett relativt stort antal varuslag; samt

(3) kommerskollegii uppgifter angående totala produktionen av olika varuslag m. m., produktionsapparaten, antal arbetare, storleksfördelningen mellan arbetsställen efter antal arbetare (»femårsrapporterna»), förbrukning av råvaror inom olika textila industrier, import och export ävensom tillverkningsvärde per företag, m. m.

Författaren är Industriens Utredningsinstitut mycket tacksam för att ha erhållit utredningsuppdraget och beretts goda möjligheter att utföra detsamma. Institutets direktör, docent Ingvar Svennilson, som kom med uppslaget till utredningen, deltog från början i dennas uppläggning och har även under utredningsarbetets fortgång varit utredningsmannen till ovärderligt stöd med råd och dåd. Utredningen har medfört ett synnerligen omfattande arbete med granskning och bearbetning av ett stort siffermaterial, vilket mycket skickligt och noggrant till största del utförts av fröken R. Wiklund, som även kontrolläst korrekturet. Fil. lic. Erik Dahmén och fil. kand. Erik Ruist ha läst manuskriptet och kommit med mycken konstruktiv kritik. Pol. mag. Margot Lindell har genomgått största delen av korrekturet och företagit många språkliga förbättringar. Även institutets personal i övrigt är utredningsmannen stor tack skyldig för god hjälp.

Av mycket stort värde har varit att få diskutera utredningen i preliminär form med de av Textilrådet och Konfektionsindustriföreningen utsedda rådgivande kommittéerna, vilkas ordförande varit direktören, fil. och jur. utr. kand., E. W. Paues. Han har visat utredningen mycket stort intresse och har liksom medlemmarna i kommittéerna i rikt mått ställt sin ingående kännedom om textilbranschen till utredningens förfogande. Medlemmar av kommittéerna ha varit: för ylleindustrien direktör N. Engberg, ingenjör S. Nyborg och direktör W. Wahren; för bomullsindustrien civilingenjör Gunnar Berg, konsul Th. C. Bergh och direktör F. G. Thulin; för trikåindustrien framlidne direktören G. Eiserman samt disponent G. Westerholm och direktör Å. Wiberg; för beklädnadsindustrien direktörerna Hj. Grahl, C. A. Molander och S. Salén.

Utredningsmannen har även kunnat draga nytta både av välvilligt tillmötesgående från ledningen för Statens industrikommission och av den betydande branschkännedomen hos många befattningshavare inom kommissionen, i synnerhet dess textilavdelning. Särskilt ha ingenjörerna Ivar Lindquist och Bertil Nygren ägnat utredningen stort intresse.

Kapitel 4 och delar av kapitlen 1 och 2 i manuskript har författaren haft förmånen att få diskutera med professor Gerhard Törnqvist, som även läst kapitlen 2 och 4 i korrektur, och amanuens, civilekonom T. Paulsson Frenckner. Ett utkast till kapitel 2 har varit föremål för en ingående diskussion på två sammanträden i företagsekonomiska licentiatseminariet vid Handelshögskolan i Stockholm med numera professor Sune Carlson som ordförande och disponent Jan Erik Leander som opponent. Den senare har även, liksom överingenjör J. Th. Reinholds och civilekonom Bertil Wålstedt, M. A., läst kapitel 2 i korrektur. Kapitel 10 har tillsammans med annan utredning behandlats på sammanträde i Stockholms högskolas licentiatseminarium i nationalekonomi.

Till alla deltagare i dessa diskussioner vill författaren uttrycka sitt varma tack. Med anledning av diskussionerna har översikten i kapitel 4 utvidgats till att beröra samtliga viktigare, i utredningens följande kapitel utförligare behandlade, frågeställningar. Ett flertal omplaceringar och förändringar av texten i övrigt har också företagits och kapitel 2 utvidgats.

För stimulerande studier i företagsekonomi och nationalekonomi samt för fruktbärande tankeutbyte i allehanda ekonomiska frågor under många år står författaren i mycket stor tacksamhetsskuld till lärare — och då alldeles särskilt professorerna Bertil Ohlin och Gerhard Törnqvist — och studiekamrater vid Handelshögskolan i Stockholm, med vilken han alltsedan elevtiden och även under sin praktiska verksamhet haft förmånen kunna bibehålla en nära kontakt. Diskussionerna på och i anslutning till sammanträdena i licentiatseminariet i nationalekonomi vid Stockholms högskola liksom samtal under och efter seminariesammanträdena i »marketing» med numera Dean E. T. Grether, School of Business Administration, University of California, Berkeley, skola också framhållas.

I utredningsarbetets alla stadier har författarens hustru lämnat mycken och värdefull hjälp, som här tacksamt skall redovisas.

Stockholm i juni 1946.

Folke Kristensson.

DEL I

PRINCIPIELLA SYNPUNKTER PÅ STRUKTUREN INOM KONSUMTIONSVARUINDUSTRIER

Kap. 1. ANVÄNDA BEGREPP OCH STATISTISKA METODER

I detta kapitels första avdelning definieras kortfattat de begrepp, som användas i den *konkreta* strukturanalysen av de textila industrierna, vilken behandlas i denna boks del II. I kapitel 2 ha de viktigare begreppen i en strukturanalys behandlats utförligare och mera generellt. Kapitel 1 torde emellertid innehålla en tillräckligt utförlig redogörelse för använda begrepp för att man efter en genomläsning därav skall kunna taga del av den konkreta strukturanalysen i del II. Kapitlet berör icke eller endast summariskt vissa begrepp, som torde förefalla praktikerna tämligen klara och som icke nödvändigtvis måste definieras före ett studium av den konkreta strukturanalysen.

I övrigt innehåller detta kapitel kortfattade redogörelser för de i utredningen tillämpade statistiska metoderna samt den konkreta strukturundersökningens begränsning.

I. Använda begrepp

Struktur — företag — vara

1. Varje företag och varje industri kan betraktas ur olika synvinklar. Man kan t. ex. observera och bedöma ett företag och en industri ur teknisk synpunkt — vilka slags maskiner, som användas, vilka produktionsmetoder, som tillämpas, o. s. v.; eller t. ex. ur social synpunkt — på vilka sätt de anställda erhålla ersättning för sitt arbete, vilka arbetshygieniska åtgärder, som vidtagits, hur bostadsfrågan är ordnad, o. s. v.

I denna utredning om de större textila industriernas struktur ha dessas produktion och distribution betraktats ur ekonomisk synpunkt. Uppgiften har varit att visa, hur industrierna och företagen inom dessa äro uppbyggda i vissa avseenden, som äro av väsentligt intresse ur ekonomisk synpunkt — för uppnående av största möjliga nettointäkt under den period, för vilken planeras.[1]

Man kan säga att ett företags eller en industris uppbyggnad eller konstruktion

[1] Då all verksamhet har en ekonomisk sida, kan man betrakta allt även ur ekonomisk synpunkt. Här har emellertid problemställningen begränsats till vad som synes vara av väsentligt ekonomiskt intresse i produktionens och distributionens struktur.

Struktur
Komponenter

— *struktur* — utgöres av ett antal delar — *komponenter* — vilkas storlek och beskaffenhet är olika för olika strukturer. Vissa komponenter äro främst av betydelse för produktionen, t. ex. tillverkningsseriernas längd, andra främst för distributionen, t. ex. storleken av försäljningen per kund.

Produktionsstrukturen har liksom distributionsstrukturen beskrivits och analyserats genom att redovisa storleken och beskaffenheten av samt sambandet mellan ett antal *komponenter*, varav strukturen kan sägas vara uppbyggd. I *produktionsstrukturen* ingå komponenter, som främst äro av betydelse för produktionen, t. ex. tillverkningsseriernas längd, varusortimentets storlek och tillverkningens kvalitetsnivå, medan i *distributionsstrukturen* ingå komponenter främst av betydelse för distributionen, t. ex. antal kunder och försäljning per kund. Produktions- och distributionsstrukturens uppbyggnad och utformning behandlas utförligare och mera generellt i nästa kapitel. De i produktions- respektive distributionsstrukturen ingående komponenterna definieras utförligare i avsnitten 9 och 10 i följande kapitel.

Produktionsstruktur

Distributionsstruktur

Ett nära samband råder mellan utformningen av produktions- och distributionsstrukturen. I själva verket kan i många hänseenden någon skarp gräns mellan produktions- och distributionsstrukturen icke dragas. För underlättande av framställningen ha emellertid — i likhet med vad som skett i redogörelsen för vissa textila industriers struktur — komponenterna klassificerats i sådana tillhörande produktions- respektive distributionsstrukturen.

Textil industri

Med *textil industri* avses de olika grupper av företag, vilka i den officiella statistiken klassificeras såsom olika industrier under rubriken textil- och beklädnadsindustri. Indelningsgrunder ha därvid huvudsakligen varit förbrukade slag av råvaror och den använda tekniken. Angående delbransch, som är det i strukturanalysen mest relevanta »gruppbegreppet», se avsnitt 2.

I denna utredning ha endast behandlats ylle-, bomulls-, trikå- och beklädnadsindustrierna.[1] Sistnämnda industri, som inom branschen vanligen icke hänföres till textilindustrien, har alltså räknats såsom en av de textila industrierna. Sidenväverier och linneväverier samt hatt- och mössfabriker ha dessutom något berörts i utredningen.

Grundläggande för en bedömning av strukturen äro i övrigt begreppen företag och varuslag.

Företag

Med *företag* avses, då ej annorlunda sägs, ekonomiska enheter, ej lokala, tekniska eller juridiska. Om flera fabriker drivas under gemensam ledning, räknas de som ett företag — även om de skulle vara skilda juridiska personer.

Varugrupper

Varugrupper bestå av ett antal med hänsyn till användningssättet[2] och tillverkningstekniken — i vidaste bemärkelse — likartade varuslag, t. ex. beklädnadstyger av ylle, heminredningstyger, fodervävnader, tekniska vävnader, herrkonfektion, damkonfektion o. s. v.

[1] Beklädnadsindustrien har i enlighet med språkbruket i branschen vanligen kallats konfektions- och sömnadsindustrien.

[2] Ifråga om användningen hos den slutlige konsumenten (förbrukaren).

Såsom *varuslag* betecknas de minsta enheterna, som angivas i primärmaterialet, d. v. s. industrikommissionens uppgifter om produktionen i ylle-, bomulls- och trikåindustrierna och kommerskollegii statistik över konfektions- och sömnadsindustriens produktion. Förteckningar över de i statistiken angivna varuslagen i respektive industrier återfinnas som bilagor till kapitlen om dessa. Såsom exempel på varuslag må nämnas skjorttyger, lakansväv, vinterkapptyger, damstrumpor och herrkostymer. Varuslag

Uppdelningen av produktionen på varuslag måste alltid i viss mån bli godtycklig. Den huvudsakliga indelningsgrunden har varit användningssättet men ibland också den använda tekniken, t. ex. kostymtyger av kamgarn[1] och kostymtyger av kardgarn[1], eller slag av råvara, t. ex. klänningstyg av kamgarn och klänningstyg av konstsilke. De på grundval av andra indelningsgrunder än användningssättet avgränsade varuslagen förete emellertid ofta så stora skiljaktigheter i fråga om användningssättet att de dock i denna utredning behandlats såsom skilda varuslag icke endast med hänsyn till produktionsstrukturen utan även till distributionsstrukturen. För den senare är användningssättet men inte tillverkningstekniken i och för sig främst av intresse.

En tämligen utförlig redogörelse för kraven på en tillfredsställande varudefinition och svårigheterna att tillgodose dessa återfinnes i nästa kapitels avdelning II.

Delbransch — varuområde

2. Inom varje textil industri, t. ex. ylleindustrien, ha möjligast likartade företag sammanförts i grupper dels efter tillverkningsteknik (vid analysen av produktionsstrukturen) och dels efter användningssättet[2] för de i huvudsak tillverkade produkterna (vid analysen av distributionsstrukturen). Dessa senare grupper kallas för *delbranscher*. Ylleväverier tillverkande huvudsakligen herr- och överplaggstyger bilda exempelvis en delbransch. Delbransch

Tillverkningstekniken, eller i varje fall den möjliga tillverkningstekniken, är nästan undantagslöst likartad för samtliga företag i varje delbransch — men ofta också för samtliga företag inom flera delbranscher, vilka då sammanslagits vid analysen av produktionsstrukturen. Grupperna av med hänsyn till den möjliga tillverkningstekniken likartade företag ha sålunda bildats genom sammanslagning av delbranscher.

Grupperna av företag med likartad tillverkningsteknik liksom delbranscherna ha i sin tur uppdelats i *storleksgrupper* efter storleken av respektive företags salutillverkningsvärde för färdigprodukter.[3] I de enstaka undantagsfall företag sålt annat Storleksgrupp

[1] Vid framställning av kamgarn kardas och kammas ullen före spinningen, medan vid framställning av kardgarn ullen och ullmaterialet (ullavfall, schoddy etc.) endast kardas före spinningen. Kamgarnstyger äro nästan alltid betydligt lättare än kardgarnstyger.

[2] I fråga om användningen hos den slutlige konsumenten /förbrukaren/ (»funktionen inom konsumtionen»).

[3] Vid analysen av produktionsstrukturen skulle förädlingsvärdet vara ett bättre mått på företagsstorleken. Uppgifter om förädlingsvärdet (tillverkningsvärdet minus kostnader för förbrukade råvaror, alla slag) ha emellertid icke kunnat erhållas — däremot icke sällan om tillverkningsvolymen (kg, skott, etc.), vilka uppgifter då utnyttjats.

Angående grupperingen av företagen, se även avdelning II i detta kapitel.

än obetydliga kvantiteter inköpta produkter utan att dessa bearbetats inom företaget har vid analysen av distributionsstrukturen värdet av denna försäljning lagts till salutillverkningsvärdet. Salutillverkningsvärdet har vid jämförelse med värdet av företagets försäljning under samma period visat sig sammanfalla mycket nära med detta, vilket också är att vänta på grund av den normalt obetydliga lagerhållningen av färdigprodukter i de textila industrierna.[1]

De till en viss delbransch hänförda företagen behöva i och för sig icke samtliga höra till samma textila industri. Att så dock med endast enstaka undantag blivit fallet beror på att företagen inom en viss industri tillverka varor, vilka med avseende på användningssättet förete väsentliga skiljaktigheter från varor, tillverkade inom andra textila industrier. Av bomulls- och ylleindustrierna tillverkade klänningstyger ersätta varandra exempelvis i mycket liten utsträckning i konsumtionen, ehuru naturligtvis likheterna äro mycket större än mellan de inom flertalet till samma industri hörande delbranscher tillverkade varorna.

»Närliggande» delbranscher ha i analysen jämförts med varandra.

Huvudvaror

De varuslag, vilka utgöra den »huvudsakliga» tillverkningen för en delbransch, kallas *huvudvaror* och användningsområdet (det ändamål för och den omfattning i vilken produkterna användas hos den slutlige konsumenten /förbrukaren/) för dessa för *huvudvaruområde*. I huvudvaruområdet för en delbransch inräknas sålunda icke användningsområdet för de varuslag, som eventuellt tillverkas utöver huvudvarorna. I ovannämnda delbransch, företag tillverkande huvudsakligen herr- och överplaggstyger, utgjorde de varuslag, som innefattas under herr- och överplaggstyger huvudvarorna. I delbranschen framställes t. ex. även små kvantiteter klänningstyg, vilket icke ingår i herr- och överplaggstyger och sålunda icke inräknas i huvudvaruområdet för denna delbransch. Sådana varor kallas för *kompletteringsvaror* i delbranschen i fråga.

Huvudvaruområde

Kompletteringsvaror

De individuella företagen tillverka ofta såsom komplettering av huvudvarorna kompletteringsvaror i icke obetydlig omfattning. Oftast torde dessa produceras av hänsyn till försäljningen men i vissa fall till produktionen (säsongutjämning). Ibland kunna företagen ha en betydande tillverkning av kompletteringsvaror. Orsaken härtill kan vara att företagen hålla på att utveckla en produktion av nya varuslag, vilken så småningom kommer att förändra deras huvudvaruområde. Olika företag även inom samma delbransch ha olika kompletteringsvaror.

Vid uppdelningen av företagen i olika delbranscher har hänsyn endast tagits till produktionen av huvudvarorna. Grupperingen av företag har utförts så att tillverkningen av huvudvarorna icke inom något företag utgör mindre än två tredje-

[1] Salutillverkningsvärdet har för korthetens skull kallats *försäljningsvärde* för siffermässigt analyserade företag. För dessa ha även uppgifter, ehuru icke alltid exakta, om värdet av försäljningen kunnat erhållas. Sammanlagda salutillverkningsvärdet för samtliga företag (siffermässigt analyserade och andra) i en storleksgrupp respektive delbransch dividerat med antalet företag har kallats *tillverkningsvärde per företag*. I senare fallet ha avvikelser mellan salutillverkningsvärde och värdet av försäljningen icke kunnat mätas, medan i förra fallet hänsyn kunnat tagas till dessa, som dock nästan aldrig varit väsentliga.

delar av totala tillverkningsvärdet för färdigvaror, i flertalet delbranscher mer än tre fjärdedelar och ofta mer än nio tiondelar.

I analogi med huvudvaruområdet för en delbransch bildar användningsområdet för huvudvarorna i ett företag liksom i en textil industri företagets respektive industriens huvudvaruområde. Huvudvarorna för ett företag äro desamma som för den delbransch företaget tillhör.[1]

Användningsområdet för samtliga inom en delbransch, ett företag eller en industri tillverkade varuslag (alltså både huvud- och kompletteringsvaror och *oavsett i vilken omfattning varuslagen tillverkas*) bilda respektive delbranschens, företagets och industriens *varuområde*.

Varuområde

Då inga företag[2] inom någon delbransch, tillhörande en industri, tillverka varor, vilka falla utanför de av ifrågavarande industri tillverkade produkternas användningsområde och inga företag utom industrien i fråga tillverka samma varuslag som inom industrien, finnes ingen skillnad mellan huvudvaror och kompletteringsvaror för en industri. Alla inom industrien tillverkade varor kunna sägas vara ifrågavarande industris huvudvaror och huvudvaruområdet överensstämmer med varuområdet.

Varuområdet för en delbransch omfattar förutom huvudvarorna (som alltså äro desamma för delbranschen och företagen i denna) alla de av i delbranschen ingående företagen tillverkade kompletteringsvarorna. Då olika företag producera olika kompletteringsvaror, innebär detta att varuområdet för en delbransch ofta omfattar ett mycket stort antal och olikartade varuslag. Då de individuella kompletteringsvarorna emellertid spela en mycket liten roll för delbranschen, kommer varuområdet att ge en missvisande bild av produktionens inriktning inom delbranschen. En god bild därav erhålles i stället vanligen av delbranschens huvudvaruområde.[3]

För de individuella företagen är de tillverkade kompletteringsvarornas betydelse relativt större och utgör ofta en viktig karakteristik av avsättningsmöjligheterna och produktionens inriktning. För ett företag är därför varuområdet[4] ofta det mest relevanta begreppet. Det vore emellertid säkerligen av visst intresse att använda även begreppet huvudvaruområde för företagen och studera produktionens storlek för huvud- och kompletteringsvaror. Det har emellertid av statistiska skäl ävensom med hänsyn till framställningens längd och kraven på anonymitet tyvärr icke varit möjligt att genomgående använda begreppet huvudvaruområde för de individuella företagens produktion. I så fall skulle man för nästan varje enstaka företag behöva angiva vilka kompletteringsvarorna äro och dessas betydelse, då företagen äro så olikartade i dessa hänseenden att några sammanfattningar knappast kunna utföras.

[1] Men ett företag behöver icke tillverka alla de varuslag, som ingå i huvudvarorna i fråga.

[2] Med ett par undantag.

[3] I kapitel 5—8 ha uppgifter lämnats om delbranschernas huvudvaruområden.

[4] Man skulle kunna säga att varuområdet angiver den del av marknaden företaget »är inne på» — i större eller mindre utsträckning.

Vid analysen av produktionsstrukturen har emellertid beträffande ylle- och bomullsindustrierna en uppdelning av de olika företagens produktion på varugrupper, antal varuslag inom varje varugrupp samt olika långa produktionsserier utförts. I trikå- och beklädnadsindustrierna spela kompletteringsvarorna en förhållandevis liten roll. För den senare ha uppgifter om antal tillverkade varugrupper kunnat angivas. På detta sätt erhålles en viss uppfattning om bl. a. kompletteringsvarornas ungefärliga betydelse i förhållande till huvudvarorna.

Mätning av storleken av varuområde och huvudvaruområde

Ett mått på huvudvaruområdets storlek för en delbransch kan erhållas helt enkelt genom att addera de totala försäljningsbeloppen på marknaden[1] *under en viss tidsperiod för de varuslag, som ingå i delbranschens huvudvaror.* Storleken av huvudvaruområdet för t. ex. delbransch 1 i ylleindustrien, bestående av företag tillverkande huvudsakligen herr- och överplaggstyger, är lika med det sammanlagda försäljningsvärdet på den svenska marknaden (inklusive försäljningsvärdet för importerade herr- och överplaggstyger) för samtliga varuslag, som ingå i herr- och överplaggstyger, kanske 100 miljoner kronor i fabriks- respektive importpris räknat; för delbransch 2 inom ylleindustrien (företag tillverkande huvudsakligen dambeklädnadstyger) är kanske motsvarande försäljningssumma 50 miljoner kronor. Den förra delbranschens huvudvaruområde är alltså dubbelt så stort som den senares.

Ett mått på storleken av *varuområdet för ett företag* utgör summan av de totala försäljningsbeloppen på hela marknaden för samtliga varuslag, som företaget tillverkar (alltså icke endast de varuslag, som ingå i huvudvarorna utan även övriga av företaget tillverkade varuslag). I varuområdet inräknas ju även kompletteringsvarorna. Antag att ett företag i delbransch 1 av huvudvarorna herr- och överplaggstyger tillverkar varuslagen vinteröverrockstyger och vinterkapptyger samt därutöver klänningstyger av kamgarn såsom kompletteringsvara. Antag vidare att de totala försäljningsbeloppen för vinteröverrockstyger och kapptyger under en viss tidsperiod på hela den svenska marknaden (alltså samtliga företags produktion av dessa varuslag /som antagas bliva sålda under samma tidsperiod som de produceras/ plus all import av dessa varuslag) uppgår till 25 miljoner kronor och motsvarande försäljningsbelopp för klänningstyger av kamgarn till 10 miljoner kronor. Varuområdets storlek för företaget ifråga är då lika med 25 + 10 = 35 miljoner kronor. Hur stor företagets faktiska produktion är inverkar icke på varuområdets storlek utan endast vilka varuslag, som tillverkas.

Storleken av varuområdet för en textil industri är däremot lika med tillverkningens försäljningsvärde för hela denna industri plus det sammanlagda värdet av importerade varuslag motsvarande dem, som tillverkas av industrien ifråga.

I avsaknad av uppgifter om försäljningsbeloppen för olika varuslag[2] har i denna

[1] För de svenska textila industrierna förefaller det lämpligt att med marknad avse den svenska marknaden. Flertalet textilföretag sälja över hela landet eller skulle med hänsyn till transportkostnader o. d. kunna göra detta samtidigt som exporten med undantag för ett litet fåtal företag saknades eller var obetydlig under 1930-talet.

[2] Uppgifter om försäljningsbelopp saknas helt. Däremot finnas i kommerskollegii statistik uppgifter om tillverkningens försäljningsvärde under kalenderår för vissa varuslag eller grupper av varuslag, vilka dock i allmänhet äro för stora för att kunna användas i denna analys.

utredning huvudvaruområdets storlek icke kunnat beräknas på ovan angivet sätt. En ungefärlig uppfattning om storleksordningen av de olika delbranschernas huvudvaruområden har dock i flertalet fall kunnat erhållas genom att addera i respektive delbranscher ingående företags salutillverkningsvärde och därefter uppskattningsvis justera detta med hänsyn till produktionen av kompletteringsvaror. På grund av den bristfälliga statistiken kan däremot någon hänsyn till importvarorna icke tagas.[1]

En uppfattning om den *relativa* storleken av olika företags varuområden (alltså både huvud- och kompletteringsvaror) inom samma delbransch har erhållits genom att beräkna hur stor andel av totala produktionen inom en industri[2] (alltså av alla av denna tillverkade varuslag) de varuslag utgöra, vilka framställas (oavsett i vilken omfattning) av respektive företag — allt i kvantiteter räknat. På grund av svårigheterna att finna en lämplig måttenhet har en siffermässig sådan beräkning endast utförts för ylle(vävnads)- och bomulls(vävnads)- och beklädnadsindustrierna och endast för de största delbranscherna inom dessa. Den använda måttenheten har för väverierna varit antal producerade skott[3], vilken beträffande ylleindustrien justerats på så sätt att antalet skott för konstsilkefoder halverats för ernående av bättre jämförbarhet med övriga varuslag, och för sömnadsindustrien salutillverkningsvärde.

Ett fingerat exempel torde underlätta förståelsen av hur den relativa storleken av varuområdet för ett företag beräknats. Om ett företag inom ylleindustrien endast tillverkar två varuslag, sommarkapp- och vinterkapptyger, av vilka produktionen hos alla företag i ylleindustrien utgör vardera tio procent av hela produktionen i denna industri (av alla varuslag hos samtliga företag), kan företagets varuområde sägas utgöra $10+10=20$ procent av hela varuområdet inom ylleindustrien minus importen. Ett annat företag, vars faktiska produktion är dubbelt så stor som det förra företagets (t. ex. 3 000 mot 1 500 miljoner skott), kanske endast tillverkar det ena varuslaget, t. ex. sommarkapptyger. Detta företags varuområde är då endast hälften så stort som det förra företagets och utgör tio procent av varuområdet inom hela ylleindustrien minus importen *trots* att dess produktion är dubbelt så stor och *trots* att dess totala, faktiska produktion endast uppgår till 3 000 miljoner skott eller en procent av ylleindustriens totalproduktion (300 000 miljoner skott).

I många fall torde ovan angivna varuområden giva en ganska otillfredsställande bild av avsättningsmöjligheterna — vilka i sin tur påverka produktionsmöjligheterna. För flertalet delbranscher synes man dock kunna erhålla en tämligen god uppfattning om avsättnings- och därmed produktionsmöjligheter genom angivande av huvudvaruområdets ungefärliga storlek.

Definitionen av huvudvaruområde och varuområde för såväl ett företag som en delbransch har måst anpassas efter tillgängligt uppgiftsmaterial för att kunna bliva ett användbart instrument i analysen. Som framgår i det följande, lider

[1] I utrikeshandelsstatistiken är varuindelningen ännu grövre än i produktionsstatistiken.

[2] Andelen måste beräknas av ifrågavarande industris produktion och icke av delbranschens, emedan kompletteringsvaror i en delbransch kunna vara huvudvaror i en annan och tvärtom.

[3] Antal skott är lika med antal inslags- eller väfttrådar (vilka »korsa» varptrådarna).

emellertid definitionen av vissa svagheter, vilka torde vara mest betydelsefulla, då det gäller definitionen av varuområde för ett företag. Företagen äro sålunda ofta inriktade icke endast på produktion av vissa varuslag utan även — och ibland kanske främst — på en viss kvalitets- och originalitetsnivå. Då så är fallet borde varuområdets storlek begränsas till den totala konsumtionen av de varuslag, vilkas kvalitet och originalitet ligger på samma nivå som de av företaget tillverkade varuslagen. Ibland kan gränsen för företagets varuområde vara skarpare i fråga om kvalitets- och originalitetsnivån än i fråga om de varuslag, som framställas. I det följande har denna svaghet beaktats i den utsträckning det varit möjligt med hänsyn till uppgiftsmaterialet. Kvalitets- och originalitetsnivån ingår bland de strukturella komponenterna.

Produktionsstrukturen

3. Både produktions- och distributionsstrukturen avser dels strukturen inom varje företag och dels strukturen inom varje textil industri eller grupp av företag inom denna.

I produktionsstrukturen innefattas bl. a. produktionens fördelning dels på varugrupper, dels på varuslag och dels på mönster eller modeller.

Produktionsserie

Ett företags tillverkning av ett varuslag under en viss tidsperiod kallas *produktionsserie*. Framställer ett företag sålunda t. ex. 20 varuslag i olika stor omfattning, har det 20 produktionsserier av varierande längd. Denna mätes för garn i antal kg, för vävnader i antal skott, d. v. s. antal väft- eller inslagstrådar (som »korsa» varptrådarna), och för plagg i antal plagg. Antalet olika långa produktionsserier ger en översiktlig bild av produktionens differentiering.

Tillverkningsserie

Tillverkningsseriernas längd

Varusortimentets storlek

Av ett företag under en viss tidsperiod tillverkad kvantitet vävnad i samma mönster eller plagg av samma modell har kallats *tillverkningsserie*. Antalet av ett företag tillverkade meter vävnader, alla slag, dividerat med antalet tillverkade mönster under samma period har kallats *tillverkningsseriernas (genomsnitts-)längd* och antalet tillverkade mönster (respektive modeller) för *varusortimentets storlek*. Den förra komponenten kan sägas mäta graden av uppdelningen av produktionen, den senare uppdelningen av produktionen i absoluta tal. Den förra är främst av intresse ur produktionssynpunkt, den senare främst ur distributionssynpunkt.

Tillverkningens kvalitets- och originalitetsnivå

Såsom komponenter i produktionsstrukturen ingå också *tillverkningens kvalitetsnivå*, d. v. s. de tillverkade produkternas beskaffenhet i tekniskt avseende (slitstyrka, benägenhet att skrynkla, färgäkthet etc.), och *orginalitetsnivå* d. v. s. de tillverkade produkternas relativa särart. Ett mått på dennas storlek utgör graden av konsumenternas villighet att ersätta ifrågavarande vara med andra varor (substitutionsgraden), som fylla »samma» tekniskt-fysiska behov. Det har icke varit möjligt att mäta tillverkningens kvalitets- respektive originalitetsnivå, som f. ö. ofta icke kunna skiljas från varandra. Endast vissa allmänna uppgifter och omdömen därom ha kunnat erhållas.[1]

[1] En produkts kvalitet och originalitet är ofta betydelsefulla karakteristika i varubegreppet. Här ha emellertid kvalitets- och originalitetsnivån behandlats som särskilda komponenter. De

Som komponent i produktionsstrukturen ingår också *leveranstidens längd*, om vilken emellertid endast översiktliga uppgifter erhållits. En viss uppfattning om denna komponent giva uppgifterna om tillverkningens fördelning på lager, säsong- och efterorder. Denna komponent har behandlats tillsammans med distributionsstrukturen. Leveranstidens längd

I *produktionsstrukturen för en industri* och (i tillämpliga delar) *grupp av företag inom denna* innefattas också produktionens fördelning

dels på med hänsyn till de tillverkade produkternas användningssätt likartade företag, för vilka den möjliga tillverkningstekniken är likartad[1] och

dels på olika *stora* företag inom industrien respektive gruppen av likartade företag.

Distributionsstrukturen

Försäljningsvärdets fördelning på kundkategorier
Antal kunder
Försäljningsvärde per kund och per försäljare
Försäljningsområdets storlek
Tillverkning på lager, säsong- och efterorder

4. Under *distributionsstruktur*, som kan avse en hel textil industri, en delbransch eller ett företag, innefattas

försäljningsvärdets fördelning på olika kundkategorier såsom detaljister, grossister och textilfabrikanter[2] (»försäljningsvägar»)

antal kunder i olika kategorier

försäljningsvärde per kund i olika kategorier

försäljningsvärde per försäljare

försäljningsområdets storlek (i geografisk bemärkelse) samt

tillverkningsvärdets fördelning på lager, säsongorder och efterorder.[3]

Distributionsstrukturen för en industri och (i tillämpliga delar) *delbransch* innefattar också försäljningsvärdets fördelning

dels på delbranscher och

dels på olika *stora* företag inom industrien respektive delbranschen.

I distributionsstrukturen innefattas även motsvarande komponenter på inköpssidan. I denna utredning ha emellertid i fråga om inköp endast inköps*vägarna* berörts, d. v. s. inköpsvärdets fördelning på olika inköpskategorier såsom import (direkt eller via agent), inhemska grossister och fabrikanter. Inköpsvägar

Flera komponenter kunna inordnas i produktions- och distributionsstrukturen. Här har endast angivits de till synes viktigaste komponenterna. Uppdelningen

framstå ofta tämligen klart genom att hela eller största delen av ett företags tillverkning befinner sig på en viss kvalitets- och originalitetsnivå. (Se härom avsnitt 7 i kapitel 4.)

[1] Särskilt vid analysen av produktionens storlek per arbetaretimme ha grupper av med hänsyn till den möjliga tillverkningstekniken men icke i övrigt likartade företag bildats.

[2] Med »textilfabrikant» avses i fråga om väveriernas distributionsstruktur konfektions- och sömnadsfabriker samt även de trikåfabriker, vilka konfektionera plagg, vari tyg ingår. Möbel-, leksaks-, karosseri-, skofabriker etc. räknas alltså icke till textilfabrikanter.

[3] Säsongorder äro order, vilka upptagas under eller i anslutning till fabrikernas försäljningsresor avsevärd tid (6—12 månader) före säsongens början i detaljhandeln. Efterorder placeras hos fabrikerna först sedan säsongen börjat. Dessa kallas ofta kompletteringsorder men behöva icke omfatta enbart kompletteringar av tidigare beordrade varor.

mellan produktions- och distributionsstruktur är i det stora hela tämligen godtycklig. Förändringar i den ena påverkar starkt den andra och vice versa.

I nästa avsnitt och i den konkreta diskussionen i kapitlen 5—8 diskuteras även innebörden av här berörda begrepp och definitioner. I kapitel 2 behandlas vissa i detta sammanhang aktuella begrepp mera utförligt och generellt.

II. Statistiska metoder

5. Ett synnerligen viktigt men tyvärr också utomordentligt svårt problem vid utförandet av strukturundersökningar av här ifrågavarande typ är grupperingen av företagen. En sådan kan och bör utföras på olika sätt beroende på undersökningens syfte. Grupperingen av företagen förefaller kanske ovanligt betydelsefull i fråga om här behandlade industrier på grund av de stora skiljaktigheter som i olika avseenden föreligga mellan olika företag i de textila industrierna. Betydelsen av grupperingen av företagen accentueras av att produktions- och distributionsstrukturens utformning i sin helhet synes i mycket hög grad påverkas av framför allt varuområdet och företagets storlek, vilka för övrigt ofta påverka varandra. Hur grupperingen av företagen efter varuområde och storlek utföres *kan* därför ibland icke obetydligt inverka på de resultat, till vilka analysen kommer.

Företagen ha, som redan berörts, icke uppdelats i små, med avseende på varuområdet i högre grad homogena, grupper, då undersökningen i första hand avsett produktionsstrukturen och övriga produktionsförhållanden. I stället ha relativt stora grupper av med hänsyn till den möjliga produktionstekniken tämligen likartade företag analyserats. Dessa grupper av företag ha i sin tur uppdelats i storleksgrupper efter de producerade kvantiteterna.

En mera långtgående uppdelning av företagen i mindre men också i flera avseenden homogena grupper har däremot utförts vid behandlingen av distributionsstrukturen och dennas samband med produktionsstrukturen (särskilt varusortimentets storlek och tillverkningsseriernas längd). Sålunda har huvudvaruområdets storlek för varje delbransch starkt begränsats och varje delbransch sedan uppdelats i storleksgrupper efter de individuella företagens tillverkningsvärde för färdigvaror.

Storleksfördelningen mellan företagen i olika delbranscher liksom i olika grupper av med hänsyn till tillverkningstekniken likartade företag växlar så starkt att de olika storleksgruppernas läge och omfattning (klassbredd) måst varieras för att till samma storleksgrupp kunna föra i storlekshänseende möjligast likartade företag, vilkas storlek ändå ibland kan variera starkt. Härigenom försvåras emellertid jämförelser mellan storleksfördelningen av företagen i olika delbranscher eller grupper av med hänsyn till tillverkningstekniken likartade företag.

Genom den långt gående uppdelningen av företagen har en relativt betydande grad av homogenitet i fråga om produktionsinriktning och storlek vanligen erhållits mellan företag i samma grupper. Samtidigt har emellertid antalet företag inom varje grupp oftast blivit mycket litet, ofta beroende på att antalet existerande företag varit

litet. Detta har medfört den nackdelen att den statistiska beskrivningen måst begränsas till angivande av medianer och aritmetiska media, emedan det av såväl statistiska som anonymitetsskäl icke varit möjligt att angiva i och för sig önskvärda statistiska spridningstal. Kravet på anonymitet har medfört att tyvärr icke ens variationsvidder kunnat redovisas. I texten har emellertid ofta spridningen kunnat åtminstone antydas.

Det ovägda aritmetiska mediet är lika med summan av de enskilda enheternas värden dividerad med antalet enheter. Alla enheter tillmätas alltså lika stor betydelse. Vid beräkningen av det vägda aritmetiska mediet tages även hänsyn till att de enskilda enheternas värde kunna ha olika vikter. (Se exempel nedan.) Enheter med stora vikter (i denna utredning vanligen de stora företagen) tillmätas i detta fall större betydelse än enheter med små vikter (i denna utredning vanligen de små företagen.)

I denna utredning har aritmetiskt medium kallats för genomsnitt.

Medianen är lika med värdet av den mittersta enheten i en serie, där enheterna äro ordnade i storleksföljd. Vid jämnt antal enheter är den lika med summan av de två mittersta enheterna dividerad med två. Medianen påverkas alltså icke av extrema värden.

Summan av medianerna för procentuella andelar behöver icke — i motsats till aritmetiska media — vara lika med 100. Medianvärdena av olika komponenter äro icke lika med de individuella värdena för det företag, som med avseende på tillverkningsvärdet är medianföretag, men kunna givetvis ibland överensstämma med dessa.

Är fördelningen av värdena symmetrisk sammanfaller aritmetiska mediet med medianen. Är fördelningen däremot osymmetrisk på sådant sätt, att extremt höga värden äro vanligare än extremt låga värden, så är aritmetiska mediet större än medianen. Motsatsen gäller, om extremt låga värden äro vanligast.

Exempel: 5 företag ha lämnat följande uppgifter om antal kunder i viss kategori (t. ex. grossister) och försäljningsvärde till denna kategori. Försäljning per kund har beräknats för de olika företagen genom att dividera försäljningsvärdet med antalet kunder.

Företag nr	Antal kunder	Försäljningsvärde	Försäljning per kund
1	8	80	10
2	9	90	10
3	9	99	11
4	10	120	12
5	18	252	14
Summa 5	54	641	57

Försäljningen per kund för dessa företag utgör:

$$\text{median (= förs. per kund för företag nr 3)} = 11$$

$$\text{ovägt aritmetiskt medium} \ldots\ldots = \frac{57}{5} = 11{,}4$$

$$\text{vägt aritmetiskt medium} \ldots\ldots = \frac{641}{54} = 11{,}9$$

Vikterna, med vilka försäljningen per kund multipliceras vid uträkning av vägt aritmetiskt medium, är i detta exempel antalet kunder. Det vägda aritmetiska mediet kan nämligen »också» framräknas genom att multiplicera antalet kunder (vikterna) med försäljningen per kund för respektive företag och dividera summan av de erhållna produkterna med summa antal kunder (summan av vikterna). Alltså:

$$\frac{8 \times 10 + 9 \times 10 + 9 \times 11 + 10 \times 12 + 18 \times 14}{8 + 9 + 9 + 10 + 18} = \frac{641}{54} = 11{,}9$$

Frånvaron av statistiska spridningstal är beklaglig icke endast av »formella statistiska skäl» utan även därför att härigenom den mycket starka heterogenitet, som utmärker de textila industrierna i olika avseenden, delvis icke kan åskådliggöras tillfredsställande.

Såväl medianer som ovägda och vägda aritmetiska media av värdena för respektive komponenter ha uträknats för varje behandlad delbransch och storleksgrupp därav, och en bedömning av de angivna värdenas representativitet har utförts i varje särskilt fall genom såväl jämförelse mellan medianer, ovägda och, i förekommande fall, vägda aritmetiska media som genom ett studium av spridningen i de statistiska serierna. I detta fall har det låga antalet företag i varje grupp i viss mån varit till fördel, då härigenom en överblick över spridningen av de statistiska serierna för varje grupp underlättats. Vid bedömningen har även hänsyn tagits till skillnader i olika komponenters värde mellan närliggande delbranscher. Liknande tendenser till samvariation mellan olika komponenter ha kunnat konstateras för de allra flesta analyserade delbranscherna, vilket varit till stöd vid bedömningen av tillförlitligheten hos de erhållna statistiska resultaten. Dessas rimlighet har även bedömts av textila fackmän.

I den övriga analysen ha ovannämnda svårigheter vid den statistiska behandlingen och presentationen av uppgiftsmaterialet varit mindre och en utförligare statistisk redovisning kunnat lämnas.

Vid analysen av större delen av produktionsstrukturen (såsom produktionens fördelning på företag, varugrupper och varuslag) har vanligen inemot 100-procentig representativitet kunnat uppnås. Därigenom ha också i den övriga analysen, där representativiteten ofta är lägre, uppgifter kunnat erhållas om storleken och produktionsinriktningen hos de företag, vilka icke kunnat medtagas i den siffermässiga analysen. Undersökningens representativitet har därför kunnat mätas t. ex. för varje delbransch och storleksgrupp därav. Då därjämte de analyserade företagens andel av totalantalet företag och totala tillverkningsvärdet inom gruppen vanligen varit förhållandevis stor, öka möjligheterna att draga slutsatser på grundval av det tillgängliga siffermaterialet.

Representativiteten för olika delar av utredningen, de använda statistiska metoderna och den statistiska beskrivningen redovisas för varje del av utredningen samtidigt med redogörelsen i övrigt.

Det är naturligtvis en avvägningsfråga i vilken utsträckning man skall sönderdela ett statistiskt material i syfte att erhålla högsta möjliga homogenitet och jämförbarhet ur så många synpunkter som möjligt på bekostnad av de formella möjligheterna att på statistisk väg ytterligare kontrollera och illustrera uppgiftsmaterialet. Så invecklad som strukturen synes vara förefaller det emellertid som om den vid analys av distributionsstruktur m. m. långt drivna uppdelningen av företagen i grupper ger mera realistiska och rättvisande resultat än vad en mera generell och överskådlig behandling av uppgiftsmaterialet skulle göra. Som nyss antytts uppkommer emellertid vid en mera detaljerad analys den nackdelen, att överblicken över resultaten är svårare att erhålla och att framställningen måste bli tämligen

tung. Genom att bibehålla samma disposition i redogörelsen för varje delbransch och genom återgivande av detaljerade sammandragstabeller har emellertid nyssnämnda olägenhet i fråga om bristande överblick sökt begränsas.

III. Den konkreta strukturundersökningens begränsning

6. På grund av knappheten på tillgängliga primäruppgifter i förhållande till den mångfald frågeställningar, som en analys borde belysa, bli svårigheterna att i en konkret analys kartlägga produktions- och distributionsstrukturen mycket stora och att »bedöma» den kartlagda strukturen ännu större. Frågan blir icke hur ingående en undersökning av strukturen *skall* utföras utan hur ingående den *kan* utföras.

Ju mera ingående undersökningar utföras desto mera realistiska och värdefulla bli de men desto flera och mera ingående uppgifter måste också inhämtas. Ju flera och mera ingående uppgifter, som måste inhämtas, desto större bli emellertid svårigheterna att erhålla svar från tillräckligt antal uppgiftslämnare för att ernå tillfredsställande representativitet hos undersökningen. I praktiken synas dessa svårigheter ganska snart bliva oöverstigliga. Svarsprocenten har i denna utredning i allmänhet varit relativt hög. Beträffande åtskilliga (i allmänhet mindre) delar av de textila industrierna ha dock önskade uppgifter om distributionsstrukturen, trots sin relativt enkla natur och trots att företagna rundfrågor fått mycket gott stöd från branschorganisationerna, lämnats av endast ett fåtal företag. Ibland har därför analysen måst utföras med starka reservationer för uppgiftsmaterialets representativitet eller t. o. m. helt omöjliggjorts. Analysen har framför allt försvårats på grund av det för en statistisk bearbetning ofta över huvud taget ringa antalet existerande företag med någorlunda likartad produktionsinriktning och av ungefär samma storlek. Detta har medfört avsevärda svårigheter vid uppdelningen av företagen i grupper av ur vissa väsentliga synpunkter någorlunda jämförbara företag och ökat behovet av en hög svarsprocent.

Åtskilliga viktiga karakteristika för produktions- och distributionsstrukturen ävensom omständigheter av värde för en bedömning av den ekonomiska innebörden av dessa ha icke behandlats i utredningen, främst på grund av svårigheterna att erhålla primäruppgifter. Sålunda ha uppgifter icke ansetts kunna inhämtas angående företagens kostnader och räntabilitet liksom inte heller angående betydelsen av mera speciella kundkategorier, kundernas storleksfördelning och prispolitiken gentemot olika kundgrupper.

Av nästa kapitel framgår närmare, vilka komponenter som synas vara av betydelse i produktions- och distributionsstrukturen. Alla dessa komponenter ha icke kunnat bliva föremål för en konkret analys. Särskilt betydelsefull synes knappheten på uppgifter angående tillverkade produkters kvalitet och originalitet vara.

Beträffande utnyttjandet av kostnadsuppgifter må nämnas, att man även med tillgång till ingående sådana från samtliga företag troligen icke skulle kunna utföra någon mera ingående strukturell analys på basis av dessa. Svårigheterna att justera de olika företagens kostnadsuppgifter så att dessa bli jämförbara torde i

praktiken vara oöverstigliga. Genom en analys av balansräkningar m. m. skulle vissa, om än ungefärliga, uppgifter beträffande den finansiella strukturen kunna sammanställas. Svårigheterna att få fram jämförbara uppgifter för olika företag skulle emellertid säkerligen vara mycket stora.

Av stort intresse skulle ha varit att sammanställa föreliggande strukturundersökning med en räntabilitetsundersökning. Någon tillförlitlig och ingående sådan förefaller emellertid knappast vara utförbar på basis av tillgängliga uppgifter.[1]

En speciell analys av lokaliseringsproblemet skulle också kunna ge vissa intressanta resultat, ehuru det förefaller som om lokaliseringsproblemet i trängre bemärkelse är av väsentligt mindre betydelse för här berörda industrier än vad tidigare varit fallet.[2] Klimatet är sålunda numera, liksom tillgång till vatten för transporter, kraft och/eller användning i själva produktionsprocessen, av relativt underordnad betydelse på grund av teknikens utveckling.[3] Denna har även medfört ett i stort sett minskat behov av arbetskraft med speciell yrkesskicklighet. Däremot har den minskade tillgången på arbetskraft i viss mån ökat betydelsen av en riktig lokalisering i detta hänseende. Den stigande levnadsstandarden har vidare inneburit ökat behov av kontakter med avsättningsmarknaden men detta kan tack vare förbättrade kommunikationer lättare än tidigare fyllas oberoende av avståndet från marknaden.

[1] En speciell och betydande svårighet torde vara den oftast starkt begränsade möjligheten att mäta råvaruspekulationens inflytande på räntabiliteten. Detta är troligen i normala tider ofta mycket stort. Nyssnämnda svårighet drabbar även balansanalysen.

[2] En annan sak är, att i den moderna lokaliseringsteorien lokaliseringsproblemet analyseras ur så många synpunkter, att även här i vissa avseenden aktuella strukturella karakteristika behandlas — närmast B-faktorer samt allmänekonomiska och icke-ekonomiska faktorer enligt i kapitel 2 använd terminologi. Se Bertil Ohlin, *Interregional and International Trade*, Harvard University Press, Cambridge, 1933, och Edgar M. Hoover Jr., *Location Theory of the Shoe and Leather Industries*, Harvard University Press, Cambridge, 1937, vilken senare är mera speciell och företagsekonomiskt betonad.

[3] Därigenom att klimatet — liksom också tillgång till vattenkraft och vattentransporter — tidigare utövat ett starkt inflytande på textilindustriens lokalisering, påverka dessa faktorer även industriens nuvarande lokalisering. Denna torde nämligen till stor del vara historiskt betingad, bl. a. icke sällan genom att förekomsten av en textil industri under lång tid medfört tillgång på för textilindustrien ur olika synpunkter lämpad arbetskraft — en nu både aktuell och betydelsefull lokaliseringsfaktor, som bidragit till att den en gång givna lokaliseringen bibehållits.

Kap. 2. STRUKTUREN INOM KONSUMTIONSVARUINDUSTRIER MED HUVUDSAKLIGEN S. K. MONOPOLISTISK KONKURRENS[1]

Synpunkter på produktions- och distributionsstrukturen hos företag och grupper därav inom industrier av typen textil-, beklädnads-, möbel- och skoindustrierna

I. Frågeställning

1. Med produktionsstruktur avses helt allmänt uppbyggnaden, konstruktionen av produktionen i ekonomiskt avseende, t. ex. inom en industri produktionens fördelning på olika stora företag och inom ett företag produktionens grad av uppdelning på olika »varor», dessas kvalitets- och originalitetsnivå, leveranstidens längd etc. På samma sätt avses med distributionsstruktur distributionens uppbyggnad, konstruktion, t. ex. försäljningens fördelning på kunder av olika slag, antal kunder, försäljning per kund o. s. v.

Strukturens utformning kan bedömas ur en rad olika synpunkter beroende på det som är av intresse i det aktuella fallet.

I detta kapitel har redovisats ett antal karakteristika, vilka angiva strukturens utformning. Då strukturen emellertid avser just uppbyggnaden, konstruktionen, ha dessa karakteristika kallats för komponenter, vilka kunna sägas bilda strukturen. Här behandlade komponenter kunna icke adderas, men komponenter behöva icke heller vara additiva.

De storheter, vilka icke ingå i strukturen men utöva ett inflytande på denna, kallas faktorer (marknads-, bransch- (B-) samt allmänekonomiska och icke-ekonomiska faktorer).

De viktigare komponenterna i de textila industriernas produktions- och distributionsstruktur ha angivits i kapitel 1 och, mera kortfattat, i kapitel 3. I diagram 2, vilket såsom bilaga återfinnes sist i detta kapitel, visas de för konsumtionsvaru-

[1] En starkt koncentrerad sammanfattning av detta och föregående kapitel lämnas i kapitel 3.

industrier med monopolistisk konkurrens av typen ylle-, beklädnads-, möbel- och skoindustrierna viktigare strukturella komponenterna och sambandet dem emellan ävensom de viktigare faktorerna av olika slag. En utförligare redogörelse för strukturbegreppet lämnas i fortsättningen av detta kapitel.

I utredningen angående de svenska textila industriernas struktur har framkommit som ett av huvudresultaten att mycket olika struktur ofta föreligger även hos företag med ungefär samma tekniska möjligheter och med ungefär samma produktionsinriktning med hänsyn till de framställda och försålda varornas användningssätt hos den slutlige förbrukaren i teknisk och fysisk mening. Företagen äro icke sällan av väsentligt olika storlek. Stora och små företag synas trivas sida vid sida trots att ofta väsentliga produktions- och/eller distributionstekniska fördelar för drift i stor skala förefalla vara för handen. Och en jämförelse mellan företag med samma produktionsinriktning och av närliggande storleksordning visar icke sällan i övrigt mycket varierande produktions- och distributionsstruktur.

Beror den i många avseenden starka »individualiteten» hos de olika företagen av tillfälliga, för varje företag säregna omständigheter? Eller kan den förklaras av att olika utformning av produktions- och distributionsstrukturen hos företag, som arbeta under i många hänseenden lika förhållanden, kan giva eller tendera mot samma önskade resultat? Eller äro de önskade resultaten — t. ex. olika lång sikt — olika? Eller framstå målet och/eller medlen att nå detta så otydligt att företagsstrukturen blir i hög grad obestämd? Eller utöva ur företagets ekonomiska synpunkt irrationella faktorer ett avgörande inflytande på strukturen? Och varpå beror den ofta ganska olikartade utformningen av produktions- och distributionsstrukturen inom närliggande delbranscher?

I den följande utredningen ha orsakerna till vissa skiljaktigheter i de textila företagens, delbranschernas och industriernas struktur berörts. En del kan ha redovisningsmässiga orsaker, t. ex. de ofullständiga mått på produktionens inriktning, som kunnat erhållas. Sålunda har framhållits att skillnader i produkternas kvalitet och originalitet (relativa särart) kunna vara så stora att den lämnade redovisningen av strukturen, som icke eller endast i begränsad utsträckning kunnat taga hänsyn härtill, knappast ger en tillfredsställande bild av de verkliga förhållandena. Till största delen återspegla emellertid säkerligen redovisade skiljaktigheter i strukturen verkliga sådana.

I det följande lämnas, sedan begreppen vara, företag och industri behandlats, vissa mera allmänna synpunkter på utformningen av produktions- och distributionsstrukturen: vilka som äro de viktigare strukturella komponenterna och faktorerna samt hur dessa påverka varandra.[1]

[1] För att i möjligaste mån begränsa omfånget av detta kapitel har framställningen förkortats genom att 1) endast belysa de viktigare frågeställningarna, 2) i flertalet fall avstå från att konkretisera framställningen genom citat t. ex. av »case studies» angående utformningen av en eller enstaka närliggande komponenter, återgivna särskilt i den amerikanska företagsekonomiska litteraturen samt 3) endast markera vissa frågeställningar.

Sambandet mellan komponenterna gäller icke endast inom produktions- respektive distributionsstrukturen för sig utan även — och i hög grad — mellan komponenter inom produktionsstrukturen, å ena, och distributionsstrukturen, å andra sidan. I själva verket kan i många hänseenden någon skarp gräns mellan produktions- och distributionsstrukturen icke dragas. För underlättande av framställningen ha emellertid — i likhet med vad som skett i redogörelsen för vissa textila industriers struktur — komponenterna uppdelats i sådana tillhörande produktions- respektive distributionsstrukturen. Därjämte har ett försök gjorts att klassificera de faktorer, vilka icke ingå i själva strukturen men synas ha ett mera betydande inflytande på dennas utformning. Undersökningen har begränsats till utformningen av företagets struktur inom det för företaget aktuella varuområdet. »Upptagande av nya verksamhetsgrenar» har alltså icke beaktats.

II. Definitioner av vara, företag och industri[1]

Definitioner av vara, företag och industri i den ekonomiska litteraturen

2. Grundläggande för möjligheterna att erhålla en bild av produktions- och distributionsstrukturens utformning i olika företag och industrier äro definitionerna av vara, företag och industri.[2] Den kanske viktigaste komponenten i produktionsstrukturen är sålunda graden av produktionens uppdelning på olika varor såväl inom ett företag som inom en industri. Vid jämförelse mellan olika industrier eller företag inom en industri i detta hänseende måste samma varudefinition användas. Likaså är fördelningen av en industris produktion på olika företag en viktig komponent i industriens struktur. Redovisningen därav påverkas av definitionen av företag och av industri.

I litteraturen om monopolistisk konkurrens återfinnes en i stora drag likartad utformning av nyssnämnda begrepp i de grundläggande arbetena, medan senare starka erinringar framkommit mot de i dessa använda begreppen.

Det enklaste men också minst realistiska sättet att definiera vara och företag är att förutsätta att varje tillverkare endast framställer en vara och att ett — större eller mindre — antal tillverkare producera varor, vilka i analysen kunna betraktas som identiska.

Joan Robinson avstår från att definiera utbudet hos varje tillverkare såsom en särskild vara utan använder i stället en »rough-and ready definition . . . which is congenial to common sense and causes no trouble».[3] Hon definierar en vara såsom »a

[1] Denna avdelning utom avsnitt 4 kan förbigås utan men för sammanhanget i övrigt.

[2] »Industri» motsvarar i detta sammanhang icke det, som kallas industri enligt vanligt språkbruk, utan närmast en viss del av en industri, som för korthetens skull kallats delbransch. Denna innefattar, som redan framgått av kapitel 1, icke någon del av den utanför »industrien» liggande distributionsapparaten trots att »bransch» ingår i ordet. Med »industri» avses sålunda i härvarande kapitel »delbransch» då icke uttryckligen skilts mellan dessa begrepp i enlighet med definitionerna i kapitel 1.

[3] Joan Robinson, *The Economics of Imperfect Competition*, London 1933, sid. 4—5.

consumable good, arbitrarily demarcated from other kinds of goods, but which may be regarded *for practical purposes* as homogeneous within itself». Man kan betrakta alla varor ordnade i en kedja av substitut, vilkens kontinuerlighet ofta brytes av ett större mellanrum mellan en produkt och nästa längs kedjan. Varor isolerade genom sådana mellanrum från sina substitut å ömse sidor kunna betraktas som *en* vara trots mindre skillnader inom gruppen.[1] Samtliga företag, vilka i denna mening tillverka samma vara bilda en industri. Joan Robinson påpekar att en sålunda definierad industri troligen sällan överensstämmer särskilt väl med verkligheten men att den ändå kan vara av visst intresse, emedan industrier sannolikt finnas, på vilka definitionen är tillämplig.[2]

Enligt Kaldor kan varje vara uppfattas såsom placerad på en skala, som är så konstruerad att de varor, för vilka konsumenternas substitutionselasticitet är störst, placeras intill varandra. Ju längre från varandra varorna äro placerade, ju mindre är deras substitutionselasticitet. En vara kan i sig själv definieras såsom en samling av objekt, mellan vilka substitutionselasticiteten hos olika relevanta konsumenter är oändligt stor, d. v. s. de välja lika gärna vilket som helst av objekten.[3]

Chamberlin, som inte lämnar någon generell definition på vara och företag, framhåller helt enkelt att »the identical good» . . . (are) . . . »goods which are perfectly homogeneous, or standardized».[4] Identiska säljare äro sådana, vilka sälja identiska varor och vilka äro helt lika även i andra avseenden såsom »personality, reputation, convenient location, or the tone of his shop».[5] Industri (»group») är »a number of producers whose goods are close substitutes for each other» såsom ett antal automobilfabriker, skohandlare etc.[6] Han nöjer sig med att förklara ». . . almost any general class of product divides itself into subclasses»[7] . . . (t. ex.) . . . »most kinds of retail goods fall into certain quality or price classes, and these into subclasses, appealing to different groups of consumers according to their incomes or tastes. Evidently, a group may be large or small, depending on the degree of generality given to the classification».[8]

Triffin kritiserar definitioner med utgångspunkt från substitutionselasticiteten i huvudsak genom påpekandet att man icke kan arbeta med så allmänna definitioner på vara eller på industri. Om graden av substitution hos konsumenten är avgörande kommer nämligen ofta icke de fysiska egenskaperna hos varan att vara avgörande. Valet kan stå mellan ur fysisk synpunkt helt olika varor t. ex. en klänning av viss typ etc. eller ett abonnemang till viss teater. Om valet hos en viss konsument står mellan dessa två alternativ, skulle dessa utgöra »samma

[1] Robinson, a. a., sid. 5.

[2] A. a., sid. 17.

[3] N. Kaldor, *Market Imperfection and Excess Capacity*, Economica, II (1935), sid. 38—39.

[4] E. H. Chamberlin, *The Theory of Monopolistic Competition*, Harvard University Press 1936, sid. 7.

[5] A. a., sid. 8.

[6] A. a., sid. 81.

[7] A. a., sid. 102.

[8] A. a., sid. 103.

vara» eller åtminstone »närliggande varor». Vid ett annat tillfälle kan givetvis samma konsument ha andra alternativ. Olika konsumenter ha praktiskt taget alla olika alternativ. En viss produktenhet kan därför aldrig generellt likställas med någon annan, även materiellt identisk produktenhet tillverkad inom samma företag.[1]

Triffin sätter företaget såsom den primära ekonomiska enheten och definierar företaget såsom det vilket maximerar sin nettointäkt.

Definitionen av varor utföres på grundval av definitionen av företag. Inom samma företag klassificerar Triffin såsom olika varor de produktenheter, mellan vilka *företagaren* gör någon åtskillnad. Alla produktenheter, vilka företagaren anser vara helt och hållet utbytbara, betraktas såsom samma vara. Företagarens bedömning av huruvida produktenheterna skola höra till ena eller andra varan beror i fråga om varor, som köpas, på de tekniska omständigheterna vid deras användning i företaget och beträffande produktenheter, som skola säljas, på köparnas efterfrågan på de av företaget tillverkade produkterna. Om köparna äro lika villiga att köpa en produktenhet som en annan äro dessa samma vara.[2]

Triffin kan i korthet sägas gruppera företagen med ledning av styrkan i den inverkan som en ändring av ett företags politik, huvudsakligen prissättning, har på andra företags förhållanden, huvudsakligen avsättningsmöjligheter. Han tar emellertid även hänsyn till andra faktorer såsom kostnader, inköpsförhållanden etc. En av hans huvudteser är, att man icke kan gruppera företag i olika industrier. Han är mycket kritiskt inställd mot möjligheterna att göra distinktioner mellan konkurrensförhållandena i industrier med ett större och mindre antal företag. Enligt hans uppfattning kunna endast studier av konkreta förhållanden säga något. »Product differentiation destroys the concept of group and the disappearance of the group leaves no basis whatsoever for the criterion of numbers . . . The unique criterion of 'numbers' is more likely to be replaced by more complex patterns of diverse, concrete relationships between the sellers.»[3]

I den speciellt företagsekonomiska litteraturen ha begreppen vara, företag och industri i allmänhet använts i överensstämmelse med den i näringslivet gängse terminologien utan att närmare definieras. Vanligen betraktas varor, producerade inom samma »typ av företag» (»tillhörande samma bransch») såsom varor tillhörande samma grupp, men ibland — särskilt i den distributionsekonomiska litteraturen —

[1] Att substitutionselasticiteten kan vara högre mellan så olikartade varor som här nämnts än mellan »varianter» av en vara (t. ex. klänningen) synes böra bero på en betydande diskontinuitet i substitutionskedjan för materiellt mycket lika varor, t. ex. viss typ av klänningar. »Man inriktar sig på att anskaffa en klänning med vissa långt specificerade egenskaper och finner kanske inte just ('alls') den klänning man vill ha», varigenom andra konsumtionsobjekt bli aktuella. En sådan diskontinuitet är säkerligen mycket sällan av sådan betydelse att övergång till att köpa »något helt annat» sker. För det stora flertalet konsumenter torde den nästan aldrig bliva aktuell. Triffins kritik förefaller därför icke vara alltför allvarlig.

[2] Robert Triffin, *Monopolistic Competition and General Equilibrium Theory*, Harvard University Press 1940, sid. 93—95.

[3] A. a., sid. 140.

hänföres varor till grupper med utgångspunkt från av vilka kategorier de köpas. Sålunda nämner en företagsekonom i samband med behandlingen av försäljningsproblemen för konsumtionsvaror (huvudsakligen livsmedel) följande om »the family of products». »We have learnt that goods are sold in varying amounts to different classes of retailers and also that certain products form relatively larger proportions of small orders. Since small quantities are more costly to sell, it seems logical that some products should entail higher expenses. This raises numerous questions regarding the relationships between products sold in combination, *including the degree to which they appeal to similar consumer groups, move to the same market areas, sell through the same effort, and yield profits.*»[1] ... »How far the combined selling of products may be extended economically depends on several factors. On the one hand, the variety of goods handled by each retailer must satisfy the buying habits and convenience of consumers. Likewise, each class of retailers requires that, for the sake of economy in making purchases, the wholesaler and manufacturer shall supply the necessary variety. On the other hand, retailers often set a limit to this tendency by dividing their orders among several competing salesmen offering the same variety of products. For example meats may be bought from one packer, butter and eggs from another, and soap from a third.»[2]

Vanligen definieras företag i den företagsekonomiska litteraturen — om det över huvud taget definieras — såsom en ekonomisk verksamhet under en och samma ledning men ibland som en ekonomisk verksamhet, för vilken man söker maximera vinsten. Här bortses från de i viss speciallitteratur använda speciella begreppen av juridisk eller teknisk natur, vilka här synas sakna aktualitet.

Användbarhet i den konkreta strukturanalysen av de i den ekonomiska litteraturen förekommande definitionerna av vara, företag och industri

3. De i föregående avsnitt kortfattat refererade definitionerna av de för en strukturanalys grundläggande begreppen vara, företag och industri[3] utmärka sig för att vara antingen tämligen exakta och generella men då icke användbara i en konkret analys[4] eller lida av allvarliga brister med hänsyn till exakthet och generalitet men då i stället vara mera användbara i en konkret analys. Att gruppera tillverkade produktenheter (i vidaste bemärkelse) uteslutande efter dessas substitutionselasticitet hos konsumenterna och med ledning av dennas storlek erhålla ett varubegrepp förefaller vara opraktiskt och sakna intresse för en konkret strukturanalys. Samma är

[1] Donald R. G. Cowan, *Sales Analysis From The Management Standpoint*, University of Chicago Press, Chicago 1938, sid. 145 (författarens kurs.).

[2] A. a., sid. 146.

[3] Avsnitt 2 avser givetvis icke att vara en fullständig eller ens tämligen komplett översikt över de i den ekonomiska litteraturen använda begreppen vara, företag och industri utan endast att genom exemplifieringar av de till synes viktigare metoderna att definiera begreppen bilda en bakgrund för den fortsatta analysen i detta kapitel.

[4] Antagligen icke endast med hjälp av nu tillgängligt uppgiftsmaterial utan även om allt tänkbart sådant stode till förfogande.

förhållandet med försök att utifrån det sålunda erhållna varubegreppet bygga upp en definition av företag och industri. Att återigen, i enlighet med Triffin, med utgångspunkt från företaget, definierat såsom »the maximizing unit» med avseende på nettointäkten, erhålla begreppet vara förefaller emellertid också sakna intresse i en konkret analys liksom att gruppera företagen i »industrier» efter dessas ömsesidiga beroende av varandra vid förändringar i deras företagspolitik. Att, slutligen, såsom ibland sker, i varubegreppet innefatta även pris(klass), distributionssätt o. s. v. lider av den allvarliga nackdelen, att man härigenom döljer hela eller stora delar av strukturanalysen i själva varubegreppet.

I den konkreta strukturanalysen måste man ha definitioner, som äro användbara instrument. Det tillgängliga uppgiftsmaterialet begränsar emellertid mycket starkt möjligheterna att använda olika begrepp. Oavsett detta synas emellertid andra begrepp än de i litteraturen gängse vara mest användbara.

Avsikten med en strukturanalys skulle kunna formuleras på följande sätt: att ge en bild av vilka ekonomiska prestationer, som utföras av olika ekonomiska enheter eller kombinationer av enheter, samt hur dessa prestationer utföras. Ur denna synpunkt är det knappast av något intresse att söka konstatera vilka produktionsmedel, som användas, och huru dessa utnyttjas för framställning av samma vara i den meningen, att produktenheterna (i vidaste bemärkelse) för konsumenten framstå såsom likvärdiga alternativ i ett visst ögonblick, då dessa *kunna* vara helt olika ur produktionssynpunkt, exempelvis ett par högklassiga skodon, en regnkappa eller en semesterresa. De produktionsmedel, som erfordras för framställning av dessa varor, äro så olika, att de knappast kunna jämföras. Ej heller kan man låta företagen själva uttala sig om vad som anses vara samma eller olika varor. Endast undantagsvis torde två företag ha överensstämmande åsikter härom och därigenom omöjliggöras eller försvåras mycket starkt alla jämförelser. Man kan ej heller söka begränsa den konkreta analysen till »identiska varor», då sådana knappast finnas, åtminstone vad gäller industriella konsumtionsvaror, tillverkade hos olika företag. Om så dock vore möjligt, skulle en sådan analys icke ge en bild av flertalet strukturella karakteristika.

I en konkret strukturanalys synes det främst vara av intresse att analysera hur vissa i olika tillverknings- och distributionstekniska avseenden jämförliga prestationer åstadkommits inom olika företag eller kombinationer därav liksom att studera variationen i utformningen av prestationerna. Härvid kan man skilja mellan olika »prestanda», som kräves för utförande av prestationerna. Då det gäller inköpen måste hänsyn tagas till inköp av varor, vilka erbjuda samma förutsättningar i detta hänseende, exempelvis inköp av hudar av viss typ, av bomull av viss kvalitet etc. I fråga om tillverkningen gäller återigen att jämföra likvärdiga tillverkningsprestationer: alltså produkter, vilka äro i tekniskt hänseende likartade och därför medföra samma krav på tekniska prestanda. Som exempel på dylika likvärdiga prestationer må nämnas vävnader med lika bindning, av lika material och grovlek och med lika bredd, vilka förbruka samma typ av maskiner, arbetskraft etc. I fråga om (den utspridande) distributionen föreligger, slutligen, samma krav på jäm-

förbarhet. Distributionen av produkterna skall kräva samma prestanda, exempelvis, om man avser en analys av hela färdigvarudistributionen, tillhandahållandet av varor till konsumenter med lika köpvillighet, lika geografisk spridning etc.

För en meningsfull jämförelse kräves att för prestationerna erforderliga prestanda äro jämförbara i alla avseenden av här antytt slag. Ofta kan en god bild erhållas av endast en del av strukturen, t. ex. distributions- eller produktionsstrukturen. I allmänhet äro emellertid olika prestanda beroende av varandra. Detta gäller alldeles särskilt tillverkningen och distributionen. Genom en mera differentierad tillverkning försvåras i allmänhet produktionen medan distributionen underlättas och vice versa. Det är därför icke lämpligt att jämföra olika företags produktions- och distributionsstruktur var för sig. Gränsdragningen måste alltid bli godtycklig, och jämförelser måste innesluta både produktions- och distributionsstrukturen.

För erhållande av så goda jämförelsemöjligheter som möjligt synes det praktiska kravet kunna uppställas, att man skall *jämföra strukturen hos företag tillverkande produkter, vilkas funktion i konsumtionen i teknisk och fysisk mening i varje fall är så lika som möjligt.* Helt lika kan den aldrig bli och därför kunna i den konkreta analysen aldrig fullständigt rättvisande jämförelser mellan i nyssnämnda avseende lika prestationer utföras.

I den konkreta strukturanalysen användbara definitioner på vara, företag och industri

4. För jämförelse mellan den kombination av och de kvantiteter produktionsmedel, som erfordras för utförande av likartade prestationer, synes ofta den i näringslivet och i tillgänglig statistik gängse terminologien vara användbar.

Det förefaller lämpligt att definiera företag såsom en ekonomisk verksamhet, för vilken man söker att maximera nettointäkten.

I den officiella statistiken användes oftast tekniska och lokala enheter såsom spinneri, väveri, skofabrik eller försäljningsställe. I allmänhet kunna emellertid dessa enheter utan alltför stora svårigheter sammanslås till ekonomiska enheter.

I verkligheten är högsta möjliga nettointäkt intet entydigt begrepp. Företagspolitiken torde sålunda starkt påverkas av under vilken tidsperiod man söker maximera nettointäkten. Tidsperiodens längd torde till stor del bero på företagsledningens temperament men också på företagets tekniska karaktär m. m. Höga fasta kostnader synes sålunda medföra längre tidsperioder än låga; god likvid och finansiell ställning längre tidsperioder än dålig sådan etc.

Ofta torde även andra incitament än högsta möjliga nettointäkt vara av betydelse, t. ex. makt, prestige och social ansvarskänsla. Särskilt för ekonomiskt gynnsamt ställda företag (och företagsledare) torde detta icke sällan spela en avsevärd roll.

För undvikande av allt missförstånd bör kanske påpekas, att det faktum, att målet för företagsverksamheten har förutsatts vara ernående av största möjliga nettointäkt, medan andra målsättningar endast antytts, icke innebär ett framförande av den åsikten, att målsättningen största möjliga nettointäkt skulle vara den enda tänkbara eller rent av den »lämpligaste». Orsaken är naturligtvis, att ernående av största möjliga nettointäkt vid viss finansiell standard för företaget och viss social standard för de anställda synes vara den helt

dominerande målsättningen för den ekonomiska verksamhet (i Sverige), som denna utredning behandlar. Annan målsättning kan leda till en annan utformning av strukturen.

Om den förutsatta målsättningen, ernående av största möjliga nettointäkt, och den behandlade — och i verkligheten dominerande — konkurrensformen, monopolistisk konkurrens, medför effektivare »utnyttjande av ianspråktagna resurser» och (?) större »behovstillfredsställelse» (vad nu detta innebär) än andra målsättningar och konkurrensformer ger den utförda analysen intet besked. Möjligheter till jämförelser saknas. Se även sista stycket i avsnitt 16 till kapitel 4 angående innebörden av det fria konsumtionsvalet, sid. 166.

Såsom likartade varor, som utgöra jämförbara prestationer, anses produkter, för vilka *såväl* den erforderliga tillverkningstekniken *som* funktionen i konsumtionen i teknisk och fysisk mening är likartad[1], t. ex. randsydda lågskodon av boxkalvläder för herrar eller kamgarnstyger av ylle för damer.

Såsom en industri betraktas slutligen en grupp av företag (inom ett visst geografiskt område), vilka tillverka likartade varor, alltså delbransch enligt i utredningen använd terminologi.[2]

Definitionerna äro vaga. Särskilt definitionen av vara och avgränsningen av en vara från en annan måste bli »elastisk». Vad som skall hänföras till samma vara eller till varianter av samma vara eller eventuellt till en varugrupp kan endast avgöras i det konkreta fallet. I den konkreta strukturanalysen synas svårigheterna att erhålla konkreta, entydiga definitioner på vara liksom på företag och även industri icke sällan kunna övervinnas åtminstone i sådan grad att en konkret strukturundersökning, i vilken ingår en systematisk analys, kan vara av någon mening. De karakteristika, som äro av särskild betydelse för distinktionen mellan olika varor och för grupperingen av dessa, förefalla ofta framstå tämligen tydligt.

Man kan med ledning av »allmän erfarenhet» utifrån en viss frågeställning indela produkterna i större grupper och sedan med ledning av inhämtade konkreta fakta sönderdela dessa i mindre grupper, i »varor», »varianter av varor» etc. Genom denna sönderdelning av grupperna kan man erhålla en uppfattning om den första, snarast hypotetiska, grovgrupperingens egenskaper och eventuellt vidtaga justeringar i denna samt därav föranledda justeringar av fingrupperingen etc.

Ibland kan det vara lämpligt att i den strukturella analysen arbeta med olika snävt avgränsade varubegrepp i fråga om produktions- och distributionsstrukturen. För produktionsstrukturens utformning spelar t. ex. ofta produkternas funktion i konsumtionen mindre roll än för distributionsstrukturens utformning. Vissa överdragstyger (t. ex. blåtwills) utföra exempelvis andra funktioner än lakansväv, men mycket likartad produktionsteknik tillämpas vid framställningen av båda varorna. I tillverkningshänseende kunna således varor vara mycket likartade, kräva liknande prestanda, men icke i distributionshänseende — och vice versa.

[1] I vissa fall kan det tänkas bliva nödvändigt att därutöver uppställa krav på att varorna skola säljas via liknande distributionsvägar. Jfr försäljning av tyger till detaljaffärer och konfektionärer.

[2] Grupperingen av företag i delbranscher har diskuterats utförligt i föregående kapitel och beröres därför icke närmare här.

Man synes kunna vinna anknytning mellan i den ekonomiska litteraturen och här använda varubegrepp:

En vara kan i analogi med amerikanska benämningar sägas vara »en klunga av (närliggande) substitut». I utredningen och här använt varubegrepp kan en vara sägas utgöra en klunga av substitut, för vilka tillverkningstekniken eller den möjliga tillverkningstekniken (»de tekniska förutsättningarna») är likartad. Denna begränsning av varubegreppet torde knappast vara av någon större betydelse, då för de allra flesta konsumenterna (åtminstone av de i utredningen aktuella produkterna) valet torde stå mellan produkter, som äro lika varandra även i fråga om tillverkningstekniken. Man får dock icke glömma bort att inköpsmotivet kan vara mycket olika för olika personer och att därför olika personer ha olika »klungor av substitut». Även samma person kan ha olika inköpsmotiv vid olika tillfällen och därmed också olika »klungor av substitut». Man synes därför också behöva utöka definitionen på vara med att det är en klunga av substitut, sådan den framstår för de allra flesta relevanta konsumenterna.

I allmänhet torde ovan påtalade brister i varudefinitionens stringens icke i och för sig föranleda några mera betydande svårigheter vid användningen av definitionen. Av praktiska skäl kan olika varor icke utväljas genom anlitande av definitionen — man kan inte tillräckligt noga kartlägga konsumenternas efterfrågebilder — men den kan utnyttjas vid bedömning av tillgängliga varubegrepps rimlighet. Om man sålunda för en grupp företag, som huvudsakligen framställa vävnader inom ett visst varuområde, exempelvis kostym- och överplaggstyger av ylle, kan erhålla uppgifter om antalet tillverkade mönster, så synes man kunna utgå från att antalet mönster utgör ett rimligt tillfredsställande mått på varusortimentets storlek. Skillnader i antalet mönster motsvara skillnader i varusortimentets storlek.

En speciell svårighet vid definitionen av företag (och industri) för användning i en konkret analys är att inom samma företag kunna tillverkas varor, vilkas funktion i konsumtionen äro helt olika, t. ex. pappersmassa och vissa textilvaror eller tyngre yllevävnader och konstsilkefoder. I sådana fall synes man kunna betrakta den del av den ekonomiska verksamheten, som berör varor med liknande funktion hos konsumtionen och med likartad tillverkningsteknik, t. ex. konstsilkefoder, såsom ett företag, vilket kan jämföras med andra företag, vilka uteslutande tillverka likartade varor. Ofta är emellertid gränsdragningen mellan olika verksamhetsgrenar i detta hänseende svår att utföra. Hur svår är beroende på — förutom uppgiftsmaterialets fyllighet — vilka krav man har på hur likartade produkterna skola vara för att räknas till samma varugrupp. Ju högre dessa krav ställas desto svårare blir det att erhålla företag med »renodlat verksamhetsområde» och därmed svårare att avgränsa en industri från en annan. Icke sällan inträffar att inom ett företag en betydande del av verksamheten är hänförlig till produkter, som i olika avseenden äro i hög grad likartade, medan en mindre del av verksamhetsområdet omfattar andra produkter. I sådana fall torde det ofta visa sig lämpligt att till samma grupp föra företag, vilkas verksamhet till en viss minimiandel utgöres av likartade produkter.

Vid analysen av distributionsstrukturen och delvis även av produktionsstrukturen har för grupperna av företag (delbranscher) angivits vilken andel av totala tillverkningsvärdet som en viss för alla företag i delbranschen gemensam grupp av varor, vilka bilda huvudvaruområdet, minst utgör för de i delbranschen ingående företagen.

I strukturanalysen har också använts det traditionella begreppet industri, vilket utgör en betydligt större grupp av företag än de, vilka använts vid analysen av företagens såväl produktions- som distributionsstruktur.

III. Sambandet mellan produktions- och distributionsstrukturen hos tillverkningsföretag inom industrier med ren konkurrens

5. Vid given storlek för ett företags tillverkning falla i det stora flertalet fall produktionskostnaderna vid minskat varusortiment, emedan tillverkningsseriernas förlängning medför vissa tekniska fördelar. Vid given storlek för ett företags försäljning minskar nästan alltid distributionskostnaderna vid minskat antal kunder på grund av de stora fasta kostnaderna per kund.

Varusortimentets storlek påverkar emellertid i allmänhet storleken av försäljningen per kund. En ökad differentiering av produktionen, d. v. s. dess uppdelning på flera varor (i alla bemärkelser), skapar i allmänhet bättre möjlighet till ökad försäljning per kund — kunderna kunna köpa en större del av sitt varusortiment från företaget — och medför därför i allmänhet lägre relativa distributionskostnader. Det blir ett viktigt problem i varje företag att finna den avvägning mellan distributions- och produktionsstrukturen, som ger fördelaktigast möjliga resultat.

Vid nyssnämnda avvägning måste emellertid det individuella företaget även taga hänsyn till efterfrågesituationen, d. v. s. den kvantitet, som kan avsättas till visst pris och vid vissa försäljningsfrämjande åtgärder eller det pris, som kan erhållas vid avsättning av viss kvantitet och vid vissa försäljningsfrämjande åtgärder. Detta spelar ingen roll för det individuella företaget vid ren konkurrens, då ett individuellt företag skall kunna sälja hur stor eller liten del av sin tillverkning som helst till oförändrat, ur företagets synpunkt givet pris, men är av mycket stor betydelse för alla företag inom branscher med monopol, duopol eller oligopol eller s. k. monopolistisk konkurrens, vilka alla kännetecknas av att priset på de salufördа produkterna icke är givet ur det individuella företagets synpunkt. Såsom närmare kommer att behandlas i fortsättningen av detta kapitel innebär vid monopolistisk konkurrens en ökning av varusortimentet att företaget kan sälja en given kvantitet till högre pris än tidigare eller en större kvantitet till samma pris som tidigare. Denna förbättring av efterfrågesituationen ur företagets synpunkt synes vara särskilt betydelsefull, då företagets del av marknaden är stor.

Även om efterfrågesituationen vid ren konkurrens icke kan påverkas av det individuella företaget föreligger dock ett samband mellan produktions- och distributionsstrukturen och möjligheter för det individuella företaget att självt anpassa dessa efter varandra.[1] Distributionsstrukturens inflytande på produktionsstrukturen är dock mycket mindre än vid monopolistisk konkurrens, och produktionsstrukturen kommer att närmare överensstämma med den tillverkningstekniskt optimala.

Under förutsättning av oförändrad produktionsvolym sjunka nästan alltid tillverkningskostnaderna vid minskad differentiering av produktionen (längre serier),

[1] Vid fullkomlig (»perfect») konkurrens finnes däremot inga anpassningsproblem, då »full och ögonblicklig rörlighet och delbarhet» förutsättes.

emedan tekniska och administrativa fördelar av olika slag kunna utvinnas vid produktion av de olika varorna.

Samtidigt öka emellertid (vid oförändrad kundstruktur) distributionskostnaderna, emedan minskat varusortiment medför minskad försäljning per kund och därför nödvändiggör försäljning till ett större antal kunder och ofta även ökad geografisk utspridning av försäljningen, varigenom besöks-, korrespondens-, expeditions- och transportkostnader per volymenhet stiga, även om vissa stordriftens fördelar äro förhanden också på distributionssidan.

En annan sak är, att tillverkningsföretag med mycket litet varusortiment ofta överlämna distributionsfunktionen till andra företag, t. ex. till grossister. Härigenom kommer naturligtvis distributionskostnaderna för tillverkningsföretaget formellt att sjunka.

Om man i det med begreppet ren konkurrens förbundna villkoret att varje individuellt företag skall kunna sälja hur mycket som helst av sin tillverkning till på marknaden rådande, oförändrat pris även inlägger att alla kostnader för fysisk distribution (alltså utan något försäljningsfrämjande inflytande) av varorna per volymenhet räknat icke varierar med storleken av företagets hela utbud anpassas naturligtvis varje företags storlek och sortiment på lång sikt så att lägsta möjliga *tillverknings*kostnader per enhet nås. Företagens sortiment komma säkerligen att bli mycket små men komma ändå ofta icke att begränsas till ett enda varuslag, då det inte torde vara ovanligt att betydande, rent produktionstekniska fördelar kunna föreligga av att framställa flera varor inom samma företag — bl. a. ofta för att kunna utnyttja råvaran bättre. Troligen kommer endast en optimal företagsstorlek att finnas.

Stora företag kunna vid given storlek på varusortimentet tillverka i längre serier än små företag och vid given längd på tillverkningsserierna större varusortiment. (Produktionsvolymen är lika med varusortimentets storlek gånger tillverkningsseriernas längd.)

Det beskrivna sambandet mellan produktions- och distributionsstrukturen inom ett företag[1] kan i mycket grova drag illustreras av vidstående, på »fri hand» skisserade diagram.

Då distributions- respektive produktionskostnaderna icke kunna antagas variera i samma takt som försäljningen per kund respektive tillverkningsseriernas längd, antyder diagrammet icke storleken av de förändringar av respektive kostnader, som kunna tänkas förekomma, utan endast i vilken riktning förändringarna gå. Det olika »spannet» för de olika kurvorna avser antyda att de ekonomiskt relevanta storlekarna av försäljning per kund respektive produktionens storlek per varuslag är olika för olika stora företag (av tekniska och organisatoriska skäl).

Bl. a. emedan distributionskostnaderna variera med marknadens storlek och täthet komma de optimala företagsstorlekarna att vara olika för olika marknader.

Att i detta avsnitt angivna samband överensstämma med verkligheten och att de icke sällan ha relevans synes vara uppenbart. De exempel, som finnas, hänföra sig emellertid till monopolistisk konkurrens men skulle även ha varit gällande vid ren konkurrens.

[1] I avsnitt 16 beröras även ovan antydda samband i anslutning till redogörelsen för företagsstrukturen vid monopolistisk konkurrens.

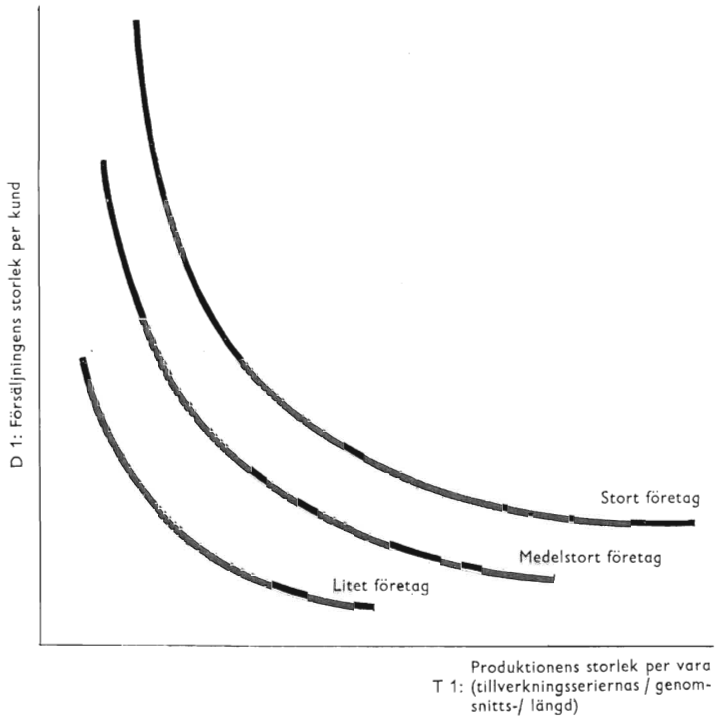


Diagram 1. Samvariation mellan tillverkningsseriernas längd och försäljningens storlek per kund vid ren konkurrens.

Varje kurva avser endast ett företag men de tre kurvorna avse, som framgår av diagrammet, företag av olika storlek. Företagens storlek lika med storleken av försäljningen och tillverkningen, som förutsättas vara lika stora (= F).
Eftersom tillverkningsseriernas längd (T 1) multiplicerat med varusortimentets storlek (T 2), antalet tillverkade varor, är lika med tillverkningens storlek (F), är $T\,2 = \frac{F}{T\,1}$.
Eftersom försäljningens storlek per kund (D 1) multiplicerat med antal kunder (D 3) = försäljningens storlek (F), är $D\,3 = \frac{F}{D\,1}$. En samvariation finnes således ej endast mellan T 1 och D 1 utan även mellan T 2 och D 3 etc.

IV. Produktions- och distributionsstrukturens utformning hos företag och delbranscher inom industrier av typen textil-, beklädnads-, möbel- och skoindustrierna

A. Karakteristik och förekomst av monopolistisk konkurrens

6. Flertalet textilvaror, skodon, möbler och många andra konsumtionsvaror säljas på en marknad med huvudsakligen monopolistisk konkurrens. Den övervägande delen av de varor olika företag producera synas genom sin utformning förefalla köparna så särpräglade, att det icke är den individuella köparen likgiltigt, från

vilken säljare en vara köpes.[1] På grund av varusortimentets storlek och heterogenitet och på grund av de varierande försäljningsformerna sakna köparna (liksom säljarna) full överblick över marknaden. Varje företags marknad är i viss mån avgränsad från övriga företags marknad. Prisdifferenser på varor av »likvärdig» kvalitet och utförande kunna uppkomma liksom kvalitets- eller »utförande»-differenser vid lika priser. Storleken av dessa differenser varierar starkt beroende i huvudsak på hur likartade de av olika företag utbjudna varorna äro och på hur god överblicken över marknaden är. Hur stora differenserna äro eller kunna bliva kan inte avgöras. Deras storlek kan i viss mån påverkas av företagens produktions- och försäljningspolitik. På grund av det stora antalet företag har emellertid intet företag så stor del av (»inflytande på») marknaden att något företag vid utformningen av sin tillverknings- och försäljningspolitik tar hänsyn till att något eller några andra företags tillverknings- och försäljningspolitik kan komma att påverkas av dess egen tillverknings- och försäljningspolitik.[2] S. k. monopolistisk konkurrens föreligger.

I syfte att erhålla en uppfattning om prisspridningens betydelse för textilvaror har en specialbearbetning av en del av de av socialstyrelsen insamlade uppgifterna om detaljhandelspriserna på vissa textilvaror utförts. Av utrymmesskäl skall undersökningens utförande icke här närmare beskrivas.

Prisspridningen inom olika orter har undersökts genom att jämföra priserna vid samma tidpunkt på »samma» vara inom samma ort. Tre orter ha utvalts: en av våra största städer, en medelstor stad (cirka 35 000 invånare) och en mindre stad (cirka 10 000 invånare). Mindre orter ha icke kunnat analyseras, emedan antalet butiker, i vilka prisnoteringar skett, är alltför litet för att någon bild av prisspridningen skall kunna erhållas. Prisnoteringarna inom här behandlade orter utföras i varje ort av samma ombud. Därigenom erhålles en viss garanti för att »samma» vara utväljes i olika butiker. Trots detta betingas dock säkerligen en del av den redovisade prisspridningen inom olika orter av att olika varor prisnoterats i olika butiker inom ramen för gällande varudefinition. Prisnoteringar utföras nämligen i butiker av olika typ och av olika storlek. Uteslutna äro i princip endast s. k. enhetsprisaffärer samt utpräglade lyxaffärer. Uppgifter ha icke kunnat erhållas angående vilka butiker, som lämnat prisuppgifter och icke heller någon närmare karakteristik av dessa. Även med beaktande av ovanstående reservationer torde en del av den redovisade prisspridningen bero på verkliga olikheter i de noterade priserna mellan olika butiker. Om servicens omfattning saknas emellertid uppgift.

[1] Man säger ofta i affärslivet att olika företags tillverkningar omfatta »samma» varusortiment men ha olika »karaktär». Att detta är en realitet framgår bl. a. av att t. ex. grossister köpa varor från många företag med »samma» varusortiment trots att en koncentrering av inköpen skulle kunna innebära lägre priser och trots att en eller ett par säljares sortiment ofta representera många flera varor (kvaliteter, mönster, modeller) än vad grossisten för. (Se härom beträffande textilvaror avsnitt 13 i kapitel 4.) Önskan om »riskfördelning» kan knappast i normala tider vara den enda orsaken till denna inköpspolitik.

Det må i detta sammanhang understrykas, att monopolistisk konkurrens inte innebär att konkurrens i populär mening saknas. Tvärtom kan sägas, att ur det individuella företagets synpunkt konkurrens i populär mening i högre grad föreligger vid monopolistisk konkurrens då priser, varusortimentets storlek och utformning, distributionssätt, m. m. kunna varieras, än vid ren (»pure») konkurrens, då avsättningsmöjligheterna i princip äro obegränsade för det individuella företaget och detta icke anser sig kunna påverka marknadspriserna.

[2] En annan sak är att andra företag dock *skulle kunna* taga hänsyn härtill liksom att andra än konkurrerande företags politik (t. ex. kunders) kan komma att påverkas.

Priserna på ylletyg och bomullstyg varierade inom vardera av de två största orterna — för den mindre orten funnos noteringar för endast tre butiker — med cirka femton procent, d. v. s. det högsta noterade priset var ungefär femton procent högre än det lägsta. Om de extrema värdena uteslutas, vilket synes i viss mån vara befogat, då dessa antagligen i stor utsträckning betingas av skillnader i varans utförande och kvalitet, voro prisskillnaderna dock i allmänhet endast ungefär hälften så stora.

Prisspridningen var relativt något större för kostymer, vinteröverrockar och skjortor för herrar än för tyger, om hänsyn tages även till de extrema värdena. Den utgjorde 15—20 procent för samtliga tre varor. Uteslutas de högsta och lägsta prisnoteringarna inom de två största orterna minskas prisspridningen med ungefär hälften, till knappt tio procent. Även i fråga om de prisnoterade trikåvarorna, herrkalsonger och herrstrumpor redovisas en avsevärd spridning av detaljhandelspriserna.

Ungefär samma prisspridning noterades vid samtliga undersökningstillfällen, september 1929, 1933, 1936 och 1939.

Spridningen mellan »genomsnittspriserna» på olika orter var likaledes betydande. Urvalet av varor för prisnotering kan emellertid inverka mycket starkt på de olika orternas genomsnittspriser — mycket starkare än vid undersökningen av priserna på samma ort, emedan olika prisombud användas på olika orter.

Även inom grosshandeln med textilvaror torde prisspridningen vara ganska stor, ehuru sannolikt mindre än i detaljhandeln, men uppgifter härom ha icke kunnat erhållas.

Inom vissa konsumtionsvaruindustrier, varav möjligen ett litet fåtal delbranscher i textila industrier, torde i fråga om enstaka stapelvaror s. k. oligopol föreligga, d. v. s. antalet producenter av dessa varor är så litet att det individuella företaget vid utformningen av sin avsättningspolitik räknar med att (även på kort sikt[1]) konkurrenternas företagspolitik påverkas av den egna företagspolitiken. Dessa stapelvaror utgöra dock vanligen endast en relativt liten del av totala försäljningen hos flertalet företag. Ett betydande undantag utgör dock några mycket stora företag i den svenska bomullsindustrien. Stapelvarornas betydelse ur företagens synpunkt är i huvudsak att fylla ut framför allt de stora och i hög grad mekaniserade företagens tillverkningskapacitet mellan topparna för produktionen av övriga, starkare mode- och säsongbetonade varor. En bidragande orsak till att framställningen av standardvaror ofta i relativt hög grad är koncentrerad till de

[1] På längre sikt lära företagen av varandra, varigenom ett företags politik kan påverka andra företags. Många företag torde räkna med detta men det påverkar icke — eller endast obetydligt — utformningen av företagspolitiken. Exempel på dylika företagspolitiska åtgärder är lanserande av nytt (framgångsrikt) mode eller nya principer för prispolitiken. I fråga om större delen av varukollektionens utformning torde ofta planeringsperioden för textila företag begränsas till en säsong, varigenom det i stort sett blir omöjligt för ett företag att »följa» ett annat.

S. k. price leadership, d. v. s. att flertalet företag bestämma sina priser efter ett företags prissättning torde inte i någon större utsträckning förekomma i Sverige inom de textila industrierna eller inom skoindustrien — ej heller s. k. sharing the market, d. v. s. att företagen inrikta sig på att sälja endast »*sin*» andel av den i tysthet och knappast medvetet uppdelade totala försäljningen på marknaden (jfr Arthur Robert Burns, *Decline of Competition* 1st ed., New York and London 1936, s. 146).

Enligt *Organiserad samverkan inom svenskt näringsliv*, betänkande avgivet av 1936 års näringsorganisationssakkunniga, Statens Offentliga Utredningar 1940: 35, är konkurrensen inom trävaru- och träförädlingsindustrien »i huvudsak fri» (s. 54), inom textilindustrien »i stort sett fri» (s. 67) och inom läder-, hår- och gummivaruindustrien »praktiskt taget genomgående fri» (s. 71).

stora företagsenheterna torde ibland vara, att stordriftens fördelar ofta äro särskilt betydande vid framställning av dessa stapelartiklar.

I det följande kommer att lämnas några synpunkter på produktions- och distributionsstrukturen och sambandet dem emellan för företag inom industrier med monopolistisk konkurrens. Däremot kommer i huvudsak hänsyn icke att tagas till den inverkan på strukturen som ett element av oligopol i den monopolistiska konkurrensen kan medföra.

B. Illustrationsmetod

7. Hela frågan om utformningen av produktions- och distributionsstrukturen samt sambandet dem emellan vid monopolistisk konkurrens är komplicerad beroende på att själva strukturen är mycket invecklad och utformas under inverkan av ett stort antal svårbedömbara faktorer. Strukturen kan, såsom tidigare framhållits, sägas bestå av många komponenter. Dessa äro svåra att precisera och deras relativa betydelse är om möjligt ännu svårare att erhålla ett mått på. För att icke komplicera framställningen alltför mycket har i det följande endast de *viktigare* komponenterna och marknadsfaktorerna samt sambanden dem emellan behandlats liksom endast viktigare bransch-, allmänekonomiska och icke-ekonomiska faktorer.[1]

Sålunda ha förändringar i lagerhållningen icke särskilt analyserats. Företagets försäljning, Ff (D0), och företagets tillverkning Ft (T0) ha visserligen behandlats var för sig men samtidigt förutsatts vara lika stora under undersökningsperioden genom antagande av oförändrad lagerhållning.

Ej heller har i den följande analysen behandlats det av Chamberlin m. fl. påpekade förhållandet att vid monopolistisk konkurrens kapacitetsutnyttjandet och sannolikt även produktionsskalan blir mindre, priser och kostnader högre än vid ren konkurrens. Att empiriskt skapa sig en uppfattning härom skulle f. ö. vara ytterst svårt med ledning av konkreta strukturstudier bara av den anledningen, att den långsiktiga utvecklingen, trenden — som för både de svenska textila industriernas och skoindustriens del under åtskilliga år varit starkt stigande — undanskymmer alla s. k. jämviktslägen, om nu sådana någonsin existera i verkligheten och kunna bli föremål för analys. Därjämte ha, likaledes i förenklande syfte, sambandsförhållanden begränsats till dem, som gälla för ett tillverkningsföretag, d. v. s. ett företag, vilket endast säljer den egna produktionen och icke utifrån inköpta varor, som före försäljningen icke bearbetas av företaget.[2]

Det förefaller lämpligt att illustrera de betydelsefullaste komponenterna och de

[1] Dessa termer definieras i nästa avsnitt.

[2] Detta synes också vara i överensstämmelse med de verkliga förhållandena hos flertalet industriföretag inom exempelvis textil-, konfektions- och skoindustrierna och torde därför inte innebära någon mera allvarlig abstraktion från verkligheten utom möjligen i fråga om vissa skofabrikanter, som förutom egna produkter även sälja gummiskodon etc. i betydande omfattning.

viktigare sambanden dem emellan i form av ett diagram. I diagrammet ha också vissa faktorer (marknads-) medtagits och sambandet dem emellan och med komponenterna delvis illustrerats. Diagrammet återfinnes sist i detta kapitel och kan vikas ut och därigenom iakttagas samtidigt med läsningen av detta kapitel.

I diagrammet antydes även att produktions- och distributionsstrukturen för grupper av företag inom en industri (delbranscher) — liksom för de individuella företagen — påverkas av ett antal branschfaktorer, samt att även allmänekonomiska faktorer, t. ex. skatte- och tullpolitiken, och icke-ekonomiska faktorer, d. v. s. institutionella och sociologiska förhållanden utöva inflytande på strukturen.

En ökning av den komponent eller faktor, varifrån en röd pil kommer, medför eller innebär en tendens till — ceteris paribus[1] — en minskning av den komponent eller faktor, pilen pekar på. En ökning av den komponent eller faktor, varifrån en grön pil kommer, medför eller innebär en tendens till — ceteris paribus — en ökning av den komponent eller faktor pilen pekar på.

Ett stort antal samband äro ömsesidiga[2] men pilarna angiva den vanliga »beroenderiktningen». De äro dessutom ofta reversibla[3] — åtminstone på längre sikt.

Dubbelriktade, dubbelstreckade pilar angiva av definitionerna helt betingade samband. Sålunda förenas storleken av företagets tillverkning, varusortiment och tillverkningsseriernas (genomsnitts)längd med dubbla pilar, eftersom varusortimentets storlek gånger tillverkningsseriernas längd är lika med storleken av företagets tillverkning.

Samband, som gälla »i de allra flesta fall», redovisas med heldragna pilar; de som »vanligen» gälla med streckade pilar. Sambanden kunna vara direkta (direkta pilar) eller indirekta (pil via annan komponent eller faktor). Indirekta samband ha alltså icke särskilt illustrerats.

Prickade pilar angiva att ingen förändring, som påverkar företagets kostnader eller intäkter, äger rum men att förutsättningar skapats för förändringar via andra komponenter och/eller marknadsfaktorer, som innebära en ur företagets synpunkt fördelaktigare utformning av strukturen.

Pilarna angiva icke storleken av de olika sambandens betydelse för kostnader och intäkter, ej heller funktionernas utseende utan endast om de äro positiva eller negativa (gröna respektive röda pilar). Betydelsen av olika komponenter och faktorer samt sambanden dem emellan varierar mellan olika industrier eller delbranscher liksom funktionernas utseende.

Av illustrationstekniska skäl ha pilar, visande uteslutande samband mellan komponenter av olika slag[4] eller mellan komponenter och marknadsfaktorer, icke utritats i sin helhet. Endast pilarnas början och slut ha markerats. I syfte att icke komplicera diagrammet alltför mycket ha vidare, med ett undantag, sam-

[1] Alltså under förutsättning att ingen annan förändring primärt äger rum.

[2] På mycket lång sikt kunna alla samband sägas vara ömsesidiga.

[3] Om exempelvis ökning av en komponent medför minskning av en annan, medför en minskning av den förra en ökning av den senare.

[4] Alltså tillverknings- respektive distributionskomponenter.

banden mellan distributionskomponenten »försäljningsfrämjande» och övriga komponenter samt marknadsfaktorerna icke angivits i diagrammet.

De kombinationer av komponenter och faktorer, vilka giva största nettointäkt äro olika för olika industrier och delar därav (delbranscher), kanske framför allt, beroende på de under den streckade horisontala linjen angivna »B-faktorerna». Därigenom påverkas bl. a. den eller de optimala företagsstorlekarna inom varje industri eller del därav.

Som framgår av diagrammet påverkar storleken av tillverkningen och försäljningen de olika komponenterna och faktorerna. Även för företag av samma storlek och tillhörande samma industri kunna tänkas förekomma olika kombinationer av komponenter — olika struktur — som giva största nettointäkt (även om den tidsperiod, för vilken planeras, är lika lång).

Medan strukturen för ett företag karakteriseras av storleken av och sambanden mellan de redovisade komponenterna — alla i strukturen ingående komponenter ha givetvis icke kunnat redovisas —, karakteriseras strukturen för en delbransch dels av den absoluta och relativa storleken av summan av respektive komponenter för de till delbranschen hörande företagen och dels av spridningen av komponenternas storlek mellan dessa företag. Strukturen hos en textil industri, slutligen, karakteriseras också av dess sammansättning av delbranscher av olika struktur.

I det följande karakteriseras först olika *slag* av komponenter och faktorer, därefter de *individuella* komponenterna och faktorerna och sist sambanden dem emellan. Ehuru det icke varit möjligt att hålla skarpa gränser mellan dessa avdelningar, förefaller dock den använda dispositionen vara den minst olämpliga med hänsyn till klarheten i framställningen.

C. Karakteristik av olika slag av komponenter och faktorer

8. *Komponenterna* ha uppdelats i två grupper, tillverknings- (T-) och distributions- (D-)komponenter, vilka ingå i produktions- respektive distributionsstrukturen. Gränsen mellan tillverknings- och distributionskomponenterna är — såsom tidigare framhållits — flytande. Uppdelningen av komponenterna i dessa två grupper har företagits med hänsyn till framställningens klarhet samt för vinnande av bättre anslutning till gängse terminologi.

De olika komponenternas betydelse varierar inom olika delbranscher och hos olika företag inom samma delbransch och kunna vanligen i relativt hög grad påverkas av företagets politik. I diagram 2, bil. 1 i detta kapitel — i fortsättningen kallat »diagrammet» — angivna komponenter utgöra som tidigare framhållits icke samtliga men troligen de viktigare. I vissa fall kunna de betraktas såsom representativa för andra, här icke redovisade komponenter.

Marknadsfaktorerna (M-faktorerna) skulle också kunna kallas efterfrågefaktorer. Deras storlek påverka de priser som kunna erhållas och/eller den kvantitet som kan avsättas. De äro i stort sett lika för alla företag i en delbransch. De

kunna vanligen icke i någon högre grad påverkas av det individuella företaget, åtminstone endast på längre sikt.[1] Företaget kan emellertid genom förändringar av tillverknings- och distributionskomponenterna anpassa sin politik efter den rådande efterfrågesituationen och därigenom i viss mån »utvälja» en för företaget fördelaktig efterfrågesituation. I huru hög grad detta kan ske beror på B-faktorerna.

Bransch-faktorerna (B-faktorerna) äro i stort sett lika för alla företag inom en delbransch men variera mellan olika delbranscher.[2] B-faktorerna kunna antingen icke alls eller endast obetydligt och på lång sikt påverkas av de individuella företagen men däremot icke sällan genom gemensamma åtgärder av företagen i en delbransch — eller industri.

B-faktorerna påverkas bl. a. av de allmänekonomiska och de icke-ekonomiska faktorerna, vilka båda ibland även direkt kunna inverka på komponenterna.

Allmänekonomiska faktorer, t. ex. skatte- och tullpolitiken, äro i mycket hög grad lika icke endast för alla företag i en delbransch liksom industri utan även för flera eller alla industrier, t. ex. skattepolitiken. Någon inverkan på de allmänekonomiska faktorerna ha de individuella företagen eller ens industrierna nästan aldrig.

Icke-ekonomiska faktorer, d. v. s. i huvudsak institutionella och sociologiska förhållanden, torde i allmänhet delvis vara lika för alla eller flertalet företag i en delbransch och även industri men delvis olika.

De icke-ekonomiska faktorerna utöva ofta ett betydande inflytande på produktions- och distributionsstrukturen men kunna i varje fall endast mycket långsamt och då knappast planmässigt påverkas av de individuella företagen (som antagligen ofta icke äro medvetna om dessa faktorers storlek och betydelse) liksom inte heller av delbranscher eller industrier.

Man skulle kunna använda en analogi för att karakterisera olika slag av komponenter och faktorer och sambanden mellan dessa. Om man tänker sig att ett område med i stort sett likartade grundläggningsförhållanden skall bebyggas, så kommer bebyggelsens omfattning och utformning att bestämmas av en rad omständigheter.

Den allmänna uppfattningen om hur en bebyggelse skall vara beskaffad för att tillfredsställa vissa allmänna krav på hygien, trivsel etc. påverkar både planeringen och omfattningen av bebyggelsen och även de allmänna stilar och konstruktionsprinciper, som komma till användning vid uppförandet av byggnaderna. Faktorer av denna typ motsvara de icke-ekonomiska faktorerna.

Allmänna regler för bostadsplanering o. d., fastighetslån o. d. utöva också inom vissa gränser inflytande på bebyggelsens utformning. Dessa faktorer motsvara närmast de allmänekonomiska faktorerna.

Själva grundläggningsförhållandena, vilka förutsatts vara ungefärligen likartade inom hela området, bestämma av tekniska skäl till en del utformningen av de byggnader som uppföras. Detta dock endast inom vissa gränser, vilka äro mycket vida om ingen hänsyn tages till de eko-

[1] Däremot i vissa fall av en industri om företagen i denna föra en enhetlig politik — dock endast på längre sikt och i begränsad utsträckning. Det är svårt att ändra köp- och konsumtionsvanor.

[2] B-faktorerna synas vara i stort sett lika för företagen i en delbransch i de textila industrierna — däremot icke för företagen i en textil industri.

nomiska förhållandena men ofta ej heller särskilt snäva även om hänsyn tages till dessa. Faktorer av denna typ motsvara närmast de B-faktorer, som ha inflytande på utbudet.

Inom ramen för de sålunda i viss mån givna förhållandena påverkas utformningen av bebyggelsen (och framför allt av de olika byggnaderna) av behovet av byggnader, vilket i sin tur är beroende av t. ex. sammansättningen av den bostadssökande befolkningen med avseende på familjeförhållanden, ålder och inkomster. Faktorer av denna typ kunna sägas närmast motsvara de B-faktorer, vilka utöva inflytande på efterfrågesituationen — men också »direkt» på distributionskomponenterna. Själva den uppkomna efterfrågesituationen illustreras av M-faktorerna.

Sedan möjligheterna på detta sätt ytterligare avgränsats föreligger emellertid fortfarande viss valfrihet för byggherrarna att utforma byggnaderna, så att dessa giva största möjliga nettointäkt (eller annat önskat resultat). En avvägning kan ske mellan storleken av lägenheterna, dessas utrustning i olika avseenden, antalet lägenheter, antalet våningar o. s. v. Dessa olika delar av bebyggelsen — vilka kunna sägas motsvara komponenterna — karakterisera dess slutliga utformning. Då samtliga dessa »delar» (komponenter) fixerats, är också den slutliga utformningen av bebyggelsen — dennas struktur — bestämd.

Förutom komponenter och faktorer ha i diagrammet angivits distributions- respektive tillverkningskostnader per enhet samt intäkter per enhet (alltså genomsnittskostnader respektive -intäkter) — man skulle kunna kalla dem för resultatkonton — för att visa sambandet mellan olika komponenter och faktorer, å ena, och kostnader och intäkter, å andra sidan. Även försäljningens storlek har i diagrammet angivits som ett resultatkonto men kan samtidigt betraktas som en distributionskomponent och har nedan karakteriserats tillsammans med övriga distributionskomponenter.

Uppgiften för företagets politik kan sägas vara att anpassa de olika komponenternas storlek efter de ur det individuella företagets synpunkt (åtminstone på kortare sikt) givna marknadsfaktorerna, B-faktorerna samt allmänekonomiska faktorer liksom institutionella och sociologiska förhållandena (»icke-ekonomiska faktorer»), så att högsta möjliga nettointäkt ernås under den tidsperiod för vilken planeras.[1] I någon mån kunna dock, som ovan framhållits, marknadsfaktorerna och i viss grad även B-faktorerna på längre sikt via komponenterna påverkas av de individuella företagen eller, framför allt, grupper av företag med liknande företagspolitik.

D. Karakteristik av komponenterna

Karakteristik av tillverkningskomponenterna

9. För att en komponent skall kunna bliva föremål för en konkret analys bör den dels kunna definieras på ett sådant sätt, att ingen (rimlig) tvekan uppstår om vad den innefattar, och dels kunna mätas — dock ej nödvändigtvis i absoluta tal. Det torde ibland vara tillfyllest med att veta ordningsföljden mellan komponenternas storlek hos olika företag eller i vissa fall kanske t. o. m. grupper av företag.

Som redan nämnts kunna komponenterna uppdelas i tillverkningskomponenter

[1] De företagspolitiska åtgärderna betingas naturligtvis av den effekt, de *väntas* skola få under de förutsättningar, som *förväntas*.

och distributionskomponenter. I detta avsnitt kommenteras och definieras tillverkningskomponenterna.

Komponenten Ft(T0), tillverkningens storlek[1], kan i viss mån icke sägas vara en renodlad tillverkningskomponent, varför den erhållit beteckningen Ft(T0). Den mätes i princip i kvantitativa enheter. På grund av svårigheterna att erhålla ett samlande kvantitativt mått på tillverkningens storlek användes i den konkreta analysen tillverkningens försäljningsvärde, om vilket i allmänhet uppgift kan erhållas. För angivande av den produktiva prestationens storlek vore emellertid företagets förädlingsvärde ett bättre mått, medan tillverkningens försäljningsvärde synes vara ett bättre mått på den distributiva prestationen. Vid jämförelser mellan företag med olika långt driven vertikal integration blir tillverkningens försäljningsvärde ett missvisande mått på den produktiva prestationen liksom förädlingsvärdet skulle bliva på de distributiva prestationerna. Försäljningsvärdet avser givetvis endast de produkter, vilka skola säljas, alltså icke halvfabrikat och råvaror, som användas i tillverkningsprocessen.

I diagrammet har såsom enhet för mätande av tillverkningens — och även försäljningens — storlek använts värdet i standardpriser på de tillverkade och försålda varorna. Denna mätningsmetod är icke alltid tillfredsställande men alltid möjlig att använda.

T1, varusortimentets storlek[1], angives helt enkelt genom antalet tillverkade olika varor. Vad som avses med vara har behandlats tidigare, huvudsakligen i avsnitt 4. Här må endast ytterligare framhållas, att det icke är av så stor betydelse vad som kallas vara, om en viss produkt eller typ av produkt räknas till samma vara eller såsom en variant av en vara. Huvudsaken är att varudefinitionen är konsekvent för de företag som skola jämföras och för de ändamål, vartill den skall användas i analysen av ett företag. I den konkreta analysen synas ofta icke alltför betydande svårigheter finnas att med ledning av en konsekvent varudefinition erhålla ett någorlunda entydigt mått på antalet tillverkade varor, alltså varusortimentets storlek.

Medan varusortimentets storlek angiver produktionens uppdelning i absoluta tal mäter *T2, tillverkningsseriernas (genomsnitts-)längd*[1], graden av uppdelningen av produktionen. Den förra komponenten är huvudsakligen av intresse med hänsyn till de distributiva prestationerna, den senare huvudsakligen med hänsyn till de produktiva prestationerna. T2 erhålles genom division av totala tillverkade kvantiteten med totala antalet tillverkade varor, definierade på samma sätt som vid angivande av varusortimentets storlek. Kvantiteten mätes därvid i fysiska mått, t. ex. meter eller kvadratmeter vävnad, antal väfttrådar (skott), par skodon o. s. v. Vid en blandad produktion kunna ofta betydande svårigheter uppstå att erhålla ett lämpligt mått på de producerade kvantiteterna. Ibland torde med fördel mått av teknisk natur kunna användas, t. ex. antal gånger en viss eller vissa viktigare tillverkningsprocesser utförts. I fråga om de distribu-

[1] Under en viss tidsperiod — i den konkreta analysen av redovisningstekniska skäl och på grund av säsongväxlingarna lämpligen ett år.

tiva prestationerna förefaller ofta tillverkningens försäljningsvärde vid oförändrade priser kunna användas som ett mått på de tillverkade kvantiteternas storlek.

Icke sällan torde tillverkningsseriernas genomsnittslängd såsom ett av måtten på de produktiva prestationerna lida av den bristen att en olika fördelning av tillverkningsserierna av varierande längd men med samma genomsnittslängd kan innebära olika produktiva prestationer. Likaså kan framställningssättet för olika varor skilja sig i flera eller färre produktionsprocesser, vartill hänsyn måste tagas vid bedömningen av vad en förändring av tillverkningsseriernas längd betyder ur produktionssynpunkt.

T3, tillverkningens originalitetsnivå, angiver de tillverkade produkternas relativa särart. Ett mått på dennas storlek är graden av konsumenternas villighet att ersätta ifrågavarande vara med andra varor (substitutionsgraden), som fylla »samma» teknisk-fysiska behov. I allmänhet synes det vara mycket svårt att mäta originalitetsnivån. I vissa fall kan kanske ett konkret mått därpå erhållas med ledning av uppgifter om de prisskillnader, som kunna uppstå mellan närliggande och i övrigt likartade produkter, men prisskillnaderna kunna även bero av andra orsaker. Ett grovt mått på originalitetsnivån torde man ibland kunna erhålla genom att låta ett antal fackmän ordna det aktuella varusortimentet efter originalitetsnivåns höjd. Rangkorrelationsberäkningar, eller åtminstone grupprangkorrelationsberäkningar, kunna därefter utföras. Beräkningen av originalitetsnivåns — liksom kvalitetsnivåns — höjd synes icke sällan underlättas därav att företagens hela tillverkning befinner sig på ungefär samma originalitets- och kvalitetsnivå. Beträffande textila delbranscher, se härom avsnitt 7 i kapitel 4. Oftast torde man dock endast kunna bilda sig en allmän uppfattning i grova drag om originalitetsnivåns höjd.

Ofta synes originalitetsnivåns betydelse bedömas olika av olika grupper. Fackmän torde icke sällan vara benägna att överskatta den vikt konsumenterna fästa vid en varas originalitet. Vid utformningen av produktionsstrukturen är det emellertid den av fackmännen omfattade åsikten, som främst har betydelse.

T4, tillverkningens kvalitetsnivå, avser de tillverkade[1] produkternas beskaffenhet i tekniskt-fysiskt avseende, såsom passform, slitstyrka, förmåga att motstå väta, benägenhet att skrynkla, färgäkthet o. s. v. Svårigheterna att sammanväga värdet av olika fysiska egenskaper hos en vara — och därmed erhålla ett samlande mått på dess kvalitetsnivå — synas ofta bli mycket stora. Icke sällan påverkar kvalitetsnivån originalitetsnivån, vilket starkt försvårar möjligheterna att genom uppgifter om eventuella prisdifferenser kunna erhålla en uppfattning om originalitetsnivåns respektive kvalitetsnivåns betydelse.

Svårigheterna att mäta originalitetsnivåns höjd synes beträffande av många konsumtionsvaruindustrier framställda varor utgöra ett allvarligt hinder för genomförandet av en konkret strukturanalys, då originalitetsnivån säkerligen icke sällan utgör en icke oviktig komponent i företagsstrukturen. Samma svårighet synes, ehuru icke i lika hög grad, gälla kvalitetsnivån.

[1] Under en viss tidsperiod, se även not på sid. 63.

T5, leveranstidens längd, avser den tidrymd, som förflyter mellan de tidpunkter då den specificerade beställningen delgivits företaget och då de beställda varorna skola levereras. Denna komponent är av mycket stor betydelse främst för tillverkningsplaneringen men också för distributionen, ehuru kanske icke i lika hög grad.

Leveranstidens längd kan ofta vara svår att mäta, emedan många gränsfall kunna uppkomma, såsom att en beställning utan definitiv, detaljerad specifikation ingår (s. k. blockorder etc.). Tillverkning på lager innebär stora fördelar med hänsyn till tillverkningsplaneringen och bör i detta hänseende likställas med en mycket lång leveranstid. Lagerhållningen medgiver mycket korta leveranstider men innebär samtidigt ett risktagande på grund av ev. förändringar av efterfrågans inriktning liksom kostnader för lagerhållningen såsom sådan.

Omfattningen av de förändringar i leveranstidens längd, som uppkomma på grund av önskemål från kunderna, skulle kunna kallas leveranstidens stabilitet. Ehuru denna ibland kan vara av ganska stor betydelse har den i det följande icke redovisats som en särskild komponent utan representeras av komponenten leveranstidens längd.

Karakteristik av distributionskomponenterna

10. Distributionskomponenterna kunna i hög grad, ehuru icke i lika hög grad som tillverkningskomponenterna, påverkas av företagets politik. Distributionskomponenternas storlek är beroende av, förutom tillverkningskomponenterna, främst marknadsfaktorerna och troligen av ur företagets synpunkt tämligen givna förhållanden såsom handelns struktur och även ett flertal övriga B-faktorer. Ofta torde distributionskomponenternas storlek i icke obetydlig utsträckning vara en produkt av den historiska utvecklingen och även påverkas av andra icke-ekonomiska faktorer.

Ett mycket stort antal komponenter ingå i distributionsstrukturen. För vinnande av överskådlighet ha här endast angivits fyra distributionskomponenter, vilka i stor utsträckning synas vara representativa för övriga komponenter.

D1, försäljning per kund (och år), utgör en »samlingsrubrik» för de distributiva prestanda, som kunna uttryckas i genomsnittsstorleken av erhållna order och utförda leveranser. Förhållandet mellan antalet order respektive leveranser och storleken av försäljningen per kund och år torde variera relativt litet mellan företag tillhörande samma delbransch när det gäller samma slag av kunder[1] men vara avsevärt olika för olika delbranscher. Som B-faktor har därför angivits »antal order och antal leveranser per kund och år» (B4).[2] Antalet order och leveranser varierar vanligen icke proportionellt med storleken av försäljningen per kund utan är relativt mindre ju större försäljningen per kund och år är. Order- och leveransstorlek växer alltså med stigande försäljning per kund och år.

[1] Försäljningens fördelning på olika slag av kunder utgör en annan distributionskomponent, som kompletterar den här behandlade. Se nedan.

[2] Disponent, civilekonom J. E. Leander har påpekat att i fråga om skoindustrien B4 borde behandlas som en distributionskomponent. Antalet order respektive leveranser varierar nämligen inom denna industri avsevärt i förhållande till storleken av försäljningen per kund och utgör ofta ett viktigt led i företagspolitiken.

Försäljning per kund och år betecknar helt enkelt genomsnittliga försäljningskvantiteten (i den konkreta analysen av praktiska skäl i stället genomsnittliga försäljningsbeloppet) per kund och år vare sig kunderna äro detaljister eller grossister, kommersiella förbrukare (exempelvis konfektionsfabriker i förhållande till väverier, skofabrikanter i förhållande till garverier) eller kombinationer av dessa. Däremot synes man vid bedömningen av denna komponent icke utan vidare kunna jämföra företag med och utan försäljning till allmänheten. Äger ett företag egna detaljaffärer torde dessa i den praktiska analysen lämpligen betraktas såsom detaljistkunder, ehuru detta icke är fullt tillfredsställande.

I den konkreta strukturanalysen bör lämpligen försäljningen per kund i olika kundkategorier registreras. Ännu bättre hade varit uppgifter om försäljningens storlek per kund i olika kategorier fördelad på ett antal storleksklasser. Sådana uppgifter äro emellertid mycket svåra att erhålla.

Distributionskomponenten försäljning per kund och år kompletteras av distributionskomponenterna *D2, direktförsäljningens relativa storlek*[1], som representerar försäljningens fördelning på olika kundkategorier, och *D3, antal kunder.*[1] Direktförsäljningens relativa storlek (D2) avser försäljningens inriktning i förhållande till konsumtionen. En överflyttning av försäljningen exempelvis från grossister till detaljister (»närmare konsumtionen») innebär en ökning av denna komponent. Ett bättre mått än direktförsäljningens relativa storlek utgör försäljningens fördelning på olika kundkategorier, varom uppgift ofta kan erhållas, och som även använts i utredningen om de textila industriernas struktur. Likaledes är antalet kunder i olika kategorier mera signifikativt än totalantalet kunder. Uppgifter härom kunna ofta erhållas och ha också använts i strukturutredningen om de textila industrierna. Se härom avsnitten 10 och 13 i kapitel 4.

Angivna, i distributionsstrukturen ingående, komponenter avse närmast försäljningsstrukturen. I distributionsstrukturen innefattas emellertid även motsvarande komponenter på inköpssidan: »försäljning» utbytes mot »inköp», »kund» mot »leverantör». De sålunda ändrade tre komponenterna synas ge en god bild av distributionsstrukturen på inköpssidan. Sambandsförhållandena överensstämma emellertid endast delvis med de i diagrammet redovisade. I fråga om de expeditionella kostnaderna liksom i fråga om själva inköpsarbetet torde fördelarna ur kostnadssynpunkt vara i stort sett desamma som på försäljningssidan. Beträffande möjligheterna att erhålla ett ur företagets synpunkt fördelaktigt pris synes emellertid motsatta förhållanden gälla.

Som en fjärde komponent i distributionsstrukturen har angivits D4, *försäljningsfrämjande.* I denna innefattas alla de försäljningsfrämjande åtgärder av olika slag[1], vilka icke ingå i tidigare nämnda tillverknings- och distributionskomponenter, såsom reklam och propaganda.

Tidigare har framhållits svårigheten att draga någon skarp gräns mellan produktions- och distributionsstrukturen. I litteraturen om monopolistisk konkurrens framhålles — och otvivelaktigt med rätta ur teoretisk-analytisk synpunkt — vikten av att skilja mellan åtgärder, som

[1] Under en viss tidsperiod, se även not på sid. 63.

förorsaka försäljningskostnader och som förorsaka produktionskostnader. Enligt Chamberlin, a. a., (särskilt kapitel VI) äro de förra sådana, vilka »adapt the demand to the product» och de senare sådana, vilka »adapt the product to the demand» (sid. 125). Det förefaller emellertid hopplöst att efter dessa grunder dela upp ett företags verksamhet i två grupper av åtgärder. Åtskilliga åtgärder måste hänföras till båda grupperna på en gång. Vilka åtgärder, som innebära anpassning av produktionen efter efterfrågan eller efterfrågan efter produktionen, synes också bero på hur originär efterfrågan anses vara. Skall t. ex. en åtgärd för utformning av en vara, så att denna blir mera originell och »iögonfallande», anses vara en anpassning av produkten efter efterfrågan och ett meddelande att en viss vara finnes att köpa på viss plats (t. ex. i form av en uteslutande informativ annons) en åtgärd för anpassning av efterfrågan efter varan — eller tvärtom? Eller skola båda eller endera av åtgärderna anses vara hänförliga till båda alternativen? Är en utfyllning av en kollektion med ett visst sortiment kompletterande mönster, varigenom försäljningen av andra varor i kollektionen underlättas, en åtgärd hänförlig till första eller andra gruppen — eller till båda?

Ur det individuella företagets synpunkt saknar det i stort sett intresse för utformningen av företagsstrukturen om en viss åtgärd är efterfråge- eller utbudsanpassande. Båda slagen av åtgärder kunna leda till ökad försäljning eller ökat pris eller båda och även till ökade kostnader.

Ff(D0), *försäljningens storlek*[1], är i diagrammet lika med Ft(T0), tillverkningens storlek, emedan lagerhållningen i förenklande syfte antagits oförändrad. I verkligheten förekommer ju emellertid ständigt förändringar i lagerhållningen. Ff kan anses stå på gränsen mellan eller snarare på en gång vara en distributionskomponent och ett resultatkonto. Samtidigt som försäljningens storlek, t. ex. på grund av stordriftens fördelar även på distributionssidan, är en viktig komponent i distributionsstrukturen, utgör målet för företagspolitiken att maximera nettointäkten, som är lika med skillnaden mellan försäljningens storlek multiplicerad å ena sidan med intäkter per enhet och å andra sidan med distributions- plus tillverkningskostnader per enhet: $Ff \times I - Ff(Kd + Kt)$.

E. Karakteristik av faktorerna

Karakteristik av marknadsfaktorerna

11. Den för företaget rådande efterfrågesituationen bestämmer det ömsesidiga sambandet mellan storleken av försålda varukvantiteter i det av företaget förda sortimentet, varupriser och försäljningsfrämjande åtgärder. Den efterfrågesituation, som är av intresse för företaget, är efterfrågan på företagets produkter från dettas omedelbara kunder (närmaste led), vilken kallats den kommersiella varuefterfrågan, eftersom tillverkningsföretag av här behandlad typ oftast sälja till mellanhänder och icke direkt till konsumenterna (slutliga förbrukare). Efterfrågan från konsumenterna, som har betydelse endast därigenom att den påverkar den kommersiella varuefterfrågan, kallas den konsumtiva varuefterfrågan. I den mån ett företag säljer direkt till konsumenter sammanfaller den kommersiella och den konsumtiva varuefterfrågan.

Vid anpassningen av produktions- och distributionsstrukturen efter den rådande efterfrågesituationen är följande av intresse: dels varuefterfrågans storlek (alltså efter-

[1] Under en viss tidsperiod, se även not på sid. 63.

frågekurvans[1] avstånd från x- och y-axeln), dels varuefterfrågans elasticitet (efterfrågekurvans lutning), d. v. s. kort sagt relationen mellan de efterfrågade kvantiteternas storlek vid olika priser och försäljningsfrämjande åtgärder, och dels hur efterfrågan förändrar sig i tiden i båda nyssnämnda avseenden, varuefterfrågans stabilitet. Efterfrågekurvans läge och form har relevans inom de gränser, som äro aktuella med hänsyn till utformningen av produktions- och distributionsstrukturen. På grund av de stora möjligheterna till variation framför allt av produktionsstrukturen är emellertid det aktuella området på efterfrågekurvan relativt stort, om planeringsperioden är lång.

I diagrammet har efterfrågesituationen beskrivits genom att införa i första hand fyra marknadsfaktorer: *kommersiella varuefterfrågans elasticitet* (*M1*), *kommersiella* (och konsumtiva) *varuefterfrågans storlek* (*M5*), *kommersiella varuefterfrågans stabilitet* (*M3*) och *försäljningsmotstånd* (*M6*). Därjämte ha såsom särskilda faktorer angivits *konsumtiva varuefterfrågans elasticitet* (*M2*) respektive *stabilitet* (*M4*). Den konsumtiva varuefterfrågans storlek har i förenklande syfte endast markerats genom att placeras i diagrammet tillsammans med den kommersiella varuefterfrågans storlek (M5).

Kommersiella och konsumtiva varuefterfrågans storlek påverka varandra ömsesidigt. I första hand synes man söka anpassa den kommersiella efterfrågan efter den konsumtiva efterfrågan, sådan den bedömes komma att bliva. Sedan de »kommersiella» köpen utförts söker man emellertid på olika sätt påverka den konsumtiva efterfrågan för att i möjligaste mån neutralisera verkningarna av eventuella felbedömningar av denna. Detaljhandelns möjligheter att inverka på den konsumtiva efterfrågan torde ofta vara ganska stora. Här har kommersiella och konsumtiva varuefterfrågans storlek förutsatts lika, vilket synes vara realistiskt på något längre sikt. På kort sikt måste man däremot, för att denna förutsättning skall gälla, bortse från de tidsförskjutningar — ibland spekulativa — och de skillnader i övrigt, som föreligga mellan den kommersiella och den konsumtiva varuefterfrågans storlek. Som framgår av avsnitt 16 i kapitel 4 förefaller den av textildetaljhandeln förväntade konsumtiva efterfrågan och därpå baserade inköp skilja sig ganska väsentligt från den i verkligheten »framkommande» efterfrågan. De regelbundet återkommande s. k. realisationerna i detaljhandeln få i stor utsträckning betraktas som en följd härav.

Genom att till faktorn kommersiella varuefterfrågans elasticitet (liksom konsumtiva varuefterfrågans elasticitet) hänföra endast förändringar i efterfrågeelasticiteten, alltså förändringar av efterfrågekurvans lutning, varvid ingen förändring tänkes inträffa i kurvans läge i den punkt, som bestämmes av det aktuella priset respektive avsatta kvantiteten, har denna kunnat helt skiljas från den kommersiella (respektive konsumtiva) varuefterfrågans storlek. Denna avser återigen endast en förskjutning av hela efterfrågekurvan. Därigenom blir det lättare både att illustrera och beskriva efterfrågesituationen.

[1] I ett tillägg till detta avsnitt lämnas några kommentarer till innebörden av att beskriva efterfrågesituationen med hjälp av efterfrågekurvor.

Hela efterfrågesituationen, alltså både i fråga om varuefterfrågans elasticitet och storlek, avser situationen ur företagets synpunkt och hela det av företaget tillverkade varusortimentet på det för företaget aktuella försäljningsområdet. Detta är för de svenska textilföretagen i stort sett lika med den svenska marknaden; för de minsta företagen dock ibland endast en del av denna.

Det är orealistiskt att, såsom sker i litteraturen om monopolistisk konkurrens, betrakta efterfrågesituationen för endast en vara åt gången. Härigenom undanskymmes bl. a. de betydande möjligheter, som ett företag har att inverka på sin efterfrågesituation icke genom förändringar av priser eller varornas utformning eller genom s. k. försäljningsfrämjande åtgärder i traditionell mening utan genom att anpassa *såväl* sortimentets sammansättning *som* dess storlek.

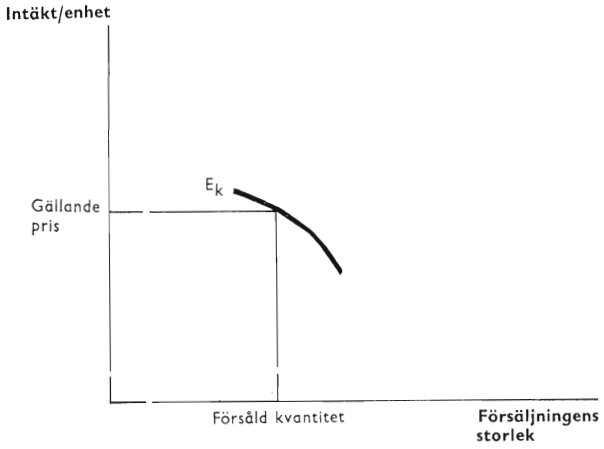
Varuefterfrågans elasticitet och storlek för det av det individuella företaget tillverkade sortimentet kan teoretiskt beräknas genom att addera efterfrågekurvorna för de i sortimentet ingående individuella varorna. Man måste emellertid beakta, att efterfrågesituationen för de individuella varorna blir annorlunda, då de säljas tillsammans i ett sortiment än då de säljas individuellt. Både kompletterande och konkurrerande efterfrågan förekommer mellan varorna i ett företags sortiment, och denna är säkerligen större, då varorna säljas samtidigt.

Efter dessa inledande synpunkter på efterfrågesituationen lämnas nedan en karakteristik av var och en av marknadsfaktorerna för sig.

Marknadsfaktorn M1, *kommersiella varuefterfrågans elasticitet*, betecknar pris- och/eller kvalitets- och/eller försäljningsfrämjandeelasticiteten oberoende av orsakerna till dennas beskaffenhet. Emedan den kommersiella varuefterfrågan i stor utsträckning är starkt institutionellt bunden — kunderna äro vana vid vissa prisklasser, vid vissa försäljare, vid att köpa varor av viss »karaktär» och från vissa säljare o. s. v. — torde efterfrågan åtminstone på kortare sikt vara i olika hög grad känslig för förändringar av priser och/eller kvaliteter och/eller försäljningsfrämjande »uppåt och nedåt». Om t. ex. vid en prissänkning på tio procent, den efterfrågade kvantiteten stiger endast med fem procent, så kommer en motsvarande höjning inte att få relativt lika liten inverkan på den efterfrågade kvantiteten: en höjning av priset med tio procent medför inte en sänkning av den efterfrågade kvantiteten med ungefär fem procent utan mycket mera, kanske tio procent. Det är svårt att komma ur det rådande efterfrågeläget. Efterfrågans elasticitet på kortare sikt skulle kunna grafiskt antydas på sätt som skett i omstående diagram.

Det bör dock understrykas, att det är mycket osäkert huru därmed förhåller sig och att ovannämnda förhållande endast gäller på kortare sikt men dock så lång sikt, som ofta — eller kanske vanligen — torde vara aktuell vid planeringen i ett företag av försäljnings- och tillverkningspolitiken för en säsong. På längre sikt torde efterfrågekurvan ha ett mera traditionellt utseende med vanligen ungefär lika stor känslighet hos efterfrågan vid förändringar uppåt och nedåt inom aktuella gränser.

Det behöver knappast framhållas här, att det i den konkreta analysen ofta är svårt att skilja mellan olika »efterfrågesituationer» liksom att över huvud taget få något begrepp om dessas utseende. Konkreta undersökningar ha endast företagits



E_k=kommersiella efterfrågan på relativt kort sikt.

Diagram 3. Företagets efterfrågesituation på kortare sikt.

av den konsumtiva efterfrågeelasticiteten och blott av mycket stora varugrupper (såsom textila beklädnadsvaror samt skodon) — större än som ingår i ett företags varusortiment, om man bortser från livsmedel.[1] På grund av uppgiftsmaterialets otillräcklighet och osäkerhet får därför både en analys och en beskrivning av efterfrågesituationen i särskilt hög grad karaktären av hypotes.

Marknadsfaktorn M6, *försäljningsmotstånd*, betecknar det försäljningsmotstånd, som beror av hur stor del av totala försäljningen av det aktuella varusortimentet på marknaden (varuområdet) försäljningen från ett företag utgör.

Av allt att döma är efterfrågekurvan för det individuella företaget i de textila industrierna och säkerligen även i industrier av liknande typ icke fullständigt elastisk. Tillgängliga data förefalla därutöver antyda, att elasticiteten inom efterfrågekurvans aktuella gränser tenderar att bli mindre då den av ett företag försålda kvantiteten av en viss vara eller varugrupp växer utöver en viss gräns i förhållande till försäljningen på hela marknaden. Det är emellertid att märka, att försäljningsmotstånd uppkommer så snart efterfrågekurvan inte är fullkomligt elastisk[2] och förutsätter inte en efter hand avtagande efterfrågeelasticitet, som dock accentuerar försäljningsmotståndet.

Innebörden av det ökade försäljningsmotståndet synes kunna tolkas på följande sätt. Efterfrågekurvan för en viss vara eller varugrupp på marknaden bestämmes bland annat av i vilken utsträckning varan eller varugruppen kan substitueras för andra varor eller varugrupper. Varje företags varor eller varugrupper skilja sig något litet från andra liknande varor eller varugrupper från andra, konkurrerande

[1] Den konsumtiva efterfrågans pris- och inkomstelasticitet för textilvaror har behandlats i kapitel 10.

[2] D. v. s. efterfrågeelasticiteten är mindre än oändligt stor.

företag (man säger i praktiken att det är »samma» vara eller varugrupp men olika »karaktär»). Allteftersom försäljningen av en vara eller varugrupp utvidgas ökas benägenheten hos köparna att övergå till andra liknande varor: man kommer efter hand fram till allt tveksammare kundgrupper och man tvingas att uppsöka och sälja till allt mindre kunder — antingen vilkas totala omsättning är mindre eller som äro intresserade av en allt mindre del av det av tillverkningsföretaget förda sortimentet eller båda. Detta medför att efterfrågekurvan lutar snett nedåt till höger ur varje företags synpunkt och detta innebär att det blir allt svårare att sälja mera av varan ju större kvantiteten blir (ju längre till höger man kommer på efterfrågekurvan). På grund av den starka institutionella bundenheten till kunderna är det tänkbart på kort sikt att olika företag ha »likadana» efterfrågekurvor för samma varugrupper men avsätta olika mängder av varugruppen och därför befinna sig på olika punkter på sina respektive efterfrågekurvor. Ju längre till höger på efterfrågekurvan desto större blir försäljningsmotståndet för varugruppen i fråga — och för det av företaget förda sortimentet.

Innebörden av en ökning av varusortimentets storlek vid oförändrad försäljningsvolym är att man flyttar det aktuella läget på efterfrågekurvorna för de individuella varorna eller varugrupperna längre till vänster, varigenom man ernår minskat försäljningsmotstånd och, ceteris paribus, en ökning av efterfrågans storlek för hela sortimentet, som ju erhålles genom att addera efterfrågan för de individuella varorna.

Hur stor ökning av varuefterfrågans storlek en ökning av varusortimentet medför beror på varuefterfrågans elasticitet, för vilken försäljningsmotståndet i viss mån är ett uttryck. Ju lägre elasticitet ju mera betyder försäljningsmotståndet.

Ju större försäljningskvantiteten är i förhållande till den totala försäljningen av det aktuella varusortimentet på marknaden (varuområdet) desto större är försäljningsmotståndet. En liten marknad innebär alltså i och för sig stort försäljningsmotstånd, vilket är en viktig orsak till skillnaden i textilindustriens struktur i Sverige och i t. ex. USA — och mellan strukturen hos hemmamarknads- och exportindustrier.

Försäljningsmotståndet behöver inte taga sig uttryck i prissänkning, det kan också taga sig uttryck i att man söker kompensera det genom att öka sina försäljningsansträngningar på olika sätt.

Försäljningsmotstånd (tröghet) vid ökad andel av marknaden synes visa sig på ett flertal olika sätt. Bland annat har beträffande försäljningen av textilvaror kunnat konstateras att försäljningens storlek per kund i förhållande till varusortimentets storlek minskar, då företagets andel av marknaden uppnår en viss storlek[1], då även åtminstone en antydan till minskning av försäljningen per försäljare i för-

[1] En minskning i tillväxten av försäljningens storlek per kund i förhållande till tillväxten av varusortimentets storlek *behöver* i och för sig icke bero på ett större försäljningsmotstånd. Det *kan* bero på ett medvetet strängare urval av kunder t. ex. genom att eliminera dem som ligga på långt avstånd från de ordinarie försäljningsrutterna eller som av någon orsak inte anses tillräckligt attraktiva som kunder. Försäljningsmotståndet behöver ej alls visa sig genom minskning av försäljningen per kund, vilket *kan* kompenseras genom t. ex. ökat försäljningsfrämjande.

hållande till försäljningen per kund[1] kan observeras. Detta synes i stor utsträckning bero på handelns struktur. Angående försäljningsmotstånd i vissa textila delbranscher, se kapitel 4, avsnitt 15.

Om M2, *konsumtiva varuefterfrågans elasticitet*, behöver endast tilläggas att denna i analogi med kommersiella varuefterfrågans elasticitet avser konsumtionsefterfrågans känslighet för förändringar såväl i pris som kvalitet och försäljningsfrämjande vilka för övrigt vanligen icke kunna särskiljas. Över huvud taget finnas endast vissa allmänna uppgifter om denna faktor, vilka i huvudsak visa att efterfrågeelasticiteten är förhållandevis hög även på så stora varugrupper som textila beklädnadsartiklar, skodon och varor som smör, mjölk etc.[2] Se vidare beträffande textilvaror kapitel 10.

M5, *kommersiella och konsumtiva varuefterfrågans storlek*, angiver de kvantiteter, som kunna säljas vid olika priser och försäljningsfrämjande. En ökning av efterfrågans storlek innebär alltså, att (vid oförändrat försäljningsfrämjande) vid varje pris en större varukvantitet kan säljas än tidigare och att varje avsatt kvantitet kan säljas till ett högre pris än tidigare. Den kommersiella varuefterfrågans storlek innefattar naturligtvis endast den kommersiella varuefterfrågan, d. v. s. den ur företagets synpunkt omedelbara efterfrågan (från närmaste köpare); den konsumtiva varuefterfrågan innefattar efterfrågan från de slutliga förbrukarna. På grund av tidigare i detta avsnitt gjorda antaganden överensstämmer i diagrammet den effektiva kommersiella och konsumtiva varuefterfrågans storlek.

M3, *kommersiella varuefterfrågans stabilitet*, avser de förändringar i efterfrågesituationen av olika slag, som inträffa i tiden. Ju mindre förändringar desto större stabilitet. Den redovisade stabilitetens storlek beror också på längden av den tidsperiod, för vilken stabiliteten redovisas.

Stabiliteten beror till stor del av distributionsstrukturen. Om t. ex. ett företag försäljer hela sin tillverkning till tre grossister, som köpa lika mycket, innebär ett

[1] I R. G. Cowan, *Sales Analysis from the Management Standpoint*, University of Chicago Press, Chicago 1938, lämnas några intressanta sifferexempel på ökat försäljningsmotstånd. Med ledning av uppgifter om ett stort företags försäljning av vissa livsmedel i tolv i olika avseende mycket likartade försäljningsdistrikt har nedanstående tabell över förhållandet mellan antal försäljare per invånare och försäljningens storlek per invånare sammanställts (sid. 107).

No. of salesmen per 100 000 people	Annual sales per capita (units)	Marginal increase in sales (units)
1	6,4	6,4
2	12,6	6,2
3	17,2	4,6
4	20,8	3,6

Ett på basis av samma siffermaterial uppgjort punktdiagram över försäljningens storlek per försäljare och antal försäljare per 100 000 invånare för samtliga tolv distrikt visar en avsevärd minskning av försäljningen per försäljare då antalet försäljare per person växer.

[2] En beräkning av efterfrågans pris- och inkomstelasticitet för ett antal livsmedel och vissa andra varugrupper har utförts av professor I. H. Wold och publicerats i Statens offentliga utredningar 1940: 16, *Efterfrågan på jordbruksprodukter och dess känslighet för pris- och inkomstförändringar.*

bortfall av en grossist en avsevärd minskning av efterfrågan, medan detta skulle betyda mindre om företagets försäljning vore uppdelad på 30 grossister, som köpa lika mycket. Riskfördelningen är bättre — varuefterfrågans stabilitet större — i det senare fallet. Stabiliteten beror också på konjunkturkänsligheten hos efterfrågan på de av företaget tillverkade varorna, vilken i sin tur påverkar storleken av den risk företaget löper med hänsyn till sina kunders likviditet och soliditet.

M4, *konsumtiva varuefterfrågans stabilitet*, illustrerar förändringarna i den konsumtiva efterfrågesituationen i tiden i analogi med kommersiella varuefterfrågans stabilitet, som påverkas av den konsumtiva varuefterfrågans stabilitet.

I själva verket kan, såsom redan framgått av detta avsnitt, efterfrågesituationen för ett företag icke tillfredsställande beskrivas genom en efterfrågekurva, bl. a. av följande skäl.

För det första måste man hålla i minnet, att förändringen av storleken av de efterfrågade kvantiteterna respektive priserna icke är kontinuerlig. På grund av t. ex. förekomsten av vissa institutionellt betingade prislägen och det ofta jämförelsevis låga antalet kunder hos ett företag kommer efterfrågekurvan att bli diskontinuerlig.

För det andra — och detta är en allvarlig invändning mot illustrering av efterfrågesituationen med kurvor avseende efterfrågan från hela företagets marknad — kan man icke ens för ett individuellt företag säga att det finnes en sammanhängande marknad. Förutsättningen härför är att köparna av företagets produkter ha överblick över marknaden. Detta är emellertid vanligen icke fallet, emedan den individuelle köparen ofta icke vet vad andra köpare betala. Det förekommer sålunda, att olika kunder samtidigt — alltså i praktiken under t. ex. samma försäljningsresa — betala olika priser för exakt samma vara. De priser kunderna betala bero icke på hur mycket som inalles köpes av varan utan på hur mycket den individuelle kunden köper av varan eller, kanske vanligast, av hela det salufördа varusortimentet.[1] På detta sätt kan man alltså icke erhålla en efterfrågekurva i traditionell mening, vilken som bekant förutsätter, att en viss kvantitet säljes till ett visst pris, lika för alla köpare. Man kan dock eventuellt kringgå denna svårighet genom att låta prisaxeln beteckna det med försäljningskvantiteterna vägda genomsnittet av de av samtliga kunder betalade priserna för att ändå kunna få en bild av efterfrågesituationens utseende både när det gäller efterfrågans storlek i och för sig och efterfrågans elasticitet.

För det tredje måste man vid beskrivning och bedömning av efterfrågesituationen alltid på en gång taga hänsyn till tre variabler: storleken av den efterfrågade kvantiteten, prisets höjd och storleken av de försäljningsfrämjande åtgärderna. En två-

[1] Undantag härifrån gäller då en vara förbehålles en enda köpare (i fråga om vävnader s. k. solomönster), då emellertid varan förvandlas till en ny vara genom att en ny egenskap, exklusivitet, förlänas varan. Ett andra undantag utgöra kanske ibland s. k. stapelartiklar, som säljas i så stora kvantiteter, att det varken ur köparens eller säljarens synpunkt i och för sig spelar någon roll hur mycket som säljes till en individuell köpare. Förhandlingsskickligheten kan nog ibland också spela stor roll.

dimensionell kurva kan ju emellertid icke på en gång registrera tre variabler. I stället skulle man behöva hela serier av kurvor över efterfrågesituationen, varvid två variabler skildrades åt gången medan den tredje förutsattes vara av viss given storlek för varje individuell illustration av efterfrågekurvan.

För det fjärde skall en tvådimensionell efterfrågekurva avse en ögonblickssituation. På grund av försäljningssättet både för textilvaror och skodon uppkommer inga sådana ögonblicksbilder. Det torde emellertid inte vara någon alltför allvarlig approximation att ersätta ögonblicksbilden med en bild av efterfrågan under en försäljningsperiod, emedan försäljningsperioderna på grund av säsongväxlingarna och av institutionella skäl äro avgränsade i tiden och infalla under i stort sett samma tidrymd för alla företag i en delbransch. Det kan dock tänkas, att efterfrågesituationen förändrar sig under försäljningsperioden och då är den gjorda approximationen allvarligare. I diagrammet har förändringarna av efterfrågesituationen i tiden markerats med en särskild marknadsfaktor, varuefterfrågans stabilitet. Förändringarna i efterfrågan påverkas, såsom framhållits, i hög grad av längden av den tidsperiod, varom är fråga.

För det femte innebär beskrivning av efterfrågesituationen för hela det av ett företag förda sortimentet genom *en* efterfrågekurva alltid vissa vanskligheter, emedan konkurrerande och kompletterande efterfrågan föreligger mellan de olika varorna i varusortimentet. När man därför adderar efterfrågekurvorna för de olika varorna till en total efterfrågekurva för hela sortimentet, måste man komma ihåg att den totala efterfrågekurvan skulle ha sett annorlunda ut, om de olika i sortimentet ingående varorna sålts var för sig. Detta förhållande är emellertid ett starkt argument för att betrakta efterfrågesituationen för hela det av ett företag förda varusortimentet på en gång.

För det sjätte möter det betänkligheter att beskriva förändringar i efterfrågesituationen genom efterfrågekurvor, då orsaken till förändringarna är ändrad utformning av varorna i sortimentet eller ändrad storlek eller sammansättning av sortimentet. I den mån dessa förändringar innebära att nya varor framkomma, kan ju rätteligen icke någon jämförelse med den tidigare efterfrågekurvan ske. Och att avgöra när detta är fallet eller ej, är, såsom berörts i flera sammanhang, i varje fall synnerligen svårt.

Även om sålunda starka invändningar kunna riktas mot att beskriva i detta kapitel behandlade typer av efterfrågesituationer genom exemplifiering med hjälp av efterfrågekurvor, ha deras pedagogiska förtjänster ansetts så väsentliga, att så dock skett i någon utsträckning.

Karakteristik av planeringsperiodens längd

12. Ehuru *L, planeringsperiodens längd*, icke har samma karaktär som övriga i företagsstrukturen ingående komponenter eller som marknadsfaktorerna utan i stället i viss mån utgör en sida i alla komponenter och faktorer, har den dock angivits i diagrammet såsom en faktor. I viss mån har den karaktär av B-faktor, då den i någon utsträckning i likhet med B-faktorerna kan anses vara av samma storlek

för företagen i en delbransch — med reservation för det inflytande icke-ekonomiska faktorer kunna utöva. Samtidigt påverkas den emellertid i hög grad av B-faktorerna.

Planeringsperiodens längd avser längden av den tidsperiod, varmed man räknar vid utformningen av företagspolitiken. Den är icke lika lång beträffande olika delar av företagspolitiken.[1] En klänningstygsfabrikant planerar t. ex. antagligen större delen av varukollektionen endast för en säsong men en omläggning av distributionssystemet för åtskilliga år. Planeringsperiodens längd varierar också för samma åtgärd mellan olika varugrupper. Utformningen av varukollektionen för klänningar planeras t. ex. för en kortare period än för möbler.

Till skillnad från alla andra faktorer[2] och komponenter har planeringsperiodens längd betydelse därigenom, att den påverkar själva målet för företagets verksamhet. På detta sätt påverkar planeringsperiodens längd hela strukturen. Att sträva efter högsta möjliga nettointäkt på kort sikt är t. ex. något annat än att sträva efter högsta möjliga nettointäkt på lång sikt. Både uppfattningen om kostnader och intäkter påverkas. En utvidgning av varusortimentet kan t. ex. medföra vissa engångskostnader, vilka sett på kort sikt (t. ex. en säsong) anses prohibitiva, medan de på lång sikt ligga inom det möjligas gränser. Även efterfrågesituationen är och bedömes olika på kort och på lång sikt, såsom redan framhållits i föregående avsnitt, varigenom uppfattningen om intäkterna påverkas. Jfr också avsnitt 30.

Planeringsperiodens längd påverkas icke endast av B-faktorerna utan också av de allmänekonomiska och icke-ekonomiska faktorerna. Tillgången på arbetskraft och kapital utövar t. ex. ofta ett betydande inflytande på planeringsperiodens längd liksom för övrigt det relativa behovet av kapital (som behandlats som en B-faktor).

Inom företag med stora fasta anläggningar kan man inte planera på lika kort sikt som inom företag med förhållandevis små fasta anläggningar. Ju högre de fasta kostnaderna äro desto längre är planeringsperioden. Av de icke-ekonomiska faktorer, som utöva inflytande på företagsledningen må nämnas företagsledningens ålder och temperament.

I avsnitt 30 har även planeringsperiodens längd berörts i viss utsträckning.

Karakteristik av B-faktorerna

13. Som tidigare framhållits i avsnitt 8 kunna B-faktorerna icke eller endast obetydligt och på längre sikt påverkas av de individuella företagen. De äro i stort sett lika för alla företag inom en delbransch men variera mellan olika delbranscher. Dock kan B7, tillverknings- och distributionstekniska möjligheter, och därmed också B8, behov av arbetskraft och kapital, variera mellan företag av olika storlek i samma delbransch. Företagets storlek kan påverkas av företagspolitiken.

Gränsen mellan B-faktorerna och de allmänekonomiska faktorerna är i många fall flytande. De senare äro liksom B-faktorerna i stort sett lika för alla företag i

[1] Ej heller dess läge i övrigt på tidsskalan, vilket starkt synes försvåra en periodanalys — en fråga som av utrymmesskäl ej kan behandlas här. Jfr E. Lindahl, *Studies in the Theory of Money and Capital*, London 1939, sid. 54 ff.

[2] Utom de icke-ekonomiska.

en viss delbransch men äro samtidigt — till skillnad från B-faktorerna — också i stort sett lika för flera delbranscher.

B-faktorerna kunna indelas i två grupper: de som huvudsakligen ha inflytande på efterfråge- och distributionssidan (B1—B6 och del av B7) och de som huvudsakligen ha inflytande på tillgångs- och utbudssidan (del av B7 samt B8).

B1, konsumtionens variationsbredd[1], betecknar konsumenternas krav på sortiment inom en viss varugrupp, dels vid ett visst tillfälle och dels i tiden (modeväxlingar). Behovets variationsbredd är t. ex. större för dam- än för herrskodon och större för klänningstyger än för lakansväv.[2] Varor med stor variationsbredd vid en viss tidpunkt äro ofta starkt modebetonade och ha alltså även stor variationsbredd i tiden. Ibland kan emellertid stor variationsbredd i tiden tänkas medföra mindre krav på variation vid viss tidpunkt. Modet tenderar att begränsa växlingarna i sortimentet och själva sortimentet, särskilt i fråga om färger.

Detta framhålles i Paul H. Nystrom, *Fashion Merchandising*, New York 1932, sid. 83.

Professor Nystrom har ägnat studiet av modeväxlingarna mycket stort intresse. I *Economics of Fashion*, New York 1928, har han lämnat följande spirituella skildring av modets betydelse, som han inte förefaller undervärdera (även om kanske modets betydelse redan under 1920-talet var större i Förenta Staterna än i 1930-talets Sverige):

»Fashion makes men shave every day, wear shirts with collars attached, two-button sack suits, four-in-hand ties, soft gray felt hats, trousers creased, — — — and low shoes all the year round. It makes women wear less clothing than ever before in modern times. It changes the tint of the face powder, the odor of the perfume, the wave of the hair, the position of the waist line, the length of the skirt, the color of the hose, the height of the heels. Fashion is a stronger factor than wear and tear in displacing automobiles, furniture, kitchen utensiles, pianos, phonographs, radio instruments and bath tubs. Fashion causes all of this and at the same time makes people like it. To be out of fashion is, indeed, to be out of the world.

Usefulness, durability, fastness of color, purity and other similar qualities are still as fundamental and important as they ever were, but the advances in methods of production and the care exercised both by manufacturers and distributors in giving the consumer what he wants makes careful consideration by the consumer upon these points largely unnecessary.

Less than a fair degree of fastness of color in present-day textiles is inexcusable. A modern automobile motor that will not deliver its rated horsepower is unthinkable. When an established retailer advertises fabric as all wool and a yard wide the statement is unhesitatingly accepted. Exceptions are highly infrequent. — — — The important but ordinary qualities of goods are now for the most part taken for granted.

But not so with fashion. Here every faculty of consumer choice comes into play. Goods are carefully studied, compared and considered, not to determine what their construction is, but to be sure that they are in the proper style. Goods may have all other qualities but if they are not in fashion they will not be accepted.» (sid. III och IV).

Med stöd av konkreta studier anser sig Nystrom kunna visa:

1) Det har aldrig lyckats att i någon högre grad påverka modeutvecklingen med hjälp av

[1] Denna term har författaren lånat av professor G. Törnqvist, som även föreslagit distinktionen mellan variationsbredd vid viss tidpunkt och i tiden. I G. Törnqvist, *Distributionsvägarna i kritisk belysning*, Stockholm 1933, sid. 21, angives denna term, avseende viss tidpunkt, som en av de faktorer, vilka påverka utformningen av detaljhandelns butiksnät.

[2] *I stort sett* torde konsumtionens variationsbredd — särskilt i tiden — spela större roll inom skoindustrien än inom de textila industrierna.

försäljningsfrämjande åtgärder. Däremot kan en en gång börjad utveckling av modet påskyndas och möjligen accentueras.

2) Modekurvans höjd och längd varierar ganska avsevärt mellan olika varor men är oftast i hög grad säsongbunden. Om på grund av någon oförutsedd händelse ett mode stoppas, kan detta icke väckas upp på nytt, även om den oförutsedda händelsen passerat snabbt.

3) Folk i olika samhällsklasser och i olika inkomstlägen ha i och för sig ungefär lika stark önskan att följa modet. Möjligheterna att göra detta växa emellertid med stigande inkomster och med sjunkande arbetstid.

Av utomordentligt stor betydelse för utformningen av produktions- och distributionsstrukturen är konsumtionens variationsbredd genom sin inverkan på efterfrågesituationen, marknadsfaktorerna. Endast sällan och endast i mycket begränsad utsträckning torde det individuella företaget kunna påverka konsumtionens variationsbredd vid en viss tidpunkt eller i tiden — däremot ibland kanske hela delbranscher eller branscher genom kollektiva propagandaåtgärder. Olika företag kunna i olika hög grad anpassa sig efter konsumtionens variationsbredd.

Uppfattningen om storleken av konsumtionens variationsbredd torde icke sällan vara olika hos olika led i en bransch och hos konsumenterna. »Fackkunskap» medför nog icke sällan benägenhet att överskatta storleken av konsumtionens variationsbredd. Det är uppfattningen om konsumtionens variationsbredd hos företagets omedelbara kunder, som har betydelse för strukturens utformning. Se härom också avsnitt 16 i kapitel 4.

I och med stigande levnadsstandard torde konsumtionens variationsbredd vid viss tidpunkt och i tiden ha ökat både därigenom att kravet på individualitet — och möjligheterna att tillfredsställa detta — i och för sig ökat och att modeväxlingarna »trängt igenom» på grund av bättre kommunikationer. Modeväxlingarna inneburo förr kanske ofta en relativt liten variationsbredd vid viss tidpunkt — man följde modet »slaviskt» — medan under senare år kravet på varianter inom de av modet dekreterade gränserna stigit starkt liksom möjligheterna att tillgodose detta krav. En tendens till i tiden tätare modeväxlingar torde även föreligga.[1]

B2, huvudvaruområdets storlek, angiver storleken av det »område» (»den marknad») företaget huvudsakligen är inne på. Ett mått på dennas storlek utgör värdet av den totala konsumtionen inom landet (eller annan aktuell avsättningsregion) av samtliga tillverkade huvudvaror plus importerade varor av samma slag. Huvudvaruområdet är detsamma för alla företag i en delbransch, medan varuområdet, som angiver hela det »område» företaget är inne på, varierar mellan olika företag i en delbransch. För en närmare diskussion av begreppet varuområde ävensom huvudvaruområde samt hur dessa kunna mätas på olika sätt hänvisas till kapitel 1, avsnitt 2.

[1] En intressant uppgift om modets växande betydelse är att i Förenta Staterna år 1914 uppskattningsvis endast 20 procent av alla bomullsvaror voro underkastade modeväxlingar och f. ö. tämligen långsamt, medan år 1932 praktiskt taget alla bomullsvävnader utformades under modets inflytande. C. T. Murchison, *Requisites of Stabilization in the Cotton Textile Industry*, The American Economic Review, Vol. XXIII, no. 1, Supplement, March 1933, sid. 75—76.

Om *B3, inköpsvärde per relevant konsument (och år)*, behöver endast sägas att med relevant konsument menas den som över huvud kan tänkas konsumera varan i fråga. För damskodon äro t. ex. endast damer relevanta konsumenter.

Till skillnad från övriga B-faktorer på efterfrågesidan kan *B4, antal order och antal leveranser per kund (och år*[1]), i vissa fall tänkas variera mellan olika företag inom samma delbransch.[2] Om så är fallet i någon större utsträckning äventyras representativiteten hos distributionskomponenten försäljning per kund och år och B4 måste insättas som en distributionskomponent i företagsstrukturen.[3]

Vissa möjligheter finnas att inverka på B4 genom förändringar av komponenterna. Möjligheterna härtill begränsas dock starkt av handelns struktur, tradition och varusortimentets karaktär. Ömtåliga varor måste ofta levereras med vissa mellanrum medan andra varor äro säsongbetonade och därför i huvudsak säljas vid vissa tillfällen. B4 — och särskilt antalet leveranser per kund — påverkas av B5, marknadens geografiska storlek och, i synnerhet, täthet.

B5, *marknadens geografiska storlek och täthet*, avser helt enkelt ytvidden av det område, inom vilket konsumenterna av de av delbranschen ifråga tillverkade varorna göra sina inköp, samt spridningen av dessa konsumenter inom området. Denna faktor har betydelse för företaget genom att den tillsammans med B3 och B4 påverkar lokaliseringen och storleksfördelningen mellan företagens omedelbara kunder, kundstrukturen. Denna innefattas i övrigt under distributionstekniska möjligheter i B7. I den mån företaget säljer direkt till konsumenterna påverkar B5 tillsammans med B3 och B4 direkt utformningen av företagets distributionsstruktur.

B6, graden av konkurrens, är synnerligen svår att erhålla uppgifter om. En viss uppfattning härom torde man dock ibland kunna få med ledning av räntabiliteten i industrien.

Graden av konkurrens påverkar i hög grad både produktions- och distributionsstrukturen genom att inverka på marknadsfaktorerna och förändra betingelserna för den fördelaktigaste anpassningen av företagets struktur till dessa. Inflytandet av graden av konkurrens på företagsstrukturen via påverkan av räntabilitetsläget torde även vara ganska betydande på längre sikt.

B7, tillverknings- och distributionstekniska möjligheter, avser endast att angiva de möjligheter som företaget har att utforma sin produktions- och distributionsstruktur med hänsyn till tillgänglig distributionsapparat (»kundstrukturen») — för ett industriföretag handeln — och tillgängliga tekniska förutsättningar (även på det administrativa området). De tillverknings- och distributionstekniska möjligheterna äro naturligtvis endast av intresse då de äro ekonomiskt relevanta.

En teknisk förutsättning, som ibland förefaller ha stort inflytande på pro-

[1] I Törnqvist, *a. a.*, sid. 59, framhålles antal inköp per år såsom en viktig faktor, inverkande på graden av försäljningsarbetets centralisering.

[2] Som framgår av utredningen om de textila industriernas struktur kan efterordernas — d. v. s. de order som ingå efter säsongordernas emottagande — betydelse vara olika stor vid olika företag inom samma delbransch — dock icke i någon högre grad. Härigenom varierar B4 även vid samma inköpsvärde per relevant person och år.

[3] Enligt tidigare återgiven uppgift (sid. 65) skulle så vara fallet inom skoindustrien.

duktions- men även distributionsstrukturen, är möjligheterna att utnyttja råvaran i tillverkningen.

B8, behov av arbetskraft respektive kapital, angiver de förutsättningar för utformningen av produktions- och distributionsstrukturen, vilka bero på behovet av arbetskraft och kapital.

I fråga om behovet av arbetskraft bör framhållas att anspråken på arbetskraftens egenskaper i olika avseenden är av stor betydelse och växlar starkt mellan olika delbranscher. Variationen i behovet av olika »slag av» kapital synes däremot icke vara av så stor betydelse. Proportionen mellan behov av arbetskraft och kapital varierar också starkt mellan olika industrier men ofta också mellan olika stora företag inom samma industri och även delbransch.

Karakteristik av allmänekonomiska faktorer

14. De ekonomiska faktorer, vilka äro i stort sett lika icke endast för företagen i en delbransch utan för flera eller t. o. m. alla delbranscher i ett land kallas *allmänekonomiska faktorer*. Gränsen mellan de allmänekonomiska faktorerna och B-faktorerna blir emellertid ofta flytande liksom mellan de allmänekonomiska faktorerna och de icke-ekonomiska faktorerna, vilka karakteriseras i nästa avsnitt.

Till de allmänekonomiska faktorerna räknas dels tillgången på produktionsfaktorer och dels alla de åtgärder, som kunna innefattas under den allmänna ekonomiska politiken, såsom skattepolitik, tullpolitik, penningpolitik och socialpolitik.

Ur vissa synpunkter förefaller det mindre tillfredsställande att inordna tillgången på arbetskraft under de allmänekonomiska faktorerna, särskilt på kort sikt. Tillgången på arbetskraft varierar ofta mellan olika företag inom samma delbransch och även — åtminstone på icke alltför kort sikt — mellan olika delbranscher, beroende på företagens lokalisering. Tullpolitiken kan avse endast en industri eller del därav men har trots detta förts till de allmänekonomiska faktorerna. Så som tullsystemet är uppbyggt synes detta ofta lämpligen beaktas med hänsyn till mycket större enheter än de delbranscher, varom här är fråga, och »indirekt» naturligtvis med hänsyn till hela näringslivet. Om tullskyddet för en viss delbransch skulle borttagas, medförde emellertid detta säkerligen stora verkningar — större än på den näringsgren, vari delbranschen ifråga utgjorde en enhet.

Karakteristik av icke-ekonomiska faktorer

15. De icke-ekonomiska faktorerna avse att representera sådana institutionella, sociologiska och psykologiska förhållanden, vilka icke bruka räknas till ekonomiska faktorer, men vilka ändå kunna spela mycket stor roll vid utformningen av företags- och industristrukturen.[1] Bland dessa faktorer må framhållas tradition och allt

[1] Det är givetvis en smaksak vad som skall anses vara »av ekonomisk natur». I viss mån kan allting anses ha en ekonomisk sida. Gränsdragningen mellan B-faktorerna och de icke-ekonomiska faktorerna liksom mellan de allmänekonomiska och icke-ekonomiska faktorerna måste bli flytande.

vad detta innebär, uppfattning om det allmänna ekonomiska (och politiska) läget inom en närmare eller fjärmare framtid, graden av hemlighetsfullhet och av samarbetsvilja mellan konkurrerande företag och även i övrigt, äganderättsförhållanden i den mån dessa påverka strukturen, företagsledarens eller -ledningens temperament etc.

Svårigheterna att erhålla ens ungefärliga mått på de icke-ekonomiska faktorernas betydelse äro i det närmaste oöverstigliga utom i vissa extrema fall. Att de trots detta kunna vara av stor betydelse förefaller emellertid uppenbart.

F. Samband mellan komponenter samt mellan dessa och kostnader per enhet

I fortsättningen komma de viktigare av rubricerade samband att i korthet diskuteras. Först beskrivas de samband som gälla även vid ren konkurrens, därefter sambanden under huvudsakligen monopolistisk konkurrens. Därvid behandlas sambanden mellan olika komponenter först, sedan sambanden mellan komponenter och marknadsfaktorer och slutligen sambanden mellan komponenter och marknadsfaktorer, å ena, B-faktorer samt allmänekonomiska och icke-ekonomiska faktorer, å andra sidan.

Vissa även vid ren konkurrens gällande samband mellan komponenterna

16. De samband som i diagrammet illustrerats med dubbelriktade, dubbelstreckade pilar äro helt betingade av definitionerna och gälla givetvis vid alla konkurrensformer. Som tidigare framhållits gäller beträffande sambanden ceteris paribus förutsättningen. Om t. ex. tillverkningens storlek hos företaget (Ft) ökar och — såsom tidigare förutsatts — under perioden inga utifrån inköpta färdigvaror försäljas av företaget och, såsom också antagits, inga lagerförändringar äga rum kommer försäljningens storlek (Ff) att öka lika mycket; antalet kunder (D3) och/eller försäljningen per kund (D1) kommer likaledes att öka, emedan Ft = Ff = D3 × D1. Eftersom D1 × D3 = Ff, kommer, vid oförändrad storlek för Ff, D1 att öka, då D3 minskar och vice versa. På samma sätt härledas sambanden mellan komponenterna Ft, T1 och T2: Ft = T2 × T1.[1]

Även vid ren (pure) — men icke vid fullkomlig (perfect) — konkurrens ha sambanden mellan tillverkningskomponenterna T1 och T2, å ena, och distributionskomponenterna D1 och D3, å andra sidan, relevans.

I detta avsnitt omnämnda samband äro desamma, vilka illustrerats i diagram 1 och behandlats i kommentarerna till detta (avsnitt 5).

[1] En annan sak är att en förlängning av tillverkningsserierna vanligen medför en ökning av produktionen per arbetaretimme och även per maskintimme och därigenom möjliggör en större produktion inom ett företag med viss given kapacitet — och vice versa. I diagrammet har detta samband visats genom en streckad grön pil från T2, tillverkningsseriernas längd, till Ft (T0), tillverkningens storlek.

Samband mellan i föregående avsnitt berörda komponenter vid monopolistisk konkurrens

17. Inom nästan alla undersökta textila delbranscher ökar både varusortimentets storlek och tillverkningsseriernas längd vid stigande företagsstorlek liksom också — i flertalet fall — både antal kunder och försäljningen per kund. I vilken utsträckning vardera av de olika komponenterna växer beror av en rad olika omständigheter, vilka närmare berörts i kapitlen 5—8 och sammanfattats i kapitel 4, avsnitten 6, 13 och 14. Vidare stiger i de allra flesta fall försäljningen per kund vid ökning av varusortimentets storlek — dock endast till en viss gräns. Se härom särskilt kapitel 4, avsnitten 14 och 15.

Tidigare ej berörda samband mellan tillverkningskomponenterna samt mellan dessa och tillverkningskostnader per enhet

18. För flera textila delbranscher har kunnat visas, att en förlängning av tillverkningsserierna medför en icke obetydlig ökning av produktionen per arbetaretimme. På grund av samvariation mellan ökningen av tillverkningsseriernas längd och företagsstorleken är det dock ofta svårt att med säkerhet avgöra, i vilken grad förlängningen av tillverkningsserierna respektive ökningen av företagsstorleken är orsak till ökningen av produktionen per arbetaretimme. Huruvida ökningen av produktionen per arbetaretimme innebär en sänkning av de totala kostnaderna per enhet har inte kunnat visas. Så är dock med all sannolikhet fallet. Inom skoindustrien tillämpa företag sådan prispolitik, att nyssnämnda förhållande synes gälla. I kapitel 4, avsnitt 9, diskuteras fördelarna av produktions- och tillverkningsseriernas förlängning samt lämnas en sammanfattande beskrivning av samvariationen mellan företagets storlek och tillverkningsseriernas längd, å ena, produktionens storlek per arbetaretimme, å andra sidan. Samvariationen behandlas utförligare i till kapitlen 5, 6 och 8 hörande avdelning V. Ovan berörda samband illustreras i diagrammet med en heldragen, röd pil från T2 till Kt.

Att en ökning av företagets storlek skulle medföra minskade tillverkningskostnader per enhet oavsett fördelarna ur kostnadssynpunkt av en förlängning av tillverkningsserierna är mera tveksamt.[1] Av litteraturen att döma förefaller detta fall icke ha blivit föremål för åtminstone några större undersökningar, vilkas resultat offentliggjorts. I detta kapitel skall icke redovisas de olika omständigheter, vilka tillsammans resultera i stordriftens fördelar respektive nackdelar, av vilka tillverkningsseriernas längd endast utgör en omständighet. Här skall endast framhållas att de olägenheter av organisatorisk och annan natur, vilka uppkomma vid växande företagsstorlek för företag inom konsumtionsvaruindustrier, vilka arbeta på en relativt begränsad marknad, redan vid en ganska måttlig företagsstorlek ibland torde bliva av samma storleksordning som de rent tillverkningstekniska fördelarna oavsett tillverkningsseriernas längd. Här diskuterade samband ha i dia-

[1] Minskningen av kostnaderna vid bättre utnyttjande av befintlig kapacitet är en annan sak.

grammet angivits med en streckad, grön och en streckad, röd pil mellan tillverkningens storlek (Ft) och tillverkningskostnader per enhet (Kt).

Då företagets storlek växer öka svårigheterna att hålla en viss originalitetsnivå, emedan tillgången på idéer är begränsad liksom även marknadens storlek för originella varor. Dock äro de ekonomiska möjligheterna att taga idémän i anspråk större inom större företag.

Inom de textila industrierna förefaller originalitetsnivån i allmänhet vara förhållandevis högre hos de mindre företagen med undantag för några, på enstaka starkt standardiserade varor specialiserade, mindre företag. Inom skoindustrien synes förhållandet vara detsamma, ehuru de starkt specialiserade mindre företagen torde vara talrikare företrädda. Särskilt vissa enklare skodon framställas ofta av små företag. Liknande förhållanden torde gälla inom möbelindustrien.

Här diskuterade samband ha i diagrammet illustrerats med en streckad röd pil mellan tillverkningens storlek (Ft) och tillverkningens originalitetsnivå (T3).

Den heldragna, röda pilen mellan tillverkningsseriernas längd (T2) och tillverkningens originalitetsnivå (T3) betecknar det förhållandet att originalitetsnivån nästan alltid sjunker då antalet tillverkade varor av samma slag stiger. Beträffande mindre företag behöver detta dock icke nödvändigtvis vara fallet, då en övergång från en begränsad tillverkning av standardvaror till mera särpräglade varor kan tänkas utan att tillverkningsseriernas genomsnittslängd minskar.

En höjning av tillverkningens kvalitetsnivå innebär oftast en höjning av tillverkningskostnaderna, vilket i diagrammet illustrerats med en heldragen, grön pil mellan tillverkningens kvalitetsnivå (T4) och tillverkningskostnader per enhet (Kt).

Då leveranstidens längd ökar förbättras möjligheterna att planera tillverkningen och därmed icke sällan att förlänga tillverkningsserierna. En vara, som tidigare måst tillverkas flera gånger årligen, kan kanske tillverkas på en enda gång. Inom den starkt modebetonade delen av de textila industrierna liksom inom exempelvis skoindustrien har detta samband stor betydelse. I diagrammet angives sambandet med en streckad grön pil mellan leveranstidens längd (T5) och tillverkningsseriernas längd (T2).

En ökning av leveranstidens längd medför ofta en sänkning av tillverknings- och distributionskostnaderna per enhet (även vid oförändrad längd hos tillverkningsserierna) därigenom att en bättre planering och därmed rationellare utnyttjande av produktions- och distributionsmedel kan ernås. Röda, streckade pilar från leveranstidens längd (T5) till tillverknings- och distributionskostnader per enhet (Kt och Kd) illustrera detta.

Tidigare ej berörda samband mellan distributionskomponenterna samt mellan dessa och distributionskostnaderna per enhet

19. Emedan en stor del av kostnaderna per kundbesök är oberoende av försäljningens storlek förefaller en ökning av försäljningen per kund att innebära

minskade försäljningskostnader per enhet. Sålunda kan för flera textila delbranscher visas, att försäljningen per försäljare ökar, då försäljningen per kund stiger. En minskning torde också inträda beträffande expeditions- och transportkostnader, då ordernas och leveransernas storlek växa samtidigt med försäljningen per kund. Se härom vidare kapitel 4, avsnitt 13. Ovan berörda samband visas i diagrammet med en heldragen, röd pil från D1 till Kd.

I Cowan, a. a., sid. 130, sammanfattas resultatet av en analys av försäljararbetet inom en viss grosshandelsbransch i nedanstående tabell. Kostnaderna för försäljningsarbetet minskar genom att både antalet besök och tiden per besök växer långsammare (sjunker i vissa fall) än storleken av försäljningen per kund.

Table XLIII.

Distribution of wholesale salesmen's weekly time among buyers of varying size: a typical city, 1937.

Buyer's weekly volume (cartons)	Interviews per buyer	Minutes per buyer	Minutes per interview	Minutes per 100 cartons of buyer's volume
0—499	1,1	8,3	7,3	2,9
500—999	1,3	10,9	9,6	1,6
1 000—1 499	1,8	17,2	11,4	1,6
1 500—1 999	1,9	19,8	10,6	1,2
2 000 and more	2,2	21,5	8,8	0,6

Förekomsten av mellanhänder i distributionen av konsumtionsvaror är ofta betingad därav att mellanhanden genom inköp från ett flertal håll kan föra ett större sortiment än vad ett enstaka företag kan framställa av hänsyn till tillverkningskostnaderna och därigenom utföra de distributiva funktionerna till lägre kostnad än som är möjligt för tillverkningsföretagen-leverantörerna — åtminstone till vissa kundkategorier. Den relativa distributionskostnaden blir »för stor» för tillverkningsföretagen, emedan på grund av det begränsade sortimentet inköpssumman per kund blir »för låg».

En övergång till direktförsäljning (alltså »förbi» mellanhanden) — i större eller mindre utsträckning — innebär för tillverkningsföretaget ökat antal kunder, ofta en mycket stark ökning. Betydelsen av detta samband, som i diagrammet visas med en grön, heldragen pil mellan direktförsäljningens relativa storlek (D2) och antal kunder (D3), varierar mycket avsevärt mellan olika varugrupper, beroende på inköpsvärde per distributionsenhet och år, vilket i sin tur ofta till stor del torde vara avhängigt av inköpsvärdet per relevant konsument och år samt huru ofta konsumtionsinköpen företagas m. m. Jämför exempelvis konfektionskostymer, knappnålar och bröd.

Även andra omständigheter än här nämnda kunna givetvis inverka på direktförsäljningens relativa storlek. Mellanhanden utför exempelvis ofta mycket viktiga funktioner såsom försäljningsfrämjare, kreditgivare och kreditbedömare eller såsom marknadsexpert även i andra avseenden.

I Törnqvist, a. a., sid. 47, framhålles att det ofta stora avståndet mellan tillverkning och konsumtion medför uppenbara olägenheter för fabrikanten i två avseenden: möjligheten att

erhålla en säker uppfattning om konsumtionen och dess förändringar samt möjligheten att åstadkomma ett »aktivt försäljningsarbete». Båda dessa olägenheter, som öka vid stigande antal mellanhänder, innebära att ett närmande till konsumtionen, »en ökning av direktförsäljningens relativa storlek», är fördelaktig. Detta kan åstadkommas antingen genom fullständig integration eller genom s. k. partiell integration, d. v. s. genom övertagande av samtliga eller av enbart vissa av mellanhandens (-händernas) funktioner. Fabrikanten kan övertaga endast vad Törnqvist kallar handelns dynamiska uppgifter: konsumtionsstudiet (marknadsundersökningen) och konsumentbearbetningen, d. v. s. försäljningsfrämjande åtgärder i vidaste bemärkelse (reklam i alla former etc.).

På samma sätt som i fråga om tillverkningskostnaderna förefaller det vara tveksamt huruvida en ökning av företagets totala försäljning medför minskade försäljningskostnader vid oförändrad storlek av försäljningen per kund.[1] Troligen väga redan vid en ganska måttlig företagsstorlek ofta de organisatoriska och andra olägenheter, som en växande företagsstorlek medför, tyngre än de rent distributionstekniska fördelar, som kunna vinnas, t. ex. vid expedition och transporter och vid försäljarnas resor. Härtill komma de ökade avsättningssvårigheter, som kunna uppstå på grund av ökat försäljningsmotstånd, då företaget uppnår en så stor försäljning att denna utgör en mera betydande del av försäljningen i hela den delbransch, till vilken företaget hör. Detta ökade försäljningsmotstånd visar sig vanligen genom minskad försäljning per kund men kan också föranleda intensifierade försäljningsfrämjande åtgärder, varigenom storleken av försäljningen per kund kan bibehållas. Sistnämnda samband har i diagrammet illustrerats med en streckad grön pil från D4, försäljningsfrämjande till distributionskostnader per enhet (Kd) och till M5, varuefterfrågans storlek. I detta stycke i övrigt diskuterade samband redovisas i diagrammet med en röd och en grön, streckad pil mellan försäljningens storlek (Ff) och distributionskostnader per enhet (Kd).

Ökat försäljningsfrämjande innebär på grund av kostnaderna härför ökade distributionskostnader. Om även distributionskostnaderna per enhet stiga beror i huvudsak på hur mycket varuefterfrågans storlek stiger och i vilken omfattning andra distributionsåtgärder underlättas. Även om ökat försäljningsfrämjande medför en ökning av de sammanlagda distributionskostnaderna per enhet, kan detta vara lönande för företaget på grund av en större minskning av tillverkningskostnaderna och/eller fördelar på intäktssidan.

Tidigare ej berörda samband mellan tillverknings- och distributionskomponenterna[2]

20. En ökning av varusortimentets storlek (inom det för företaget aktuella varuområdet) medför vanligen (se härom avsnitten 14 och 15 i kapitel 4 ävensom kapitlen 5—8) en ökad försäljning per kund och år eller i varje fall möjligheter därtill, emedan det finnes flera varor av intresse för köparna. Möjligheterna att

[1] Någon hänsyn till minskningen av kostnaderna vid bättre utnyttjande av befintlig kapacitet har icke tagits.

[2] Samt, i viss mån, marknadsfaktorerna, vilkas samband med tillverknings- och distributionskomponenterna i övrigt behandlas i avsnitten 22 respektive 23.

öka antalet kunder bli också större, emedan flera köpare kunna finna önskade varor i en större än i en mindre varukollektion. I själva verket torde de sålunda ökade möjligheterna till större *total* försäljning respektive större säkerhet att uppnå en viss total försäljning icke sällan vara det viktigaste argumentet på längre sikt för en ökning av varusortimentets storlek. En annan, distributionsteknisk, fördel kan vara att ju större varusortiment desto större möjligheter att öka direktförsäljningen — vilket nästan alltid innebär övergång till kunder med mindre köpförmåga beträffande ett visst varusortiment — emedan kostnaderna för försäljningen bli mindre ju större försäljningen är per kund och år. Nyssberörda samband ha illustrerats med en heldragen, grön pil mellan varusortimentets storlek (T1) och försäljningen per kund och år (D1) samt en heldragen röd pil mellan tillverkningsseriernas längd (T2) och D1; vidare röd heldragen pil mellan T1 och försäljningsmotstånd (M6) samt grön heldragen pil från T2 till M6 ävensom grön streckad pil mellan T1 och antal kunder (D3). De ökade möjligheterna till direktförsäljning antydes med streckad grön pil mellan försäljningen per kund (D1) och direktförsäljningens relativa storlek (D2).

Under vissa omständigheter kan en ökning av direktförsäljningens relativa storlek tänkas öka tillverkningsseriernas längd. Den direkta kontakten mellan tillverkningsföretaget och det slutliga handelsledet eller förbrukaren kan möjliggöra en utsortering av vissa varor, vilka mellanhänder av konkurrensskäl kunna tänkas önska bibehålla eller icke övervägt att utsortera på grund av mindre starkt intresse än tillverkningsföretaget självt för tillverkningens rationalisering. Här beskrivna samband ha i diagrammet registrerats med en streckad, grön pil från direktförsäljningens relativa storlek (D2) till tillverkningsseriernas längd (T2).

En ökning av varusortimentets storlek *utöver* det för företaget aktuella varuområdet behöver icke ha samma inverkan på distributionskomponenterna, som ovan angivits. Vilken inverkan blir beror bl. a. på hur kundstrukturen inom det nya varuområdet förhåller sig till den »gamla» kundstrukturen.

G. Samband mellan marknadsfaktorer, mellan komponenter och marknadsfaktorer samt mellan dessa och intäkter per enhet respektive försäljningens storlek

Sambanden mellan marknadsfaktorerna samt mellan dessa och försäljningens storlek respektive intäkter per enhet

21. Den kommersiella varuefterfrågans elasticitet och stabilitet påverkas bland annat av den konsumtiva varuefterfrågans elasticitet och stabilitet. Om sambandet mellan dessa faktorer kunna emellertid endast hypoteser, som i stort sett inte kunna verifieras, uppställas.

Sambanden synas påverkas av den grad av produktdifferentiering som föreligger mellan olika företag i samma delbransch. Ju längre driven differentieringen är desto starkare torde banden mellan konsument och handel respektive handel och tillverkningsföretag vara. Därjämte spelar emellertid konkurrensen inom delbranschen i

fråga samt dennas traditionella spekulativitet (»inköps- och försäljningsaktivitet») antagligen en betydande roll. Ju större konkurrensen och spekulativiteten desto svagare är sambandet mellan elasticiteten respektive stabiliteten hos den kommersiella och den konsumtiva varuefterfrågan. På grund av de icke sällan relativt begränsade möjligheterna till lagerhållning torde emellertid trots konkurrens och spekulativitet vanligen ett samband finnas: en ökad stabilitet hos den konsumtiva efterfrågan medför en ökad stabilitet hos den kommersiella efterfrågan, och även, ehuru mera tveksamt, en ökad elasticitet hos den konsumtiva efterfrågan en ökad elasticitet hos den kommersiella efterfrågan.[1] Slutligen spelar säkerligen antalet mellanhänder stor roll för sambandet mellan den kommersiella och konsumtiva efterfrågans elasticitet och stabilitet. Ju flera mellanhänder ju svagare samband.

Ovannämnda samband ha i diagrammet redovisats med streckade, gröna pilar från konsumtiva varuefterfrågans elasticitet (M2) respektive stabilitet (M4) till kommersiella varuefterfrågans elasticitet (M1) respektive stabilitet (M3).

Något primärt samband mellan M1, kommersiella varuefterfrågans elasticitet, och M6, försäljningsmotstånd, finnes icke, då enligt förutsättningarna förändringar i den kommersiella varuefterfrågans elasticitet inte påverkar det aktuella priset respektive försålda kvantiteten. (Förändringen av efterfrågekurvans lutning sker kring den punkt på kurvan, där pris och försåld kvantitet mötas.) Vid en förändring av läget i övrigt, t. ex. av varusortimentets storlek, blir däremot försäljningsmotståndet annorlunda än det skulle blivit före förändringen av efterfrågans elasticitet. Ju högre elasticitet (ju flatare efterfrågekurva) desto mindre blir ökningen av försäljningsmotståndet vid en ökning av den försålda kvantiteten och desto mindre blir minskningen av försäljningsmotståndet vid en minskning av den försålda kvantiteten. Detta markeras med en röd, prickad pil från M1, kommersiella varuefterfrågans elasticitet, till M6, försäljningsmotstånd.

På samma sätt finnes primärt inget direkt samband mellan M1, kommersiella varuefterfrågans elasticitet, och Ff(D0), försäljningens storlek. Eftersom efterfrågan i det aktuella läget icke förändras, medför en förändring i M1 icke primärt någon förändring i Ff. Genom förändringen av efterfrågeelasticiteten påverkas emellertid det läge på efterfrågekurvan, som är det för företaget fördelaktigaste. Om sålunda efterfrågans elasticitet ökar, ökar gränsintäkten och det lönar sig att öka försäljningen till dess gränskostnaden återigen hunnit upp gränsintäkten. Detta samband har i diagrammet illustrerats med en prickad, grön pil från M1, kommersiella varuefterfrågans elasticitet, till Ff, försäljningens storlek, samt, i analogi därmed, en röd prickad pil från M1 till I, intäkter per enhet.

Som framgår av definitionerna i avsnitt 11 av M6, försäljningsmotstånd, och M5, kommersiella varuefterfrågans storlek, medför en ökning av den förra komponenten en minskning av den senare, som ju avser efterfrågan på hela det av företaget till-

[1] En annan sak är det här icke behandlade förhållandet att spekulation i prisstegring respektive prissänkning av kommersiella köpare kan vid samma tidpunkt medföra reaktioner i motsatt riktning hos den kommersiella och konsumtiva varuefterfrågan, som sällan i normala tider torde vara spekulativ i någon nämnvärd utsträckning.

verkade varusortimentet. Detta samband har illustrerats med en heldragen, röd pil från M6 till M5.

Slutligen minskar sannolikt varuefterfrågans stabilitet, då ett företag erhåller ökad andel av marknaden, emedan det relativa antalet »osäkra» kunder växer. Företaget måste »välja» sina kunder allt mindre noggrant. Detta samband har illustrerats med en streckad, röd pil mellan försäljningsmotstånd (M6) och kommersiella varuefterfrågans stabilitet (M3). En tendens i motsatt riktning uppkommer emellertid därigenom att då försäljningens absoluta storlek växer, antalet kunder vanligen ökar, varför bortfall av ett absolut antal kunder betyder mindre. Riskfördelningen är gynnsammare. Se vidare härom avsnitt 23.

Samband mellan tillverkningskomponenterna, å ena, marknadsfaktorerna och intäkter per enhet, å andra sidan[1]

22. Då företagets försäljning ökar, växer det försäljningsmotstånd det får vidkännas på grund av ökad andel av marknaden, emedan tillverkningsseriernas längd också växer. Även vid oförändrad försäljningsvolym inträder på samma sätt ett ökat försäljningsmotstånd vid en förlängning av tillverkningsserierna. I båda fallen blir de tillverkade varornas andel av utbudet på hela marknaden större.

Även om tillverkningsserierna icke förlängas kan en »försämring av efterfrågesituationen» uppkomma vid en stegring av företagets tillverkning och försäljning, emedan vid en ökning av varusortimentets storlek inom ett varuområde konkurrensen mellan de i sortimentet ingående varorna tilltager. Sistnämnda samband torde emellertid vara av större betydelse endast för både absolut och relativt synnerligen stora företag och har icke särskilt illustrerats i diagrammet.

I föregående stycke beskrivet samband har i diagrammet illustrerats med grön, heldragen pil från tillverkningsseriernas längd (T2) till försäljningsmotstånd (M6).

En höjning av tillverkningens originalitetsnivå torde icke sällan resultera i en minskning av den kommersiella och den konsumtiva varuefterfrågans elasticitet, emedan konkurrensen med närliggande varor minskas på grund av den ökade särprägeln. Likaledes torde en höjning av tillverkningens kvalitetsnivå (T4) medföra en minskning av den konsumtiva varuefterfrågans elasticitet, emedan högre kvaliteter köpas av högre inkomstklasser, för vilka priset icke spelar så stor roll. Många undantag härifrån torde dock finnas.

Här berörda förhållanden beskrivas i diagrammet med streckade, röda pilar till kommersiella varuefterfrågans elasticitet (M1) från tillverkningens originalitetsnivå (T3) samt från denna och tillverkningens kvalitetsnivå (T4) till konsumtiva varuefterfrågans elasticitet (M2).

En stegring i tillverkningens originalitetsnivå torde dessutom ofta öka konsumtiva varuefterfrågans stabilitet, emedan konsumentens övergång till andra varor försvåras, och även den kommersiella efterfrågans stabilitet — icke endast på grund av ökad

[1] Angående inverkan av varusortimentets storlek och tillverkningsseriernas längd på M6, försäljningsmotstånd, se även avsnitt 20.

stabilitet hos den konsumtiva efterfrågan utan även emedan konkurrensen med andra tillverkare minskar och därmed risken för omläggningar av inköpskällor. Det bör här dock även framhållas att ökad originalitet också kan medföra minskad stabilitet hos efterfrågan, både den kommersiella och konsumtiva, nämligen om modeväxlingarna bliva mera kännbara. Sistnämnda samband, som ibland torde kunna vara av stor betydelse, ha icke illustrerats i diagrammet.

I föregående stycke berörda samband ha i diagrammet angivits med streckade, gröna pilar från tillverkningens originalitetsnivå (T3) till den kommersiella respektive konsumtiva varuefterfrågans stabilitet (M3 resp. M4).

Större stabilitet hos den kommersiella varuefterfrågan synes ofta innebära bättre möjligheter att öka leveranstidens längd, vilket i diagrammet redovisas med en heldragen, grön pil från kommersiella varuefterfrågans stabilitet (M3) till leveranstidens längd (T5).

Tillverkningskomponenterna kunna direkt inverka på intäkter per enhet (I) genom att förändra varornas beskaffenhet. En höjning av kvalitetsnivån innebär sålunda oftast — och en höjning av originalitetsnivån icke sällan — möjligheter att erhålla ett högre pris. En förlängning av leveranstiden eller en minskning av dess anpassning efter kundernas önskningar (ökning av stabiliteten) innebär däremot en försämrad försäljningsservice och därmed försämrat konkurrensläge med lägre pris till följd. I diagrammet ha dessa samband angivits med följande pilar till intäkter per enhet (I): en heldragen, grön pil från tillverkningens kvalitetsnivå (T4) och en streckad från tillverkningens originalitetsnivå (T3) samt en streckad, röd pil från leveranstidens längd och stabilitet (T5).

Samband mellan distributionskomponenterna, å ena, marknadsfaktorerna och intäkter per enhet, å andra sidan

23. En ökning av antalet kunder liksom av direktförsäljningens relativa storlek medför en högre stabilitet hos den kommersiella varuefterfrågan, emedan ett större antal kunder innebär att bortfall av ett givet antal kunder spelar en relativt mindre roll och emedan en försäljning direkt till det slutliga handelsledet vanligen torde innebära mindre risker för kundens övergång till annan inköpskälla än vid försäljning till mellanhand. Denne har nämligen bättre överblick över marknaden och hans verksamhet är mera spekulativt betonad. Nyssnämnda samband illustreras med heldragna, gröna pilar från antal kunder (D3) och direktförsäljningens relativa storlek (D2) till kommersiella varuefterfrågans stabilitet (M3).

Ett ökat försäljningsmotstånd på grund av ökad andel av marknaden synes ofta, som tidigare berörts och som framgår av utredningen angående de textila industriernas struktur, taga sig uttryck i en minskad försäljning per kund och år beroende på att tillgången på stora kunder är begränsad och företaget därför även måste vända sig till mindre kunder samt till kunder, som köpa en mindre del av det erbjudna varusortimentet. En heldragen, röd pil mellan försäljningsmotstånd (M6) och försäljning per kund (D1) redovisar detta.

Medan utformningen av produktionsstrukturen och distributionsstrukturen med undantag för försäljningsfrämjande huvudsakligen syftar till att utvälja och anpassa sig på ett med hänsyn till kostnader och intäkter fördelaktigast möjliga sätt efter en i stort sett given efterfrågesituation, avse de försäljningsfrämjande åtgärderna i huvudsak att anpassa den rådande efterfrågesituationen efter den övriga distributionsstrukturen och efter produktionsstrukturen. Den mångfald olika sätt, på vilka försäljningsfrämjande (D4) utövar inflytande på marknadsfaktorerna och då vanligen också på distributionskomponenterna — och tillsammans med dessa — kan av utrymmesskäl här endast antydas i korthet.

Den mest omtalade och kanske mest betydande verkan av försäljningsfrämjande är att helt allmänt öka storleken av efterfrågan på de av företaget tillverkade produkterna. Tyngdpunkten kan emellertid läggas på att söka åstadkomma antingen en större försäljningskvantitet — det mest renodlade exemplet härpå torde vara att genom information öka antalet potentiella kunder — eller ett högre pris än vad som skulle erhållas utan försäljningsfrämjande. Detta mål kan nås genom att inverka på och utnyttja folks smak och behov i och för sig men också, och kanske främst, genom att påverka uppfattningen om de försålda varorna i fördelaktig riktning. Genom försäljningsfrämjande kunna sålunda köparna påverkas att tro att varusortimentet är större än det är genom att framhäva olika delar av detta och rentav genom att skapa nya varubegrepp. En uppfattning om högre kvalitetsnivå och — kanske framför allt — originalitetsnivå kan också bibringas köparna. På detta sätt kan försäljningsfrämjande ha samma inverkan på marknadsfaktorerna som en förändring av tillverkningskomponenterna själva, då det är köparnas *uppfattning* om tillverkningskomponenternas storlek, som är av betydelse för efterfrågesituationen.

Försäljningsfrämjande samordnas också med övriga distributiva åtgärder. Syftet är ofta att underlätta dessa, t. ex. genom att söka inverka höjande på försäljningen hos företagets kunder eller genom att underlätta anskaffningen av nya kunder. På detta sätt påverkar försäljningsfrämjande övriga distributionskomponenter.

Karakteristiskt för försäljningsfrämjande är vidare att det kan påverka B-faktorerna, främst totala konsumtionsvärdet för de av företagen inom delbranschen i fråga tillverkade varorna. Inverkan av försäljningsfrämjande på efterfrågans storlek, särskilt den konsumtiva efterfrågans, kan inte isoleras till det egna företagets tillverkningar. Konkurrerande företag draga ofta nytta av företagets försäljningsfrämjande åtgärder genom att totala efterfrågan på varugruppen i fråga ökar — trots att varje företag söker att framhäva just sina varor och flytta över efterfrågan till dessa från konkurrentvarorna.

Genom sitt inflytande på varuområdets storlek kan, såsom Chamberlin påpekar, en ökning av företagsstorleken åstadkommas och även i vissa fall ett högre kapacitetsutnyttjande[1].

Av hänsyn till diagrammets tydlighet ha icke den mångfald olika sätt, på vilka försäljningsfrämjande kan inverka på strukturen, redovisats på samma sätt som

[1] Dock ej om försäljningsfrämjande åtgärder vidtagas beträffande *alla* varor, såvida icke konsumtionsbenägenheten (andelen av inkomsten, som användes till konsumtion), stegras.

i fråga om övriga komponenter utan endast, i likhet med B-faktorerna m. fl., med några »neutrala» pilar. Det inflytande försäljningsfrämjande (D4) utövar direkt på varuefterfrågans storlek (M5) och på distributionskostnader per enhet (Kd) har dock markerats genom en grön streckad pil från D4 till M5 och Kd.

Förändringar i D-komponenterna kunna även direkt medföra en förändring av intäkterna per enhet. För tillverkningsföretaget innebär sålunda en ökad direktförsäljning icke endast att kostnaden för mellanhandens funktioner kommer att överflyttas på tillverkningsföretaget utan också att detta erhåller mellanhandens marginal — ibland mera, ibland mindre, beroende på omständigheterna. Nämnda samband visas av en heldragen, grön pil från direktförsäljningens relativa storlek (D2) till dels distributionskostnader per enhet (Kd) och dels intäkter per enhet (I).

En ökad försäljning per kund och år innebär ofta lägre priser, emedan större kunder kunna erhålla lägre priser än små kunder. Ibland utgå kvantitetsrabatter, som mer eller mindre medvetet motsvara de besparingar stora kunder medföra; ibland bli priserna lägre helt enkelt emedan den stora kunden på grund av sin storlek och/eller större skicklighet kan »pruta» bättre än en liten kund. Stora kunder kunna ibland använda en speciell inköpsteknik beträffande relativt standardiserade varor — upprepade preliminära köpeanbud till olika säljare av likartade varor. Stora kunder kunna även erhålla andra, i pengar icke direkt mätbara, fördelar såsom ensamrätt till en viss variant av en vara (solomönster, solomodell etc.), vilket innebär att varusortimentets storlek växer. Att på detta sätt en ökning av kundernas storlek *kan* medföra en utvidgning av varusortimentet har ansetts vara av så liten betydelse att det icke redovisats i diagrammet. Tidigare omnämnt samband har däremot lämpligen ansetts kunna illustreras med en röd, streckad pil från försäljningen per kund och år (D1) till intäkter per enhet (I).

Samband mellan marknadsfaktorerna, å ena, intäkter per enhet och försäljningens storlek, å andra sidan

24. Det individuella företaget kan i korthet sägas anpassa sig efter den rådande efterfrågesituationen i tre etapper. På lång sikt, ofta mycket lång sikt, utväljer företaget (mer eller mindre medvetet) ett lämpligt varuområde.[1] På kortare sikt, i stort sett inför varje säsong, anpassas därefter varusortimentet inom varuområdet dels genom utformning av de individuella varugrupperna och varorna och dels genom en avvägning av varusortimentets storlek. Under själva säsongen sker slutligen en anpassning efter efterfrågesituationen dels genom en nedskärning av varukollektionen (man eliminerar de mönster, som »slå fel») och dels — och huvudsakligen — genom prisjusteringar.[2]

[1] Vad som inverkar på detta val har icke behandlats i detta kapitel.

[2] I »normala tider» synes inom t. ex. skoindustrien förekomma att ändringar av prover i varukollektionen företagas på köparens begäran. Detta torde ibland kunna ha en betydande inverkan på produktionsstrukturen. Inom de textila industrierna synes denna form av beställningstillverkning vara mycket ovanlig, troligen bl. a. av tillverkningstekniska skäl.

Orsaken till att på kort sikt priset anpassas i mycket högre grad än den försålda kvantiteten efter förändringar i efterfrågesituationen[1] torde i huvudsak vara de mycket betydande fasta kostnaderna och ovisshet om hur stora »minimikostnaderna» äro (beroende på svårigheterna att beräkna storleken av kostnaderna vid blandad och skiftande tillverkning samt ibland även på otillfredsställande kalkylsystem) Den kanske främsta orsaken till att priserna äro rörligare än försäljningskvantiteterna synes emellertid vara att risken anses vara stor att en kund, som faller bort under en försäljningssäsong, senare inte skulle kunna förvärvas åter eller endast med mycket stora uppoffringar, varigenom en med hänsyn till de höga fasta kostnaderna betydelsefull återgång till en högre försäljningsvolym skulle försvåras.

Bidragande till prisernas rörlighet är vidare att de kommersiella köparna icke ha överblick över marknaden. Det är sålunda möjligt att sänka priserna till en viss kund utan att alltför starkt försämra förhandlingssituationen med avseende på övriga kunder. Vid förhandling med varje kund är därför den återhållande kraft mot prissänkningar, som fruktan för »spoil the market» utgör, inte så stark. Ej heller är risken stor att vid en ur säljarens synpunkt förbättrad efterfrågesituation höja priset »för mycket» med hänsyn till den kvantitet, som man önskar sälja, emedan priserna kunna justeras från kund till kund.

Man kan också i viss mån ändra priserna genom att ändra kvaliteterna.

Vid försäljning till konsumenter måste säljaren i högre grad taga hänsyn till risken att »fördärva marknaden». Då svårigheterna att överblicka marknaden på grund av varusortimentets mångsidighet och föränderlighet dock äro stora även i detaljhandeln, behöva säljarna av flertalet textilvaror och antagligen även skodon icke taga på långt när lika stor hänsyn till verkningarna av förändringar i prisläget som t. ex. i fråga om mera standardiserade konsumtionsvaror.

Att en förändring av varuefterfrågans storlek (M5) kan taga sig uttryck i en förändring av försäljningens storlek (Ff) eller intäkter per enhet (I) eller båda har i diagrammet redovisats med en heldragen, grön pil från M5 till Ff och I; att som framgår av sid. 72—73, varuefterfrågans stabilitet (M3) kan »direkt» påverka distributionskostnader per enhet (Kd) visas med en streckad, röd pil från M3 till Kd.

Tidigare berörda samband mellan distributionskomponenterna och intäkten per enhet, direkt eller via marknadsfaktorerna, behöva icke nödvändigtvis utgå från komponenterna utan kunna ibland utgå från intäkten per enhet (I). Man bestämmer först det med hänsyn till distributionsapparaten och marknadsläget lämpligaste prisläget och inriktar tillverkningen därefter. På grund av i föregående stycke angivna omständigheter utgör emellertid i fråga om textilvaror, skodon och liknande produkter prisläget såsom sådant endast sällan och icke i någon högre grad »en primär faktor».

Att priset kan bestämmas primärt och tillverknings- och distributionskomponenter anpassas därefter, har icke speciellt illustrerats i diagrammet. I fråga om sär-

[1] Därtill kommer anpassningen av själva nivån för fabriks- och grosshandelspriserna på textilvaror efter de ofta starkt fluktuerande priserna på textila råvaror — och även, i vissa fall, efter prisförändringar på importerade textila färdigvaror.

skilt varaktiga konsumtionsvaror finnas åtskilliga exempel på en sådan prispolitik men den är dock i det stora hela sällsynt. Detta slag av prispolitik förestavas av önskan att nå vissa bestämda konsumtionskategorier, eller/och möjliggöra distribution genom viss typ av detaljhandel för att på detta sätt kunna öka avsättningen mycket avsevärt, vanligen fördubbla den eller mera, och därigenom sänka kostnaderna mera än priset.[1]

H. B-faktorernas inverkan på strukturen

B-faktorernas inverkan på delbranschstrukturen

25. Betydelsen av ovan diskuterade tillverknings- och distributionskomponenter och marknadsfaktorer liksom deras absoluta och relativa storlek varierar, såsom redan antytts, i hög grad mellan olika delbranscher, beroende i huvudsak på B-faktorerna. Med betydelse avses den ekonomiska betydelsen d. v. s. i vilken utsträckning kostnader och intäkter påverkas.

I det föregående ha de strukturella sambanden och strukturens uppbyggnad behandlats i huvudsak med tanke på konsumtionsvaruindustrier med tämligen starkt differentierad och samtidigt mångsidig produktion samt med även i övrigt utpräglad monopolistisk konkurrens (t. ex. flertalet av de textila industrierna och större delen av skoindustrien). Hänsyn har då icke tagits till det förhållandet, att även i nyssnämnda industrier beträffande vissa stapelvaror antalet tillverkare av någon betydenhet kan vara så litet, att oligopolistisk konkurrens föreligger, d. v. s. att de olika företagen vid utformningen av sin företagspolitik medvetet taga hänsyn till vilka förändringar av företagspolitiken hos andra företag detta kan föranleda. Den del av tillverkningen hos de individuella företagen, för vilken oligopolistisk konkurrens föreligger, torde dock i allmänhet endast vara en liten del av den totala tillverkningen. Även i det följande bortses från oligopolistisk konkurrens. Dock kommer trusters och kartellers inverkan på företagsstrukturen att för exemplets skull antydas i största korthet.

B-faktorerna, som äro i stort sett lika för alla företag i en delbransch, utöva ett mycket starkt inflytande på strukturen dels genom att påverka utformningen av de individuella företagens struktur i och för sig, vilket behandlas i nästa avsnitt, och dels genom att inverka på huru olikartad strukturen för de individuella företagen inom en delbransch kan bliva, t. ex. storleksfördelningen mellan företagen.

Ibland kan inverkan av en enda B-faktor vara så stark att denna i hög grad »bestämmer» hela företagets struktur. Denna blir då mycket likartad hos de olika företagen i en sådan delbransch, vars struktur blir »homogen». Företag, vilka tillverka en konsumtionsvarugrupp, för vilken inköpsvärdet per relevant konsument och år är mycket litet, men som användes av ett mycket stort antal personer och vid vars framställning mycket betydande fördelar av långa tillverkningsserier finnas, ha t. ex. en tämligen given såväl produktions- som distributionsstruktur: litet varusortiment, tillverkning i långa serier och tämligen stor försäljning per kund och år (försäljning via sortimentsgrossister).

[1] En redogörelse för olika slag av prispolitik för varaktiga, industriella konsumtionsvaror — vilka icke behandlas närmare i detta kapitel — återfinnes t. ex. i Edwin G. Nourse och Horace B. Drury, *Industrial Price Policies and Economic Progress*, the Brooking Institution, Menasha, Wisconsin, 1938, särskilt kapitel XI.

I andra fall är inverkan av någon eller några B-faktorer icke dominerande och åtskilliga ganska olikartade kombinationer av komponenterna, olikartad struktur, kunna då bliva ekonomiskt optimala eller i varje fall ekonomiskt möjliga. Strukturen hos företag i sådana delbranscher kan variera avsevärt. I enstaka fall kunna några B-faktorer visserligen framstå som särskilt betydelsefulla men medgiva mer än en fördelaktig utformning av företagsstrukturen. Delbranschstrukturen blir i dessa fall »heterogen» såsom förhållandet är beträffande flertalet textila delbranscher, särskilt i fråga om företagsstorleken, vilken i sin tur förefaller utöva ett avsevärt inflytande på strukturen i övrigt. Se vidare härom främst avsnitten 8 och 14 i kapitel 4.

I viss mån torde strukturen hos olika företag inom en delbransch anpassas efter varandra. Särskilt synes detta gälla små och stora företag, vilka i vissa avseenden förefalla »komplettera» varandra vid täckande av delbranschens huvudvaruområde. De små företagen synas vara inriktade på »små» varuslag, d. v. s. med förhållandevis liten total konsumtionsefterfrågan, i *relativt* större utsträckning än de stora företagen, vilka härigenom kunna (med hänsyn till marknaden) hålla längre produktions- och tillverkningsserier än vad annars skulle varit fallet. Därigenom kunna de stora företagen bättre utnyttja sina sannolikt relativt större fördelar av långa serier. Dessa skiljaktigheter i strukturen mellan olika stora företag i en delbransch kunna tänkas ha vuxit fram på flera olika sätt, men detta skall icke beröras här. I övrigt hänvisas till avsnitt 8 men också 6, 14 och 15 i kapitel 4.

Företagsstrukturen, och därmed delbranschstrukturen, påverkas även, såsom senare visas, av allmänekonomiska och icke-ekonomiska faktorer: de förra främst via B-faktorerna, de senare även genom att utöva inflytande på målsättningen för företagets verksamhet samt på förmågan att utnyttja möjligheterna att nå detta mål. Inverkan av de icke-ekonomiska faktorerna, som ofta torde utöva stort inflytande på strukturen, medför sannolikt att skillnaderna i företagens struktur bliva större än vad de annars skulle bli, varigenom delbranschstrukturen påverkas mot större heterogenitet. Vissa icke-ekonomiska faktorer, framför allt tradition, synas dock kunna ha motsatt effekt — särskilt i delbranscher, där de råka vara av stor betydelse.

B-faktorernas inflytande på företagsstrukturen

26. *Konsumtionens variationsbredd* (*B1*) vid en viss tidpunkt, d. v. s. konsumenternas krav på sortiment vid viss tidpunkt, påverkar varusortimentets storlek och därigenom även direktförsäljningens relativa storlek. Då mycket stora varusortiment erfordras, måste både det av tillverkningsföretaget framställda sortimentet vara betydande och försäljningen vara organiserad via sortimentssamlande mellanhänder. Exempel på en sådan vara är dambeklädnadstyger. Är kravet på sortiment mindre men fortfarande stort kan en direktförsäljning tänkas samtidigt med att ett mycket stort varusortiment tillverkas hos företaget, om fördelarna av långa tillverkningsserier äro små. Exempel härpå torde damskofabriker vara. Är återigen konsum-

tionens variationsbredd liten och den totala efterfrågan stor, t. ex. beträffande ett flertal livsmedel såsom margarin och smör, är varusortimentets storlek tämligen given för det individuella företaget, särskilt då stordriftens fördelar äro betydande. Varusortimentets storlek bestämmes då av tillverkningstekniska (och möjligen också transporttekniska) omständigheter. Ibland blir det centrala i företagspolitiken icke så mycket tillverkningen som distributionen. I vissa fall kunna på grund av höga krav på utbudets närhet och/eller produktens fysiska egenskaper och/eller mycket låg försäljning per kund och år och/eller stort antal inköp under året de »fysiska» distributionskostnaderna vara av avgörande betydelse. För nedbringande av dessa kan ibland stora fördelar ernås genom att intensifiera försäljningen inom ett visst geografiskt område så mycket som möjligt.

Även storleken av *konsumtionens variationsbredd i tiden*, (*B1*)[1], alltså huvudsakligast modeväxlingarna, har ibland ett avsevärt inflytande på tillverknings- och distributionsstrukturen. Ju starkare modeväxlingar desto större krav på kortare och vanligen också mindre stabila leveranstider (T5), vilket i sin tur påverkar produktionsstrukturen i övrigt — man måste inrikta sig på att hastigt kunna förändra produktionsinriktning och produktionsvolym — och även distributionsstrukturen: ofta kan direktförsäljning visa sig lämplig. I åtskilliga industrier påverkar graden av styrkan i modeväxlingarna även det tillverkade varusortimentets storlek, särskilt om samtidigt säsongväxlingarna äro avsevärda. Sålunda tillverka, såsom tidigare framhållits, väverier ofta antingen (vanligen de mindre) standardvaror med stabil efterfrågan såsom utfyllnad i tillverkningen av de mera modebetonade varorna eller (vanligen de större) i huvudsak standardvaror eller relativt litet modebetonade varor, medan tillverkningen av modevaror (nouveautéer) begränsas kanske ända ned till vad som behövs som försäljnings- och reklamargument. Man måste »runda av kollektionen».

Modeväxlingarnas inverkan på strukturen synes ofta bliva särskilt stor, då de accentuera säsongväxlingarna.

I Edgar M. Hoover Jr., *Location Theory and the Shoe and Leather Industries*, Harvard U:y Press, 1937, framhålles särskilt det starka inflytande på säsongvariationerna i produktionen, som modet utövar. I den amerikanska skoindustrien skulle den minsta produktionsmånadens tillverkning av herrskor år 1923 ha uppgått till 67,4 procent av den största produktionsmånadens och av damskor till 59,2 procent. Motsvarande siffror år 1934 voro 75,7 respektive 40,9. Ökningen i säsongvariationen för produktionen av damskodon skulle huvudsakligen bero på modets ökade inflytande, vilket skulle ha inverkat minskande på företagsstorleken (s. 190—191).

Starka modeväxlingar kunna i övrigt tänkas inverka antingen stegrande på företagsstorleken — då mycket stora kostnader måste vidkännas för att kartlägga och »utnyttja» modet — eller minskande på företagsstorleken — då tillverkningen och distributionen hastigare och smidigare kan anpassas efter modeväxlingarna vid liten företagsstorlek.[2]

[1] Sambandet mellan konsumtionens variationsbredd vid viss tidpunkt och i tiden har berörts i avsnitt 13.

[2] Jfr Burns, a. a., sid. 408—409.

Säsongväxlingar utan modeväxlingar ha icke samma inflytande på företagsstrukturen som starka modeväxlingar med eller utan anknytning till säsongerna, om möjligheter finnas att lagra tillverkade produkter. Skulle så icke vara fallet — t. ex. emedan varorna av fysiska skäl icke tåla någon längre tids förvaring — ha säsongväxlingarna ungefär samma inflytande som modeväxlingarna på storleken av företagets kapacitet men icke i övrigt på strukturen. För att kunna tillfredsställa efterfrågan under säsongtopparna måste kapaciteten vara större än vad som skulle behövas vid en i tiden jämnt fördelad efterfrågan.

I diagrammet skulle säsongväxlingarnas speciella betydelse ha kunnat markeras genom införandet av en ny B-faktor. Så har emellertid icke skett i syfte att icke ytterligare komplicera detta.

Huvudvaruområdets storlek (B2), som starkt påverkar varuområdets storlek, synes utöva inflytande på företagsstrukturen främst genom sin inverkan på företagets storlek. Utredningen om de textila industriernas struktur visar sålunda större genomsnittlig företagsstorlek, då delbranschens huvudvaruområde blir större. Samtidigt varierar emellertid företagens storlek inom varje delbransch mycket starkt. Därigenom att ett stort varuområde möjliggör avsättning av stora kvantiteter av varje varuslag, kan ett företag uppnå betydande storlek även om varusortimentet begränsas starkt. Tillverkningsserierna bliva långa. Ett belysande exempel härpå är en jämförelse mellan bomullsindustrien i Sverige och Förenta Staterna. Medan de största svenska företagen tillverka flera hundra varuslag, framställa de amerikanska företagen av motsvarande storlek kanske endast ett tiotal varuslag, för vilkas tillverkning de tekniska förutsättningarna dessutom äro mycket likartade.

Lågt *inköpsvärde per relevant konsument och år* (*B3*) men samtidigt hög total försäljningssumma på den aktuella marknaden — stort varuområde — (t. ex. spisbröd) medför annorlunda utformad distributionsstruktur än hög total försäljningssumma på marknaden och högt inköpsvärde per relevant konsument och år (t. ex. personbilar). Helt olika distributionsvägar och helt andra försäljningsmetoder användas.

Antal order och antal leveranser per kund och år (*B4*) påverkar i hög grad försäljnings-, expeditions- och transportarbetets omfattning. Ju större denna faktor är desto större betydelse har distributionskomponenten försäljning per kund och år. Ibland kan betydelsen därav vara så stor att tillverkningskomponenterna anpassas därefter i sådan grad att tillverkningens omfattning och inriktning avviker mycket starkt från den tillverkningsekonomiskt optimala. Troligen hör tillverkning av en del bakverk, glass o. dyl. till denna kategori. Vanligen sker tillverkningen i mycket små enheter i direkt anslutning till detaljhandelsförsäljning.

Marknadens geografiska storlek och täthet (*B5*) påverkar i allmänhet företagsstrukturen huvudsakligast via sin inverkan på den geografiska fördelningen (och även storleksfördelningen) av företagets kunder. Härigenom påverkas samtliga distributionskomponenter direkt eller indirekt och i större eller mindre utsträckning.

Graden av konkurrens (*B6*) spelar ofta stor roll vid utformningen av företagsstrukturen. För att »mildra» konkurrensen nedlägges ibland mycket arbete på att

åstadkomma starkast möjliga produktdifferentiering och på att genom olika försäljningsåtgärder försöka »skapa sin egen marknad». Utmärkande för företagspolitiken blir icke sällan stora varusortiment, som ofta till avsevärd del förändras, intensivt försäljararbete och betydande märkesvarureklam. En sådan företagspolitik synes bäst kunna genomföras om tillverkningsenheterna antingen äro mycket stora eller mycket små (hantverksmässig produktion). »Skarp» konkurrens kan emellertid också — vilket torde vara det vanliga på mycket lång sikt — medföra en mycket stark koncentrering av produktionen på mycket långa tillverkningsserier i syfte att pressa ned kostnaderna.

Graden av konkurrens påverkar emellertid även företagsstrukturen via räntabiliteten. Hög räntabilitet torde sålunda ofta medföra förhållandevis större krav på trygghet, som resulterar i försök att öka varuefterfrågans stabilitet eller bibehålla denna på en hög nivå även på bekostnad av relativt stora fördelar, t. ex. av långa produktions- och tillverkningsserier. Hög räntabilitet kan också tänkas medföra svagare incitament till anpassning efter förändringar av marknaden eller av tekniken etc.

Räntabilitetsläget kan vidare utöva inflytande på strukturen genom att inverka på möjligheterna att samla likvida medel eller att låna kapital. På detta sätt kan ett gott räntabilitetsläge bidraga till en expansionistisk företagspolitik medan dålig räntabilitet kan utgöra ett hinder för en sådan. Se vidare härom avsnitt 27.

Genom sin inverkan på graden av konkurrens utövar importen ofta ett stort inflytande — ibland i särskilt hög grad — på varusortimentets storlek.

De *tillverknings- och distributionstekniska möjligheterna* (*B7*) kunna, som naturligt är, i hög grad påverka produktions- och distributionsstrukturen. Om vid en viss tillverknings- och/eller distributionsteknik en företagsstorlek är betydligt fördelaktigare än alla andra, bli samtliga företag lika stora. Ofta kunna emellertid flera optimala företagsstorlekar tänkas, varigenom strukturen inom industrien i fråga blir mera heterogen. Tillverknings- och distributionstekniska *möjligheter* kunna sålunda vara desamma för alla företag inom en industri men likväl ge upphov till olika företagsstorlekar och företagsstruktur utan att »effektiviteten» behöver vara olika stor för olika företag. Ett företag kanske väljer att framställa ett litet antal varor, alltså ett litet varusortiment, i långa tillverkningsserier och — vilket blir nödvändigt på en liten marknad — att sälja dessa till ett stort antal kunder. Ett annat företag väljer i stället att framställa ett stort antal varor och kan då begränsa försäljningen till ett fåtal stora kunder, vilka var och en kunna köpa stora kvantiteter tack vare det omfattande varusortimentet. Det första företaget får i förhållande till det andra lägre tillverkningskostnader men högre distributionskostnader. De sammanlagda tillverknings- och distributionskostnaderna *kunna* bli lika stora i båda fallen.

De tillverknings- och distributionstekniska möjligheterna inverka också i hög grad på behovet av arbetskraft och kapital, varom mera nedan.

En teknisk förutsättning, som ibland förefaller ha stort inflytande på produktions- men även distributionsstrukturen, är möjligheterna att utnyttja råvaran i tillverkningen. Som framhålles i kapitel 4, avsnitt 7, medför nödvändigheten ur eko-

nomisk synpunkt att utnyttja en vid inköpet icke tillräckligt standardiserad råvara, att företagen måste tillverka varor i flera kvalitetsnivåer, även om i övrigt, t. ex. i fråga om produktionstekniken, betydande fördelar skulle kunna vinnas genom att koncentrera tillverkningen på en tämligen enhetlig kvalitetsnivå. Härigenom påverkas varusortimentets storlek och via detta men även »direkt» distributionsstrukturen. Större betydelse än i de enstaka fall, där råvaruanvändningen medför nyssnämnda verkningar inom de textila industrierna, synes denna omständighet ha inom t. ex. sko- och möbelindustrierna. Dessa torde i stort sett ha mindre möjligheter att omforma den använda råvaran i tillverkningen. Inom skoindustrien användas sålunda olika delar av de beredda hudarna för olika ändamål, dels för olika delar i en sko och dels för skodon i olika kvalitetsnivåer. Det synes inte vara ekonomiskt möjligt för en skofabrik att inköpa läder enbart för de skodon, den av andra skäl önskar framställa. Samma problem inom möbelindustrien kan illustreras därav, att det innebär mycket stora fördelar för en fabrik att framställa både stolar och soffor då därvid det vid sorteringen framkomna såväl »korta» som värdefullare »långa» virket kan utnyttjas.[1]

Behov av arbetskraft och kapital (*B8*), synes ofta utöva ett betydande inflytande på företagsstrukturen. Denna faktors inverkan på strukturen måste emellertid behandlas mycket kortfattat för att icke spränga utrymmesramen för detta kapitel.

Företag med stort *behov av arbetskraft* äro vanligen starkt beroende av en lokalisering, som är förmånlig med hänsyn till tillgången på arbetskraft. Ett stort behov av arbetskraft kan även innebära ett stort kapitalbehov, nämligen då investeringar i bostäder måste göras för att kunna erhålla eller behålla arbetskraft. Investeringar i bostäder utövar på samma sätt som investeringar i direkta produktionsmedel sitt inflytande på planeringsperiodens längd, ehuru kanske icke i lika hög grad.

Svårigheterna att täcka behovet av arbetskraft kan inverka minskande på företagsstorleken eller föranleda verksamhetens utspridning på ett flertal, på olika orter belägna, anläggningar. Emedan möjligheterna att tillfredsställa behovet av arbetskraft kunna vara mycket olika för olika företag — bl. a. beroende på den historiska utvecklingen — kan delbranschstrukturen bliva heterogen.

Behov av arbetskraft gäller naturligtvis det slag av arbetskraft, som är lämplig för sysselsättningen i fråga både med hänsyn till yrkeskunnighet — eller möjlighet att förvärva denna — och inkomstpretentioner. Då den erforderliga arbetsprestationen är »lätt och enkel» kan visserligen nästan all arbetskraft utföra denna men en stor del kan dock inte komma i fråga på grund av för stora pretentioner för ifrågavarande arbetsprestation, för vilken den är »överkvalificerad».

Behov av kapital utövar sitt inflytande på företagsstrukturen dels indirekt genom att påverka planeringsperiodens längd och dels direkt genom att stora kapi-

[1] Här skisserade synpunkter beträffande skoindustrien ha lämnats av disponent, civilekonom J. E. Leander och beträffande möbelindustrien av disponent Eric Ljung.

talbehov äro svårare att tillfredsställa än små sådana. Tillverkningsföretag med relativt höga fasta kostnader ha ett större intresse av att utnyttja sin kapacitet än företag med relativt låga fasta kostnader. Tendensen till integration med kommande led är förhållandevis stor — särskilt i fråga om stora företag.

För företag med höga fasta kostnader är det vidare ett lättare konstaterbart intresse att maximera nettointäkten på längre sikt än för företag med låga fasta kostnader. En tillverkningsteknik, som kräver mycket kapital, synes kunna innebära att svårigheterna att starta nya företag på grund av kapitalbehovet äro så stora, att graden av konkurrens tenderar att minska. Fördelarna av en — formell eller informell — överenskommelse mellan de konkurrerande företagen bli icke sällan betydande och därigenom ibland möjligheterna att komma överens. Se vidare avsnitten 27 och 28.

I. De allmänekonomiska faktorernas inflytande på strukturen

Tillgången på kapital

27. Den inverkan på företagsstrukturen, som tillgången på arbetskraft utövar, har mycket kortfattat berörts sist i föregående avsnitt. Nedan kommer endast inflytandet av tillgången på kapital på företagsstrukturen att exemplifieras.

Möjligheterna att *anskaffa kapital* i erforderlig omfattning synes ibland kunna påverka företagsstrukturen ganska starkt. Betydelsen av denna faktor torde dock, i stark motsats till tillgången på arbetskraft, ha minskat under senare tid dels emedan — särskilt då under de senaste åren — företagens likviditet förbättrats, varigenom behovet att låna kapital minskat, och dels emedan kapitalmarknaden blivit lättare (räntan har sjunkit) och efter hand även anpassats för tillgodoseende av flera olika slag av finansieringsbehov.[1] I de fall räntabiliteten på längre sikt anses tillfredsställande torde i Sverige svårigheterna att anskaffa kapital för *utvidgningar* av redan bestående, icke alltför små, företag inte vara så stora att de inverka retarderande på utvecklingen. Däremot synes icke sällan svårigheterna att anskaffa kapital utgöra en kraftig hämsko på startandet av nya företag och även på en utvidgning av företag från mycket liten, hantverksmässig eller småindustriell skala.[2] Ett indicium på att så är förhållandet är kanske den relativt mycket starka nybildning av företag som ägt rum inom industrier med litet kapitalbehov, t. ex. skoindustrien och sömnadsindustrien, ehuru här även andra och säkerligen ofta viktigare orsaker varit förhanden. Undersökningar i Förenta Staterna förefalla visa att finansieringsfrågan där är en betydande faktor vid nybildning av företag, däremot icke för utvidgning av redan existerande företag.

[1] Sålunda ha nya former för kredit till småindustri och hantverk skapats exempelvis 1935 och 1941 i Sverige. Se Axel Iveroth, *Småindustri och hantverk i Sverige*, Industriens Utredningsinstitut, Stockholm 1943, sid. 193—199.

[2] Se Iveroth, a. a., sid. 102—103. I. framhåller särskilt det allvarliga hinder för kreditgivning till hantverk och småindustri, som banklagstiftningens förbud mot personkrediter på längre sikt och för anläggningsändamål utgör (sid. 105). Jfr även början av nästa avsnitt.

Alfred R. Oxenfeldt påpekar i *New Firms and Free Enterprise*, Washington D. C., 1943, sid. 160, att möjligheterna att anskaffa kapital äro begränsade: »The personal investment of owners, loans from friends and relatives, purchases on credit, proceeds of security issues, bond loans, and capital subsidies from suppliers are important sources of funds for new firms. A small concern depends primarily upon the personal wealth of the entrepreneur and of his friends and relatives. Similarly, large new firms most frequently secure their initial resources from the combined savings of their owners, often including among them prominent local capitalists.

Though a number of large new firms — especially those which hope to exploit new ideas — endeavor to raise funds by public sale of securities, only a small minority are successful in raising much money in this way. . . . There is no easy way to overcome the barrier to entry into business created by the need for capital. Failure to start a new business on a scale that permits economical operation often means that the business will perish.»

En kort sammanfattning av möjligheterna i Förenta Staterna för små företag att låna kapital för utvidgning av driften återfinnes i Rudolph L. Weissman, *Small Business And Venture Capital*, New York 1945, sid. 45: »There is no disagreement among economists, businessmen, and bankers..., that small business lacks adequate capital. There is little or no disagreement that our financial mechanisms are not set up so as to provide equity capital for the smaller business units. At the same time, there is no disagreement that there are many sound small business, which could profitably use additional equity or risk capital . . . were they able to secure it on terms comparable to those on which the larger business secure their capital. . . .»

För flertalet företag i industriell skala torde med ovan angivna förbehåll finansieringsmöjligheterna vara ungefär lika goda. Beträffande det viktigaste förbehållet, räntabiliteten, torde i allmänhet finnas en tendens till att denna är (eller åtminstone skulle kunna bliva) av ungefär samma storleksordning för flertalet företag inom samma delbransch. I varje fall torde skillnaderna i räntabilitet mellan olika företag vara mindre inom en delbransch än t. ex. inom en hel näringsgren. Däremot kan *viljan* att låna kapital vara mycket olika inom olika företag och ha ett icke obetydligt inflytande på företagsstrukturen.

Av särskilt stort intresse synes vara det förhållandet, att god tillgång på kapital i ett produktionsled starkt kan påverka strukturen hos kommande produktions- och/eller distributionsled. Inom konfektionsindustrien liksom inom skoindustrien torde sålunda icke sällan en relativt betydande kreditgivning till detaljhandeln förekomma, varigenom en mer eller mindre långt driven integration med denna ernås. Denna torde ofta kunna utnyttjas så att längre tillverkningsserier erhållas, och försäljningsarbetet kan minskas och bättre kontakt vinnas med marknaden, vilket synes vara av mycket stor betydelse främst inom starkt modebetonade delbranscher men också inom sådana, där sortimentskravet är stort — och naturligtvis i synnerhet, där båda dessa förhållanden gälla såsom i delar av konfektions- och skoindustrierna.

Medan möjligheterna att anskaffa kapital ibland kunna utöva ett betydande inflytande på strukturen, torde ofta betydelsen av priset på kapital inom här aktuella industrier överskattas.

Företagens likviditetsställning i och för sig kan på olika sätt inverka på företagspolitiken och därmed på företagsstrukturen.

I I. Svennilson, *Ekonomisk planering*, Uppsala 1938, kap. 9, återfinnes en utförlig diskussion av likviditetsställningens inverkan på företagets planer. Bl. a. framhålles att företaget, åtminstone på kortare sikt, har att välja mellan en viss grad av likviditet och vissa inkomster. Hög likviditet kan resultera i lägre inkomster än en låg likviditet.

Företaget värderar ofta risken för en dålig likviditet mycket högt (»har mycket stark ängslan för dålig likviditet»), emedan en sådan kan påverka företagets handlingsfrihet — kan medföra att företaget kommer under inflytande av intressen, vars mål icke äro desamma som företagsledningens. Om företaget t. ex. kommer i starkt beroende av sina leverantörer på grund av stora krediter, kan det förorsakas stora merkostnader genom att tvingas köpa i små kvantiteter till höga priser eller till speciella, höga priser eller tvingas följa för företaget ogynnsamma direktiv eller — i extrema fall — i konkurs. Ett sådant tvång kan naturligtvis utövas även av andra kreditgivare än leverantörer — särskilt då dessa ha andra intressen än företaget. Nackdelarna av en hög likviditet (som vanligen innebär minskade inkomster på grund av den oftast förhållandevis låga avkastningen på likvitt kapital) äro eller anses ofta vara små i jämförelse med nackdelarna av en dålig likviditetsställning, emedan denna innebär en relativt större risk för illikviditet. En hög likviditet ger även företaget den fördelen att det kan bättre utnyttja eventuella gynnsamma affärschanser.

Den allmänna ekonomiska politikens inflytande på företagsstrukturen

28. Den allmänna ekonomiska politiken kan utöva inflytande på strukturen dels genom direkta ingrepp, motiverade av allmänna ekonomiska och/eller politiska förhållanden, dels genom specifika åtgärder, som indirekt (via B-faktorerna) påverka strukturen, och dels genom att influera företagarnas bedömning av framtiden (tillsammans med de icke-ekonomiska faktorerna). Nedan kommer endast några exempel att lämnas på, hur olika allmänekonomiska-politiska åtgärder kunna inverka på företagsstrukturen.

Såsom exempel på åtgärder, som direkt påverka företagsstrukturen, må nämnas följande. Som villkor för tilldelning till företagen av för driften nödvändiga råvaror uppställdes att på grund av bristen på arbetskraft ingen korttidssysselsättning av anställda skulle få förekomma. Härigenom omöjliggjordes säsongvariationerna i tillverkningen till största del och en ökning av leveranstidens längd och / eller lagertillverkningen måste genomföras. Framför allt emedan efterfrågesituationen var gynnsam för företagens produkter, torde i stort sett inga andra förändringar av företagsstrukturen ha behövt vidtagas.

Bland alla de ekonomiska åtgärder, som utöva inflytande på strukturen hos företag och hos hela delbranscher och industrier, må nämnas inkomstbeskattningen, som ju bl. a. i detta sammanhang varit och är föremål för livliga diskussioner. Mycket höga skattesatser synas tillsammans med s. k. rätt till fria avskrivningar, som för flertalet redan existerande industriföretag på kort sikt möjliggör icke obetydliga, av skattemyndigheterna såsom avdragsgilla godkända avskrivningar utöver värdeminskningen, bl. a. ha följande verkningar. Under i övrigt lika förhållanden kommer för det första antalet nystartade företag att minska på grund av de ökade svårigheterna för en privatperson att genom sparande samla det för startandet av ett företag nödvändiga minimibeloppet riskvilligt kapital. För det andra komma för

redan existerande företag fördelarna att använda uppkommen vinst till utvidgning av företaget i stället för till utdelning till delägarna, som i stället på lång sikt erhålla förmånen av stigande aktievärden, att bliva större. På båda dessa sätt tenderar den genomsnittliga företagsstorleken att stiga och graden av konkurrens att minska på längre sikt — på kort sikt kan en skärpning av konkurrensen tänkas uppkomma — åtminstone i delbranscher, där företag måste startas i relativt stor skala.

En skärpning av beskattningens progressivitet och även, ehuru icke i lika hög grad, en höjning av skatteskalan ökar fördelarna av att under längre tidsperioder hålla en jämn, redovisad vinst och en jämn utdelning. Företagsstrukturen påverkas genom att planeringsperiodens längd och kraven på likviditet öka. Vidare synes lagerhållningen och strukturens utformning i övrigt i samband därmed kunna påverkas av skattepolitiken, åtminstone på relativt kort sikt.

Genom sin inverkan på konjunkturerna kan den allmänna ekonomiska politiken på en mångfald olika sätt utöva sitt inflytande på företagsstrukturen. »Jämna konjunkturer» torde i och för sig innebära att företagsstrukturen utformas på längre sikt än då konjunkturväxlingarna äro mera utpräglade.[1] Planeringsperiodens längd är väl antagligen i allmänhet längre i ett »gott» än i ett »dåligt» konjunkturläge.

Ett betydande inflytande på såväl en delbranschs som på individuella företags struktur kan tullpolitiken utöva både genom att påverka räntabiliteten och via denna strukturen och genom att direkt inverka på produktionens inriktning och utformning i övrigt. I textilindustrien torde t. ex. förekomsten av viktstullar ha medfört att produktionen av tyngre varor, på vilka tullskyddet i förhållande till förädlingskostnaderna är högre än i genomsnitt för ifrågavarande varor, är relativt större än vad den annars skulle varit. Tillverkningen av vissa varor, t. ex. kamgarn, torde ha hållits tillbaka på grund av ett bl. a. i förhållande till övriga textiltullar lågt tullskydd, vilket i sin tur påverkat utformningen av strukturen hos de industrier och företag inom dessa, som förbruka kamgarn.

En del av den allmänna ekonomiska och sociala politiken, som är av stor betydelse för både industri- och företagsstrukturen, är bestämmelserna om arbetstidens förläggning under dygnet, vilka ofta kompletteras av överenskommelser mellan arbetsmarknadens parter. Flerskiftarbete synes t. ex. i vissa industrier innebära en helt annan optimal teknik än enskiftarbete. Olika optimal teknik medför olika optimal företagsstorlek och även olika struktur i övrigt.

Den allmänna ekonomiska politiken och, framför allt, den väntade utformningen av denna i framtiden kan också påverka företagsstrukturen genom att utöva inflytande på företagsledningens framtidsbedömning, dess optimism-pessimism etc. Liknande inflytande kan naturligtvis även den allmänna politiken i övrigt, den förväntade utvecklingen i utlandet i olika avseenden, o. s. v., ha.

[1] En annan sak, som icke behandlas här, är huruvida och på vilket sätt vissa strukturförändringar kunna påverka konjunkturförloppet.

J. De icke-ekonomiska faktorernas inflytande på strukturen

29. Ett mycket stort antal faktorer, som kanske icke kunna sägas vara ekonomiska faktorer[1], kunna direkt eller via B-faktorerna utöva inflytande på strukturen hos individuella företag inom en delbransch och även hela delbranscher. Om mycket olikartade, icke-ekonomiska faktorer dominera hos olika företag inom en delbransch kan resultatet bli en betydande heterogenitet i dennas struktur trots att förutsättningarna för en homogen struktur i övrigt (B-faktorerna) äro för handen.

Den icke-ekonomiska faktor, som kanske kan ha störst inflytande på strukturen, är graden av samarbete[2] mellan företagen i en industri. Företag sammanslutna i en trust[3] ha med all säkerhet oftast avsevärt längre tillverkningsserier än de annars skulle haft. Försäljningsarbetet kommer vidare många gånger att bli avsevärt mindre — allt konkurrerande försäljningsarbete elimineras ju — och även prispolitiken i övrigt kommer att vara mycket olika den, som skulle härska i en industri med självständiga företag. En kartell återigen, som innebär en överenskommelse om t. ex. priser, torde icke sällan resultera i betydligt mera omfattande försäljningsservice än om konkurrensen vore »fri» — givetvis under förutsättning att icke omfattningen av försäljningsservicen också är avtalsbunden.

Även om inga formella avtal mellan företagen existera, kan dock graden av samarbete, som ofta endast kan taga sig uttryck i utbytande av vissa informationer eller offentliggörandet av sådana (»graden av hemlighetsfullhet»), spela en stor roll genom att — framför allt på längre sikt inverka på de företagsekonomiska kunskaperna och därmed även på strukturen.[4] Inom det svenska näringslivet torde mycket stora skiljaktigheter föreligga mellan olika delbranscher och industrier i fråga om samarbete liksom i fråga om »hemlighetsfullhet» och inom många industrier även mellan olika företag.

Inom några delbranscher och industrier torde en utpräglad tradition ha utvecklat sig i många frågor. Detta kan avsevärt påverka företagens struktur men då i allmänhet de individuella företagen inom en viss industri i samma riktning, varför delbranschstrukturen härigenom snarare blir mera »homogen».

För de individuella företagen torde antagligen företagsledningens kunnande, framstegsvilja och djärvhet (eller frånvaron därav) spela en betydande roll bl. a. beroende på i huru hög grad dessa företagsledningens egenskaper kunna göra sig gällande. Företagsledningen synes ofta helt behärska mindre företag antingen genom ensaminnehav av företaget eller i varje fall av ett majoritetsintresse och oftast ett

[1] I viss mån måste termen »icke-ekonomiska» faktorer anses oegentlig, då dessa ju påverka strukturen och därmed ha ekonomisk relevans.

[2] Samarbete behöver icke stå i motsatsställning till konkurrens. Samarbetet kan vara mycket gott — t. ex. i form av utbyte av driftsekonomiska och driftstekniska uppgifter — men konkurrensen likväl »hård». Den kan i själva verket skärpas genom dylikt utbyte av uppgifter.

[3] I detta stycke har förutsättningen om monopolistisk konkurrens frångåtts.

[4] Exempel på utbyte av informationer, som på lång sikt torde vara starkt »effektivitetsfrämjande», är periodiska uppgifter om produktiviteten i eller standardkostnaderna för olika tillverkningsprocesser eller kombinationer därav.

kvalificerat sådant. Inom de medelstora, »privatkapitalistiska» företagen synes det röstberättigade kapitalets fördelning kunna vara sådan, att styrelsen representerar ett flertal, icke alltid samstämmiga, intressen, vilka i hög grad kunna binda företagsledningens handlingsfrihet och framtvinga kompromisser i företagspolitiken. Då därtill på grund av den historiska utvecklingen icke sällan styrelsemedlemmarnas ålder och ekonomiska ställning torde vara sådan, att de äro böjda för en förhållandevis försiktig politik,[1] kan detta påverka företagspolitiken och därmed strukturen. Ibland äro anspråken på utdelning på aktier så starka, att företagsledningen tvingas arbeta med relativt kort planeringsperiod. Inom mycket stora företag, slutligen, äro icke sällan aktierna så spridda, att ingen enstaka person eller grupp av personer kan ha något större inflytande på företagets politik. Företagsledningen intager återigen en friare ställning. Ungefär liknande förhållanden torde i allmänhet föreligga i de ekonomiska föreningarna. I vissa fall kunna, som redan antytts, kreditgivare utöva inflytande på företagspolitiken och därmed på strukturen. Då företagsledningen i allt väsentligt kan betraktas såsom tjänstemän i företaget, för vilka utdelningens storlek (men däremot ofta vinstens) icke är av någon större betydelse, torde icke sällan planeringsperiodens längd öka och investeringsviljan stärkas. Vilken roll ovan antydda äganderätts- och maktförhållanden spelar inom olika företag, delbranscher och industrier kan man inte erhålla någon uppfattning om.[2]

Om företagsledningen har en stark ställning kan dess kunnande, framstegsvilja och djärvhet (liksom frånvaron av dessa egenskaper) i hög grad påverka strukturen. Exempel finnas på att en enda företagsledare icke endast genomfört betydande förändringar inom sitt företag utan även genom exemplets makt och på grund av konkurrensen på längre sikt influerat strukturen inom hela den delbransch, till vilken företaget hör. Detta inflytande på hela delbranschers struktur kan också ske genom val av viss typ av människor till medarbetare, vilka sedan flytta till andra företag inom industrien i fråga och där påverka företagsstrukturen.

Skulle företagsledningen vara särskilt starkt intresserad av en betydelsefull del av företagspolitiken, kan detta inverka på strukturens utformning. Ibland kan t. ex. genom fördelaktiga råvaruspekulationer en tillfredsställande räntabilitet uppnås utan att vissa delar av företagsstrukturen äro särskilt väl anpassade efter det rådande läget.

Med hänsyn till den stora roll, som företagsledaren otvivelaktigt ofta spelar för företaget, på vars struktur han icke sällan kan utöva ett avsevärt inflytande i ena eller andra riktningen, är det förvånansvärt att valet av företagsledare samt dennes egenskaper, kunnighet och värderingar har blivit föremål för så litet intresse. Så komplicerade och så svårbedömbara som många företagsekonomiska sammanhang ofta äro, kan kunskapen om företaget och förutsättningarna för dess verksamhet

[1] I Sune Carlson, *Företagsledning och Företagsledare*, Stockholm 1945, som utkommit förs då denna avhandling förelåg i korrektur, återfinnes en statistik över vissa styrelseledamöters ålder, som visar sig vara hög.

[2] Jfr Svennilson, a. a., kap. 10, sid. 192 ff.

aldrig bliva fullständig. Det är också naturligt att kunskaperna icke äro lika stora hos alla företagsledare och inom alla företag. Utrymmet för »subjektiva uppskattningar» måste ofta bli stort liksom för subjektiva värderingar. Därmed ökar betydelsen av företagsledarens egenskaper, som bl. a. påverkas av hur denne väljes. Att därvid vad man helt kort skulle kunna kalla »institutionella förhållanden» spelar en stor, ibland avgörande roll, torde vara uppenbart.

Trots att förhållandena i Förenta Staterna skilja sig väsentligt från svenska förhållanden synes det i detta sammanhang vara av intresse att återgiva ett par synpunkter och resultat ur Oxenfeldt, a. a. O. anser sig kunna draga följande slutsats ur det bristfälliga uppgiftsmaterial som står till buds:

»The frequency with which businesses are established in unprofitable trades suggests that the non-monetary advantages of business ownership are often the most potent considerations.» Sid. 110.)

Ehuru O. inte kunnat konstatera några speciella egenskaper, karakteristiska för företagare, är det dock av intresse att taga del av hur förhållandevis stort det antal personer är, som någon gång under sin livstid äro företagare, och framför allt hur ofta en person, som en gång startat ett företag, återupprepar detta — även efter ett misslyckande:

»It has already been indicated that, on the average, more than one person in five would establish a business during his lifetime if no person established more than one. If entrepreneurs on the average establish over three firms each, it may be estimated further that more than one out of every 15 persons goes into business for himself.

The individuals who organize and create several new enterprises surely differ from the very large majority who never go into business for themselves. Part of the difference consists in unequal financial resources and dissimilar business experience. It may also be that the entrepreneural group prizes the social status generally associated with business ownership more highly than do other persons. Finally, there must be a substantial number — although probably much less than a majority — who are attracted to entrepreneurship primarily by the adventure they see in business ownership. (Sid. 99—100.)

The experience of initiators of larger concerns was somewhat less specialized, but experience in any trade appeared to provide a strong incentive for establishing a business in that trade.» (Sid. 101.)

Det skulle föra för långt att här diskutera den mångfald ännu icke berörda icke-ekonomiska faktorer, vilka kunna utöva inflytande på företagens och även hela industriers struktur. Det torde vara uppenbart, att de ofta ha mycket stor ekonomisk betydelse. Ofta framstå de emellertid icke såsom särskilt betydelsefulla, kanske främst emedan de som arbeta i näringslivet icke äro medvetna om de icke-ekonomiska faktorernas utformning och betydelse eller i varje fall icke ägna någon större uppmärksamhet däråt.

K. Anpassningen av företagsstrukturen efter förändrat respektive nytt »jämviktsläge».

30. I det föregående har något berörts hur anpassningen av företagsstrukturen efter B-faktorer, allmänekonomiska och icke-ekonomiska faktorer ävensom av olika komponenter i företagsstrukturen efter varandra kan ske på kort och på lång sikt och med olika hastighet.

Framför allt i fråga om distributionsstrukturen men även i fråga om produktionsstrukturen kan särskilt på kortare sikt ett »jämviktsläge» sägas föreligga. Ju mera sikten förlänges desto mindre utpräglat synes »jämviktsläget» bliva. Varje företag i en industri har sin andel och sin plats på marknaden huvudsakligen beroende på en stark institutionell bundenhet. Företagen sälja år efter år till samma kunder, med vilka ofta personliga vänskapsband utvecklas och vilka i viss mån anpassat sin produktion efter sina leverantörers produktion och vice versa. Mycket små förändringar av kundkretsen synas t. ex. vara utmärkande för såväl väverier som konfektionsfabriker. Vid väveriernas försäljning till konfektionsfabriker är det dessutom — med mycket små variationer under årens lopp — vanligt att konfektionsfabriken regelbundet varje säsong gör de första inköpen hos samma väveri. »Huvudsorteringen» utväljes då, varefter denna kompletteras genom köp hos andra väverier. Väverierna kunna dela upp flertalet kunder i »huvudsorterings- respektive kompletteringskunder».

Liknande betydande institutionell bundenhet, vars styrka blir större ju kortare sikten är, förefinnes i fråga om produktionsstrukturen. Ett företags inriktning av produktionen bestämmes inte endast av den maskinella kapacitetens storlek och beskaffenhet utan även — och på kort sikt ofta snävare — av vad de i företaget arbetande »äro vana vid att producera och sälja».

Strukturens utformning är vidare icke sällan i ganska hög grad en produkt av den historiska utvecklingen[1] — ofta framför allt kanske genom sin inverkan på »åsiktsbildningen» inom företagen.

Varje avvikelse från den bestående strukturen stöter på betydande motstånd, för vars övervinnande kostnaderna äro större i förhållande till intäkterna ju kortare den tidsperiod är, som man räknar med.

Samtidigt som företagen anpassa sig efter rådande läge — efter B-faktorer, allmänekonomiska och icke-ekonomiska faktorer och även marknadsfaktorerna, som dock ibland i någon omfattning kunna påverkas av företagen — sker en fortlöpande förskjutning av detta läge. En ständig förändring av faktorerna äger rum. Anpassningen av strukturen efter ett visst läge hinner aldrig bliva fullständig.

Den optimala anpassningen efter det rådande jämviktsläget innebär att hänsyn även måste tagas till utformningen av den redan bestående strukturen så att man under den tidsperiod, för vilken man planerar, ernår bästa möjliga önskade resultat under beaktande av kostnaderna för — och andra olägenheter av — själva *förändringarna* av strukturen.

Vid en förändring av företagsstrukturen, som är så stor att den kan sägas innebära mera än en ständig, »i jämna steg fortgående», anpassning av strukturen efter de fortgående förändringarna av det för företaget gällande jämviktsläget — att företaget »manövrerar in sig i ett nytt läge» (t. ex. genom upptagande av tillverkningen av en ny varugrupp eller öppnande av en ny marknad) — bli anpassningskostnaderna ofta mycket stora men kunna i gengäld »fördelas» på produktionen under en längre tidsperiod än vid anpassningen efter de »normala» förändringarna av be-

[1] Se härom också avsnitt 17 i kapitel 4.

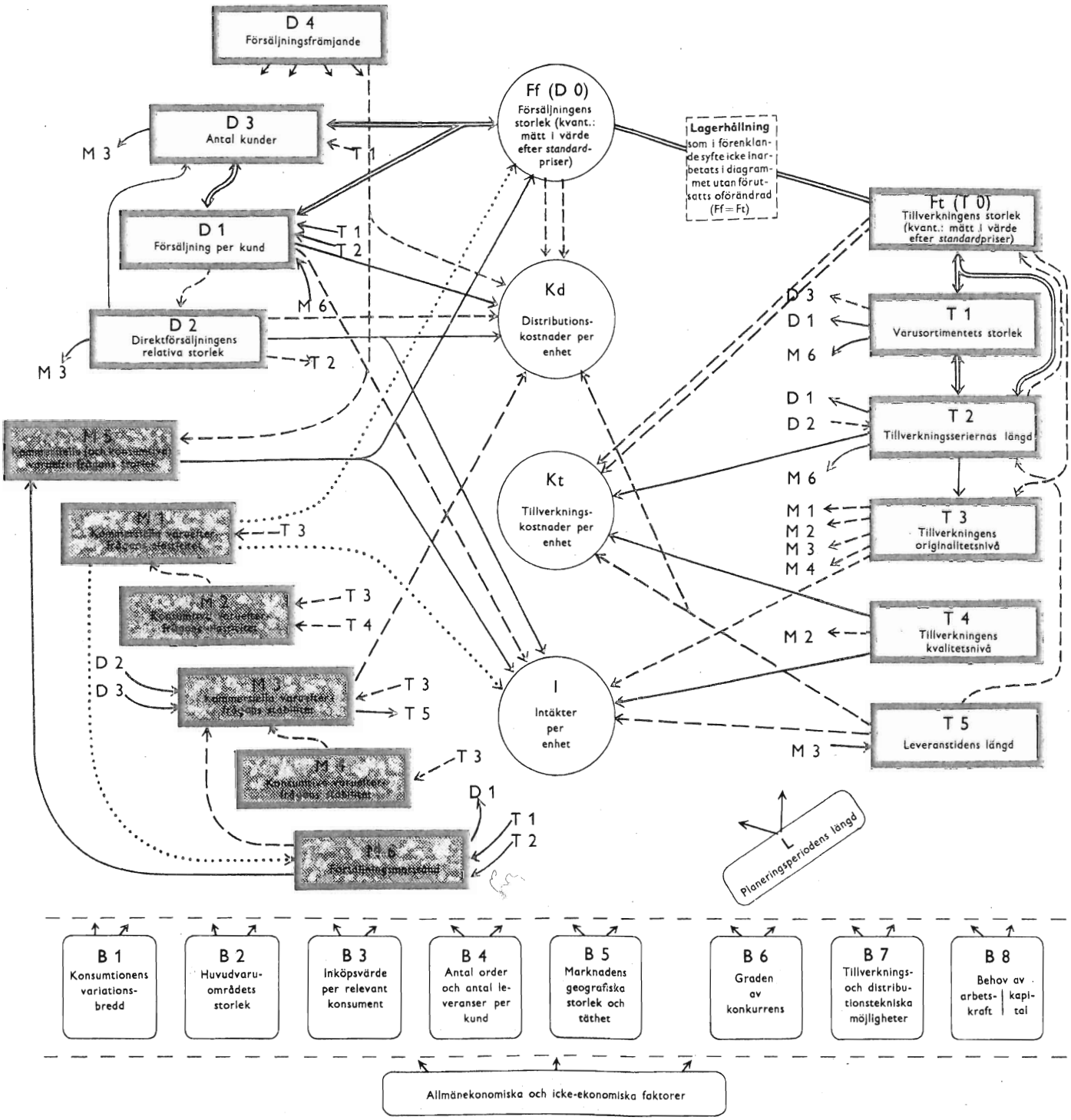


Diagram 2. Schematisk beskrivning av produktions- och distributionsstrukturens utformning hos företag och delbranscher inom industrier av typen textil-, beklädnads-, möbel- och skoindustrierna.

Diagrammet beskrives på sid. 58 ff.

Description of diagram 2

The following components and factors are included in the diagram:

Components of the structure of production (»tillverknings-(T-)komponenter»)

Ft volume of production (valued at standard prices)
T 1 number of different products handled
T 2 average lot size
T 3 average individuality of products
T 4 average quality of products
T 5 average order time

Components of the structure of distribution (»distributions-(D-)komponenter»)

D 1 average sales per customer
D 2 the relative directness of the channels of distribution
D 3 number of customers
D 4 sales promotion

Market (demand) factors (»marknads-(M-) faktorer»)

M 1 elasticity of users' and distributors' demand
M 2 elasticity of consumer demand
M 3 stability of users' and distributors' demand
M 4 stability of consumer demand
M 5 size of users' and distributors' (and consumer) demand
M 6 sales resistance

Profit elements (»resultatkonton»)

Ff sales volume at standard prices
(**Ft** volume of production /valued at standard prices/)
[For the sake of simplicity stockkeeping of finished products (»lagerhållning») has not been included in the diagram but instead been supposed to remain unchanged. Therefore, Ff = Ft.]
Kd average unit selling and distribution costs
Kt average unit production costs
I average unit price

L Length of planning period

Factors pertaining to special sections of industry (»B-faktorer»).

B 1 consumers' requirements on variety
B 2 volume of main lines of products on the market
B 3 volume of sales per consumer
B 4 number of orders and of deliveries per customer
B 5 size and density of the market
B 6 degree of competition
B 7 available production and distribution techniques
B 8 requirements of man power and capital

General economic and non-economic factors (»allmänekonomiska och icke-ekonomiska faktorer»).

An increase of that component or factor, from which a green arrow starts, entails — or at least tends to entail — an increase in the component or factor, to which the arrow points. A red arrow means the opposite. Double solid arrows indicate relationships *ex definitione* which are always valid, e. g. also under pure competition. Solid arrows show relationships, which »almost always» obtain, and broken arrows those which usually obtain. Dotted arrows illustrate that a change will not in itself affect results but only in combination with a change in some other component or market factor. Short black arrows only show a source of influence without indicating its effects. For the sake of simplicity some green and red arrows are not drawn in full, but only where they start and finish. Only the more important relationships have been shown.

The relationships indicated in the diagram may be direct or indirect (by way of another component or factor). The relationships are, furthermore, frequently reversible. The arrows do not show the magnitude of the effect on costs or income, nor the size or character of the influence except whether it is positive or negative. The relationships, which vary between different sections of industry chiefly due to the B-factors, are often mutual but the arrows show the usual direction.

(See also summary, p. 492.)

DEL II

VISSA TEXTILA INDUSTRIERS STRUKTUR M. M.

KAP. 3. PRODUKTIONS- OCH DISTRIBUTIONS-STRUKTUR[1]

Varje företag och varje industri kan betraktas ur olika synvinklar. Man kan t. ex. observera och bedöma ett företag och en industri ur teknisk synpunkt — vilka slags maskiner, som användas, vilka produktionsmetoder, som tillämpas, o. s. v.; eller t. ex. ur social synpunkt — på vilka sätt de anställda erhålla ersättning för sitt arbete, vilka arbetshygieniska åtgärder, som vidtagits, hur bostadsfrågan är ordnad, o. s. v.

I denna utredning om de större textila industriernas[2] struktur ha dessas produktion och distribution betraktats ur ekonomisk synpunkt. Uppgiften har varit att visa hur industrierna och företagen inom dessa äro uppbyggda i vissa avseenden, som äro av väsentligt intresse ur ekonomisk synpunkt. För tillverkningens ekonomi är t. ex. tillverkningsseriernas längd av stor betydelse, emedan tillverkningskostnaderna vanligen starkt påverkas därav. Storleken av det tillverkade varusortimentet är emellertid också av stor betydelse, emedan kostnaderna för försäljning av de tillverkade varorna och även de priser, som de kunna säljas till, ofta synas starkt bero av varusortimentets storlek. Genom att beskriva sådana fakta om ett företag eller en industri kan man få en uppfattning om företagets respektive industriens organisation eller, för att använda ett »tekniskt» ord, konstruktion ur ekonomisk synpunkt.

Man kan säga att ett företags eller en industris uppbyggnad eller konstruktion — *struktur* — utgöres av ett antal delar — *komponenter* — vilkas storlek och beskaffenhet är olika för olika strukturer. Vissa komponenter äro främst av betydelse för produktionen, t. ex. tillverkningsseriernas längd, andra främst för distributionen, t. ex. storleken av försäljningen per kund. För att underlätta framställningen har strukturen uppdelats

[1] En betydligt mera ingående behandling av i detta kapitel lämnade synpunkter på produktions- och distributionsstrukturen och de faktorer, som utöva sitt inflytande på denna, återfinnes i kapitel 2.

I kapitel 1 har lämnats en redogörelse för de i den konkreta analysen av produktions- och distributionsstrukturen i vissa textila industrier förekommande begreppen samt dessas innebörd och användning.

[2] Huvudsakligen ylle-, bomulls-, trikå- samt konfektions- och sömnadsindustrierna.

i dels *produktionsstrukturen* och dels *distributionsstrukturen*. Utredningen har emellertid visat, att det finns ett nära samband mellan produktions- och distributionsstrukturen, och gränsen mellan dessa är flytande.

I denna utredning har behandlats följande i strukturen ingående komponenter: varusortimentets storlek (och sammansättning) samt produktions- och tillverkningsseriernas längd, vilka hänförts till produktionsstrukturen, samt antal kunder av olika slag (grossister, detaljister etc.), försäljningens inriktning på kunder av olika slag (distributionsvägar), försäljningens storlek per kund av olika slag och per försäljare, leveranstidens längd (tillverkningens fördelning på lager och olika orderslag) samt försäljningsområdets geografiska storlek, vilka hänförts till distributionsstrukturen.

Uppgifter om storleken av respektive företags tillverkning och, uppskattningsvis, försäljning samt tillverkningens och försäljningens uppdelning på olika varugrupper och varuslag ha vidare inhämtats och utnyttjats vid grupperingen av företagen (se nedan). Dessutom har en viss uppfattning vanligen kunnat erhållas om ytterligare ett antal komponenter: de framställda varornas »originalitet» och kvalitet, inköpsvägar för och förbrukning av råvaror samt produktionens och försäljningens fördelning under olika delar av året. Produktionens storlek per arbetaretimme har också ibland kunnat ungefärligen beräknas.

Med hjälp av sålunda erhållna uppgifter har strukturen hos de större textila industrierna samt grupper av företag och individuella företag inom dessa kartlagts och jämförts med varandra, varvid även orsakerna till olikheterna berörts.

Man måste vid alla jämförelser beakta vilka prestationer, som utföras — både i produktionen och distributionen. Då många prestationer icke kunna mätas med ett gemensamt mått, är det oftast nödvändigt att begränsa jämförelser mellan olika företags struktur till företag, vilka tillverka och sälja likartade varor både med hänsyn till produktionstekniken och varornas användning hos den slutlige förbrukaren. Företag, som äro lika i båda dessa hänseenden, »ha samma huvudvaruområde», ha i denna utredning förts till samma *delbransch*, t. ex. företag inom ylleindustrien tillverkande huvudsakligen herr- och överplaggstyger eller företag inom konfektions- och sömnadsindustrien tillverkande huvudsakligen damkappor. Vid analys av vissa delar av olika företags produktionsstruktur ha dessa dock sammanförts i större grupper av företag med likartad tillverkningsteknik men olika i andra avseenden.

Efter storleken av tillverkningsvärdet för färdigprodukter ha de till en viss delbransch hörande företagen uppdelats i *storleksgrupper*, och strukturen hos företagen i de olika storleksgrupperna inom respektive delbranscher analyserats. Då det visat sig att strukturen starkt påver-

kas av företagens storlek har det vid jämförelser mellan olika delbranscher varit nödvändigt att i hög grad beakta företagsstorlekarna i och för sig och i förhållande till huvudvaruområdets storlek.

Uppgiften för ledningen av ett företag är att utforma produktions- och distributionsstrukturen på med hänsyn till det eftersträvade målet, vanligen högsta möjliga nettointäkt vid viss given social och finansiell standard, fördelaktigaste sätt. Hur produktions- och distributionsstrukturen utformas beror på en mängd olika *faktorer*.

För det *första* måste produktions- och distributionsstrukturen anpassas efter *marknadsfaktorerna*, d. v. s. storleken hos efterfrågan på de tillverkade produkterna och efterfrågans beskaffenhet i olika avseenden, såsom dess storlek vid olika priser och produktkvaliteter samt dess känslighet för försäljningsstimulerande åtgärder. För det *andra* variera möjligheterna att anpassa produktions- och distributionsstrukturen efter varandra. De betingas av åtskilliga s. k. *B-faktorer*, bl. a. de till buds stående tekniska möjligheterna, marknadens storlek och konstruktion, t. ex. antalet grossister, detaljister och övriga avnämare, som sälja produkterna i fråga, samt dessas geografiska belägenhet och relation till varandra, konsumenternas sortimentskrav, konkurrensläget, o. s. v. För det *tredje* inverka, direkt eller via tidigare nämnda faktorer, en rad andra faktorer på strukturen, t. ex. den allmänna ekonomiska politiken såsom skatte- och tullpolitiken, s. k. *allmänekonomiska faktorer*. Många faktorer äro icke huvudsakligen av ekonomisk karaktär, s. k. *icke-ekonomiska faktorer*. Det kan vara fråga om sociala förhållanden, om tradition, om äganderättsförhållanden, om företagsledningens bedömning av den politiska utvecklingen o. s. v.

Det stora flertalet av i föregående stycke berörda faktorer kunna — i motsats till komponenterna — inte påverkas av det individuella företaget eller i varje fall endast mycket långsamt och då vanligen också relativt litet.

Storleken och beskaffenheten hos de olika komponenterna påverka varandra. Ett företag, som tillverkar ett visst antal varuenheter, kan t. ex. inte öka varusortimentets storlek utan att minska tillverkningsseriernas längd. På samma sätt finnes ett samband mellan antalet kunder och storleken av försäljningen per kund vid viss total försäljning. Många andra samband finnas mellan komponenterna i produktions- respektive distributionsstrukturen för sig.

Även mellan komponenterna i produktionsstrukturen, å ena, och i distributionsstrukturen, å andra sidan, finnas emellertid ett stort antal samband. Om man har ett företag av viss storlek, så kommer t. ex. en förlängning av tillverkningsserierna att underlätta produktionen. Samtidigt kommer emellertid nästan alltid försäljningen att försvåras. Förlängningen av tillverkningsserierna medför en minskning av varusortimen-

tets storlek, och det är vanligen svårare att sälja en viss varumängd ur en liten än ur en stor kollektion. Under i övrigt lika förhållanden sjunker vid minskat varusortiment vanligen försäljningen per kund eller genomsnittliga försäljningspriset eller båda. På detta och på många andra sätt påverkar utformningen av produktionsstrukturen distributionsstrukturens utformning — och tvärtom.

Den struktur, ett företag söker uppnå, beror inte endast på hurudana vid visst tillfälle olika förhållanden, t. ex. efterfrågesituationen, väntas bliva. Företaget utformar sålunda inte enbart sin struktur så, att under en viss tidsperiod, som kan vara olika lång för olika företag, högsta möjliga nettointäkt beräknas erhållas. Hänsyn tages också till risken för att de vidtagna åtgärderna inte skola åstadkomma avsett resultat — och denna risk både beräknas och bedömes olika inom olika företag. Om, vilket ofta torde vara fallet, olägenheten att icke uppnå »tillfredsställande» kapacitetsutnyttjande anses vara stor, håller man större varusortiment än som vanligen är nödvändigt för att uppnå en viss försäljningsvolym; ibland också för att på längre sikt kunna utvidga försäljningen. I samma syfte torde man någon gång hålla kontakt med ett större antal kunder än vad som på kort sikt ger största möjliga nettointäkt — men även för att ernå större stabilitet hos efterfrågan. Man söker begränsa verkningarna på försäljningen av ett eventuellt bortfall av kunder, en risk, som alltid föreligger, men vars storlek kan bedömas olika. Den historiska utvecklingen kan också utöva inflytande på strukturen.

Då man analyserar en *industris* eller — mera realistiskt — en *delbranschs* struktur får man inte endast betrakta denna som en enda enhet genom att »summera» komponenterna av samma slag hos de olika företagen i delbranschen utan också beakta olikheterna i strukturen hos de till delbranschen hörande företagen.

En mycket viktig komponent i delbranschstrukturen är betydelsen av olika stora företag. Man måste taga hänsyn till hur strukturerna i de olika företagen kunna påverka varandra. I själva verket kan man ibland konstatera hur produktionen och distributionen hos företag (av olika storlek) i en delbransch komplettera varandra. Man kan också jämföra en delbranschs struktur med importens och handelns struktur.

Ibland äro åtskilliga faktorer eller enstaka sådana av dominerande betydelse så lika för alla företag i en delbransch — t. ex. den teknik, som över huvud taget är möjlig, och den produktionsskala, som är tänkbar, eller de distributionskanaler och det distributionsnät, som kan utnyttjas — att alla företags struktur blir tämligen lika. Ibland är emellertid icke så fallet utan flera ekonomiskt lämpliga alternativa utformningar av strukturen äro möjliga. De olika, till en viss delbransch hörande, före-

tagens struktur blir då mycket varierande — trots att de tillverka och sälja med hänsyn till användningen hos den slutlige förbrukaren och med hänsyn till produktionstekniken likartade eller i varje fall närliggande varor.

Även vid samma yttre förutsättningar kan emellertid olika utformning av produktions- och distributionsstrukturen tänkas ge samma eller likvärdigt resultat. Två lika stora företag med tillverkning och försäljning av samma grupp av varor *kunna* driva väsentligt olika företagspolitik med lika hög »effektivitet». Det ena företaget kanske väljer att framställa ett litet antal varor, alltså ett litet varusortiment, i långa tillverkningsserier och — vilket blir nödvändigt på en liten marknad — att sälja dessa till ett stort antal kunder. Det andra företaget väljer i stället att framställa ett stort antal varor och kan då begränsa försäljningen till ett fåtal stora kunder, vilka var och en kunna köpa stora kvantiteter tack vare det stora varusortimentet, eller på annat sätt utnyttja efterfrågesituationen bättre än det första företaget. Detta får i förhållande till det andra lägre tillverkningskostnader men högre distributionskostnader — och ofta kanske också »mindre fördelaktiga» priser. De sammanlagda tillverknings- och distributionskostnaderna *kunna* bli lika stora i båda fallen. I ett annat fall kan den relativt höga kvalitetsnivån hos ett företag och på grund därav förhållandevis höga tillverkningskostnader kompenseras av ett starkt minskat försäljningsmotstånd.

Som ovan exemplifierats äger en ömsesidig anpassning av produktions- och distributionsstrukturen efter varandra rum. Detta innebär att man vid en analys av strukturen icke kan behandla produktions- och distributionsstrukturen var för sig. Lika litet kan man vid bedömningen av strukturen underlåta att taga hänsyn till de faktorer »utanför» den egentliga företagsstrukturen, som påverka denna. Svårigheterna att genom jämförelser mellan olika industriers eller delbranschers struktur söka bedöma dessas »effektivitet» äro därför utomordentligt stora — ännu större än i fråga om olika företag inom samma industri eller delbransch.

Alla komponenter i produktions- och distributionsstrukturen ha icke på långt när kunnat redovisas i denna utredning men antagligen de viktigare. På grund av knappheten på primäruppgifter i jämförelse med den mängd frågeställningar, som borde belysas för att erhålla en fullständig bild, bli svårigheterna att i en konkret analys kartlägga strukturen mycket stora och att bedöma den kartlagda strukturen ännu större. Ju mera ingående undersökningar utföras desto mera realistiska och värdefulla bli de, men desto flera och mera ingående uppgifter måste också inhämtas. Ju flera och mera ingående uppgifter, som måste inhämtas, desto större bli emellertid svårigheterna att erhålla svar från tillräckligt antal uppgiftslämnare för att ernå tillfredsställande representativitet hos undersökningen. I praktiken synas

dessa svårigheter ganska snart bli oöverstigliga. Så komplicerad och heterogen som textilbranschen är blir frågan icke hur ingående en undersökning av strukturen *skall* utföras utan hur ingående den *kan* utföras. Ibland synas endast mera djupgående och starkare avgränsade undersökningar kunna ge en verkligt ingående uppfattning om den ekonomiska innebörden i olika lägen av åtskilliga strukturella branschproblem. Men i så fall försvårar den bristande överblicken analysen.

Kap. 4. UTREDNINGENS VIKTIGARE RESULTAT[1]

1. Den svenska textilbranschens omfattning

Den svenska textilbranschen utgör en mera betydande del av landets näringsliv än vad man kanske i allmänhet föreställer sig. Mot slutet av 1930-talet räknade branschen — såväl industri som hantverk och handel — ungefär 150 000 heltidssysselsatta personer. Värdet av de inom landet industriellt tillverkade textila färdigvarorna var av storleksordningen drygt en halv miljard kronor årligen i fabrikspriser räknat.[2] Årsvärdet av importen av textila färdigvaror uppgick till ungefär en femtedel därav. Konsumtionen av textila beklädnadsvaror hade uppnått ett värde av cirka en miljard kronor om året, vartill kom en icke obetydlig konsumtion av textila heminredningsartiklar.

1100 industriföretag med vardera minst tio[3] och med inalles 90 000 personer sysselsatta (förutom cirka 15 000 hemarbetare) samt i runt tal 25 000 personer i hantverket bedrevo tillverkning av textilvaror i någon form.

Mätt efter antal sysselsatta personer utgjorde de textila industrierna den efter malmbrytnings- och metallindustri största av de av kommerskollegium redovisade industrigrupperna. Antalet sysselsatta personer var enligt samma källa ungefär en sjundedel av samtliga i industrien sysselsatta. Medräknas även de företag, vilka på grund av sin ringa storlek icke ingå i kommerskollegii statistik, torde de textila industriernas relativa betydelse öka ytterligare. Gränsen mellan hantverk och industri är emellertid flytande.

[1] Översikten behandlar även kortfattat vissa för de textila industrierna och handeln med textilvaror gemensamma frågor, vilka i övrigt icke berörts i denna utredning.

[2] Dubbelräkningar ha såvitt möjligt eliminerats. De bristfälliga statistiska uppgifterna medgiva endast en mycket grov uppskattning.

[3] Eller minst 15 000 kronors produktionsvärde (för konfektionsfabriker och »ej särskilt nämnda» sömnadsfabriker minst 50 000 kronor) eller 4 000 kronors förädlingslön. Uppgifterna ha hämtats ur kommerskollegii industristatistik.

Antalet arbetsställen[1], som tillverkade eller distribuerade textilvaror mot slutet av 1930-talet, kunde med ledning av företagsräkningen uppskattas till drygt 25 000, varav vardera knappt hälften hantverk och detaljhandel även i kombination med annan verksamhet — återstoden, partihandel och tillverkning i industriell skala, bedrevs av mindre än en tiondel av antalet här redovisade arbetsställen. Därtill kom det mycket stora antal detaljhandelsaffärer, vilka endast till en mindre del sålde textilvaror (lanthandeln, skohandeln, sporthandeln etc.). Vid textilransoneringens ikraftträdande årsskiftet 1941/42 redovisade sålunda 36 000 detaljhandelsföretag innehav av ransonerade, för försäljning avsedda, textilvaror.

Antalet personer, uttryckt i antal heltidssysselsatta, som sälja textilvaror direkt till allmänheten, torde före kriget varit av storleksordningen 50 000.[2] Som naturligt är medför utförandet av de omfattande distributionsprestationerna betydande kostnader. Ehuru några noggrannare beräkningar över totalkostnaderna för textilbranschens olika led inte kunna utföras, torde man dock kunna utgå från att för textilvaror, avsedda för beklädnadsändamål, förädlingskostnaderna (totala tillverkningskostnaderna minus råvarukostnaderna) äro av ungefär samma storleksordning som de totala distributionskostnaderna, alltså inklusive de textila industriernas. Betydande variationer föreligga mellan olika varugrupper och varuslag.[3]

Den inhemska produktionen av textila färdigvaror täckte mot slutet av 1930-talet en betydande del av den svenska konsumtionen:[4] av yllevävnader av kardgarn i det närmaste 100 procent och av kamgarn 60 procent, av bomullsvävnader 75 procent, av trikåvaror 90 och av konfektionsvaror närmare 100 procent. Däremot var importen av halv-

[1] Med arbetsställe avses varje *lokalt* avgränsad verksamhet, medan med företag avses *ekonomiska* enheter i denna utredning. Ett företag *kan* alltså omfatta flera arbetsställen. Vanligen är emellertid icke så fallet utom beträffande de största företagen. Arbetsställe kallas inom företagsekonomien ofta driftsställe. Ett företag i den i utredningen angivna meningen kan omfatta en eller flera juridiska personer och alltså motsvara både »företag» och »företagskombinationer» (combines).

[2] För de stora grupperna av detaljhandel, som uteslutande eller så gott som uteslutande sålde textilvaror, uppgick 1930 försäljningen per sysselsatt person till i runt tal 20 000 kronor (se vidare härom kapitel 9). Divideras denna siffra med totala konsumtionsvärdet för textilvaror erhålles ovan angivna antal med textilvaruförsäljning till den slutlige förbrukaren helt eller delvis sysselsatta personer, uttryckt i antal heltidssysselsatta personer. Viss hänsyn har då tagits till att försäljningen per sysselsatt person antagligen vuxit något under 1930-talet i huvudsak genom tillväxten av nyare distributionsformer med hög försäljning per försäljare samt genom den relativa ökningen av omsättningen av konfektionsvaror, för vilka försäljningen per försäljare är förhållandevis hög.

[3] Se vidare nästa avsnitt.

[4] Med konsumtion avses förbrukningen hos den slutlige konsumenten både i form av hel- och halvfabrikat: alltså, t. ex. i fråga om garnkonsumtion, både vid förbrukning av garn (t. ex. vid stickning) och av vävnader, i vilka garnet i fråga ingår. Dubbelräkningar ha såvitt möjligt eliminerats.

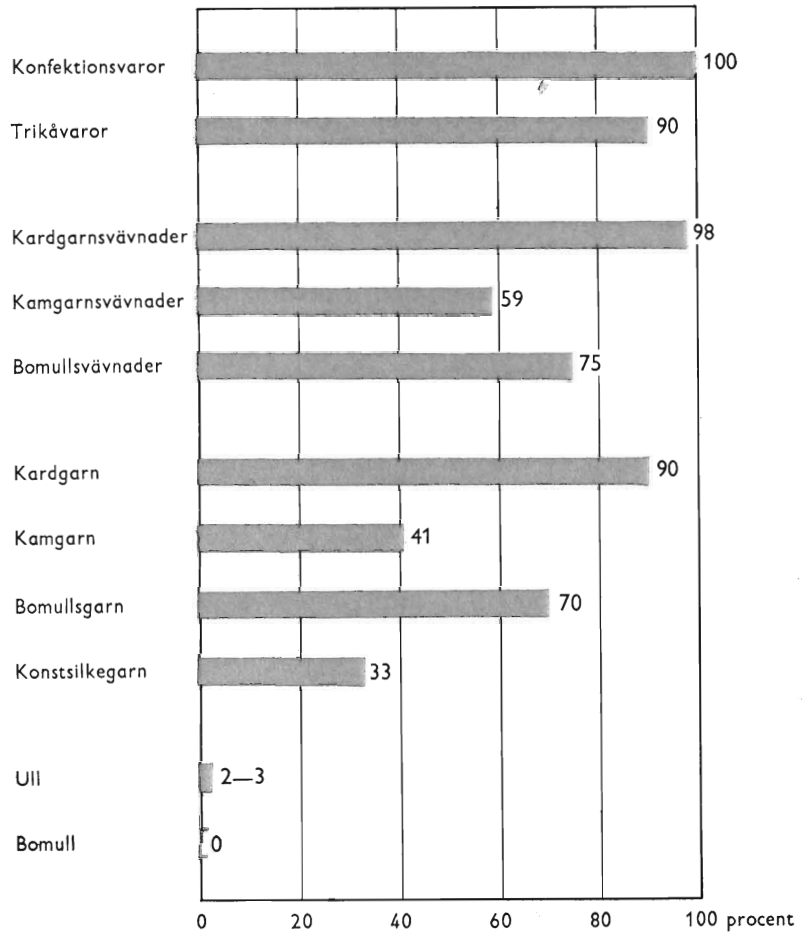


Diagram 4. Graden av självförsörjning för textilvaror mot slutet av 1930-talet. Inhemsk produktion av färdigvaror, vävnader och garn samt ull och bomull i procent av inhemsk konsumtion — allt i vikt räknat.

fabrikat avsevärd. Av den totala konsumtionen svarade den inhemska produktionen av kardgarn för 90 procent och av kamgarn för 40 procent, av bomullsgarn, alla slag, för knappt 70 procent och av konstsilkegarn för ungefär en tredjedel. Beträffande råvaror dominerade importen helt. Sålunda importerades exempelvis all bomull och 98 procent av all förbrukad ull. I värde räknat var importens betydelse större än vad ovan på basis av viktsuppgifter angivna siffror visa, huvudsakligen emedan de importerade garnerna och vävnaderna voro i genomsnitt finare respektive lättare än de svenska varorna och därför betingade ett högre värde per viktsenhet.

Självförsörjningsgraden för vissa viktigare textila råvaror, halv- och helfabrikat framgår av ovanstående diagram.

De viktigare textila industrierna producera till alldeles övervägande del textilvaror för beklädnadsändamål. Endast i bomullsindustrien tillverkas i någon större omfattning annat än beklädnadsvaror. Mot slutet av 1930-talet utgjorde, i kvantiteter (skott)[1] räknat, sex tiondelar av bomullsindustriens produktion beklädnadsvaror, två tiondelar heminredningsartiklar inklusive lakan och återstoden tekniska vävnader[2] men även fodervaror. Ungefär 95 procent av ylleindustriens och konfektionsindustriens tillverkning utgjorde beklädnadsartiklar, och trikåindustrien tillverkade praktiskt taget uteslutande beklädnadsvaror.

2. Betydelsen av textilbranschens olika led

En viss uppfattning om den relativa betydelsen av textilbranschens olika led ger storleken av den andel av den färdiga textilvarans pris hos konsumenten, som de olika produktions- och distributionsleden i branschen betinga sig i ersättning för utförda prestationer. Ehuru på grund av uppgiftsmaterialets bristfällighet och svårigheterna att tolka detta alla beräkningar måste bli i hög grad ungefärliga, torde dock följande uppgifter ge ett begrepp om storleksordningen av de olika ledens andel i det av konsumenten betalade priset.

Den olika led tillfallande ersättningen utgjorde i genomsnitt ungefär i vidstående diagram angivna andel av den färdiga varans detaljhandelspris.

Ersättningen för grosshandelsdistributionen utgör ungefär en fjärdedel till en tredjedel av den ersättning detaljhandeln erhåller för distributionen av varorna.

Beträffande trikåplagg äro uppgifterna så bristfälliga och förhållandena så växlande att inte ens några ungefärliga genomsnittssiffror kunna lämnas. Detta gäller även konfektionsvaror. Dock må nämnas att den »tumregeln» ofta tillämpas att kostnaden för de i det färdiga plagget ingående vävnaderna utgör hälften av plaggets fabrikspris och cirka en tredjedel av dess detaljhandelspris.

I ovanstående siffror angående distributionen innefattas endast distributionen av färdigvaror och alltså icke den »insamlande» eller utspridande distributionen av råvaror eller halvfabrikat.

I »bruttomarginalen» för handeln ingå också »kostnaderna» för prisnedsättningar, vilka — som framgår av avsnitt 16 — äro betydande inom detaljhandeln (kanske en femtedel av den redovisade bruttomarginalen). Dessa kostnader kunna knappast anses vara kostnader i samhällelig mening, då prisnedsättningarna komma konsumenterna till godo.

[1] D. v. s. väft-(inslags-)trådar (som »korsa» varptrådarna).

[2] Alltså vävnader för andra ändamål än beklädnad och heminredning, d. v. s. huvudsakligen avsedda för förpackningar samt industriell användning.

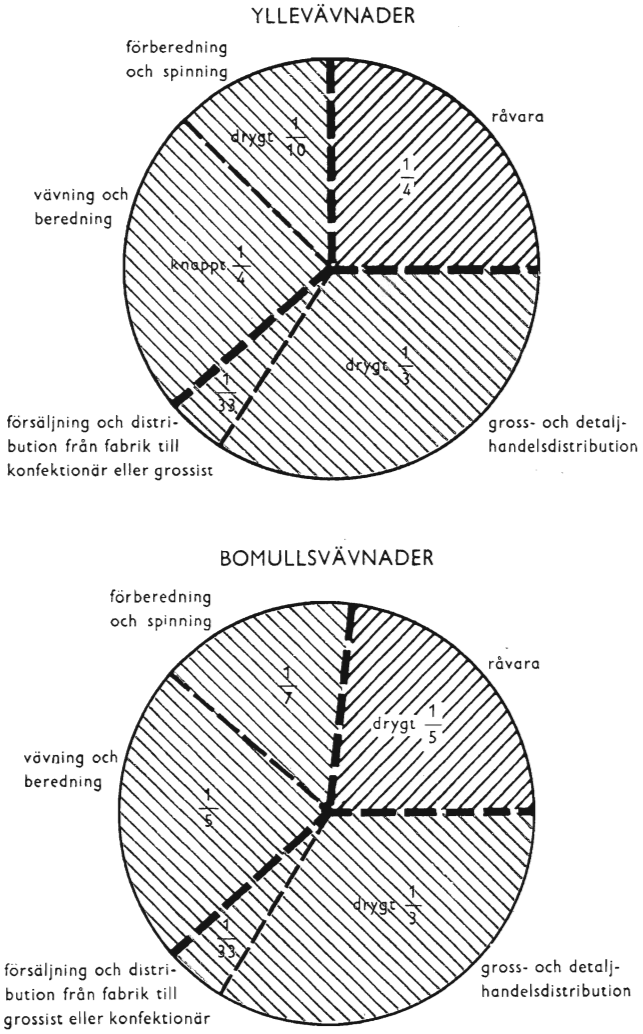


Diagram 5. Den de olika tillverknings- och distributionsleden tillfallande ersättningens andel i färdigvarornas detaljhandelspris mot slutet av 1930-talet

Storleken av den distributionen tillfallande ersättningen har ibland ansetts vara hög. Den uppgår, såsom tidigare nämnts, till ungefär samma belopp som samtliga förädlingskostnader i industrien. Detta behöver emellertid icke innebära att distributionen är dyrt och/eller ineffektivt organiserad och innebär icke att vinsterna i distributionen utgöra någon betydande del av distributionsmarginalerna.

En jämförelse mellan textildetaljhandelns omkostnader i Sverige och Förenta Staterna visar sålunda icke obetydligt lägre kostnader i förstnämnda land. Enligt Affärsekonomiska Forskningsinstitutet: *Undersökning av beklädnadshandelns ekonomiska läge 1938 och 1940, Stockholm 1942*, uppgingo de totala kostnaderna i procent av försäljningen i städer med 65 000 eller flera invånare (vilka förhållanden torde vara närmast jämförbara med amerikanska förhållanden — i Sverige äro kostnaderna icke obetydligt lägre på mindre orter) till 25 för

herrbeklädnadsaffärer och till 30 för dam- och barnbeklädnadsaffärer (sid. 47). Motsvarande siffror, ehuru då avseende hela textildetaljhandeln av angivet slag, voro 1935 i Förenta Staterna för Men's clothing and furnishings 30 och för Women's ready-to-wear 31. Att de amerikanska kostnaderna ligga högre synes bl. a. bero på att den längre drivna specialiseringen av produktionen och den högre levnadsstandarden med därav föranledda större variationskrav innebära ökade distributionsprestationer. Därjämte torde den höga amerikanska lönenivån pressa upp kostnaderna inom handeln, som är förhållandevis mycket arbetskrävande. De amerikanska uppgifterna ha hämtats ur Census of Business: 1935, Retail Distribution, Vol. V, sid. 14 & 22, sammanfattade i Paul W. Stewart and J. Frederic Dewhurst m. fl.: *Does Distribution Cost Too Much ?*, The Twentieth Century Fund, New York, 1939, Table M, sid. 386.

I sistnämnda amerikanska arbete har man på grundval av ett för andra länder än Förenta Staterna bristfälligt material ansett sig kunna draga den slutsatsen, att distributionskostnaderna i Europa i stort sett lågo på ungefär samma nivå som i Förenta Staterna i slutet av 1920-talet (sid. 125) för motsvarande varugrupper.

Den av Affärsekonomiska Forskningsinstitutet redovisade nettovinsten i procent av försäljningen var (aritmetiskt medium) 1938 för alla manufakturaffärer 1,6, herrbeklädnadsaffärer 1,5, dam- och barnbeklädnadsaffärer 0,3 samt för affärer med blandat varusortiment 0,5 (a. a., sid. 71). Ehuru alla nettovinstberäkningar måste bli vanskliga framför allt på grund av svårigheten att bestämma den rimliga ersättningen till ägaren-chefen, som på grund av affärernas ringa storlek ofta måste bli en betydande kostnadspost, framgår dock tydligt att nettovinsten utgör endast en liten del av textildetaljhandelns bruttomarginal.

Varken i fråga om grosshandeln eller produktionen finnas några möjligheter till mera ingående jämförelser av distributionskostnaderna mellan olika länder eller att få en någorlunda säker uppfattning om nettovinstens absoluta eller relativa storlek.

3. Textilkonsumtionens och textilproduktionens utveckling under 1930-talet

Konsumtionsvolymen för textilvaror (konsumtionsvärde vid oförändrade priser) steg under 1930-talet med drygt fyrtio procent, något mera för heminredningsartiklar, något mindre för beklädnadsvaror. Den inhemska produktionen ökade i genomsnitt ungefär lika mycket. Produktionsstegringen var störst för textilvaror av syntetiska fibrer. Tillverkningen av konfektionsvaror fördubblades.

Tabellen nedan visar stegringen av konsumtionen (inhemsk produktion plus nettoimport) för viktigare grupper av textilvaror under 1931—1939, då totala konsumtionsvolymen för textilvaror steg med nästan 50 procent. Den redovisade ökningen av konsumtionen är större än den som i verkligheten inträffade under hela 1930-talet. Specificerade siffror föreligga emellertid icke för tidigare år än 1931, varför det icke är möjligt att redovisa förändringen i textilvarukonsumtionen och dess sammansättning under hela 1930-talet.

I den redovisade konsumtionsstegringen för vävnader ha även de i konfektionen förbrukade vävnaderna medräknats; däremot givetvis icke vid beräkningen av respektive varugruppers ungefärliga andel av totalkonsumtionen av textilvaror. Vävnadernas andel av hela textilvarukon-

sumtionen, vilken i och för sig endast är en synnerligen grov uppskattning, avser alltså endast de vävnader, som säljas till allmänheten eller till hantverket i form av vävnader, s. k. metervaror.

	Ungefärlig värdemässig procentuell andel av totala konsumtionen 1939	Procentuell ökning 1931—1939	
		Kvantitet	Värde
Yllevävnader (utom maskinfilt etc.)	*6*	*47*	*45*
Bomulls-, hel- och halvsiden- samt konstsilke- och cellullvävnader	*14*	*56*	*65*
bomullsvävnader	(9)	42	37
hel- och halvsiden-, konstsilke- och cellullvävnader	(5)	296	157
Huvudsakligen tyngre konfektion	*27*		
Herrkonfektion			85
kostymer		120	96
överplagg		34	51
udda plagg		190	294
Damkonfektion			110
kappor, ulstrar		126	62
blusar, klänningar m. m.		230	190
Arbetskläder	*3*	*28*	*10*
Skjortor och pyjamas	*7*	*80*	*111*
Trikåvaror	*17*	*44*	*63*
av ull	(6)	46	50
av annat material	(11)	42	70
(av bomull)		82	80
(av natur- och konstsilke)		136	217

Ifråga om konfektions- och sömnadsartiklar har endast angivits ökningen av den inhemska produktionen, uttryckt i styck respektive värde. Importen av andra konfektionerade artiklar än skjortor och pyjamas torde emellertid ha varit tämligen obetydlig. För övriga varugrupper angives stegringen av konsumtionen (inhemsk produktion plus nettoimport) i vikt räknat. Ovan har på grund av svårigheterna vid beräkningen konsumtionen av hattar och mössor, handelsgarn, pälsvaror och skräddarsydda plagg ej medtagits. De torde svara för en fjärdedel av totala konsumtionsvärdet för kläder eller respektive 4, 4, 8 och 10 procent av detta.

Som framgår av tabellen steg konsumtionen av vävnader med ungefär femtio procent i vikt räknat. I meter torde stegringen uppgått till cirka tre fjärdedelar. Särskilt stark var konsumtionsökningen för silke- och cellulltyger, men deras andel av totalkonsumtionen var dock tämligen

liten även 1939.[1] I genomsnitt steg konsumtionen (och produktionen) av konfektions- och sömnadsvaror mycket mera än konsumtionen av beklädnadsvävnader (i alla former), i styck respektive meter räknat.

En jämförelse mellan värdeökningen och kvantitetsökningen visar icke prisstegringens storlek, då värdeökningen påverkas icke endast av prisförändringar utan även av förändringar i varornas utformning (exempelvis minskad vikt per plagg eller meter vävnad eller andra ändringar av utförandet) och av förskjutningar mellan olika varor inom samma grupp.

Nettoimporten av yllevävnader sjönk avsevärt 1931—1933 men steg därefter hastigare än den inhemska produktionen och utgjorde 1939 ungefär en fjärdedel av denna. Nettoinförseln av bomullsvävnader undergick i stort sett samma utveckling. Importen av bomullsgarn steg hastigt under 1930-talet, betydligt snabbare än den inhemska produktionen därav, medan motsatsen var fallet beträffande ullgarn.

Nettoimporten av konfektionsartiklar minskade 1931—1939 kvantitativt med 35—40 procent och värdemässigt med närmare 30 procent. Nettoimporten av trikåvaror sjönk 1931—1939 kraftigt både kvantitativt och värdemässigt eller med 50 respektive 35 procent.[2] Nettoimportvärdet av konfektionsartiklar utgjorde 1939 mindre än en tiondel av värdet av nettoimporten plus produktionen och av trikåvaror ungefär en niondel.

I syfte att erhålla en viss uppfattning om utvecklingen av produktion, import och konsumtion på lång sikt lämnas nedan uppgifter om utvecklingen av nettoimporten och »konsumtionen», d. v. s. nettoimporten plus inhemska produktionen, under åren 1907—1913 och 1924—1937. Samtliga år under förra världskriget jämte därav närmast berörda år ha uteslutits. Uppgifter lämnas dels för respektive »toppår»: 1907, 1913, 1923/24, 1930 och 1937, och dels i genomsnitt per år under de tre konjunkturcyklarna, räknat från och med året efter toppåret till och med följande toppår. Nettoimport respektive nettoimport plus inhemsk produktion (»konsumtion») i genomsnitt per år 1908—1913 har satts lika med 100 och övriga värden angivits i relation därtill.

På grund av säkerligen mycket betydande förändringar både av flertalet textilvarors kvalitet och av produktionens fördelning på olika varuslag inom varje huvudvarugrupp kunna de lämnade uppgifterna, som uttryckts i värde för trikåvaror och i vikt för övriga huvudvarugrupper, endast utgöra ett mycket ungefärligt mått på utvecklingen av produktionen och nettoimporten. Uppgiftsmaterialet synes dock visa vilken förhållandevis snabb utveckling, som ägt rum under den konjunkturcykel som slutade år 1937 jämfört med tidigare konjunkturcyklar, om man beaktar att uppgiftsmaterialet i särskilt hög grad torde undervärdera stegringen av produktion och nettoimport under den senaste konjunkturcykeln. Dels torde övergång till lättare

[1] Dessa tyger ha uppskattats bliva konfektionerade i relativt liten utsträckning, medan minst tre fjärdedelar av alla ylletyger och hälften av alla bomullstyger, avsedda för beklädnadsändamål, torde förbrukas av konfektionsindustrien. Silke- och cellulltygernas andel av konsumtionen i form av metervaror, som säljas direkt till allmänheten eller till hantverket, är därför stor i förhållande till motsvarande andel av ylle- och bomullstyger.

[2] Importen av textilvaror (icke råvaror) sjönk mycket avsevärt efter guldmyntfotens upphävande och devalveringen av den svenska valutan mot slutet av 1931.

varor »inom» samma varuslag ha skett i ganska stor utsträckning och dels torde produktionen av »lätta» varuslag ha ökat mycket snabbt även relativt sett. Därjämte ha delvis nya varuslag framkommit, framförallt vävnader av cellull och konstsilke, som här ej alls redovisas, samt konstsilketrikåvaror, av vilka produktionen under 1920-talet var mycket liten och företrädesvis inriktad på relativt höga prislägen.

Huvudvarugrupp		1907	1913	Per år 1908–1913 (basperiod)	1923/24	1930	Per år 1924–1930	1937	Per år 1931–1937
Ullgarn	nettoimp.	88	105	*100*	136	183	147	182	163
	»konsumtion»	93	111	*100*	115	112	107	143	120
Yllevävnader	nettoimp.	137	79	*100*	121	157	120	215	145
	»konsumtion»	106	106	*100*	105	110	101	151	120
Bomullsgarn	nettoimp.	172	112	*100*	69	93	64	435	257
	»konsumtion»	116	113	*100*	107	129	119	186	160
Bomullsvävnader	nettoimp.	121	104	*100*	210	208	185	278	218
	»konsumtion»	102	110	*100*	126	148	132	191	165
Trikåvaror	nettoimp.	81	128	*100*	365	831	704	433	471
	»konsumtion»	88	132	*100*	317	575	464	683	558

Samtliga uppgifter ha uträknats på basis av kommerskollegii statistik.

Ökningen av bomulls- och ylleindustriens produktion har under 1930-talet skett genom ökning av produktionen per företag, per spindel och per vävstol. Inom trikå- och sömnadsindustrierna har däremot antalet företag ökat lika mycket som totalproduktionen. De stora företagens tillverkning har visserligen stigit, men ett stort antal små företag har tillkommit. Hur prestationen per enhet av produktionsapparaten utvecklat sig har icke kunnat konstateras.

Produktionen per arbetaretimme steg under 1930-talet avsevärt: tillverkningen av bomullsgarn med drygt en fjärdedel, av bomullsvävnader med hälften, av ullgarn med en fjärdedel och av yllevävnader med en tredjedel, allt i vikt räknat. Genom att garnerna i genomsnitt blivit finare och vävnaderna blivit lättare har den produktiva prestationen stigit icke obetydligt mera än vad produktionsökningen i vikt räknat ger vid handen. I fråga om yllevävnader har exempelvis genomsnittsvikten per meter enligt uppskattningar av fackmän minskat med en femtedel. Produktionen per arbetaretimme, i meter räknat, synes därför ha ökat med ungefär hälften. Även inom trikå- och konfektionsindustrierna har produktionen per arbetaretimme stigit, ehuru, såvitt kan bedömas, icke lika mycket som inom bomulls- och ylleindustrierna. Svårigheterna att mäta utvecklingen av storleken av produktionen per arbetaretimme äro mycket stora, beroende huvudsakligen på att i stort sett endast viktsuppgifter kunnat erhållas om produktionens storlek. Även i övrigt äro

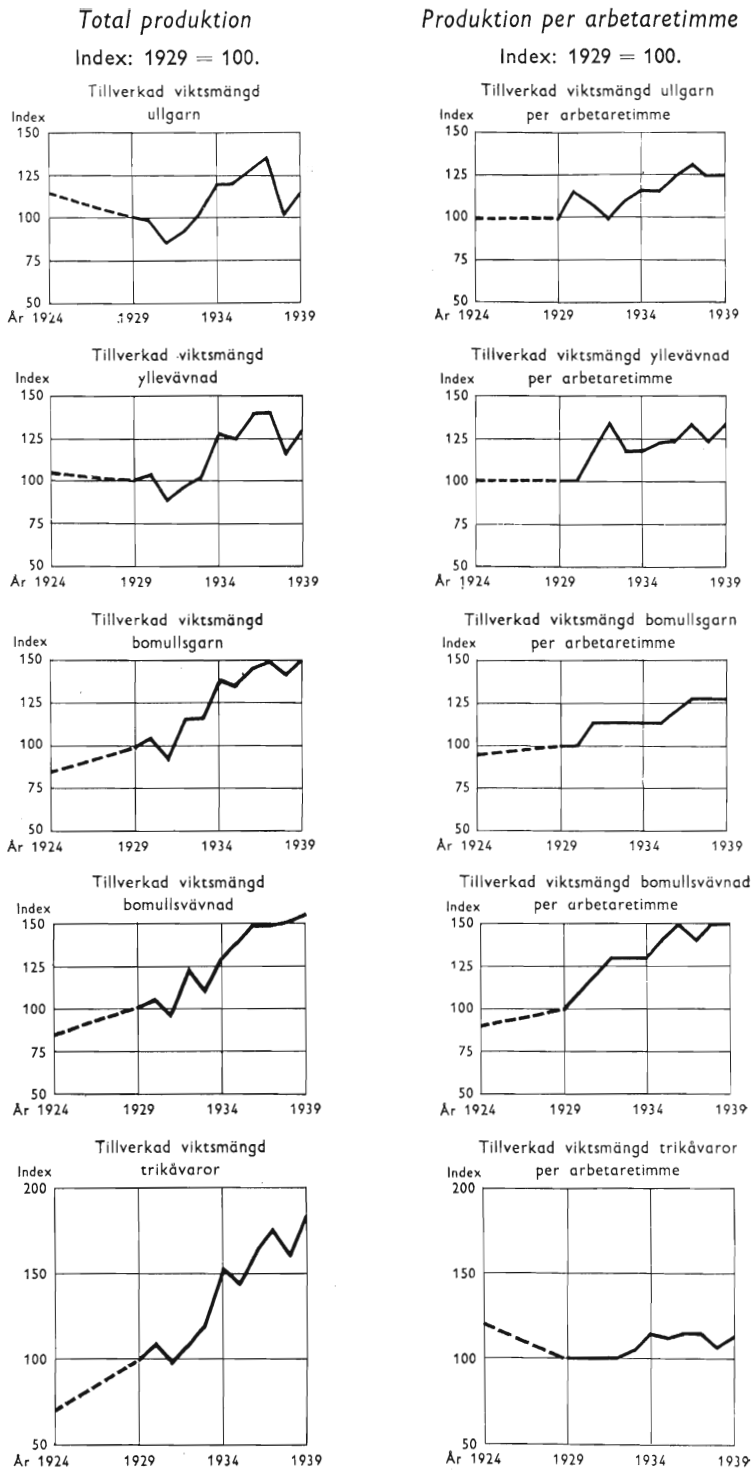


Diagram 6. Utvecklingen 1924–1939 inom vissa textila industrier

emellertid svårigheterna att få jämförliga mått på produktionen mycket betydande.

Vidstående samling diagram visar den inhemska totalproduktionen och produktionen per arbetaretimme år 1924 samt varje år 1929—1939 för ullgarn, yllevävnader, bomullsgarn, bomullsvävnader samt trikåvaror. Som framgår av tabellen har utvecklingen i stort sett gått snabbt, särskilt under större delen av 1930-talet. Flera undantag finnas dock. Storleken av totalproduktionen respektive produktionen per arbetaretimme under år 1929 har satts lika med 100 och uppgifterna för övriga år angivits i relation därtill.

Ökningen av produktionen liksom av produktionen per arbetaretimme under 1930-talet gick långsammare under dettas sista år.[1] Undersökningsperioden 1936—1938 ger därför i viss mån en god bild av de textila industriernas struktur efter en expansionsperiod. Ehuru undersökningsperioden ligger åtskilliga år tillbaka i tiden, synes en lämpligare sådan icke kunna utväljas. De stora förändringar i strukturen, som inträffat under kriget på grund av knapphet på råvaror och kapacitet, militära leveranser etc. och därav föranledda statliga regleringar av produktion och konsumtion, kunna knappast betraktas som i huvudsak bestående. Snarare torde de textila industriernas struktur komma att mera överensstämma med strukturen under undersökningsperioden än under någon senare period. Icke obetydliga olikheter gentemot den i denna utredning redovisade strukturen torde dock säkerligen komma att föreligga.

4. Tillverkningsteknik och vertikal integration

Textilvaruproduktionen är uppdelad i ett stort antal tillverkningsprocesser såsom kardning, kamning, spinning, vävning, beredning, stickning, konfektionering etc. Tillverkningen av textilvaror sker under mycket olika former, beroende på tillverkningens art. Tillverkningsprocesserna och dessas antal variera icke endast mellan varor av olika förädlingsgrad (t. ex. garn—vävnader) utan även mellan varor av samma förädlingsgrad (t. ex. vävnader).

Ylle- och bomullsväverier tillverka exempelvis båda huvudsakligen tyger för beklädnadsändamål, men produktionsförhållandena äro synnerligen olikartade. Antalet producerade meter vävnad per arbetaretimme var före kriget i genomsnitt ungefär tio gånger större inom bomulls- än inom ylleindustrien och tillverkningsserierna (antal tillverkade meter per mönster) ungefär fyra gånger längre inom bomulls- än inom ylleväverierna. Det genomsnittliga fabrikantpriset per meter yllevävnad var flera

[1] Inom ylleindustrien sjönk t. o. m. produktionen icke obetydligt 1938. Inför krigsutbrottet 1939 steg produktionen dock kraftigt inom samtliga textila industrier.

gånger högre än per meter bomullsvävnad. Skiljaktigheterna synas till stor del bero på, förutom råvarans pris, dennas tekniska egenskaper och därav betingade olikheter i tekniken. Dessa kunna vara betydande även för »samma» råvara. Såväl arbetsåtgång som garnkvalitet är t. ex. mycket olika vid spinning av kamgarn på selfaktor- respektive ringspinningsmaskiner. Fabriker för damunderkläder, cottonfabriker, hemstickningsindustrier och raschelfabriker framställa alla trikåvaror men representera mycket olika tekniska förfaranden.

I den svenska textilindustrien förekommer ofta kombination av ett flertal produktionsled i samma företag. Den vertikala integrationen[1] är sålunda delvis mycket långt driven, ofta betydligt längre än vad som är vanligt i utlandet — även då den totala produktionen där är mångdubbelt större.

Den vertikala integrationen erbjuder många komplicerade såväl tekniska som kommersiella problem. I Hiram S. Davis, George W. Taylor, C. Canby Balderston, Anne Bezanson, *Vertical Integration in the Textile Industries*, Washington, D. C., 1938, har, delvis på basis av empiriskt material, den vertikala integrationens problem belysts för vissa delar av Förenta Staternas textilindustri, inom vilken f. ö. betydande vertikal integration lär ha ägt rum under kriget.

De viktigaste fördelarna av vertikal integration skulle vara »1. Decreased operating costs 2. Additional profit margins, 3. Stability of operations, 4. Quality control, 5. Certainty of supplies or markets, 6. Diversification of outlets, 7. Demonstration of uses, 8. Minimized style risks.» (sid. 3).

Såsom de största nackdelarna av och de svåraste hindren för vertikal integration nämnas »1. Breaking into a new field, 2. Increased inventory and style risks, 3. Spreading management, 4. Restrictions upon variety, 5. Disparity between scales of operation, 6. Inflexibility.» (sid. 5).

En särskilt i Förenta Staterna viktig form av vertikal integration utgöra de s. k. converters. Dessa köpa halvfabrikat eller t. o. m. råvara och låta fabrikerna utföra erforderliga tillverkningsprocesser »i lön». Härigenom befrias fabrikerna från marknadsrisker och även vissa kapitalkostnader. I Sverige synes löntillverkning av denna typ förekomma i någon mera betydande omfattning endast vid färgning eller tryckning av råvävnader. Det är vanligen textilgrossister, som äro converters.

De stora företagen inom ylle- och bomullsindustrien omfatta alla tillverkningsled från råvaran fram till den färdiga vävnaden och svara för den vida större delen av totalproduktionen. Dessa kombinerade företag äro stora även i ett produktionsled räknat. Inom ylleindustrien finnas dock ett antal stora kamgarnsväverier, vilka sakna egna spinnerier. Endast ungefär en fjärdedel av väveriernas förbrukning av kamgarn tillfredsställes av inom samma företag framställt garn. Däremot täckes på detta sätt nästan hela förbrukningen av kardgarn, beroende på

[1] Med *vertikal* integration menas kombination av flera produktionsled, framställande produkter, säljbara på marknaden, i samma förädlingskedja. Vertikal integration kan också ske mellan produktion och distribution. *Horisontal* integration äger rum då ett företag utvidgar sin verksamhet i samma produktions- eller distributionsled. En viktig orsak till integration är nog ibland att man utvidgar på ett område man känner till.

att denna garntyp knappast kan standardiseras i sådan utsträckning att det kan köpas utifrån. Ungefär fyra femtedelar av bomullsväveriernas förbrukning av bomullsgarn utgjordes av »eget», alltså inom samma företag tillverkat, garn. Ett betydande antal väverier — även stora — sakna färgerier och flertalet sakna tryckerier. I synnerhet de senare drivas i mycket stor skala.

Både i ylle- och bomullsindustrien finnes ett ganska stort antal små väverier tillverkande huvudsakligen heminredningsartiklar, vilka icke själva framställa det av dem förbrukade garnet — ofta emedan mycket stort sortiment garner användes och även emedan erforderliga typer av garn varierar avsevärt i tiden, beroende på modeväxlingarna.

Den långt drivna kombinationen av spinnerier och väverier medför att spinnerierna måste bli mycket mångsidiga, kunna spinna garn av mycket olika finlek och olika typer av garn, emedan väverierna framställa stora och mångskiftande sortiment tyger, vilket synes kunna ske utan lika stora tekniska olägenheter. Samtidigt ernås emellertid en i vissa avseenden värdefull teknisk och ekonomisk anpassning mellan tillverkningen i spinneri och väveri.

Integration mellan trikåfabriker och spinnerier förekommer endast i enstaka fall. Vissa kombinerade spinnerier och väverier tillverka även i någon omfattning trikåvaror. Integrationen mellan väverier och konfektionsfabriker är ytterst obetydlig.

Integration, ehuru vanligen i lösa former, förefinnes däremot troligen i ganska stor utsträckning mellan dels konfektionsfabriker och grosshandel och dels konfektionsfabriker och detaljhandel. Integration företages ibland från handelns, ibland från konfektionsfabrikernas sida — dock vanligen i förra fallet från grosshandeln och i senare fallet från fabrikerna.

5. Produktionens differentiering i textila industrier och hos företag samt dess uppdelning på delbranscher

Totalproduktionen inom varje textil industri och företag kan uppdelas i tämligen utpräglade varugrupper och dessa i sin tur i varuslag, d. v. s. produkter av liknande beskaffenhet, vilka i den tillgängliga statistiken angivas som varuslag, t. ex. kapptyger, klänningstyger, damstrumpor och herrkostymer. Nedan lämnas inledningsvis några schematiska uppgifter om varugruppernas och de större varuslagens andel av totalproduktionen i respektive textila industrier mot slutet av 1930-talet.

Viktigare varugruppers och varuslags andel av totalproduktionen

Inom *yllevävnadsindustrien*, som nästan uteslutande producerar beklädnadsvävnader, utgjorde i skott räknat herrbeklädnadstyger fyra tiondelar, dambeklädnadstyger tre tiondelar, fodervaror o. dyl. en fjärdedel samt

filtar och i någon utsträckning möbel- och draperityger en tjugondel av totala tillverkningen. Därjämte framställdes betydande kvantiteter maskinfilt. Av tillverkade 34 varuslag var kostymtyg av kamgarn störst och svarade för nästan en femtedel av hela vävnadsproduktionen. Därnäst kommo i storleksföljd klänningstyg av kamgarn, kostymtyg av kardgarn, sommarkapptyg, vinterkapptyg, vinteröverrockstyg, byxtyg av kardgarn samt trenchcoat- och gabardintyg. De åtta här nämnda varuslagen svarade för drygt två tredjedelar av hela produktionen av ylleväv nader.

Av totala *ullgarnsproduktionen* föll tre fjärdedelar av viktskvantiteten på kardgarn och en fjärdedel på kamgarn. I längd räknat torde tillverkningen av kamgarn icke varit mycket mindre än tillverkningen av kardgarn. Det sistnämnda är nämligen i genomsnitt ungefär tre gånger så grovt.

Som redan framhållits utgjorde beklädnadstyger knappt två tredjedelar av *bomullsindustriens vävnadsproduktion*, heminredningsvävnader inklusive s. k. vitvaror (lakansväv etc.) ungefär en femtedel och vävnader för industriell användning samt fodervävnader den återstående femtedelen.

Det största av de 74 varuslagen, klänningstyger, svarade för närmare en femtedel av hela vävnadsproduktionen och de sex största beklädnadsvävnaderna, klänningstyg, skjorttyg, flaneller, blåtwills, domestik och förklädestyg, för hälften av totalproduktionen. Ingen heminredningsvävnad utom lakansväv tillverkades i någon större omfattning och framställningen av tekniska vävnader var obetydlig i förhållande till totalproduktionen.

Bomullsindustriens garnproduktion bestod till nio tiondelar av bomullsgarn och en tiondel av cellullgarn, i vikt räknat. Framställningen av vigognegarn (avfallsgarn) och konstsilkegarn var förhållandevis obetydlig.

Några kvantitativa mått på *trikåindustriens produktion* kan icke erhållas på grund av de tillverkade produkternas mycket olika beskaffenhet. I tillverkningsvärde räknat var trikåvaror för damer och barn den mest betydande varugruppen. Värdet av herrtrikåvarutillverkningen var betydligt mindre. Av de 14 varuslagen voro damstrumpor samt dam- och barnunderkläder de ojämförligt mest betydande. De torde svara för mer än hälften av totalproduktionens värde.

Inom *konfektions- och sömnadsindustrien*, vars produktion ej heller kan mätas i kvantiteter utan endast i värde, utgjorde herrkonfektion den största varugruppen. Produktionsvärdet uppgick 1938 till 100 miljoner kronor. Värdet av den tillverkade damkonfektionen var ungefär hälften så stort och av barnkonfektion tämligen obetydligt. Återstoden utgjordes till största delen av lättare konfektion, d. v. s. artiklar av huvudsakligen bomulls- och konstsilkevävnader, såsom skjortor och pyjamas. Av de 76 olika varuslagen dominerade kostymer, men även överrockar, kappor och ulstrar, udda byxor samt skjortor voro betydande varuslag.

Produktionens differentiering i textila industrier och hos individuella företag

En god bild av produktionens differentiering såväl i hela textila industrier som hos de individuella företagen ger antalet produktionsserier av olika längd samt dessas andel av totala produktionen.

Produktionen av ett varuslag hos ett företag under en viss tidsperiod kallas produktionsserie. Tillverkas t. ex. kapptyger i 40 företag utgör antalet produktionsserier för kapptyger 40. Framställer, återigen, ett företag t. ex. 20 olika varuslag under perioden, har företaget 20 produktionsserier. Produktionsseriernas längd har mätts genom storleken av produktionen av respektive varuslag för varje företag för sig under ett genomsnittsår 1936—38 för vävnader och under år 1938 för övriga här behandlade varuslag.

Nedan beröres först differentieringen av produktionen inom hela textila industrier genom angivande av antalet och den relativa betydelsen av olika långa produktionsserier i respektive industrier, betraktade som enheter, och därpå produktionens differentiering inom till respektive industrier hörande företag genom angivande av motsvarande uppgifter för dessa. Betydelsen av antalet produktionsserier och dessas längd med hänsyn bl. a. till möjligheterna att organisera produktionen på lämpligt sätt beröres i avsnitt 9 och betydelsen av antalet tillverkade varuslag och olika stora varuslag — varuområdets storlek — i de därpå följande avsnitten om distributionsstrukturen och dennas samband med produktionsstrukturen. Dessa behandla också antal tillverkade mönster, varusortimentets storlek, och antal tillverkade meter per mönster, tillverkningsseriernas längd, vilka kunna sägas illustrera produktionens differentiering mera i detalj.

En mycket stor del av totalproduktionen inom varje textil industri utgöres av långa produktionsserier. I själva verket domineras den totala vävnadsproduktionen inom bomulls- och ylleindustrierna av ett relativt fåtal mycket långa produktionsserier. Detta är även fallet beträffande produktionen av bomullsgarn och torde även, ehuru i mindre utsträckning, gälla produktionen av ullgarn, trikåvaror samt konfektions- och sömnadsartiklar. Närmare uppgifter härom saknas emellertid. Produktionsserierna tendera att bliva längre ju större varuslaget är, d. v. s. ju större del den sammanlagda produktionen inom industrien varuslaget utgör av den totala produktionen av alla varuslag i industrien ifråga.

Som framgår av omstående diagram dominerade de långa produktionsserierna i hög grad totala vävnadsproduktionen i ylle- och bomullsindustrierna. Antalet korta produktionsserier var visserligen förhållandevis mycket stort, men de svarade för en tämligen obetydlig del av hela produktionen. Inom yllevävnadsindustrien föll t. ex., i skott räknat, tre

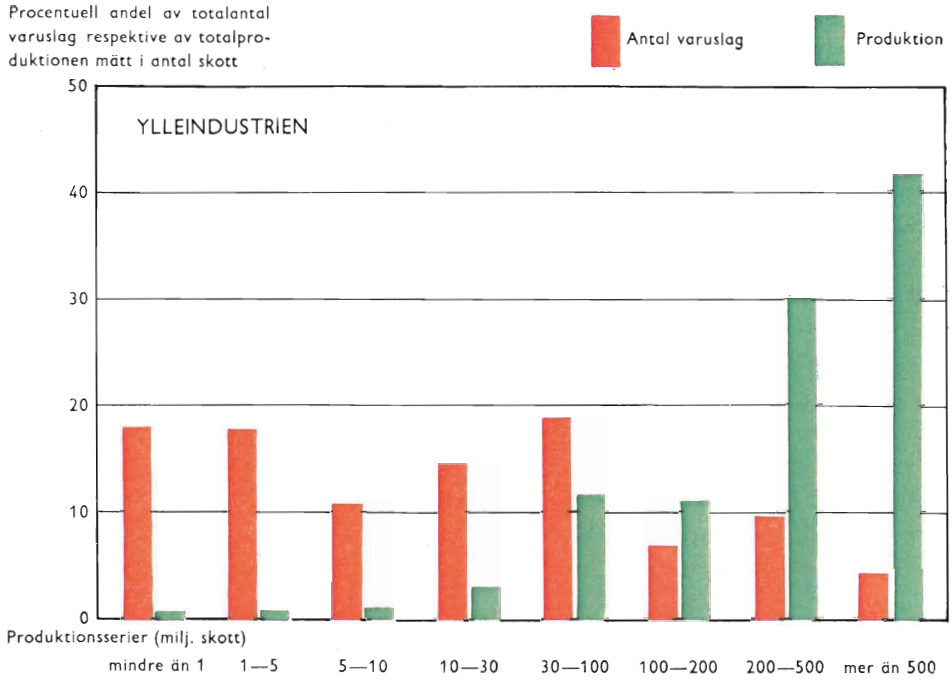
fjärdedelar av hela tillverkningen på de 52 längsta av inalles redovisade 384 produktionsserier — alltså en sjundedel av totalantalet — och de 73 längsta av inalles redovisade 629 varuslag — alltså en niondel av totalantalet — inom bomullsvävnadsindustrien svarade för närmare tre fjärdedelar av totalproduktionen.

Såväl i yllevävnads- som bomullsvävnadsindustrien är produktionen starkare differentierad ju mindre företagen bli i den meningen, att produktionsserierna bli kortare. Antalet tillverkade varuslag stiger visserligen i allmänhet, då företagsstorleken ökar, men icke på långt när lika hastigt. Även de stora företagen tillverka ett absolut sett stort antal korta produktionsserier.

De 21 minsta *ylleväverierna* — av inalles 58 — hade ingen längre produktionsserie än 100 000 1 000-tal skott under ett genomsnittsår 1936—1938. Flertalet produktionsserier voro kortare än 5 000 1 000-tal skott. Av de medelstora företagens hela produktion föll ungefär hälften på produktionsserier över 100 000 1 000-tal skott. De mycket korta produktionsseriernas relativa betydelse minskade i motsvarande grad. Samma utveckling mot längre produktionsserier kan konstateras för stora och mycket stora företag, medan de allra största företagen hade en relativt mera blandad tillverkning med avseende på olika produktionsserier. Närmare hälften av de mycket stora företagens tillverkning föll t. ex. på serier över en miljon 1 000-tal skott, medan detta endast var fallet med något mera än en fjärdedel av de allra största företagens tillverkning. Produktionsserier mellan en halv och en miljon 1 000-tal skott svarade för ungefär en femtedel av totalproduktionen i båda grupperna av företag, vilkas sammanlagda produktion uppgick till mer än två tredjedelar av hela yllevävnadsindustriens produktion.

De 16 minsta — av inalles 44 — *väverierna inom bomullsindustrien* hade endast tre produktionsserier av 43 längre än 300 000 1 000-tal skott, medan de tio närmast i storlek kommande företagen hade en betydande tillverkning i längre produktionsserier än 300 000 1 000-tal skott men också en relativt stor produktion i mycket korta serier. Dessas relativa betydelse minskade dock starkt. Samma utveckling kunde konstateras för de stora och största företagen: ju större företag desto mera ökade de långa och mycket långa produktionsseriernas betydelse, men samtidigt redovisade dock nästan alla företag ett stort antal mycket korta produktionsserier.

Fördelningen av produktionen av *bomullsgarn* på olika långa produktionsserier var av samma typ som för vävnader. Skillnaderna i produktionens differentiering voro emellertid relativt mindre mellan företag av olika storlek. Nästan alla spinnerier framställde garn i alla nummergrupper, även de lägsta och högsta.



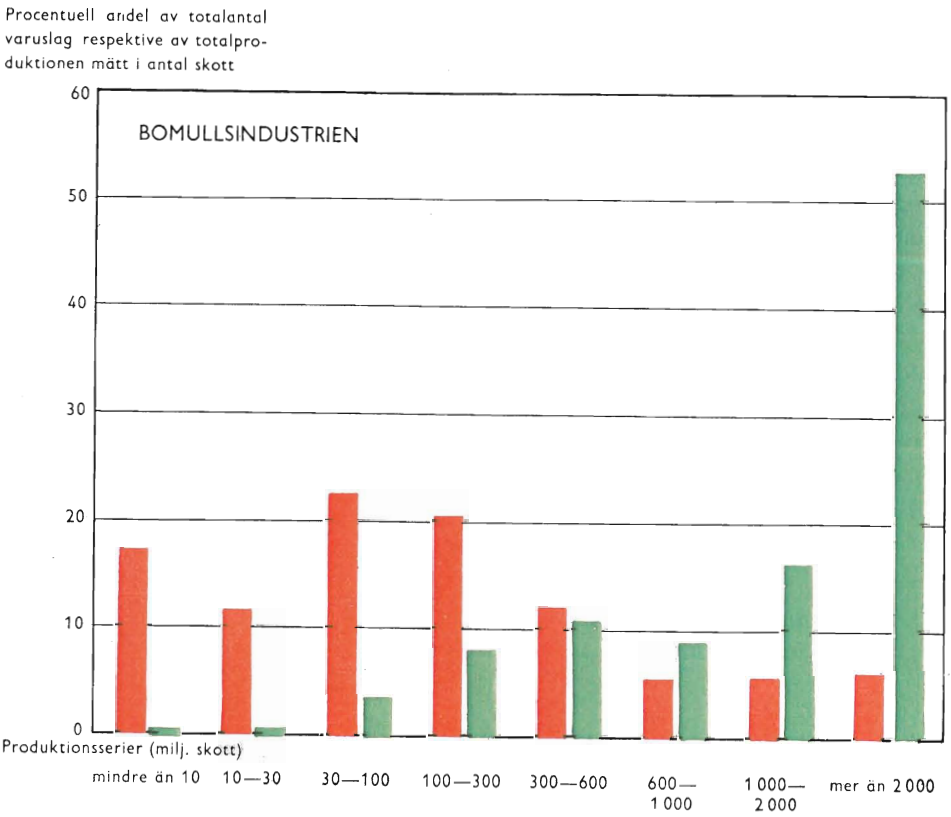


Diagram 7. Betydelsen av olika långa produktionsserier för vävnader 1936–1938.

Produktionens uppdelning på mindre enheter än varuslag, t. ex. beträffande vävnader på mönster, behöver icke visa samma strukturella drag som produktionens fördelning på varuslag. Antalet i varje varuslag ingående mönster varierar nämligen mycket väsentligt, och icke obetydliga skiljaktigheter i produktionens inriktning »inom» samma varuslag kunna förekomma mellan olika företag. I mycket stora drag förefaller emellertid den relativa betydelsen av olika långa tillverkningsserier, alltså antal framställda meter per mönster, och olika långa produktionsserier vara ungefär lika stor. Någon möjlighet att siffermässigt konstatera detta med någon större säkerhet föreligger emellertid icke. Produktionens uppdelning på mönster synes även i mycket stora drag visa samma relativa skillnader mellan olika *stora* företag som uppdelningen av produktionen på varuslag. Flera betydande skiljaktigheter kunna emellertid iakttagas. I motsats till produktionsseriernas längd ökade t. ex. inom yllevävnadsindustrien tillverkningsseriernas längd samtidigt med företagsstorleken även för de allra största företagen. Och av de företag inom bomullsindustrien, vilka huvudsakligen framställde gardin- och draperityger, redovisade de stora företagen kortare tillverkningsserier än de små, medan motsatta förhållandet var rådande i fråga om produktionsseriernas längd.

I nästa avsnitt behandlas varusortimentets storlek och tillverkningsseriernas längd mera ingående.

Produktionens uppdelning på delbranscher

Vid en jämförelse mellan antalet produktionsserier av olika storlek och dessas relativa betydelse hos olika stora företag, måste man beakta, att produktionens inriktning med hänsyn till varuslagens totala storlek i industrien i fråga är olika hos företag av olika storlek. De allra flesta av de minsta företagen i såväl ylle- som bomullsvävnadsindustrierna framställa sålunda företrädesvis heminredningsvävnader (inom ylle också en del tyngre beklädnadstyger), vilka innefatta huvudsakligen små varuslag, medan de större företagen i högre grad tillverka stora varuslag. Produktionens inriktning kan även i övrigt vara olika både med hänsyn till tillverkningsteknik och försäljningsmöjligheter, vilket kan utöva inflytande på produktionsseriernas längd.[1] Bl. a. av denna anledning måste vid längre gående analys av olika företags struktur och även till en del av hela industriers struktur företagen uppdelas i grupper av i viktiga avseenden så likartade företag som möjligt.

Då företagen i allmänhet koncentrera sin produktion till ett tämligen begränsat område med hänsyn till de tillverkade varornas användningssätt hos den slutlige förbrukaren, kunna de till olika textila industrier hörande företagen indelas i grupper av i detta hänseende likartade före-

[1] Se vidare härom avsnitt 8, sista delen.

tag, delbranscher. Även förutsättningarna för tillverkningstekniken synas vanligen i stort sett vara lika för företagen inom samma delbransch, icke sällan också inom flera delbranscher. Däremot kan, som framgår av avsnitt 7, ibland icke oväsentliga skillnader föreligga mellan kvalitets- respektive originalitetsnivån hos produkter, tillverkade av företag inom samma delbransch.

De viktigare delbranscherna i fråga om färdigfabrikat utom handelsgarn angivas nedan. Beträffande trikå- samt konfektions- och sömnadsindustrierna ha dock för vinnande av överskådlighet endast huvudgrupperna av delbranscher medtagits.

Företag tillverkande huvudsakligen	Antal företag	Tillverkningsvärde milj. kr.	Tillverkningsvärde i procent av resp. industriers totala tillverkningsvärde
Ylleindustri	*58*	*94*	*100*
1) Herr- och överplaggstyger samt dräkt- och sporttyger	30	60	63
2) Dambeklädnadstyger utom dräkt- och kapptyger	4	15	17
3) Filtar och draperityger	20	9	9
4) Maskinfilt	4	11	11
Bomullsindustri m. m.	*77*	*149*	*100*
1) Dambeklädnadstyger, skjorttyger och flanneller	13	75	50
2) Blandad tillverkning av bomullsvävnader	9	26	17
3) Vitvaruvävnader av lin och bomull	10	17	11
4) Gardin- och draperityger (ej ylle)	22	10	7
5) Tekniska artiklar av bomull och jute	5	12	8
6) Övrigt	18	9	7
Trikåindustri	*158*	*87*	*100*
Trikåvaror för damer och barn	88	47	54
Herrtrikåvaror	36	7	8
Herr-, dam- och barntrikåvaror	13	4	5
Blandad tillverkning	14	28	32
Trikåväv	7	1	1
Konfektions- och sömnadsindustri	*501*	*255*	*100*
Herrkonfektion	120	120	47
Damkonfektion	70	40	15 1/2
Barnkonfektion	10	6	2
Beklädnadsartiklar (damunderkläder, skjortor etc.)	90	37	15
Sömnadsartiklar	62	14	5 1/2
Hattar och mössor	65	18	7
Blandad tillverkning	18	17	7
Lönsömnad	66	3	1

6. Varusortimentets storlek och tillverkningsseriernas längd

Antalet per företag tillverkade mönster, modeller etc., varusortimentets storlek, och produktionens storlek per mönster, modell etc., tillverkningsseriernas längd, ge, som redan antytts, vid sidan av antal producerade varuslag och produktionens storlek per varuslag en god uppfattning om graden av produktionens differentiering. Varusortimentets storlek är främst av intresse med hänsyn till försäljningen, tillverkningsseriernas längd med hänsyn till tillverkningen.

Vid jämförelser mellan olika grupper av företag i dessa avseenden måste beaktas att allmänhetens krav på variation i utförandet är olika för olika varuslag. Av denna anledning varierar antalet mönster och modeller liksom tillverkningsseriernas längd starkt beroende på produktionens inriktning på olika varuslag.

Tillverkningsserierna äro avsevärt längre inom bomulls- än inom ylleindustrien och längre för dambeklädnadstyger än för herrbeklädnadstyger inom ylleindustrien. Tillverkningsserierna för gardiner äro betydligt kortare än för beklädnadstyger o. s. v.

Antal producerade meter per mönster var inom bomullsindustrien åtskilliga gånger så stort för varugruppen »andra heminredningsartiklar än gardin-, draperi- och möbeltyger», d. v. s. i huvudsak vitvaror av alla slag (lakans- och örngottsväv, duktyg o. dyl.), som för varugruppen »klännings- och skjorttyger». Skillnaden i tillverkningsseriernas längd mellan olika varugrupper är ungefärligen lika stor för små och stora företag, ehuru de förras tillverkningsserier äro avsevärt kortare än de senares.

Inom samma delbransch växer i allmänhet såväl varusortimentets storlek som tillverkningsseriernas längd med stigande företagsstorlek. Ett viktigt undantag härifrån synes vara de delbranscher inom ylle- respektive bomullsindustrien, som huvudsakligen framställa gardin-, draperi- och möbeltyger. Siffermaterialet är emellertid osäkert.

Antalet tillverkade kvaliteter är mycket lägre än antalet tillverkade mönster och antalet tillverkade meter per kvalitet större än per mönster. I stora drag varierar emellertid antal kvaliteter och mönster respektive antal tillverkade meter per kvalitet och per mönster i *ungefär* samma proportion. Dock förefaller antalet kvaliteter öka förhållandevis snabbare än antalet mönster i de största företagsstorlekarna. De största företagen redovisa ungefär lika många tillverkade meter per kvalitet, medan antalet tillverkade meter per mönster fortsätter att växa. Antalet mönster per kvalitet sjunker. Det bör dock framhållas här, att uppgiftsmaterialet om antal kvaliteter på grund av definitionssvårigheter får anses osäkert.

Skillnaderna mellan varusortimentets storlek liksom tillverkningsseriernas längd hos olika stora företag kunna vara avsevärda även inom

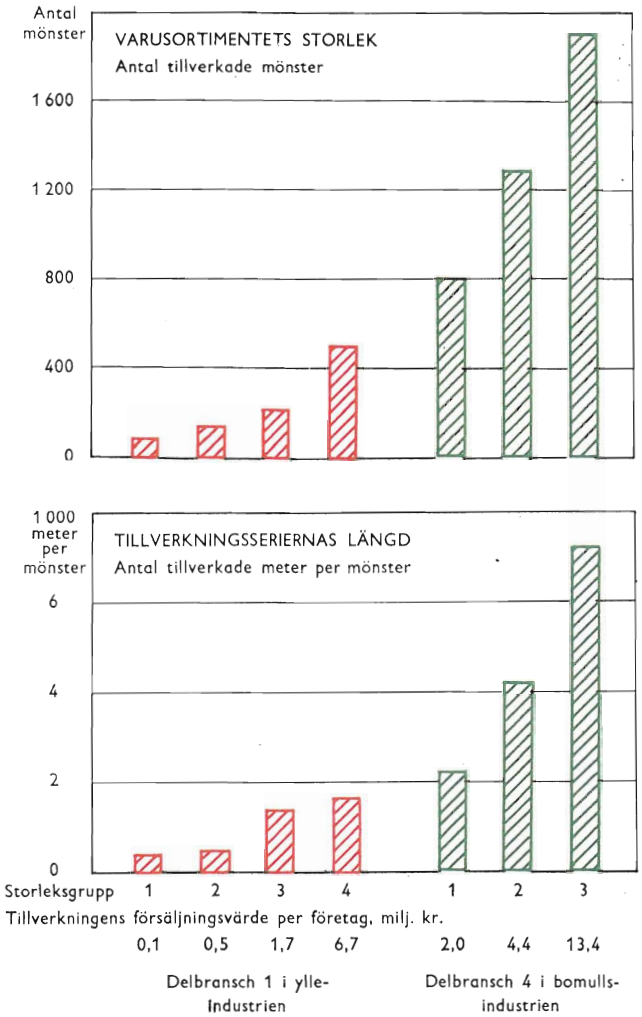


Diagram 8. Varusortimentets storlek och tillverkningsseriernas längd hos olika stora företag inom den största delbranschen i ylle- respektive bomullsvävnadsindustrien 1938.

samma delbransch såsom framgår av ovanstående diagram. Detta visar medianvärdet för varusortimentets storlek och tillverkningsseriernas längd i olika storleksgrupper av företag inom ylle- och bomullsindustriens båda mest framträdande delbranscher: företag tillverkande huvudsakligen herr- och överplaggstyger (nr 1) respektive alla slag av bomullsvävnader men företrädesvis beklädnadstyger utom blåtwills (nr 4). Dessa delbranscher svara för två tredjedelar av tillverkningsvärdet för vävnader i ylle- respektive bomullindustrien.

Skillnaderna mellan tillverkningsseriernas längd respektive varusortimentets storlek hos olika stora företag i samma delbransch bero endast

till en mindre del på olikheter i produktionens inriktning. För vissa delbranscher har antalet av respektive storleksgrupper av företag tillverkade meter per mönster kunnat approximativt beräknas för ett antal varukategorier.[1] Av dessa beräkningar framgår att antalet tillverkade meter per mönster för respektive varukategorier varierar *ungefär* lika mycket mellan storleksgrupperna. För de största företagen i vissa delbranscher — särskilt inom bomullsindustrien — synas dock tillverkningsseriernas längd öka icke obetydligt på grund av den även relativt stora produktionen av stapelvaror. Någon större inverkan på i diagrammet lämnade uppgifter har detta dock icke.

Det sammanlagda antalet varuslag och mönster, som tillverkas av företagen i en delbransch, är ofta mycket betydande. I ylleindustriens största delbransch, företag som huvudsakligen framställa herr- och överplaggstyger, tillverkas sålunda sammanlagt mellan 200 och 250 olika varuslag (produktionsserier) och närmare 10 000 mönster. Den största delbranschen i bomullsindustrien, företag med tämligen blandad tillverkning men med tyngdpunkten på klänningstyger, synes framställa mer än 300 olika varuslag och mer än 15 000 mönster. Genom en ganska betydande import — till stor del i korta serier — ökas det inom landet marknadsförda sortimentet ytterligare.

7. Kvalitets- och originalitetsnivåns höjd

Företag, vilkas mätbara karakteristika (tillverkningsvärde, varuområde etc.) förete stora likheter och därför vid analysen av produktions- och distributionsstrukturen placerats i samma grupp, *kunna* ändå vara ganska olikartade. Ett företag kan ha vissa specialiteter, som utgöra den stora delen av tillverkningen, ett annat kan ha andra specialiteter av dominerande betydelse för företaget, kring vilka det bygges upp. Och marknadsförandet *kan* innefatta olika problem för olika specialiteter.

Sådana divergenser, alltså i fråga om varornas originalitet och kvalitet (vilka icke kunnat registreras och därför icke beaktats vid den i utredningen utförda grupperingen av företagen)[2], synas inom samma del-

[1] För ylleväverier: 1. Kostym- och byxtyger, 2. Trenchcoat- och gabardintyger, 3. Alla övriga överplaggstyger, 4. Klänningstyger, 5. Fodervaror, alla slag, 6. Möbel-, gardin- och draperityger, 7. Alla övriga tyger, 8. Filtar, alla slag.

För andra väverier än ylleväverier: 1. Klännings-, städrocks- och förklädestyger, 2. Skjorttyger, 3. Flaneller, 4. Övriga beklädnadstyger, 5. Möbel-, gardin- och draperityger, 6. Övriga heminredningsartiklar, 7. Fodervaror.

[2] Detta torde vara *en* av de viktigare orsakerna till den betydande spridning av värdena för många komponenter, som ofta föreligger mellan företag i samma delbransch — även med hänsyn tagen till olikheter i företagens tillverkningsvärde. En viktig orsak till spridningen synes även vara olika företagspolitik, vilken för vissa komponenter, som kunna påverkas (t. ex. försäljning per kund), icke sällan föranleder extrema värden för enstaka företag i en grupp.

bransch ibland vara mest betydande mellan företag av olika storlek men ibland ej alls följa någon storleksgruppering. Skillnaderna mellan olika delbranscher i dessa avseenden kan man vanligen erhålla en viss uppfattning om — de äro, som naturligt är, icke sällan mycket betydande — medan skillnaderna i dessa hänseenden mellan företagen i samma delbransch äro mycket svåra att konstatera. Vissa grupper av företag kunna dock särskiljas i några mera betydande delbranscher.

Den största svårigheten förefaller huvudsakligen ligga däri, att skillnaderna i kvalitets- och originalitetsnivåernas höjd mellan olika företag kunna vara relativt små och att samma kvalitets- och originalitetsnivå icke behöver gälla för de individuella företagens hela produktion, beroende antingen på att företagspolitiken inriktats på detta sätt eller på att företagen hålla på att övergå från en kvalitets- eller originalitetsnivå till en annan — eller på att uppmärksamhet icke ägnats denna fråga.

Åtminstone i vissa, större textila delbranscher synas företagen mer eller mindre utpräglat kunna uppdelas i grupper efter kvalitets- och originalitetsnivåernas höjd. Några siffermässiga uttryck för dessa kan av naturliga skäl inte erhållas, men personer med ingående branschkännedom kunna dock lämna en del uppgifter.

Ylleväverier

Inom *yllevävnadsindustrien* utom gardin-, möbel- och draperityger och utom klänningstyger, alltså delbransch 1, synas flertalet företag kunna föras till endera av tre olika grupper. Den första gruppen utgöres av företrädesvis små företag, vilka hålla förhållandevis låg kvalitets- och originalitetsnivå men samtidigt tack vare jämförelsevis billig råvara samt relativt enkel produktionsapparat och organisation ha låga tillverkningskostnader och priser. Ibland utnyttjas dock de korta tillverkningsserierna till att åstadkomma en höjning av originalitetsnivån. En andra grupp av företag utgöres av främst medelstora företag, vilka vanligen sakna egna spinnerier och vilka hålla en mycket hög såväl kvalitets- som originalitetsnivå men också förhållandevis högt prisläge. Till den tredje och mest betydande gruppen av företag höra samtliga stora företag inom ylleindustrien. Kvalitetsnivån hålles för huvuddelen av tillverkningen tämligen hög: i stor utsträckning genom att företagen tack vare sin storlek kunna ha en riklig teknisk utrustning. Denna utnyttjas genom tillverkning i långa serier. Originalitetsnivån är därför i huvudsak jämförelsevis låg. Samtidigt medför den för tillverkningens ekonomi nödvändiga stränga hushållningen med arbetskraft kanske delvis i och för sig en viss dragning nedåt av kvalitetsnivån.

De tre grupperna äro icke renodlade. Många företag ligga mellan två grupper, särskilt mellan grupperna ett och tre.

För företag inom ylleindustrien, vilka ha egna spinnerier med kammerier eller konstullfabriker, är det ekonomiskt ofördelaktigt att tillverka varor enbart i en viss kvalitetsnivå. Man måste framställa varor i olika höga kvalitetsnivåer för att kunna utnyttja råvaran väl. Detta är ej alls i samma utsträckning fallet inom bomullsindustrien, där råvaran redan vid inköpet är betydligt mera standardiserad.

Spridningen av kvalitet och även originalitet inom samma företag synes vara mera utpräglad för de stora företagen, som vanligen ha ett särskilt stort intresse därav inte endast på grund av fördelen att kunna utnyttja råvaran bättre utan även ur försäljningssynpunkt och av andra orsaker, t. ex. i viss omfattning för att ernå en så jämn tillverkning under året som möjligt. Tillverkningstopparna för modebetonade varor utjämnas genom produktion av mindre modebetonade artiklar under lågsäsongerna.

Bomullsväverier

I *bomullsvävnadsindustrien* förefaller kvalitetsnivån inom respektive företag vara betydligt jämnare än i ylleindustrien. Detta beror säkerligen, såsom redan framhållits, till en del på att råvaran är avsevärt mera standardiserad men också på att de tillverkningstekniska fördelarna av en jämn kvalitetsnivå äro större. I stället försvåras emellertid grupperingen av företagen i denna industri därav, att åtskilliga företag äro så stora, att olika avdelningar inom dessa producera i bl. a. olika kvalitetsnivåer.

Om man i likhet med ylleindustrien undantar företag, som huvudsakligen tillverka gardin-, draperi- och möbeltyger samt även tekniska vävnader, kunna bomullsföretagen i stort sett indelas i tre grupper med hänsyn till kvalitets- och originalitetsnivå. Någon motsvarighet till ylleindustriens grupp ett, små företag med relativt låg kvalitets- och originalitetsnivå och med lågt prisläge, finnes icke. Tillverkningstekniken kräver förhållandevis stora produktionsenheter. Den första gruppen skulle i stället utgöra i huvudsak för denna industri jämförelsevis små men mätt efter övriga textila industrier medelstora företag med framför allt mycket hög originalitetsnivå för huvuddelen av tillverkningen — på grund av säsongvariationer kompletteras denna med mera stapelbetonade varor — och med en ävenledes hög kvalitetsnivå. För företagen i denna grupp torde dock vanligen kvalitetsnivån icke ligga lika högt över genomsnittet för hela bomullsindustrien som originalitetsnivån. Prisläget är förhållandevis högt. Till den andra gruppen skulle kunna räknas medelstora och stora företag med genomsnittligt vanligen tämligen låg originalitetsnivå men med hög kvalitetsnivå — särskilt kanske i fråga om den använda tekniken men också i fråga om råvarans kvalitet. Produktionen

ligger i medelprisläge. En tredje grupp skulle, slutligen, utgöras av företag, ofta mycket stora, med huvuddelen av sin tillverkning i mycket långa serier och med genomsnittligt något lägre kvalitetsnivå än medelnivån i industrien. Genom viss efterberedning, t. ex. tryckning, av vävnaderna kan ibland en del av produktionen erhålla en ganska hög originalitetsnivå, men i huvudsak är denna dock i varje fall icke högre än inom grupp två. Prisläget är i genomsnitt relativt lågt.

Karakteristiskt för bomullsindustrien synes vidare vara, att företagen icke sällan, åtminstone då det gäller icke modebetonade varor, i viss utsträckning bygga upp sitt tillverkningsprogram kring ett antal specialkvaliteter, vilka hållas oförändrade under mycket lång tidsperiod, då mönsterna dock vanligen varieras, och vilka hos kunderna — grossister och konfektionärer — få karaktären av märkesvaror. För konsumenterna framstå de emellertid icke såsom sådana.

Trikå- samt konfektions- och sömnadsfabriker

Ännu svårare än ~~företagen i~~ här behandlade delar av ylle- och bomullsindustrierna är det att gruppera företagen inom *trikå- samt konfektions- och sömnadsindustrierna* med hänsyn till kvalitets- och originalitetsnivåns höjd. Inom båda dessa industrier måste man i första hand skilja mellan de tre stora råvarugrupperna ylle, bomull och konstsilke/silke. Vidare äro skillnaderna i den använda tekniken och även i övrigt så stora, att man måste begränsa sig till att jämföra kvalitets- och originalitetsnivån inom mycket mindre delar av varje industri än i fråga om ylle- och bomullsindustrierna.

Om man begränsar sig t. ex. till bomullstrikåindustrien utom strumpor, alltså huvudsakligen underkläder, kan man kanske särskilja tre grupper av företag med hänsyn till kvalitets- och originalitetsnivåernas höjd. Dessa tre grupper synas emellertid icke alls sammanfalla med några storleksgrupper.

En grupp av företag tillverkar varor i låga prislägen med låg kvalitets- och originalitetsnivå i förhållandevis långa serier, särskilt då företagen äro stora. En annan grupp av företag med produktion av varor i medelprisläge inriktar sig på en tämligen hög kvalitetsnivå men samtidigt i huvudsak ganska låg originalitetsnivå — vanligen dock icke så låg som inom grupp ett. En tredje grupp av företag, slutligen, håller högt prisläge samt både hög kvalitetsnivå och hög, ibland mycket hög, originalitetsnivå.

Liksom inom bomullsindustrien kunna ibland inom trikåindustrien olika kvalitets- och originalitetsgrupper finnas inom samma företag men då i olika avdelningar, vilka var och en representera en tämligen enhetlig kvalitets- och originalitetsnivå. Detta torde i likhet med bomullsindu-

strien ha sin orsak däri, att hela tillverkningens organisation av tekniska skäl lämpligen inriktas på en relativt starkt begränsad kvalitetsnivå och i viss mån också originalitetsnivå. Den bristande standardiseringen av råvaran utgör därvid inte — såsom delvis ibland synes vara fallet inom ylleindustrien — något mera betydande hinder.

Även inom flertalet övriga delar av trikåindustrien samt konfektions- och sömnadsindustrien förefalla företagen mer eller mindre utpräglat kunna uppdelas i grupper med olika kvalitets- och originalitetsnivåer. I allmänhet synes, framför allt kanske inom konfektions- och sömnadsindustrien, en samvariation föreligga dels mellan kvalitetsnivån hos den i företaget ingående råvaran och de färdiga produkternas kvalitetsnivå och dels mellan kvalitetsnivåns och originalitetsnivåns höjd hos färdigprodukterna. I fråga om sistnämnda samvariation kunna nog ovan diskuterade bomullstrikåföretag i viss mån icke anses vara typiska.

Som framgår av kapitel 8, avdelning IV, har i konfektionsindustriens största delbransch, företag tillverkande huvudsakligen herrkostymer, en uppdelning av företagen efter prisläge kunnat ske. Att döma av den utförda analysen synas skillnaderna i prisläge icke ha åtföljts av några större skillnader i företagens produktions- och distributionsstruktur i övrigt.

8. Olika stora företags betydelse

Inom olika textila industrier

Produktionen inom de textila industrierna är i hög grad koncentrerad till ett litet antal företag trots det i och för sig stora antalet existerande företag.[1] Detta framgår av vidstående diagram.

De stora företagen dominera mest bland ylle- och bomullsväverier, de största företagen relativt starkast bland de senare. Betydelsen av de stora företagen är ungefär densamma för ullspinnerier, bomullsspinnerier och trikåfabriker, bland vilka senare de allra största företagen dock dominera förhållandevis mera till stor del beroende på ett företag. Inom konfektionsindustrien är däremot de stora företagen icke så betydande. Tillverkningsvärdet per företag var sålunda i genomsnitt för de sex största företagen, som huvudsakligen framställa kostymer och överplagg, icke mer än dubbelt så stort som i genomsnitt per företag för de återstående 21 företagen i denna delbransch. Storleksfördelningen mellan företagen i övriga delar av konfektions- och sömnadsindustrien är ungefär densamma som den i diagrammet redovisade. Dock är inom flera av

[1] Med företag avses ekonomisk enhet. Ett antal driftsenheter med gemensam ledning räknas som ett företag även om driftsenheterna skulle vara fristående juridiska personer. I diagrammet har varje produktionsled beaktats för sig.

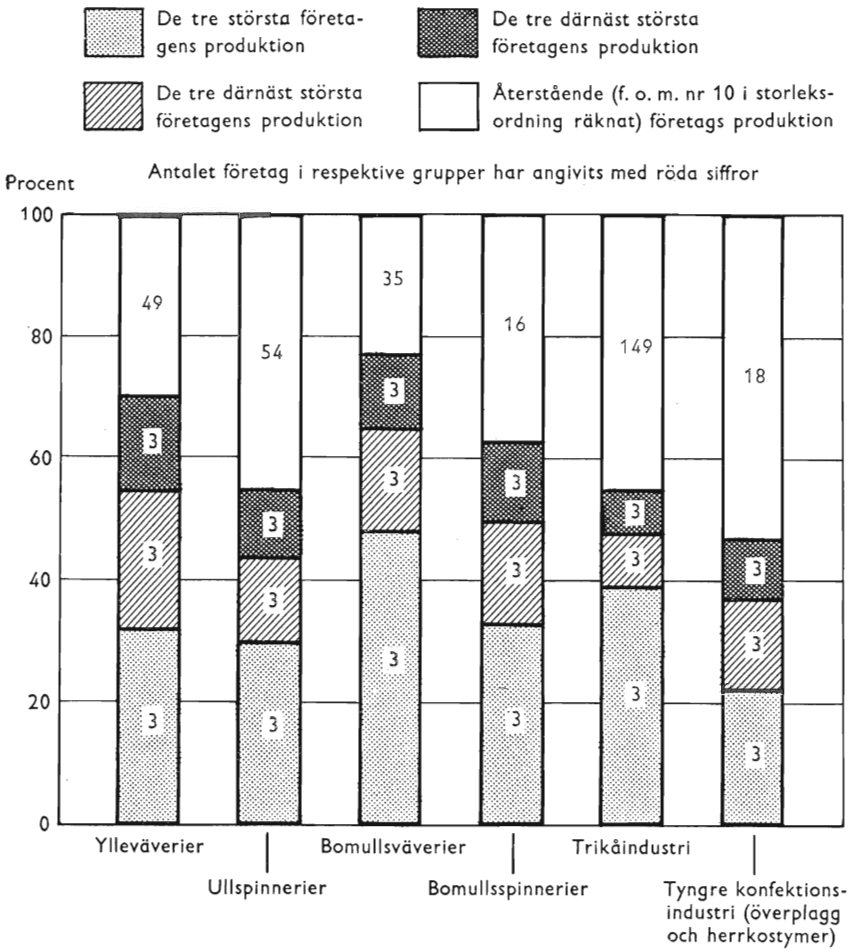


Diagram 9. Andelen av totalproduktionen inom vissa textila industrier för varje tretal företag, ordnade efter storleken av sin produktion.[1] *Företagen fr. o. m. nummer tio i storleksordning räknat ha sammanslagits till en grupp.*

— Mot slutet av 1930-talet —

sömnadsindustriens (»lättare konfektionsindustrien») delbranscher de stora företagens dominans icke lika utpräglad. De många små företagen (f. o. m. nr 10 i storleksordning räknat) voro av störst betydelse inom konfektionsindustrien, trikåindustrien och ullgarnsindustrien (kardgarn).

De olika stora företagen inom respektive textila industrier ha icke samma produktionsinriktning med hänsyn till vare sig produkternas

[1] Mätt efter antal skott (d. v. s. antal inslagna väft- eller »inslagstrådar», vilka korsa varptrådarna) för väverier, antal kg för spinnerier samt tillverkningsvärde för trikå- och konfektionsfabriker.

användningssätt hos den slutlige förbrukaren eller tillverkningstekniken. Inom både ylle- och bomullsindustrien dominerar, som redan framhållits, t. ex. tillverkningen av heminredningsartiklar (draperi-, gardin- och möbeltyger) hos de små företagen, medan de stora företagens produktion därav är förhållandevis obetydlig.

Företagens storlek varierar kraftigt mellan olika delbranscher. Inom ylleindustrien äro exempelvis de företag, som tillverka herr- och överplaggstyger, i genomsnitt åtskilliga gånger större än företag som tillverka möbel- och gardintyger och ha även i övrigt annorlunda struktur. I allmänhet förefaller ett visst samband finnas mellan huvudvaruområdets (marknadens) storlek och företagens storlek. Företag i delbranscher med stort huvudvaruområde äro i allmänhet stora. Ibland kunna dock andra faktorer, främst tillverkningstekniken, utöva ett avgörande inflytande på företagsstorleken. Den med hänsyn till tillverkningskostnaderna fördelaktigaste storleken torde t. ex. oftast vara större för ett spinneri än ett väveri och större för ett bomullsväveri än ett ylleväveri. Avnämarnas struktur synes också kunna inverka på företagens storlek.

Inom olika delbranscher

Även *inom* varje delbransch, som alltså omfattar företag tillverkande varor med i stort sett samma användningssätt (huvudvaruområde), varierar företagens storlek mycket starkt, vilket kan illustreras av följande exempel.

De företag, som huvudsakligen tillverka herr- och överplaggstyger, ha uppdelats i fyra storleksgrupper. Sättes tillverkningsvärdet för vävnader per företag i den största storleksgruppen lika med 100, utgjorde tillverkningsvärdet per företag i de övriga tre storleksgrupperna respektive 25, 7 och 1 $^1/_2$. Företagen i den största storleksgruppen äro alltså i genomsnitt fyra gånger större än företagen i närmast liggande storleksgrupp, 14 gånger större än i den näst minsta och cirka 60 gånger större än i den minsta storleksgruppen. Det på samma sätt uttryckta tillverkningsvärdet per företag tillverkande huvudsakligen herrkostymer och -överplagg var för de fyra storleksgrupperna respektive 100, 46, 18 och 3. Storleksskillnaderna i denna delbransch äro sålunda genomgående ungefär hälften så stora som i den förra delbranschen. Inom flertalet övriga delbranscher finner man liknande betydande storleksskillnader mellan olika företag.

Skillnaderna i storlek (tillverkningsvärde) mellan företagen inom samma delbransch bero delvis på att varuområdet (»marknaden») växer med stigande företagsstorlek. En uppfattning härom kan man erhålla genom att jämföra storleken av varuområdet för olika stora företag inom samma delbransch med storleken av varuområdet för hela den textila

industri, till vilken delbranschen hör. I avsaknad av uppgifter om konsumtionsvärde (försäljningsbelopp) har en uppfattning om den relativa storleken av olika företags varuområden erhållits genom att mäta varuområdenas storlek i kvantiteter (skott).[1] Den på detta sätt beräknade andelen av hela yllevävnadsindustriens varuområde för företag tillverkande huvudsakligen herr- och överplaggstyger (delbransch 1) utgjorde i genomsnitt för företagen i vardera av de två minsta storleksgrupperna tre tiondelar av hela ylleindustriens varuområde, fyra tiondelar i den närmast större och sju tiondelar i den största storleksgruppen. Motsvarande andelar av varuområdet för hela bomullsvävnadsindustrien var för delbransch 4 (företag tillverkande alla grupper av bomullsvävnader men med huvudsakliga tillverkningen koncentrerad till beklädnadstyger) sex tiondelar, åtta tiondelar och nio tiondelar för den minsta, mellersta respektive största storleksgruppen.

För den största delbranschen inom konfektions- och sömnadsindustrien, företag tillverkande huvudsakligen kostymer och överplagg, ökade varuområdets storlek relativt litet vid stigande företagsstorlek. Storleken av totala inhemska tillverkningsvärdet under 1938 för de av respektive företag i delbranschen tillverkade varuslagen ger en god uppfattning om varuområdets storlek, då importen av varor motsvarande de i denna delbransch tillverkade är obetydlig. Detta totala tillverkningsvärde uppgick till 85 miljoner kronor per företag inom den minsta storleksgruppen, 88 miljoner kronor i den närmast större och 95 respektive 106 miljoner kronor i de båda största storleksgrupperna.

Av stor betydelse är, att ökningen av varuområdets storlek vid stigande företagsstorlek endast till en liten del beror på att kompletteringsvarornas andel av respektive företags totala produktion ökar (och huvudvarornas andel minskar)[2], då företagets storlek ökar. Att varuområdet är större vid större företagsstorlek beror i stället till stor del på att de större företagen »täcka huvudvaruområdet omsorgsfullare», d. v. s. tillverka flera varuslag inom detta, och endast till en mindre — men för de största företagen ingalunda obetydlig — del på att behovet av och de tekniska möjligheterna för en tillverkning av ett större antal kompletteringsvaror ökar vid stigande företagsstorlek.

Huvudvarornas andel av respektive företags totala produktion var sålunda t. ex. för delbransch 1 inom ylleindustrien — företag tillverkande huvudsakligen herr- och överplaggstyger — i genomsnitt för företagen

[1] Angående beräkningsmetoderna m. m. se vidare kapitel 1.

[2] Huvudvaror äro de varor, som samtliga företag i delbranschen huvudsakligen tillverka och som tillsammans bilda huvudvaruområdet; kompletteringsvaror äro övriga varor, av vilka samma vara endast tillverkas av ett eller ett fåtal företag i delbranschen. Angående huvud- och kompletteringsvaror, som tillsammans bilda varuområdet, se vidare kapitel 1, avdelning I, avsnitt 2.

i de olika storleksgrupperna 98, 81, 97 och 86 procent i storleksföljd räknat med början från den minsta och för delbransch 1 inom konfektions- och sömnadsindustrien, företag framställande huvudsakligen herrkostymer och överplagg, 92, 85, 85 och likaledes 85 för den största storleksgruppen.

Skillnader mellan stora och små företags produktionsinriktning m. m.

För en analys och bedömning av produktions- och distributionsstrukturen är det av särskilt stort intresse, då skillnaderna mellan till samma delbransch hörande företags struktur sammanfalla med skillnader i företagens storlek. Att så ibland delvis är fallet har redan antytts i olika sammanhang, speciellt i avsnitt 7 om tillverkningens kvalitets- och originalitetsnivå.

Helt allmänt kan sägas, att små företag ofta äro mera beroende av specialiteter än stora företag eller, för att uttrycka saken på ett annat sätt, tillverka ofta i större utsträckning varor eller varianter av varor, av vilka konsumtionen är tämligen begränsad. Ibland innebär detta att en annan teknik utnyttjas än hos de stora företagen. I många fall torde detta bero på att varornas utförande kräver en speciell teknik. I andra fall synas skiljaktigheterna i tekniken vara huvudsakligen tillverkningsekonomiskt betingade. En liten marknad nödvändiggör en begränsad tillverkning, som det ibland kan vara billigare att utföra med en annan teknik än den, som användes vid produktion i stor skala. Dessa förhållanden måste naturligtvis hållas i minnet vid en jämförelse mellan stora och små företag[1] även inom samma delbransch. Man kan icke utan vidare draga den slutsatsen att de stora företagen — även om dessa skulle ha längre tillverkningsserier, högre produktion per arbetaretimme och större försäljning per kund — äro »effektivare» än de små företagen. Det är möjligt att så är fallet men vid bedömandet härav måste hänsyn tagas till samtliga berörda omständigheter.

De små företagen äro, som tidigare sagts, ofta i högre grad inriktade på specialiteter än de stora företagen. De små företagens produktion kompletterar därför i viss mån icke sällan de stora företagens produktion vid förefintlig beskaffenhet hos efterfrågan på textilvaror. Ibland torde de stora företagens långa tillverkningsserier och även höga försäljning per kund »möjliggöras» av att de små företagen producera specialiteterna

[1] Som ett exempel på vad olika teknik kan betyda i fråga om produktionen per arbetaretimme må nämnas att spinningen av ullgarn på selfaktorspinningsmaskiner av tekniska skäl kan vara endast ungefär hälften så stor som på ringspinningsmaskiner per arbetaretimme räknat. Olika slag av ullgarn erhållas emellertid vid användande av de båda tillverkningsmetoderna, varför det i varje fall är mycket svårt att jämföra dessa prestationer. Liknande skillnader kunna uppstå vid tillverkning av vävnader av olika svårighetsgrad men med tämligen lika användningssätt.

— antingen varuslag med litet användningsområde eller en speciell variant av ett stort varuslag med litet användningsområde. Härigenom kunna de stora företagen i högre grad ägna sig åt tillverkning av de varor, på vilka de efterfrågade kvantiteterna äro stora, utan att industrien i fråga behöver lämna några större luckor i täckningen av den starkt sortimentskrävande efterfrågan.

En av olikheterna i produktionsbetingelserna för stora och små företag och tillika en viss bekräftelse på att små företag i högre grad än stora äro inriktade på tillverkning av specialiteter utgör storleken av tillverkningen på s. k. efterorder[1] för små och stora företag. De små företagen producera vanligen i betydligt större utsträckning på s. k. efterorder än de stora.

En annan i detta sammanhang karakteristisk skillnad mellan små och stora företag är olikheterna i tillverkningens fördelning under året. Denna är oftare ojämnare för de små än för de stora företagen. Detta sammanhänger till stor del med efterordernas större betydelse men också med att de stora företagen ha relativt större tillverkning av stapelartiklar, som kunna produceras på lager under lågsäsongerna, emedan tillverkningen kan hållas i gång även om full täckning i order ännu icke hunnit erhållas.

På grund av relativt högre fasta kostnader är det ofta mera angeläget för de stora än för de små företagen att hålla en jämn sysselsättning. Över huvud taget varierar emellertid sysselsättningen under olika delar av året förhållandevis obetydligt i de textila industrierna, om man undantar vissa relativt små, starkt modebetonade delbranscher inom beklädnads- och trikåindustrierna.

Att de små företagen vanligen ha lika stora eller i det närmaste lika stora geografiska försäljningsområden som de stora företagen synes också tyda på att de små företagen äro starkare inriktade på specialiteter än de stora företagen. I annat fall skulle avsättning för produktionen kunna vinnas inom mindre försäljningsområden än de stora företagens.

9. Produktionens storlek per arbetaretimme

Ehuru såväl mätningen av produktionens storlek per arbetaretimme som bedömningen av vad som påverkar denna och vad denna innebär är så komplicerad, att en kort sammanfattning knappast kan utföras utan risk för missförstånd, skall här dock lämnas några fakta och synpunkter.

Produktionen per arbetaretimme har kunnat mätas endast för ett mindre antal grupper av företag och då endast genom att dividera de

[1] Order, som lämnas efter de ordinarie, säsongmässiga försäljningsresornas slut — i stor utsträckning kompletteringsorder för starkt modebetonade eller i andra avseenden extremt utformade artiklar.

individuella företagens produktion med antalet utförda arbetaretimmar. Svårigheterna att erhålla ett (i detta avseende) någorlunda enhetligt och säkert mått på storleken av företagens produktion och antal arbetaretimmar äro stora och endast delvis överkomliga.[1] Den för olika företag utförda beräkningen av produktionens storlek per arbetaretimme måste därför bliva mycket approximativ — men denna synes också variera mycket avsevärt.

Produktionen per arbetaretimme växer i allmänhet med stigande företagsstorlek. Samtidigt växer också vanligen tillverkningsseriernas längd. Med växande företagsstorlek följa emellertid icke sällan även andra fördelar eller nackdelar. Det är därför icke möjligt eller i varje fall mycket svårt att renodla inverkan på produktionen per arbetaretimme av tillverkningsseriernas längd respektive tillverkningens storlek.

Helt allmänt torde man kunna säga att de stora företagens fördelar i tekniskt hänseende av längre tillverkningsserier vanligen åtföljas av andra tekniska fördelar av stordriften såsom bättre möjligheter att utnyttja teknisk expertis, större kombinationsmöjligheter i fråga om maskiner etc. Vid bedömande av produktionens storlek per arbetaretimme i olika stora företag måste vidare hänsyn tagas till att, som tidigare framhållits, produktionens karaktär ibland är så olika för små och stora företag, att denna i och för sig kan föranleda skillnader i den använda tekniken och därmed i produktionens storlek per arbetaretimme.

Genom en förlängning av tillverkningsserierna och produktionsserierna kunna schematiskt tre grupper av fördelar sägas kunna uppkomma. Längre tillverkningsserier innebär för det första besparingar genom att minska antalet omställningar m. m. av maskinparken[2] samt av arbetet med planering och redovisning. Dessa fördelar tillväxa allt långsammare vid stigande längd hos tillverkningsserierna. Då dessa blivit mycket långa — och särskilt då produktionen av varuslag, för vilka samma maskiner äro lämpligast, ökat väsentligt och produktionsserierna blivit mycket långa — kunna ytterligare fördelar vinnas därigenom, att det blir möjligt att ytterligare anpassa, *specialisera*, produktionsapparaten efter produktionen. Detta skulle vara den andra gruppen av fördelar. Förlängas produktionsserierna än ytterligare kan slutligen för ett visst ändamål specialiserade maskiner användas i så stor utsträckning, att man ernår fördelarna av en både starkt specialiserad *och* i hög grad enhetlig maskinpark, vilket kan medföra gynnsammare inköpspriser på maskiner, enklare och bättre

[1] I fråga om garn har t. ex. finleken hos de av respektive företag tillverkade garnerna (nummerfördelningen) inte kunnat beaktas. Denna inverkar i hög grad på den viktsmängd, som kan framställas per spindel- och arbetaretimme.

[2] I vilken omfattning detta gäller varierar naturligtvis med den använda tillverkningstekniken. En minskning av antalet färger för styckfärgade vävnader påverkar t. ex. endast styckfärgeriet men en minskning av antalet mönster i mönstervävda vävnader både garnfärgeri och väveri.

underhåll av dessa, bättre erfarenhet av maskinerna och bättre ömsesidig anpassning av maskiner och tillverkade produkter efter varandra, större möjligheter att ur teknisk synpunkt hålla en jämn tillverkning etc. Ett uppnående av denna tredje grupp av fördelar av långa produktionsserier kräver emellertid också en absolut sett stor tillverkning. Dessa specialiseringens fördelar gäller även arbetskraften, som kan förvärva större kännedom om och vana vid vissa maskiner och varuslag.

Några av sistnämnda fördelar av långa produktionsserier torde endast i enstaka undantagsfall ha uppnåtts inom de svenska textila industrierna. Däremot synes framför allt den första men även andra gruppen av fördelar utnyttjas i varierande utsträckning. Fri konkurrens, fritt konsumtionsval och relativt liten marknad begränsa emellertid möjligheterna.

En annan omständighet, som antagligen i hög grad hindrar en långt driven specialisering av maskinpark och organisation, är förändringarna av efterfrågan i tiden, främst kanske modeväxlingarna, vilka kräva en stor anpassningsförmåga hos företagens produktionsapparat och organisation.

En stegring av produktionens storlek per arbetaretimme behöver i och för sig icke medföra en sänkning av tillverkningskostnaderna. Arbetslönen utgör ju endast en del av förädlingskostnaderna. En höjning av produktionens storlek per arbetaretimme torde, frånsett organisatoriska åtgärder, oftast kunna åstadkommas genom ökade kapitalinvesteringar och därmed ökade kapitalkostnader eller genom en förlängning av tillverkningsserierna och/eller produktionsserierna och därmed — som kommer att behandlas i det följande — vanligen stigande distributionskostnader och/eller avsättningssvårigheter. Naturligtvis kan en kombination av dessa båda möjligheter förekomma och torde i själva verket vara vanligast. I de textila industrierna synes också ofta en avvägning mellan råvaru- och förädlingskostnaderna — även arbetskostnaderna — äga rum. Råvara av bättre kvalitet möjliggör ofta högre produktion per maskin- och arbetaretimme men betingar också ett högre pris. Även mellan förädlingskostnaderna i spinneri och väveri existerar ett samband, som är av stor betydelse. En högre snodd på garnet ökar sålunda maskin- och arbetskostnaderna i spinneriet men minskar dessa i väveriet, huvudsakligen emedan garn av högre snodd är starkare och antalet trådbrott i vävningen därför blir lägre. Inom varje företag måste produktionens storlek per arbetaretimme sålunda vägas mot en rad andra faktorer. En hög produktion per arbetaretimme *behöver* därför icke vara ett indicium på hög »effektivitet» och vice versa.

Med ledning av socialstyrelsens lönestatistik och kommerskollegii statistik över produktion, antal arbetare m. m. kan en ungefärlig uppfattning erhållas om storleksordningen av arbetslönerna i förhållande till tillverkningskostnaderna samt, med ledning av i denna bok lämnade uppgifter, även i förhållande till förädlingskostnaderna, d. v. s. tillverkningskostnader minus

råvarukostnader. En sålunda utförd uppskattning, för vilken av utrymmesskäl icke skall närmare redogöras, har beträffande läget mot slutet av 1930-talet givit följande resultat avseende lönekostnadernas *genomsnittliga* andel av totala förädlingskostnaderna i vissa viktigare svenska textila industrier:

Bomullsspinnerier	mellan en tredjedel och hälften
Bomullsväverier	ungefär en tredjedel
Ullspinnerier	närmare hälften
Ylleväverier	ungefär en fjärdedel
Trikåfabriker	» hälften
Sömnadsfabriker	» hälften

Att siffrorna på grund av uppgiftsmaterialets otillräcklighet måste vara högst ungefärliga och att respektive andelars storlek varierar mycket starkt hos olika företag, bör särskilt understrykas.

För samtliga undersökta grupper av företag utom ylleväverier har en (ofta starkt) stigande produktion per arbetaretimme kunnat konstateras vid stigande företagsstorlek samtidigt som tillverkningsserierna förlängas. I fråga om bomullsväverier och i viss mån även ullspinnerier synes en nära samvariation föreligga mellan produktionens storlek per arbetaretimme och tillverkningsseriernas längd (som dock samtidigt tämligen nära varierar med företagsstorleken). Beträffande företag tillverkande huvudsakligen herrkostymer liksom företag, som huvudsakligen framställa damkappor, kan konstateras, att samtliga stora företag ha relativt hög produktion per arbetaretimme och flertalet små företag låg produktion per arbetaretimme, men också att några små företag ha lika hög produktion per arbetaretimme som de stora företagen. Däremot har ingen samvariation mellan storleken av produktionen per arbetaretimme, tillverkningens storlek och tillverkningsseriernas längd kunnat iakttagas för ylleväverier eller damklänningsfabriker.

Skillnaderna mellan storleken av produktionen per arbetaretimme äro ofta mycket avsevärda icke endast mellan företag med olika utan också mellan företag med ungefär samma produktionsinriktning och ibland även mellan företag, vilkas tillverkningsserier äro ungefär lika långa. Se vidare härom redogörelserna för produktionens storlek per arbetaretimme i avdelning V av kapitlen angående ylle-, bomulls- samt konfektions- och sömnadsindustrierna.

10. Distributionsvägar

Tidigare har i denna översikt behandlats utformningen av produktionsstrukturen i olika avseenden. Även distributionsstrukturen har något berörts i samband därmed. I detta och följande avsnitt komma några huvuddrag av distributionsstrukturen att behandlas och därefter sambandet mellan produktions- och distributionsstrukturen. Detta avsnitt behandlar distributionsvägarna, d. v. s. försäljningens fördelning på olika

kundkategorier. Inledningsvis beröres också i korthet hur företagens distributionsstruktur står under inflytande av kundernas struktur.

Distributionsstrukturen, d. v. s. försäljningens fördelning på olika kundkategorier såsom konfektionärer, grossister och detaljister, antalet kunder i olika kategorier, storleken av försäljningen per kund i olika kategorier etc., påverkas bl. a. av de olika kundkategoriernas struktur, d. v. s. dessas inköpsvanor, storlek och sortiment etc.[1] Denna påverkas i sin tur bl. a. av inriktningen, storleken och fördelningen av allmänhetens efterfrågan. Till vilka kundkategorier ett företag säljer beror i sista hand på användningssättet för de tillverkade produkterna men också på andra omständigheter. I vissa fall synes t. ex. den historiska utvecklingen inom industri och handel spela en viss roll.

Belysande för hur kundernas (avnämarnas) struktur påverkar distributionsstrukturen är följande exempel på skillnaderna i försäljningens fördelning på olika kundkategorier och försäljningens storlek per kund i olika kategorier mellan företag av ungefär samma storlek men med olikartad kundstruktur. Jämförelsen gäller ylleväverier, tillverkande i huvudsak herr- och överplaggstyger, å ena, samt ylleväverier och bomullsväverier, tillverkande huvudsakligen dambeklädnadstyger, å andra sidan. De förra sålde ungefär fyra sjättedelar av tillverkningen till konfektionärer och cirka en sjättedel till grossister, medan de senare sålde knappt två sjättedelar till konfektionärer och tre sjättedelar till grossister. Försäljningen per konfektionär uppgick till 20 000—25 000 kronor för herr- och överplaggstyger och till cirka 15 000 kronor för dambeklädnadstyger. Dessa skiljaktigheter bero dels på att konfektionsindustriens förbrukning av herrbeklädnadstyger är både relativt och absolut mera betydande än av dambeklädnadstyger (och andra lättare tyger) och dels på att företagen i genomsnitt äro betydligt större inom herrkonfektionsindustrien än inom övriga delar av konfektions- och sömnadsindustrien.

Även varusortimentets storlek synes utöva ett betydande inflytande på försäljningens storlek per kund, vilket närmare beröres i fortsättningen.

Av olika, redan antydda, orsaker äro distributionsvägarna mycket olika inom olika textila industrier och — ofta i ännu högre grad — inom olika till samma industri hörande delbranscher. En redogörelse för distributionsvägarna har därför i stort sett endast relevans, om varje delbransch — eller grupper av i detta hänseende närliggande delbranscher — behandlas för sig. I detta avsnitt kommer därför i huvudsak endast de

[1] De textila industriernas viktigaste avnämare äro konfektionsindustrien, vars struktur behandlas i kapitel 8, samt gross- och detaljhandeln med textilvaror, för vars uppbyggnad i stora drag en redogörelse återfinnes i kapitel 9. Konsumtionen analyseras, slutligen, i kapitel 10.

viktigare delbranscherna att beröras. Avslutningsvis lämnas dock några översiktliga uppgifter om hela textila industriers distributionsvägar.

Drygt två tredjedelar av herr- och överplaggstyger av ylle såldes[1] till konfektionärer, knappt en femtedel till grossister och vardera 7—8 procent till detaljister och övriga kunder (allmänna inrättningar o. dyl.).[2] Ungefär hälften av inom ylleindustrien tillverkade dambeklädnadstyger såldes till grossister, fyra tiondelar till konfektionärer och knappt en tiondel till detaljister. För av bomullsindustrien tillverkade beklädnadstyger voro motsvarande siffror: knappt hälften till grossister, en tredjedel till konfektionärer och ungefär vardera en tiondel direkt till detaljister och till allmänna inrättningar eller utlandet. Bomullsväverier med blandad tillverkning redovisade en avsevärt högre försäljning till grossister och lägre till konfektionärer: drygt sex respektive knappt två tiondelar av hela försäljningen.

Som är att vänta försäljes heminredningsartiklar, alltså gardiner, draperier, filtar o. dyl., i stort sett enbart till detaljister och grossister. Ylleindustriens försäljning därav var ungefär lika stor till båda dessa led, medan bomullsindustrien sålde övervägande delen till grossister.

Trikåindustrien sålde genomsnittligt ungefär två tredjedelar av tillverkningen till grossister och en tredjedel till detaljister. Man kan iakttaga en genomgående tendens till att företagen sälja den alldeles övervägande delen av sin tillverkning *antingen* till grossister *eller* till detaljister.

Försäljningen direkt till detaljister dominerade nästan helt inom konfektions- och sömnadsindustrien. Undantag utgjorde vissa enklare, lättare beklädnadsartiklar såsom arbetsskjortor och blåställ samt hattar och mössor, som i betydande utsträckning såldes till grossister.

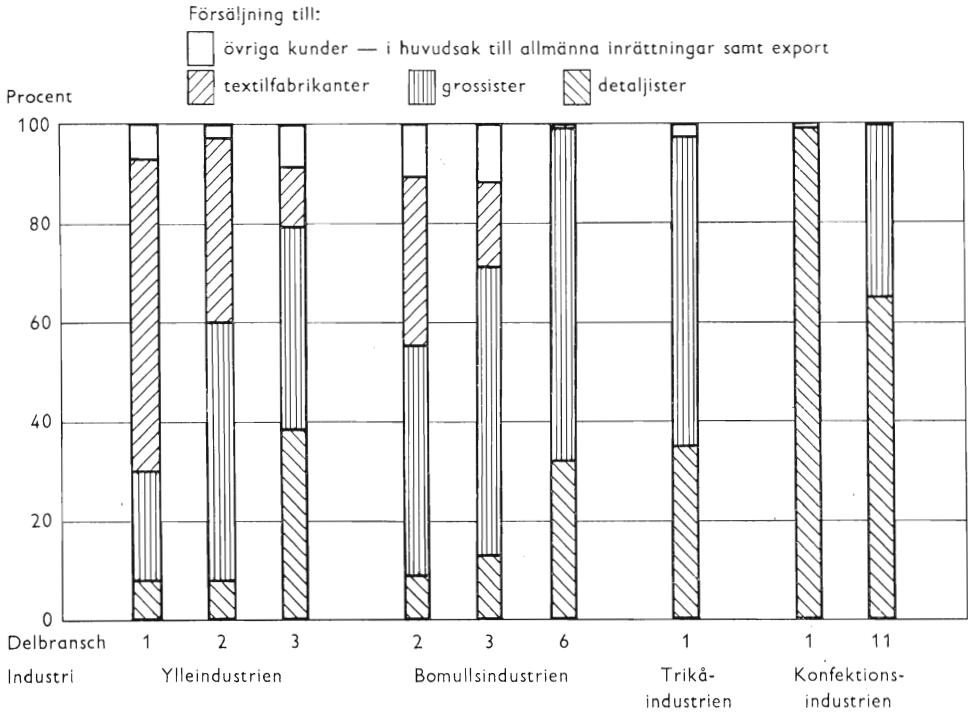
Vidstående diagram visar distributionsvägarna för de viktigare textila delbranscherna.

Distributionsvägarna variera ofta icke obetydligt även mellan olika stora företag i samma delbransch. Detta gäller även — ehuru icke i lika hög grad — inköpsvägarna. De små företagen köpa i allmänhet i större utsträckning via mellanhänder än de stora företagen.

De mindre företagen inom ylleindustrien ha i allmänhet relativt stor detaljistförsäljning medan inom bomullsindustrien proportionerna mellan försäljning till grossister och till detaljister variera avsevärt mellan olika företag oavsett dessas storlek, antagligen i huvudsak beroende

[1] Egentligen: »Drygt två tredjedelar av försäljningen från de företag, som huvudsakligen tillverka herr- och överplaggstyger, gick direkt till . . .»

[2] Enligt en tidigare inom industrien utförd, icke publicerad, utredning skulle år 1928 av försäljningen av yllevävnader från fabrik cirka 45 procent skett till vardera grossister och konfektionärer och knappt en tiondel direkt till detaljister. Den 1938 vida större andelen av försäljningen till konfektionärer (och mindre andelen till grossister) beror i huvudsak på konfektionsindustriens starka frammarsch både absolut sett och på bekostnad av skräddare och hemsömnad.



Ylleindustrien:
Delbransch 1: Herr- och överplaggstyger
2: Dambeklädnadstyger
3: Filtar och draperityger

Bomullsindustrien:
Delbransch 2: Dambeklädnadstyger
3: Blandad tillverkning av bomullsvävnader
6: Gardin- och draperityger

Trikåindustrien:
Delbransch 1: Trikåunderkläder för damer och barn

Konfektionsindustrien:
Delbransch 1: Kostymer och överplagg
11: Skjortor och pyjamas

Diagram 10. Distributionsvägarna mot slutet av 1930-talet i några av de viktigare textila delbranscherna.

Försäljningens procentuella fördelning på olika kundkategorier år 1938.

på olika försäljningspolitik. Samma synes i stort sett vara förhållandet i trikåindustrien.

Ehuru, som redan framhållits, försäljningsvägarna äro mycket olika inom olika till samma industri hörande delbranscher, kunna kanske dock genomsnittssiffror för hela textila industrier trots sina ofullkomligheter ge en viss, mycket grov uppfattning om olika distributionsleds betydelse för de textila industrierna. I nedanstående tabell lämnas därför genomsnittssiffror rörande distributionsvägarna för hela textila industrier och för både vävnader och garn. Uppgifterna, som avse år 1938, bygga delvis — inom trikåindustrien till betydande del — på gissningsbetonade överslagsberäkningar. De angiva därför endast den ungefärliga storleksordningen av olika distributionsvägar. Särskilt osäkra siffror ha satts inom parentes. »Textilfabriker» betyder i fråga om vävnader huvudsakligast konfektionsfabriker och i fråga om garn huvudsakligast väverier eller trikåfabriker; i »övriga» ingå bl. a. leveranser till krigsmakten, allmänna inrättningar samt export. Med »eget garn» förstås inom samma företag tillverkat och förbrukat garn.

	Salutillverkningsvärde* milj. kr.	Försäljningens fördelning i procent* på			
		detaljh.	grossh.	textilfabr.	övriga
Ylleindustrien, vävnader	94	9	21	61	9
» , försålt garn	(12)	(50)[1]		(50)[2]	
» , eget garn	(30)			100[3]	
Bomullsindustr. m. m., vävnader	149	13	47	25	15
» , försålt garn	(25)	(25)[1]		(70)[2]	(5)
» , eget garn	(40)			100[3]	
Trikåindustrien	87	25	74	1	
Konfektions- och sömnadsindustrien	255	92	7		1

* År 1938.

11. Tillverkning på lager, säsong- och efterorder

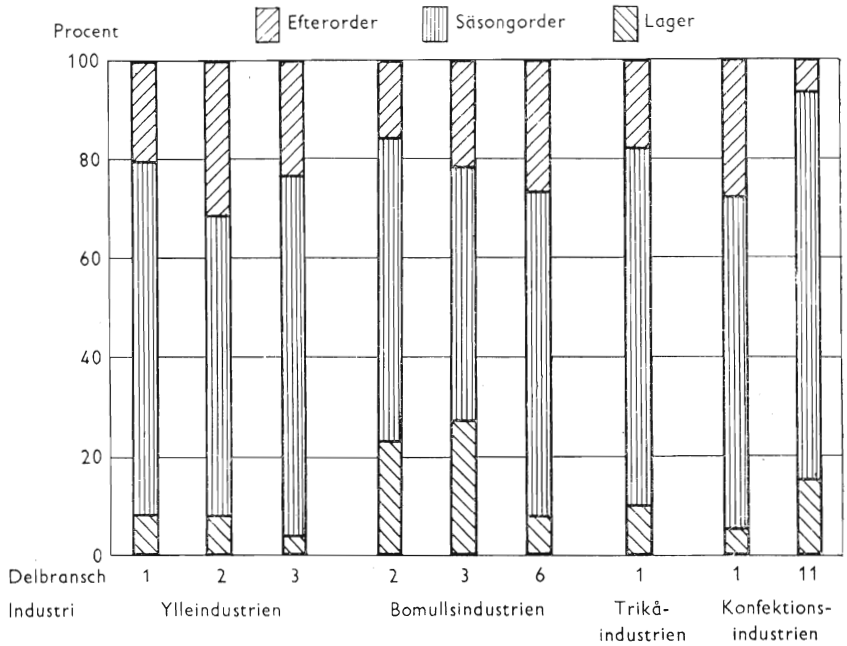
Främst på grund av modeväxlingarna sker den övervägande delen av tillverkningen inom samtliga textila industrier först sedan order utfärdats av köparen. Minst hälften och vanligen tre fjärdedelar av försäljningen, i värde räknat, sker under försäljningsresorna tre till sex månader innan kundernas säsong börjar, s. k. säsongorder. I viss utsträckning utfärdas dock i fråga om vävnader endast s. k. blockorder, vilka angiva de inköpta kvantiteterna av olika kvaliteter (slag och nummer av garn samt vävnadernas bindning) men icke mönster eller dessiner, på vilka s. k. sorteringsorder lämnas senare, då kundernas överblick över marknaden förbättrats. Med ledning av blockorderna kan i gynnsamma fall garnbehovet beräknas, åtminstone i stora drag, ävensom den totala sysselsättningen i väverierna. I normala tider synas i praktiken order icke vara absolut fasta; förändringar av order förekomma.

Lagertillverkningen är över lag obetydlig utom för de inom bomullsindustrien tillverkade stapelvarorna, blåtwills, lakansväv o. dyl. Den överskred sålunda icke en tiondel av tillverkningsvärdet inom någon delbransch med undantag för de större bomullsväverierna med blandad tillverkning, vars lagertillverkning i genomsnitt uppgick till mellan en fjärdedel och en tredjedel av totala tillverkningsvärdet.

Efterorder, d. v. s. order, som lämnas efter de ordinarie försäljningsresornas avslutande, utgöra vanligen mellan femton och trettio procent av tillverkningen. Som naturligt är växer efterordernas betydelse allt eftersom varornas känslighet för modeväxlingar ökas. De delbranscher inom ylle- respektive bomullsindustrierna, som ha den största tillverkningen av dambeklädnadstyger, redovisa också de relativt största efterorderna. I det närmaste en tredjedel av tillverkningen utfördes på efterorder. Även inom de modebetonade delbranscherna i trikå- och konfektionsindustrien är

[1] Nästan uteslutande stick- och hemslöjdsgarner.

[2] Större delen trikåindustrien. [3] Största delen väverier.



Ylleindustrien:
Delbransch 1: Herr- och överplaggstyger
2: Dambeklädnadstyger
3: Filtar och draperityger

Bomullsindustrien:
Delbransch 2: Dambeklädnadstyger
3: Blandad tillverkning av bomullstyger
6: Gardin- och draperityger

Trikåindustrien:
Delbransch 1: Trikåunderkläder för damer och barn

Konfektionsindustrien:
Delbransch 1: Kostymer och överplagg
11: Skjortor och pyjamas

Diagram 11. Värdet av den på lager samt säsong- och efterorder utförda tillverkningen i procent av totala tillverkningsvärdet mot slutet av 1930-talet (år 1938) inom några viktiga textila delbranscher.

efterordernas betydelse stor. I herrkonfektionsindustrien förekommer i ganska stor utsträckning en speciell form av efterorder, nämligen av konsumenterna via detaljhandeln beställda konfektionsplagg efter mått. Herrkonfektionsindustrien redovisade i det närmaste relativt lika stora efterorder som de fabriker, som huvudsakligen väva dambeklädnadstyger.

Ovanstående diagram visar betydelsen av tillverkning på lager, säsong- och efterorder i några viktigare delbranscher.

Ur tillverkningssynpunkt äro efterorderna av stor betydelse, emedan de ofta förorsaka avsevärda svårigheter i tillverkningsplaneringen. Samtidigt medgiver dock i allmänhet lagertillverkningen och de relativt tidigt lämnade säsongorderna, vilka upptagas två gånger om året (höst/vinter- respektive vår/sommarvaror), en sådan planering av tillverkningen, att sysselsättningen under året inom nästan alla textila industrier är mycket jämn. Den inverkan på produktionsstrukturen, som ordertillverkning i stor skala utövar, beröres i avsnitt 16.

12. Försäljningsområdets storlek

Uppgifterna om försäljningsområdets geografiska storlek äro icke entydiga. De synas dock visa, att de allra flesta företagen inom samtliga textila industrier och även de flesta delbranscherna räkna hela landet som sitt försäljningsområde. På grund av transportkostnadernas ringa betydelse är detta också naturligt.

I den mån försäljningsområdet begränsas, sker detta vanligen genom att Norrland uteslutes. Ett antal små företag redovisa sålunda icke någon försäljning på Norrland. Endast ett litet fåtal av de minsta företagen inom ylle-, trikå- samt konfektions- och sömnadsindustrierna angiva en ytterligare lokalt begränsad marknad, vanligen en landsdel såsom Syd- eller Västsverige eller »Boråsdistriktet». Särskilt anmärkningsvärt är det även i konfektions- och sömnadsindustrien stora försäljningsområdet, trots att försäljningen sker nästan uteslutande till detaljister. Bidragande härtill torde vara den ofta förekommande önskan att icke ha mera än en kund, en detaljist, i varje samhälle.

En särställning intaga de av grossister ägda och drivna konfektionsföretagen, vilka icke behandlas här.

Exporten är av mycket liten betydelse. Den har nästan helt varit begränsad till grannländerna. De textila industrierna äro typiska hemmamarknadsindustrier med importkonkurrens.

Medan sålunda flertalet företag i de textila industrierna ha ungefär lika stort försäljningsområde — hela landet — varierar i stället, såsom framgår av antalet kunder, försäljningsområdets täthet avsevärt mellan olika delbranscher och olika företag inom dessa.

13. Försäljningens storlek per kund och per försäljare samt antal kunder

Då såväl antalet kunder som försäljningens storlek per kund och per försäljare i likhet med varusortimentets storlek och tillverkningsseriernas längd variera starkt med företagets storlek, är det mycket svårt att jämföra dessa komponenters storlek inom olika delbranscher. Svårigheterna öka än mera, emedan en nära samvariation ofta synes föreligga mellan alla eller några av dessa komponenter.

Försäljningen per kund (i respektive kategorier såsom detaljister, grossister och konfektionärer) och antalet kunder stiga båda, då företagsstorleken ökar. Då denna varierar mycket avsevärt även *inom* flertalet delbranscher, äro svårigheterna att jämföra dessa komponenters storlek i olika delbranscher mycket stora. I det följande lämnas några schematiska uppgifter om medianvärdena för rubricerade tre komponenter i viktigare delbranscher och storleksgrupper inom dessa.

Försäljningens storlek per kund

Som naturligt är, är även inom samma delbransch och storleksgrupp försäljningen per detaljist (och år) avsevärt mindre än per grossist eller konfektionär (och år). Försäljningen per grossist och per konfektionär är däremot vanligen av samma storleksordning.

Ett särskilt påpekande angående det statistiska materialets ofullständighet synes här vara på sin plats. Emedan endast uppgifter om totala försäljningen till och antalet kunder i varje kategori kunnat erhållas, har försäljningen per kund måst uttryckas helt enkelt som den sammanlagda försäljningen till viss kundkategori dividerad med antalet kunder i ifrågavarande kategori. Detta innebär, särskilt i fråga om andra än de mycket stora företagen, att ett litet fåtal mycket stora kunder *kunna* starkt påverka storleken av försäljningen per kund. I vilken utsträckning detta sker vet man icke, då, såsom tidigare framhållits, kännedom tyvärr saknas om storleksfördelningen mellan kunderna i samma kategori. Med hänsyn till det även absolut sett stora antalet kunder, som redovisas av de allra flesta företagen, synes man dock kunna utgå ifrån att endast undantagsvis en eller ett fåtal kunder inköpa en dominerande del av den totala försäljningskvantiteten. Ibland minskar ett stort antal mycket små kunder starkt storleken av den redovisade försäljningen per kund, vilken för personer i branschen då icke sällan förefaller ligga lägre än storleken av försäljningen till den såsom »typisk» ansedde kunden.

Då uppenbarligen försäljningen huvudsakligast skett till en eller ett mycket litet fåtal kunder och alltså vertikal integration i någon form sannolikt förelegat, ha företagen icke medtagits i undersökningen. I annat fall skulle endast försäljningen till en enbart formellt fristående juridisk person (som ofta utför hela försäljningsarbetet, »ansluten grossist») registreras.

Försäljningen per detaljist — i den mån sådan förekommer — var av storleksordningen 1 000—3 000 kronor för ylle- och bomullsväverier, 500—2 000 kronor i trikåindustrien samt 500—15 000 kronor i konfektions- och sömnadsindustrien, som nästan uteslutande säljer till detaljister. Försäljningen per grossist eller per konfektionär uppgick för olika stora företag till mellan 2 500 och 25 000 kronor i ylle- och bomullsindustrien utom beträffande företag, tillverkande huvudsakligen gardin-, draperi- och möbeltyger. Dessa redovisade en försäljning per grossist av högst 10 000 kronor. Inom trikåindustrien varierade försäljningen per grossist mellan 2 000 och 30 000 kronor.

Försäljningens storlek per försäljare

Försäljningen per försäljare (och år) förefaller vara underkastad ungefär samma fluktuationer som försäljningen per kund. Den varierade mellan 200 tusen och 2 miljoner kronor i ylle- och bomullsindustrierna, mellan 50 och 200 tusen i trikåindustrien samt mellan 150 tusen och en miljon kronor i konfektions- och sömnadsindustrien. Försäljningen per försäljare påverkas naturligtvis starkt av i vilken utsträckning försäljningen sker till detaljister, grossister, konfektionärer, allmänna inrättningar etc. samt i hur hög grad andra än försäljare deltaga i försäljningsarbetet — något som ofta torde förekomma i stor omfattning, vilket också bekräftas av uppgiftsmaterialet.

Ett ytterligare osäkerhetsmoment vid uppskattningen av försäljningens storlek per försäljare och vid bedömningen av vad detta innebär utgör det mycket låga antalet försäljare, varigenom anpassningen av antalet försäljare efter försäljningsarbetets omfattning försvåras.

Antalet kunder

Antalet kunder varierade nästan lika mycket mellan olika delbranscher och olika stora företag som försäljningen per kund — dock inte inom den tyngre konfektionen, där antalet kunder varierade mycket mindre än försäljningen per kund. Antalet kunder är nästan alltid förhållandevis stort. Endast inom den minsta storleksgruppen i två delbranscher redovisades ett lägre antal kunder per företag än 50 och i övrigt blott i undantagsfall mindre än 100. Ej heller är antalet kunder av viss kategori litet. Utan att veta något om storleksfördelningen av inköpen från kunderna, utom beträffande hela kategorier, synes antalet kunder vara så stort att företagens försäljning knappast kan domineras av en eller ett fåtal kunder trots att, som vanligen torde vara fallet, de »stora kunderna» svara för den övervägande delen av försäljningen. Företagens riskfördelning med avseende på kunderna förefaller oftast vara god.

Det sammanlagda antalet kunder är i många delbranscher mycket betydande. De trettio företagen i ylleindustriens största delbransch, företag tillverkande huvudsakligen herr- och överplaggstyger, hade sammanlagt mer än 1 200 grossistkunder och dubbelt så många konfektionärskunder. Varje grossist med rörelse inom denna delbranschs huvudvaruområde förefaller i genomsnitt köpa från åtminstone två fabrikanter i denna delbransch och varje konfektionsfabrikant från åtminstone sex företag.[1] Det sammanlagda antalet detaljistkunder hos de företag inom ylleindustrien, som företrädesvis framställa gardin- och draperityger, översteg 5 000 och antalet grossistkunder 1 500. Varje grossist inom detta område köper från ett stort antal fabrikanter.

I bomullsindustriens största delbransch, företag med blandad tillverkning men med tyngdpunkten på klänningstyger o. dyl., var sammanlagda antalet grossistkunder av storleksordningen 2 000 och antalet konfektionärskunder 1 500. Såvitt kan bedömas köper varje grossist och varje konfektionär inom detta område i genomsnitt från flera företag i denna delbransch.

Företag tillverkande huvudsakligen trikåunderkläder för damer och barn sälja sammanlagt till åtskilliga tusen detaljaffärer. Även antalet grossistkunder kan räknas i tusental. De sexton företag, som företrädesvis sälja dam- och barnstrumpor, sälja sammanlagt till cirka 4 000 detaljist- och 600 grossistkunder.

De sjuttio företag, som huvudsakligen tillverka kostymer och överplagg, ha tillsammans ej mindre än ungefär 14 000 detaljistkunder. Även om antalet detaljister, som köpa inom denna delbransch framställda varor,

[1] Uppskattningarna av antalet inköpskällor äro endast starkt gissningsbetonade överslagsberäkningar.

är mycket stort, så förefalla specialaffärerna inom detta varuområde, vilkas antal är ungefär 1 000, att i genomsnitt köpa från mellan fem och tio konfektionsfabriker. De fyrtio företag, vilka företrädesvis framställa skjortor och pyjamas, räkna tillsammans mer än 10 000 detaljistkunder och närmare 1 000 grossistkunder.

14. Samvariationen mellan olika tillverknings- och distributionskomponenter

Som redan framhållits i olika sammanhang synes inom företagen en samvariation föreligga mellan åtskilliga komponenter, t. ex. mellan varusortimentets storlek och försäljningen per kund. På samma gång varierar komponenternas storlek starkt med storleken av företagets tillverkning och försäljning. I detta och nästa avsnitt kommer denna samvariation mellan olika komponenter att beskrivas.

En avsevärd stegring av försäljningen per kund (i respektive kategorier) inträder hos företagen inom nästan alla delbranscher vid stigande företagsstorlek. Samtidigt växer antalet kunder. De stora företagen ha alltså både flera kunder och högre försäljning per kund än de små företagen.

Försäljningen per kund i olika kategorier, som i viss mån är ett uttryck för försäljningsmöjligheterna, stiger inom alla delbranscher med stigande varusortiment. Försäljningsmöjligheterna förbättras och försäljningskostnaderna minska, då varusortimentet växer. Försäljningen per kund synes vanligen öka i *ungefär* samma proportion som varusortimentets storlek intill dess företagets försäljning nått en viss storlek, då försäljningen per kund ökar långsammare och ibland även stagnerar.

För företagen gäller det alltså, såsom tidigare antytts, att genom en avvägning mellan tillverkningsseriernas längd och varusortimentets storlek (och naturligtvis även andra komponenter) ernå största möjliga fördelar ur »både produktions- och försäljningssynpunkt».

För ernående av en god överblick dels över samvariationen mellan olika komponenter i produktions- och distributionsstrukturen och dels över den olikartade strukturen hos olika stora företag ha omstående diagram[1] över strukturen inom tre viktiga textila delbranscher sammanställts. Medianvärdena för respektive komponenter i den minsta storleksgruppen av företag i varje delbransch ha satts lika med 100 och de övriga komponenterna, inklusive företagets storlek (de tillverkade färdigvarornas försäljningsvärde), ha angivits i relation därtill. Därigenom att logaritmisk skala använts (med baslinjen lika med 100) kunna de *relativa* förändringarna, som ju här främst äro av intresse, lättare iakttagas, då samma *lutning* alltid visar samma *relativa* förändring. Genom att de vågräta och lodräta skalorna äro identiska och försäljningsvärdet avsatts efter båda

[1] För utformning av dessa diagram står förf. i tacksamhetsskuld till fil. kand. E. Ruist.

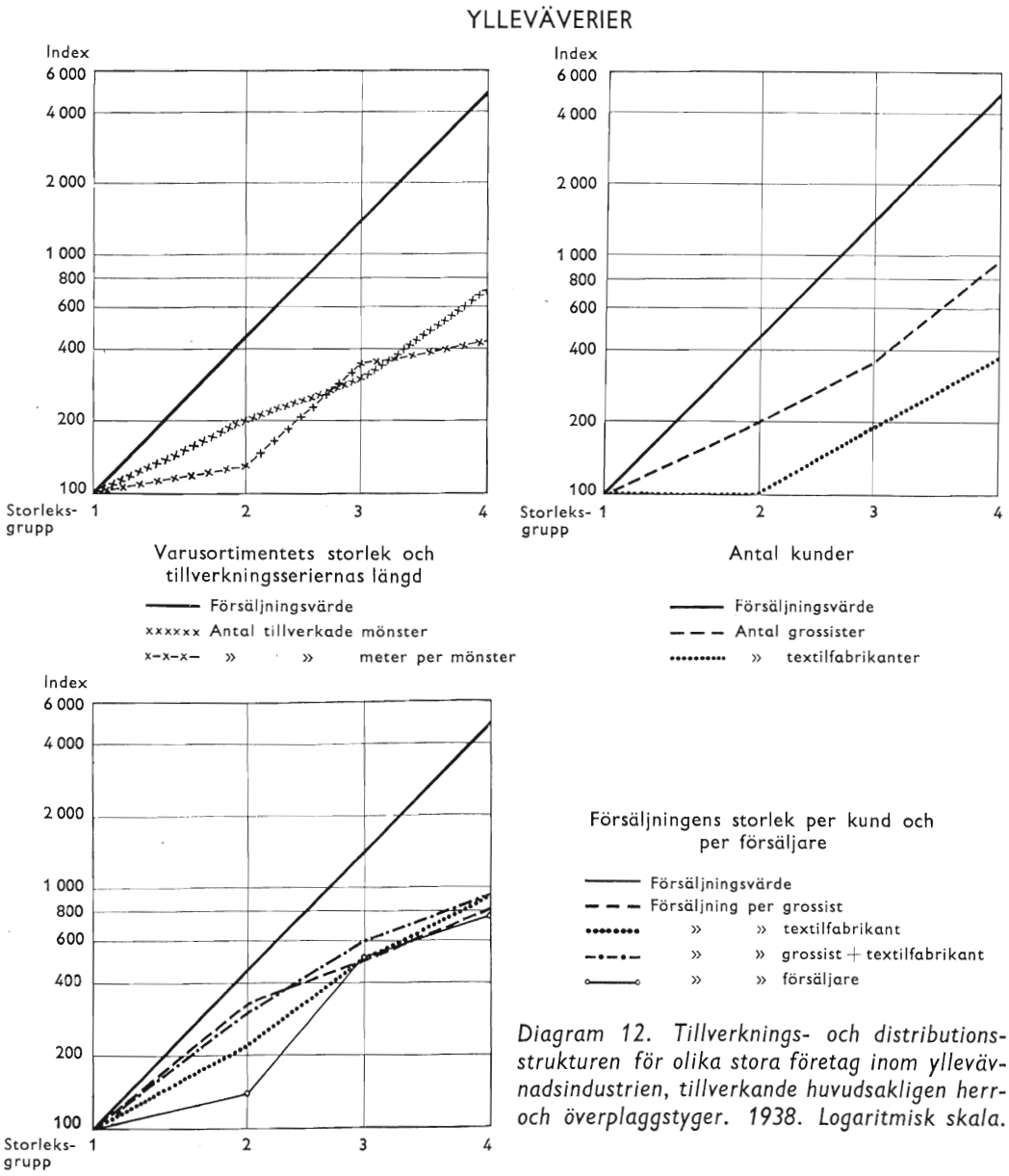


Diagram 12. Tillverknings- och distributionsstrukturen för olika stora företag inom yllevävnadsindustrien, tillverkande huvudsakligen herr- och överplaggstyger. 1938. Logaritmisk skala.

axlarna kommer kurvan för försäljningsvärdet att bilda en rät linje med 45 graders lutning mot dessa. Storleksgruppernas placering utefter den vågräta skalan har nämligen bestämts av försäljningsvärdets storlek. Försäljningsvärdekurvan har som jämförelse medtagits i samtliga diagram för att representera företagsstorleken. Om kurvan för en komponent lutar mindre än jämförelsekurvan, betyder detta, att komponenten ifråga växer saktare än företagsstorleken och tvärtom. Tack vare den logaritmiska

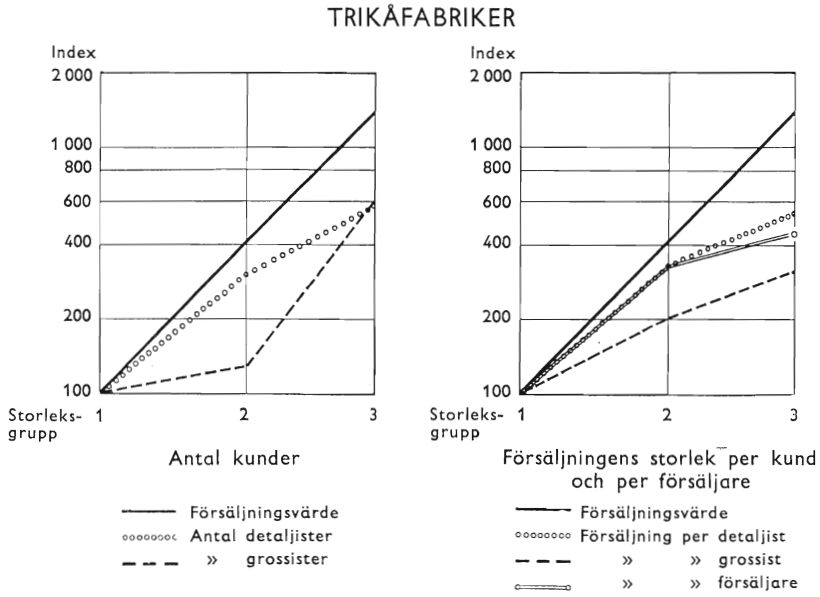


Diagram 13. Distributionsstrukturen för olika stora företag inom trikåindustrien, tillverkande huvudsakligen trikåunderkläder för damer och barn. 1938. Logaritmisk skala.

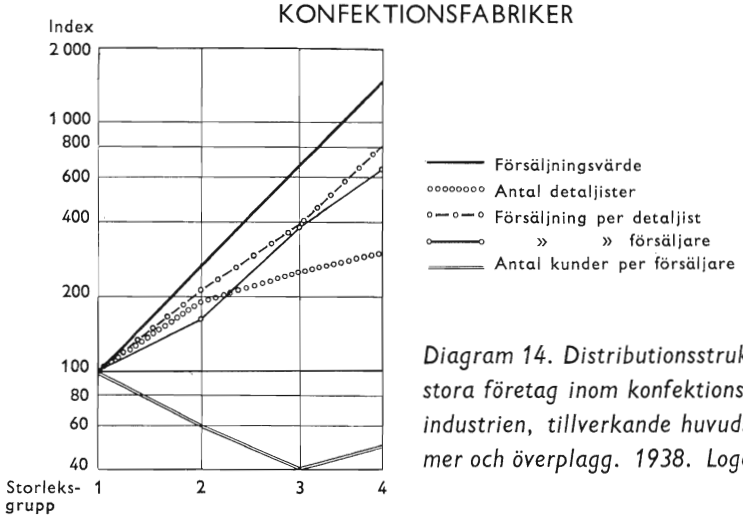


Diagram 14. Distributionsstrukturen för olika stora företag inom konfektions- och sömnadsindustrien, tillverkande huvudsakligen kostymer och överplagg. 1938. Logaritmisk skala.

skalan är lutningen hos kurvorna i alla diagram fullt jämförbar. För en textkommentar till diagrammen hänvisas till kapitlen angående respektive industrier.

Inom nästan alla delbranscher växer såväl varusortimentets storlek som tillverkningsseriernas längd vid stigande företagsstorlek. Då denna ökar från små till medelstora företag förefaller i allmänhet tillverknings-

seriernas längd växa snabbare än varusortimentets storlek men vid ökning av företagsstorleken från medelstora till stora företag förhållandevis långsammare. Vid ökning av företagsstorleken till mycket stora företag förlängas åter ofta tillverkningsserierna (i genomsnitt) förhållandevis snabbt, ibland delvis beroende på ändrad produktionsinriktning mot relativt mera »stapelbetonade» varor.

Här beskriven utveckling av varusortimentets storlek och tillverkningsseriernas längd har på grund av det statistiska materialets ofullständighet och ringa omfång endast kunnat konstateras för ett fåtal (men betydande) delbranscher och har därför karaktären av hypotes. Vid en ökning av företagets storlek upp till en viss gräns synas fördelarna av en förlängning av tillverkningsserierna vara avsevärda[1] samtidigt som ökningen av försäljningen icke bereder särskilt stora svårigheter — bl. a. kan det geografiska försäljningsområdet bearbetas intensivare. En ytterligare förlängning av tillverkningsserierna förefaller icke medföra så stora fördelar som tidigare. I stället kunna ur försäljningssynpunkt betydande fördelar vinnas genom en ökning av varusortimentets storlek. Ett uttryck härför är stegrad försäljning per kund, då en stor del av kostnaderna för varje kundförsäljning är oberoende av försäljningens storlek per kund. Vid denna företagsstorlek torde också kostnaderna för försäljningen börja »kännas» — delvis emedan särskilda försäljare måste anställas. När varusortimentet uppnått en viss storlek kunna fördelarna av en utvidgning av varuområdet, d. v. s. en ökning av antalet varuslag, så att produktionen täcker flera användningssätt, bliva mera framträdande.

Storleken av det varusortiment ett företag utbjuder torde ibland också påverkas av önskan att såvitt möjligt gardera sig mot risken att icke uppnå den försäljningskvantitet, som behöves för att produktionskapaciteten skall kunna utnyttjas »tillfredsställande», och ibland även av önskan att tillvarataga möjligheter till expansion. Man får ej heller glömma bort att på grund av de synnerligen stora svårigheterna att överblicka »läget» möjligheterna för en ur företagets synpunkt rationell avvägning mellan varuområde, varusortiment, produktionsserier, tillverkningsserier och andra komponenter äro starkt begränsade. Företagsledningens uppskattningar och värderingar (»vad man har på känn») spela säkerligen ofta en mycket stor roll.

15. Större försäljningsmotstånd då företagets andel av marknaden blivit mycket betydande

Som tidigare framhållits växer i allmänhet försäljningen per kund ungefär lika snabbt som varusortimentets storlek — tills företagen blivit

[1] Dock icke då företagen äro så små att de drivas »hantverksmässigt». En ökning företrädesvis av varusortimentets storlek synes då kunna visa sig fördelaktigare — såsom antydes i fråga om den minsta storleksgruppen i ovanbeskrivna »ylledelbransch».

mycket stora och svara för en betydande del av marknaden, då ökningen av försäljningen per kund går långsammare. Inom vissa delbranscher synes man också kunna iakttaga en tendens till att ökningen av försäljningen per försäljare blir långsammare i förhållande till ökningen av försäljningen per kund, då den senare blivit mycket stor.

Vad ovan sagts synes vara ett uttryck för ökat försäljningsmotstånd. Ett sådant kan på detta sätt konstateras för de mycket stora ylle- och bomullsväverierna; däremot icke för några företag i trikå- och beklädnadsindustrierna, inom vilka heller inga företag svara för en mera betydande del av tillverkningen och marknaden.

Utrymmet medgiver icke att här beröra innebörden av »försäljningsmotstånd» och på vilka sätt detta kan visa sig, vilket behandlats tämligen utförligt i kapitel 2, avsnitt 11.

Av särskild betydelse ur det individuella företagets synpunkt torde vara att ökat försäljningsmotstånd framtvingar en sänkning av försäljningspriserna, när de varukvantiteter, som skola vinna avsättning på marknaden, växa till en betydande del av de *totala* kvantiteterna av *ifrågavarande* på marknaden utbjudna varor. Ofta torde det viktigaste argumentet för ett stort varusortiment vara att härigenom försäljningskvantitet och priser »kunna hållas uppe bättre», medan däremot möjligheterna till kostnadsbesparingar på grund av hög försäljning per kund icke sällan torde vara av tämligen liten betydelse i jämförelse med kostnadsfördyringarna på grund av förkortade produktions- och tillverkningsserier (som nog inte alltid uppmärksammas).

Med hänsyn till att de stora textilindustriföretagen var för sig svara för en icke obetydlig del av hela försäljningen på marknaden synes det, även med beaktande av att varuområdet och varusortimentet växer, snarast vara anmärkningsvärt att försäljningen per kund (i respektive kategorier) ofta fortsätter att växa så hastigt vid stigande företagsstorlek.[1] På grund av marknadens begränsade storlek borde man kanske snarast kunna vänta en minskning — i stället för endast långsammare ökning — av försäljningen per kund vid stigande företagsstorlek. En större försäljning per företag synes nämligen i och för sig nödvändiggöra försäljningens utvidgning till ett större antal — och därför mindre — kunder, då antalet stora kunder är begränsat, ävensom till stora kunder, vilka endast köpa en del av det förda sortimentet.

Som framgår av kapitel 9 är antalet företag mycket stort både inom gross- och detaljhandeln samt antalet stora företag begränsat och icke av så stor betydelse för den totala försäljningen och därmed också inköpen. Inom flertalet delar av konfektions- och sömnadsindustrien svara däremot ett relativt litet antal förhållandevis stora företag för en ganska betydande del av totala tillverkningsvärdet och därmed också av industriens inköp från ylle- och bomullsväverierna. Detta framgår av kapitel 8.

Vid stigande företagsstorlek synes man även kunna vänta en tendens till minskad försäljning per kund därigenom att denna i och för sig skulle

[1] Stegringen av försäljningen per kund beror icke på att företagen vid växande storlek utöka sitt geografiska försäljningsområde. Som redan omnämnts i avsnitt 12 är detta ungefär lika stort för samtliga företag utom de minsta.

växa långsammare i förhållande till varusortimentets storlek, då detta uppnått en viss storlek. Varje kund torde nämligen i viss utsträckning begränsa sina inköp från samma tillverkare, emedan han icke önskar bli beroende av en eller ett fåtal leverantörer. Detta gäller kanske främst grossister men även konfektionärer och i viss mån också detaljhandlare. Denna önskan bygger på behovet av att gardera sig mot risken att bortfall av en eller annan leverantör skall medföra alltför stort avbräck i verksamheten liksom mot möjligheten att bli »överhoppad» i distributionskedjan.[1] Därtill kommer att varje tillverkares varusortiment, även om detta är mycket omfattande, oftast anses ha en viss enhetlig »karaktär». Grossisten och konfektionären och även detaljhandlaren önskar utvidga sitt varusortiment även med hänsyn till varornas karaktär, vilket alltså innebär en önskan att också av denna anledning icke alltför mycket domineras av en tillverkare.

Vissa förhållanden, som innebära tendenser till stigande försäljning per kund vid stigande företagsstorlek, finnas emellertid också och torde ibland vara av stor betydelse. De mycket stora företagens försäljning utgöres till en absolut och relativt betydande del av stapelbetonade varor. Dessa köpas i avsevärd utsträckning av stora förbrukare i mycket stora kvantiteter.[2] Vidare kunna stora förbrukare föredraga stora tillverkare, emedan dessa äro mera leveranskraftiga, kunna leverera önskade kvantiteter varor på kortare tid än mindre företag. Ett visst inköpsarbete av en stor kund torde resultera i större inköpskvantiteter vid genomgång av ett stort än av ett litet företags varukollektion. Betydelsen av personliga kontakter i försäljnings- respektive inköpsarbetet bör kanske också nämnas. Hur stor dessas betydelse är i förhållande till andra omständigheter är alldeles omöjligt att bedöma. Man torde dock helt allmänt kunna säga att bättre möjligheter till kontakter ofta torde föreligga mellan stora företag än mellan företag av olika storlek.

I detta sammanhang må också följande framhållas. Goda försäljningsmöjligheter, som åstadkommas till stor del genom personlig förmåga hos någon enstaka person i företaget och som tager sig uttryck i hög försäljning per kund, *kunna* vara den avgörande faktorn för företagets tillväxt. Är så fallet har man i och för sig mindre anledning räkna med att ett ökat försäljningsmotstånd framkommer på det sätt som ovan beskrivits.

Ökar den totala efterfrågan på marknaden mycket hastigt, kan tillväxten i efterfrågan från existerande kunder bestämma företagets utveckling. En betydande stegring i de större konfektionärernas försäljning per kund — ungefär i samma takt som dessa kunders försäljning — synes

[1] Även leverantörerna ha av samma skäl intresse av att icke koncentrera alltför stor del av försäljningen på ett fåtal kunder.

[2] Detta förhållande synes särskilt utpräglat gälla bomullsväverierna, av vilka de största ha ett i förhållande till sin storlek litet varusortiment och mycket långa tillverkningsserier.

sålunda ha ägt rum under 1930-talet. Fråga är om icke en liknande utveckling, ehuru icke på långt när lika utpräglad, ägt rum inom åtskilliga delbranscher i ylle-, bomulls- och trikåindustrierna. Den historiska utvecklingen kan ha haft stort inflytande på strukturens utformning. Se vidare härom avsnitt 17.

Över huvud taget torde utvecklingen av avsättningsmöjligheterna snarare »dirigerat» utvecklingen av de textila företagens produktion än tvärtom: man har vanligen icke först iordningställt en viss produktionskapacitet och därefter sökt utnyttja denna genom att med hjälp av intensifierade försäljningsåtgärder öka avsättningen, utan man har i stället snarare låtit ökade avsättningsmöjligheter föranleda en utvidgning av produktionskapaciteten. Den totala efterfrågan ökar emellertid icke ständigt och då får försäljningsmotståndet större betydelse.

16. Detaljhandelns direkta inverkan på strukturen

Som ovan i olika sammanhang antytts, synes handelns och övriga avnämares inverkan på industriens distributionsstruktur och via denna på produktionsstrukturen vara betydande. Handeln och övriga avnämare synas emellertid även mera direkt inverka på produktionsstrukturen.

Som redan framhållits visar utredningen, att de textila industrierna till alldeles övervägande del tillverka sina produkter på säsong- och efterorder men icke på lager. Vanligen torde vidare i betydande omfattning order från olika mellanled inte placeras förrän dessa erhållit order från detaljhandeln. Detta innebär, att detaljhandeln i stor utsträckning direkt bestämmer produktionens inriktning — dock åtminstone på kortare sikt inom ramen för av fabrikanterna sammanställda kollektioner.

Att detaljhandeln köper textilvaror innan dessa börjat tillverkas medför troligen en tendens till större söndersplittring av tillverkningen än vad annars skulle ha skett. Fabrikanten saknar vid försäljningstillfället överblick över produktionens sammansättning, varför en prisdifferentiering efter olika långa serier i varje fall mycket starkt försvåras. Detaljhandlaren får därför icke direkt vidkännas kostnaderna för en förstoring av fabrikantens varusortiment eller draga nytta av besparingar på grund av förlängning av tillverkningsserierna.

Att detaljhandeln köper textilvarorna innan dessa börjat tillverkas, innebär givetvis också att detaljhandeln i betydande utsträckning står risken för felbedömningar av marknadsläget även om »i normala tider» goda möjligheter till förändringar av inlämnade order funnits. Prisnedsättningar samt andra rabatter än de ordinarie förefalla också vara mycket betydande inom detaljhandeln.

Den inom Affärsekonomiska Forskningsinstitutet utförda undersökningen av beklädnadshandelns ekonomiska läge åren 1938 och 1940 (meddelande nummer 9, Stockholm 1942) visar

(sid. 39—41) storleksordningen av detaljhandelns förluster genom prisnedsättningar, svinn och annan varuförstöring. Förlusterna ha beräknats såsom skillnaden mellan kalkylerat pålägg och intjänat pålägg, vilken uttryckts i procent av det kalkylerade försäljningsvärdet. Härigenom kan man se hur stor del av det kalkylerade försäljningsvärdet, som i genomsnitt åtgår för täckning av nyssnämnda förluster. I undersökningen ha dessa kallats osynliga kostnader, varmed avses alla förluster genom rabattgivning, prisnedsättningar och varuförstöring av alla slag, *vilka icke komma till synes i den vanliga affärsbokföringen.* De undersökta företagen ha genomförd lagerkontroll.

Ehuru, såsom påpekats i undersökningen, primärmaterialet är alltför litet för att man skall kunna draga några vittgående slutsatser angående detaljhandelns osynliga kostnader, synas de insamlade uppgifterna dock ge en viss uppfattning om storleksordningen av ifrågavarande kostnader. Dessa variera, som är att vänta, avsevärt mellan olika varugrupper men äro alltid betydande. I procent av varornas *kalkylerade* försäljningsvärde utgjorde de (aritmetiskt medium) 1938 för ylletyger 11,6 procent, bomullstyger 8,8 procent och sidentyger 15,9 procent, för kostymer och överrockar samt övriga herrartiklar 6—7 procent, för klänningar 11,4 och för kappor 13,0 procent samt för damstrumpor och damunderkläder 6 $^1/_2$—7 $^1/_2$ procent.

De osynliga kostnaderna utgöra för tyger icke mindre än hälften av det intjänade pålägget (för sidentyger icke mindre än tre fjärdedelar), för klänningar och kappor närmare hälften och för kostymer, överrockar, övriga herrartiklar samt damstrumpor och damunderkläder mellan en fjärdedel och en femtedel.

Ehuru det fysiska svinnet, särskilt på tyger, är relativt stort, torde detta överlag endast till en mindre del förorsaka angivna osynliga kostnader. Dessa torde i stor utsträckning utgöras av prisnedsättningar och extra rabatter, som beviljats på varor, vilka icke kunnat säljas till det ursprungligen kalkylerade priset och vilka alltså *i viss mån* kunna sägas vara ett uttryck för felbedömning av marknadsläget.

Detaljhandlaren önskar föra ett stort varusortiment *dels* för att tillgodose så många smakriktningar som möjligt och därmed öka sin omsättning och eventuellt även uppnå närmare kontakt med kunderna, *dels* för att icke bliva associerad med en eller ett fåtal leverantörer — detta gäller dock i högre grad konfektionärer och, framför allt, grossister — *och dels* kanske också i någon mån emedan detaljhandeln ibland, liksom andra delar av branschen, på grund av sin varukännedom tenderar att överskatta allmänhetens krav på variation.[1] Dessa skulle kanske icke vara så stora — bl. a. just på grund av begränsad varukännedom — om de icke påverkades av ofta mycket effektiva försäljningsargument av olika slag. Modeimpulser, särskilt från utlandet, påverka säkerligen också »direkt» efterfrågans inriktning hos stora konsumentkategorier, men troligen icke så mycket kravet på variation vid en viss tidpunkt — kravet på stort sortiment. Tvärtom torde modet i viss mån, åtminstone om det accepteras allmänt, inverka begränsande på sortimentskravet. Samtidigt skapar det ju emellertid många problem ifråga om anpassning av lagerhållning m. m. på grund av svårigheterna att förutsäga modets inriktning, intensitet och livslängd.

[1] Ur varje individuell detaljhandlares synpunkt är däremot på grund av konkurrensen detta icke fallet — åtminstone icke på långt när i samma utsträckning. Om en någorlunda utbredd överskattning av allmänhetens krav på sortiment finnes, så utövar detta ur den individuelle detaljhandlarens synpunkt ett inflytande på efterfrågans beskaffenhet, som han måste taga hänsyn till.

Det bör framhållas, att de för flertalet detaljhandlare inom vida gränser mycket stora fasta kostnaderna medföra att en ökning av lagerhållningen genom utvidgat sortiment kan vara ekonomiskt lönande ända tills en relativt mycket stor lagerhållning uppnåtts. En på grund av ökat varusortiment stegrad försäljning medför nämligen till en viss gräns relativt små förändringar av andra kostnader än för lagerhållning, särskilt prisnedsättningar. Detta gäller särskilt de små företagen, d. v. s. flertalet företag, på grund av dessas svårigheter att smidigt anpassa lokaler och arbetskraft efter omsättningen. Det är svårt att anställa t. ex. endast »en halv» försäljare, vilket kanske är just det personaltillskott, som skulle behövas med hänsyn till omsättningen.

Inte endast för detaljhandeln utan för hela textilbranschen medför i och för sig ökat varusortiment säkerligen ökade kostnader. Att allmänhetens *totala* efterfrågan på textilvaror i någon större utsträckning på längre sikt skulle påverkas av ej alltför stora förändringar av varusortimentets storlek förefaller mindre sannolikt. Ett indicium härpå synes vara, att storleken av textilvarukonsumtionen mycket nära anpassats efter storleken av allmänhetens realinkomster minus direkta skatter. Man kan emellertid också åtminstone tänka sig, att så varit förhållandet, just emedan försäljningsarbetet, varibland varusortimentets storlek, anpassats med hänsyn till köpkraften och köpviljan.

Förutom fördyrad distribution medföra också större varusortiment högre produktionskostnader på grund av tillverkningens söndersplittring[1] (kortare produktions- och tillverkningsserier) och ökade svårigheter att planera tillverkningen. Dessa senare tilltaga, icke endast emedan den starkare söndersplittringen av produktionen försvårar planeringen i och för sig, utan även därigenom att större variationskrav ofta torde innebära ökade krav på kompletteringar — efterorder — vilket ytterligare söndersplittrar produktionen och försvårar planeringen. I detta avseende spelar antagligen kravet på variation i tiden, d. v. s. modeväxlingarna den största rollen. Modeinflytandet i och för sig torde emellertid, som tidigare nämnts, snarast utöva ett återhållande inflytande på sortimentskravet *vid viss tidpunkt.*

Även om handeln — och branschen i övrigt — genom påverkan av allmänheten medverkat till en ökning av varusortimentens storlek och därigenom framtvingat korta produktions- och tillverkningsserier, får man dock icke förbise att stora krav på variation i och för sig är ett uttryck för hög levnadsstandard.[2] En stigande levnadsstandard medför icke endast

[1] Konfektionärerna ha dock knappast något eget tillverkningsekonomiskt intresse av långa serier för vävnader, då dessas längd inte nämnvärt påverkar tillverkningsseriernas längd hos konfektionärerna.

[2] Gäller även modeväxlingarna, vilka kunna följas »bättre» och av flera personer, då realinkomsterna stiga och arbetstidens längd minskar.

ökade inköp av kläder utan även ökade krav på större originalitet och individualitet hos dessa och därmed på stora varusortiment. Den svenska marknadens begränsade storlek medför tillsammans med den höga levnadsstandarden och därav föranledda stora krav på variation förhållandevis korta tillverkningsserier för textilvaror, då konkurrens och konsumtionsval äro fria.

En fråga, som ofta diskuteras men som icke behandlas här, är huruvida de stora krav på variation — såväl stort sortiment som att följa modeväxlingarna — vilka finnas hos stora konsumentgrupper verkligen motsvara konsumenternas önskemål och äro till »nytta» för dem. Samtidigt som man synes kunna utgå från att textilbranschen i normala tider anpassar sig efter den konsumtionsefterfrågan, som finnes men som textilbranschen i viss utsträckning utformar, förefaller det vara klart, att det fria konsumtionsvalet påverkas av existerande miljö och vanor, på vilka bl. a. i hög grad faktorer utanför branschen, t. ex. filmen, men också reklam och annan medveten kommersiell propaganda, utöva inflytande. Syftet är därvid delvis att anpassa efterfrågan efter strukturen på ur branschens synpunkt gynnsammast möjliga sätt. Vidare ha konsumenterna ofta icke, som naturligt är, ett fritt konsumtionsval i den meningen, att de kunna välja — åtminstone i någon större utsträckning — mellan olika »tydliga» alternativ i fråga om priser och sortiment etc. Det är svårt att jämföra kvaliteter och priser; det är nästan alltid mycket svårt och icke sällan omöjligt att välja mellan mer eller mindre standardiserade/originalitetsbetonade, mer eller mindre tidlösa/modebetonade textilvaror och samtidigt betala de verkliga kostnaderna för den originalitets- och modenivå, som man väljer. Bl. a. är det omöjligt att dela upp de för olika starkt originalitets- och modebetonade varor mycket stora gemensamma tillverknings- och distibutionskostnaderna på ett rimligt korrekt sätt. Och man vet ej hur stora kostnaderna skulle bliva, om man t. ex. koncentrerade sig på en begränsad originalitets- och kvalitetsnivå — eller tvärtom.

Reklam och annan försäljningspropaganda synes ibland vara ägnad att underlätta en marknadsorientering men också att påverka uppfattningen om vad som är önskvärt med hänsyn till originalitet m. m. Syftet torde då vanligen vara att höja konsumenternas krav på sig själva att vara originella och/eller följa modet — ibland båda dessa saker på en gång genom att propagera för en speciell variant av modet. Modeföljsamhet och originalitet *behöva* icke strida mot varandra. Men många andra viktiga omständigheter spela naturligtvis in vid bestämmande av efterfrågans utformning hos varje konsument. Och många motiv för att vara originell och/eller följa modet kunna många diskutera, t. ex. ur moraliska och sociala synpunkter.

Hela ovan antydda problemkomplex faller emellertid utom ramen för denna framställning.

17. Strukturförändringarna under 1930-talet och under kriget

Industriens produktions- och distributionsstruktur påverkas såsom ovan framhållits i hög grad av handelns struktur och inköpsvanor[1], vilka i sin

[1] Naturligtvis påverkas även handelns struktur och inköpsvanor av industriens försäljningsmetoder, kreditpolitik o. s. v. Därjämte påverkas handelns inköpsvanor beträffande ett stort antal textilvaror av utlandet dels genom import och dels genom modeimpulser.

Särskilt importens inflytande på storleken av de svenska fabrikernas sortiment torde vara betydande. Hur stor inverkan importen haft på utformningen av och antalet mönster har det inte varit möjligt att erhålla en uppfattning om; däremot har kunnat konstateras, att importen nödvändiggjort tillverkning av vissa tyger i flera bredder än vad annars skulle ha skett.

tur påverkas av allmänhetens inköpsvanor och efterfrågan i övrigt, som ju bl. a. handeln utövar inflytande på. Industriens struktur är därför i stor utsträckning svår att förändra särskilt på grund av den sannolikt betydande institutionella trögheten hos handeln och på grund av att den starkt växlande och mångskiftande konsumtionsefterfrågan samtidigt torde vara relativt litet påverkbar.

Inom bomulls- och ylleindustrierna synes den starka ökningen av totalproduktionen huvudsakligen ha skett genom ökning av produktionen per företag och utan att någon nämnvärd ökning av de mycket stora företagens andel av totalproduktionen förefaller ha ägt rum. Ökningen av produktionen synes i stället *i stora drag* ha fördelats ungefär *jämnt* på de olika företagen — troligen i stor utsträckning allt eftersom existerande kunders köp vuxit i och med den stigande konsumtionen. Den historiska utvecklingen har på detta sätt inverkat på strukturen.

Däremot har stegringen av totalproduktionen inom trikå- samt konfektions- och sömnadsindustrierna till betydande del skett genom ökning av antalet företag. De existerande företagen ha visserligen vuxit, men samtidigt har ett stort antal företag startats i relativt liten skala. Detta torde bero på att avsättningsmöjligheterna under 1930-talet vuxit så hastigt, att dessa i och för sig vanligen icke utgjort några förhållandevis allvarligare företagsekonomiska problem samt att de för anläggning av en konfektions- men även en trikåfabrik erforderliga resurserna äro förhållandevis små, avsevärt mindre än för anläggning av ett väveri eller spinneri.

Ytterligare viktigare orsaker till att under 1930-talet ett betydande antal företag startats inom trikå- och sömnadsindustrierna torde vara följande.

(a) De nya (och små) företagen ha kunnat inrikta sin produktion på specialiteter, kompletterande de stora företagens produktion. Den stigande levnadsstandarden har ökat allmänhetens krav på variation och alltså efterfrågan på specialiteter.

(b) Bristande kunskap om tillverkningskostnaderna torde i många fall ha medfört en alltför gynnsam uppfattning om räntabiliteten, som dock sannolikt ofta inte varit dålig.

(c) Man får nog heller inte förbise att för många personer önskan om självständighet har varit en bidragande orsak. Man har inte krävt så höga löner. De allmänna omkostnaderna ha varit mycket små, varför tillverkningskostnaderna förefallit vara låga hos relativt nystartade företag.

Det kan i detta sammanhang vara av intresse att framhålla, att utvecklingen under 1930-talet, åtminstone i fråga om konfektionsindustrien, synes ha inneburit att skillnaderna i försäljningens storlek per kund (i samma kategori) ha accentuerats. Den starka ökningen av allmänhetens efterfrågan på konfektionsartiklar under 1930-talet (konsumtionen ungefär fördubblades) torde konfektionärerna i viss mån inte »hunnit med» att tillfredsställa. De företag, vilka redan vid 1930-talets början hade en

någorlunda stor rörelse, kunde visserligen utvidga sin kapacitet relativt snabbt men de organisatoriska svårigheterna att öka produktionen voro dock så stora, att detta inte kunde ske med önskad snabbhet. De mycket små konfektionärerna hade emellertid ännu större svårigheter att åstadkomma en produktionsstegring. På samma sätt förhöll det sig i viss mån med detaljisterna.

En stark ökning av de större konfektionärernas försäljning per kund inträdde därför under 1930-talet. De relativt stora konfektionärerna, som hade de bästa expansionsmöjligheterna, hade redan i början av 1930-talet i stor utsträckning de detaljister till kunder, som ävenledes hade de bästa expansionsmöjligheterna. De små konfektionärerna och de nystartade konfektionsfabrikerna hade däremot i början av 1930-talet endast små detaljistkunder med liten expansionsförmåga eller inga kunder alls, d. v. s. hade ännu inte startat sin rörelse. Härigenom torde skillnaden i försäljningens storlek per kund mellan stora och små företag ytterligare ha accentuerats, vilket antagligen är en av de viktigaste förklaringarna till de betydande skillnaderna i denna komponents storlek hos olika stora företag.

För flertalet textila delbranscher torde ökningen av företagsstorleken, där den förekommit, med all sannolikhet i och för sig inneburit bl. a. en tendens till förlängning av tillverkningsserierna och antagligen även ökad försäljning per kund. Den stigande levnadsstandarden synes emellertid medföra en tendens i motsatt riktning. Inom samtliga industrier har produktionen per arbetaretimme ökat under 1930-talet, inom ylle- och bomullsindustrierna mycket avsevärt. Samtidigt har produktionen per maskinenhet stigit kraftigt inom dessa industrier, medan uppgifter härom saknas beträffande övriga textila industrier.

Under kriget ha mycket stora förändringar av produktionsstrukturen ägt rum huvudsakligen på grund av bristen på råvaror, maskinell kapacitet och arbetskraft för tillverkning av textilvaror för civila ändamål och därav föranledda statliga regleringsåtgärder. Bl. a. torde, förutom stora förskjutningar i textilvarusortimentets sammansättning etc., tillverkningsserierna ha förlängts avsevärt och efterordernas betydelse starkt minskat, vilket underlättat produktionen, som emellertid samtidigt försvårats av att råvarorna förändrats och delvis också försämrats.

Medan sålunda ganska stora förskjutningar i produktionsstrukturen torde ha inträffat, synes distributionsstrukturen icke ha förändrats i någon högre grad. Den minskade produktionen av varor för civila ändamål torde ha föranlett en *i stort sett* likformig nedskärning av försäljningen per kund men endast undantagsvis medfört några större förändringar av distributionsvägarna.

Förskjutningarna av produktions- och distributionsstrukturen under kriget torde till stor del återgå så snart »normala konkurrensförhållanden» återkomma.

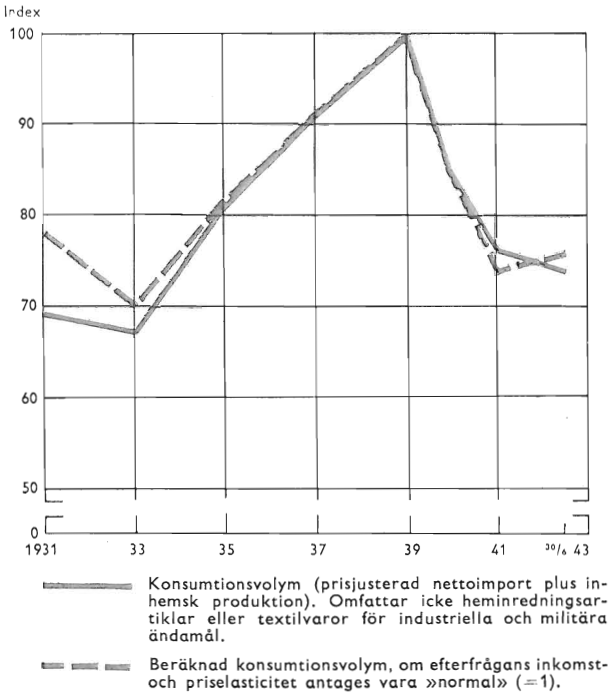


Diagram 15. Faktisk och beräknad konsumtionsvolym för textilvaror 1931—första halvåret 1943.

Konsumtionsvolymen (konsumtionsvärdet vid oförändrade priser) för textilvaror under 1931—30/6 1943, faktisk samt beräknad under förutsättning att efterfrågans inkomst- och priselasticitet antages vara »normal» (= 1).

Index: 1939 = 100.

18. Textilvarukonsumtionen i framtiden

Att döma av i denna utredning utförd analys (kapitel 10) av sambandet mellan konsumtionsvolymen för textila beklädnadsvaror, konsumtionsprisnivån för dessa och privatpersoners realinkomster minus direkta skatter synes konsumtionen av beklädnadsvaror vid oförändrade relativa priser på dessa komma att öka proportionellt med stegringen av privatpersoners realinkomster minus direkta skatter. Konsumtionsanalysen antyder vidare, att en förändring av priserna på textila beklädnadsvaror i förhållande till priserna på andra konsumtionsvaror synes medföra en relativt sett ungefär lika stor förändring av den textila beklädnadskonsumtionen, ehuru i motsatt riktning.

Om sålunda utvecklingen under åren 1931—1943 av den verkliga konsumtionsvolymen för textila beklädnadsvaror jämföres med den konsumtionsutveckling, som skulle ha ägt rum under förutsättning av nyss

angiven samvariation mellan konsumtionsvolym och relativ prisnivå för textila beklädnadsvaror samt privatpersoners realinkomster minus direkta skatter, erhålles en hög grad av samstämmighet. Detta framgår av ovanstående diagram.

Före kriget uppgingo hushållsutgifterna för kläder till en tiondel av hushållets sammanlagda inkomster minus direkta skatter i alla inkomstlägen till och med 8 000 kronor och för alla undersökta typer av hushåll.[1] Vid högre inkomster än 8 000 kronor per hushåll synes beklädnadsutgifternas andel av inkomsterna minska.[2] Även en avsevärd total inkomststegring torde huvudsakligast komma att innebära en förskjutning uppåt av de till antalet och totalt sett mycket stora inkomstkategorierna, alltså med 2 000—5 000 kronors årsinkomst (i förkrigskronor räknat) utan någon mera avsevärd ökning av inkomsterna minus direkta skatter över 8 000 förkrigskronor. Det förefaller därför mycket sannolikt, att utgifterna för kläder *även vid en ytterligare avsevärd realinkomsthöjning* komma att variera ungefärligen i samma proportion med inkomsterna som tidigare.

Av intresse är vidare att vid given inkomst minus direkta skatter i ett familjehushåll antalet hushållsmedlemmar icke förefaller nämnvärt påverka storleken av konsumtionsutgifterna för kläder. Då antalet konsumtionsenheter ökar, inträder en standardsänkning, som dock antagligen ibland kan motverkas mer eller mindre av att »textilvaruproduktionen» inom hushållet ökar. Samma möjlighet finnes ej beträffande skodon och troligen därför öka också utgifterna för dessa, då antalet hushållsmedlemmar stiger.[3]

Då på lång sikt en fortsatt stegring av realinkomsterna förefaller sannolik och väl också en sänkning av textilvarupriserna i förhållande till övriga konsumtionsvarupriser, synes man på längre sikt kunna räkna med en fortsättning av den ökning av textilvarukonsumtionen, som ägde rum under 1930-talet, även om ändringarna i befolkningens ålderssammansättning torde innebära en tendens i motsatt riktning. Någon tillfällig, mera betydande uppgång av textilvaruefterfrågan efter kriget torde däremot icke komma att inträffa, då någon större konsumtionsreserv av kläder icke synes ha uppkommit — men väl av heminredningsartiklar, vilka dock utgöra en ganska liten del av hela textilvarukonsumtionen.

[1] Endast familjehushåll om minst två personer och i tätorter ha blivit föremål för undersökning. Även för hela befolkningen utgör emellertid i genomsnitt utgifterna för textila beklädnadsvaror en tiondel av privatpersoners inkomster minus direkta skatter.

[2] På grund av det mycket ringa antalet stora inkomsttagare spela dessa mycket liten roll för den totala konsumtionen av textilvaror.

[3] Även vid oförändrat antal konsumtionsenheter i hushållet sjunka f. ö. vid stegring av realinkomsterna utgifterna för skodon i procent av inkomsterna minus direkta skatter redan i låga inkomstlägen. Fotbeklädnadsstandarden förefaller påverkas starkare av det »fysiska behovet» än beklädnadsstandarden i övrigt.

Kap. 5. DEN SVENSKA YLLEINDUSTRIENS STRUKTUR

I. Sammanfattning

Den svenska ylleindustrien är mycket mångskiftande. Den är i jämförelse med bomullsindustrien splittrad på ett mycket stort antal företag, schoddyfabriker, spinnerier och väverier. Integrationen har av tekniska skäl delvis drivits långt, dels mellan spinnerier och väverier vid produktionen av kardgarnsvävnader och dels mellan väverier och beredningsverk. Produktionen av kardgarnsvävnader bedrives till alldeles övervägande del av kombinerade företag med alla tillverkningsstadier från rensning, blandning och kardning av ullen eller ullmaterialet via spinning, vävning till beredning av den färdiga varan. Därjämte tillverka ett fåtal men stora företag såväl kardgarns- som kamgarnsvävnader. En betydande tillverkning av konstsilketyger, framför allt fodervävnader men även klänningstyger, förekommer också inom ylleindustrien.

Ehuru ett fåtal stora företag svara för den större delen av ylleindustriens produktion, spelar dock det betydande antalet mindre företag en icke oväsentlig roll — större än inom bomullsindustrien.

Den svenska ylleindustrien är i högre grad än bomullsindustrien inriktad på tillverkning av beklädnadsvaror, för vilka modeväxlingar och krav på variation äro av större betydelse än beträffande de av bomullsindustrien i stor omfattning tillverkade »stapelbetonade» varorna såsom vitvaror (lakan etc.), fodervaror och vävnader för industriell användning. Då därjämte åtgången av beklädnadsvävnader av ylle endast utgör en liten del av åtgången av beklädnadsvävnader av bomull, i meter räknat, komma kraven på variation av vävnadernas mönster och utförande i övrigt att vara stora trots att yllevävnader i större utsträckning än de inom bomullsindustrien tillverkade beklädnadsvävnaderna användas av män.

En betydande, ehuru ganska oenhetlig ökning av produktionen av såväl ullgarn som yllevävnader ägde rum under 1930-talet. Samtidigt steg produktionen per arbetsställe, per spindel och per vävstol i ungefär samma takt som totalproduktionen — produktionen per vävstol dock hastigare. Produktionen av ullgarn per arbetaretimme ökade under 1930-

talet med en fjärdedel och av yllevävnader med en tredjedel i vikt räknat. Mätt i antal meter eller skott[1] var produktionsökningen betydligt större.

Utbyggnaden av olika delar av ylleindustrien i förhållande till den inhemska konsumtionen varierar avsevärt. Ett överskott föreligger beträffande maskinfilt och en mycket hög grad av självförsörjning för kardgarn[2] och kardgarnsvävnader, medan konsumtionen av kamgarn[2] och vävnader av kamgarn endast till ungefär hälften täckes av den inhemska produktionen. Den inhemska framställningen av såväl okammad som kammad ull är obetydlig i förhållande till den inhemska konsumtionen.

Nedan lämnade uppgifter angående produktionen avse i allmänhet åren 1936—1938, angående distributionen vanligen endast år 1938.

1. Totalproduktionens fördelning på varugrupper och varuslag

Av den totala vävnadsproduktionen föllo 1936—1938 drygt fyra tiondelar på herrbeklädnadstyger, tre tiondelar på dambeklädnadstyger och knappt en fjärdedel på fodervaror och andra konfektionsartiklar. Återstoden, cirka fem procent av totalproduktionen i skott räknat, utgjordes huvudsakligen av filtar men också till en mindre del av möbel- och draperityger samt mattor. Dessutom tillverkar ylleindustrien en betydande kvantitet maskinfilt och stampad filt, under 1936—1938 årligen cirka 1 000 ton.

Av yllevävnaderna utgör kostymtyg av kamgarn det största varuslaget. Det svarade 1936—1938 för närmare en femtedel av hela industriens vävnadsproduktion, i skott räknat. Närmast i storlek komma klänningstyg av kamgarn, kostymtyg av kardgarn, sommarkapptyg, vinterkapptyg, vinteröverrockstyg samt byxtyg av kardgarn och trenchcoat- och gabardintyg. Samtliga uppräknade tyger svarade 1936—1938 för mer än två tredjedelar av hela produktionen av yllevävnader. Av hela ylleindustriens produktion, i vilken även ingår tillverkning av fodervävnader och klänningstyger av konstsilke, utgjorde de uppräknade yllevävnadernas produktion betydligt mera än hälften.

I skott räknat är produktionen av fodervaror och klänningstyger av konstsilke mycket betydande. Den uppgick under 1936—1938 till ungefär 30 procent av ylleindustriens totalproduktion. I vävstolstimmar räknat spelar denna produktion mindre än hälften så stor roll, och i arbetaretimmar räknat är den av ännu mindre betydelse.

[1] D. v. s. antal väfttrådar (som »korsa» varptrådarna). Detta mått anses vara det bästa tillgängliga för mätande av väveriernas produktiva prestationer.

[2] Vid framställning av kamgarn kardas och kammas ullen före spinningen, medan vid framställning av kardgarn ullen och ullmaterialet (lump, ullavfall etc.), som vanligen utgör den vida större delen av råvaran, endast kardas före spinningen. Kamgarn är mycket finare (»tunnare») än kardgarn och kamgarnsvävnader mycket lättare än kardgarnsvävnader.

Av totala inhemska ullgarnsproduktionen föll tre fjärdedelar av viktskvantiteten på kardgarn och en fjärdedel på kamgarn. I meter räknat torde tillverkningen av kamgarn icke varit mycket mindre än tillverkningen av kardgarn. Det sistnämnda är nämligen i genomsnitt ungefär tre gånger så grovt.

2. Totalproduktionens fördelning på olika grupper av företag

Tillverkningsvärdet för ylleindustrien faller till två tredjedelar på företag, som huvudsakligen tillverka relativt tunga beklädnadstyger, d. v. s. herrtyger, överplaggstyger, dräkttyger samt sport- och kapptyger; knappt en femtedel på företag, som huvudsakligen tillverka dambeklädnadstyger (klänningstyger), samt vardera en tiondel på företag, som huvudsakligen tillverka filtar och draperityger respektive maskinfilt.

Produktionen av yllevaror är fördelad på ett stort antal spinnerier och väverier. Kommerskollegium redovisade 1938 84 anläggningar för spinning av ullgarn och 94 anläggningar för vävning av ylletyger. Företagsenheternas sammansättning och storlek är mycket varierande.

Praktiskt taget all tillverkning av kardgarnsvävnader sker i kombinerade företag[1], medan en betydande del av tillverkningen av kamgarnsvävnader sker vid fristående väverier.

Produktionen av kamgarn utföres till största delen av ett fåtal stora företag. Två tredjedelar av totaltillverkningen föll 1936—1938 på de fyra största företagen, återstoden på nio företag. Produktionen av kardgarn är något jämnare fördelad. De åtta största spinnerierna — av inalles 59 — svarade för drygt hälften av totalproduktionen.

Ordnas samtliga ullspinnerier i storleksföljd efter antal tillverkade kilogram ullgarn — vilket dock ofta är ett otillfredsställande mått på de produktiva prestationernas storlek — komma de tre första (och största) företagen att framställa ungefär en tredjedel av hela ullgarnskvantiteten, de tre därpå följande drygt en tiondel och de tre därefter följande knappt en tiondel. Återstående 54 spinnerier svarade för mindre än hälften av totaltillverkningen.

Även produktionen av vävnader är starkt koncentrerad till de större företagen. Liksom i fråga om spinnerierna faller tillverkningen av kamgarnsvävnader i större utsträckning på ett fåtal stora företag än tillverkningen av kardgarnsvävnader. Ungefär två tredjedelar av hela produktionen av yllevävnader, i skott räknat[2], utfördes av de nio största väverierna, återstående tredjedel av 49 väverier.

[1] D. v. s. företag med både spinneri och väveri.

[2] Produktionen, uttryckt i antalet skott, d. v. s. antal inslags- (väft-)trådar, för olika företag har beräknats med ledning av den av företagen redovisade produktionen i meter av olika slag

De tre största väverierna, i antal skott räknat, framställa ungefär en tredjedel av hela ylleindustriens produktion, de tre därnäst största ungefär en femtedel och de tre därpå följande cirka en sjundedel.

Om tillverkningen uppdelas på dels beklädnadstyger av kamgarn och kardgarn och dels heminredningstyger inklusive filtar, visar det sig, att de tre företagen med största produktionen av respektive varugrupper i samtliga fall 1936—1938 svarade för ungefär fyrtio procent av totala tillverkningen, de tre därnäst största för ungefär tjugo procent, medan återstoden av tillverkningen var fördelad på ett stort antal företag, betydligt större för beklädnadstyger av kardgarn och heminredningstyger än för beklädnadstyger av kamgarn. Framställningen av konstsilkevävnader är inom ylleindustrien koncentrerad till fyra stora företag.

3. Differentieringen av företagens produktion

I förhållande till sin storlek är produktionen betydligt mera differentierad hos de små än hos de stora företagen. De minsta företagen, vilka huvudsakligen framställa heminredningsvävnader och tyngre beklädnadstyger, producera ett mycket litet antal varuslag, varmed avses tyger med samma men relativt stora användningsområde såsom kostymtyger, vinteröverrockstyger och sängfiltar. Antalet tillverkade varuslag stiger i stora drag successivt, ehuru mycket långsamt, med företagets storlek, så att produktionsserierna, d. v. s. produktionen per varuslag, växa hastigt vid stegrad företagsstorlek.

De 21 minsta *ylleväverierna* — av inalles 58 — hade ingen längre produktionsserie än 100 000 1 000-tal skott under ett genomsnittsår 1936—1938. Flertalet produktionsserier voro kortare än 5 000 1 000-tal skott. Av de medelstora företagens hela produktion föll ungefär hälften på produktionsserier över 100 000 1 000-tal skott. De mycket korta produktionsseriernas relativa betydelse minskade i motsvarande grad. Samma utveckling mot längre produktionsserier kan konstateras för stora och mycket stora företag, medan de allra största företagen hade en relativt mera blandad tillverkning med avseende på olika produktionsserier. Närmare hälften av de mycket stora företagens tillverkning föll t. ex. på serier över en miljon 1 000-tal skott, medan detta endast var fallet med något mera än en fjärdedel av de allra största företagens tillverkning. Produktionsserier mellan en halv och en miljon 1 000-tal skott svarade

av vävnader, vilken för varje varuslag multiplicerats med uppskattat antal skott per meter vävnad av respektive varuslag. Det genomsnittligt uppskattade antalet skott per meter och varuslag kan givetvis variera ganska avsevärt mellan olika företag, varigenom produktionens storlek icke blivit korrekt beräknad. Felmarginalerna torde dock vara relativt begränsade. I bilaga 1 till avdelning III har angivits det beräknade antalet skott per meter för olika varuslag.

för ungefär en femtedel av totalproduktionen i båda grupperna av företag, vilkas sammanlagda produktion uppgick till mer än två tredjedelar av hela yllevävnadsindustriens produktion.

I fråga om produktionens uppdelning på mönster föreligger samma tendens som beträffande produktionens fördelning på varuslag. Dock ökar antalet tillverkade meter per mönster, tillverkningsseriernas längd, med företagets storlek även för de allra största företagen. Se vidare nästa avsnitt.

Antalet tillverkade kvaliteter är mycket mindre än antalet tillverkade mönster och antalet tillverkade meter per kvalitet mycket större än per mönster. I stora drag synes antal tillverkade kvaliteter och mönster variera i samma proportion, liksom också antalet tillverkade meter per kvalitet och mönster. Dock förefaller antalet kvaliteter vara relativt större hos de största företagen i delbransch 1 än antalet mönster.

Antalet tillverkade meter per kvalitet synes sålunda vara av ungefär samma storleksordning för de typiska företagen i de två största storleksgrupperna, medan antalet tillverkade meter per mönster är icke obetydligt större i den största storleksgruppen. Framhållas må emellertid, att på grund av definitionssvårigheter uppgiftsmaterialet måste anses vara särskilt osäkert i fråga om antalet kvaliteter.

4. Varusortimentets storlek och tillverkningsseriernas längd

I föregående avsnitt ha behandlats antalet producerade varuslag och produktionen per varuslag. Varje företag producerar emellertid flera eller färre olika mönster av varje varuslag. Antalet producerade mönster, varusortimentets storlek, blir därför avsevärt större än antalet producerade varuslag och antalet producerade meter per mönster, tillverkningsseriernas längd, avsevärt lägre än antalet meter tillverkade vävnader per varuslag. Som redan framhållits i föregående avsnitt föreligger emellertid i allmänhet en tämligen nära samvariation i olika delbranscher mellan varusortimentets storlek och antalet producerade varuslag respektive tillverkningsseriernas längd och produktionens storlek per varuslag.

Då både varusortimentets storlek och tillverkningsseriernas längd växer med storleken av företagens tillverkningsvärde för vävnader, är det icke möjligt att angiva några typtal beträffande hela delbranscher. Inom den största av dessa, företag som huvudsakligen tillverka herr- och överplaggstyger, producerade det typiska företaget i den minsta storleksgruppen mindre än 100 mönster och i den största drygt 500. Motsvarande tal för tillverkningsseriernas längd var 400 och 1 700 meter.

Inom delbransch 2, företag tillverkande huvudsakligen dambeklädnadstyger, var varusortimentets storlek ungefär densamma som för företag av ungefär samma storleksordning i delbransch 1 men tillverkningsserierna

längre. Antalet tillverkade mönster var för det typiska företaget något mer än 400 och antalet tillverkade meter per mönster drygt 2 100. I varje mönster ingår dock säkerligen icke sällan ett större antal dessiner, d. v. s. variationer av mönstret huvudsakligen genom olika placering av i vävnaderna ingående trådar.

Hos företag som huvudsakligen tillverka filtar och draperityger, delbransch 3, ökar icke tillverkningsseriernas längd med stigande företagsstorlek; i stället stiger varusortimentets storlek mycket starkt i förhållande till tillverkningsvärdet. Företagen i den minsta storleksgruppen, vilka äro mycket små, redovisa ej fullt 50 tillverkade mönster och de i den större storleksgruppen ingående företagen, som likaledes äro tämligen små, mindre än 100 mönster. Tillverkningsseriernas längd uppgår för företagen i båda storleksgrupperna till drygt 1 000 meter.

Sambandet mellan varusortimentets storlek och tillverkningsseriernas längd och även dessas samvariation med andra komponenter behandlas, särskilt i fråga om den största delbranschen inom ylleindustrien, tämligen utförligt i detta kapitels avdelning IV.

5. Produktionens fördelning på olika orderslag och på olika delar av året[1]

Tillverkningens fördelning på lager, säsong- och efterorder varierar icke obetydligt mellan olika stora företag tillverkande herr- och överplaggstyger.

Tillverkningen på lager är obetydlig utom för de mycket stora företagen, vilkas lagertillverkning i genomsnitt under 1938 uppgick till ungefär en tiondel av tillverkningsvärdet. Tillverkningen på efterorder varierade mellan fem och tjugo procent av tillverkningsvärdet. Den är störst för de mycket små och mycket stora företagen. Ungefär 70 procent av tillverkningsvärdet utgjordes av tillverkning på säsongorder för mycket stora och mycket små företag och närmare 90 procent för medelstora och små företag.

Tillverkningen på efterorder är betydande för företag tillverkande dambeklädnadstyger respektive filtar och draperityger. Den utgjorde ungefär en tredjedel respektive en fjärdedel av tillverkningsvärdet.

Uppgifterna angående tillverkningens storlek under olika delar av året äro mycket bristfälliga. Då därtill nedgången av produktionen under 1938 torde ha medfört en förskjutning av tillverkningen och leveranserna under året, kan uppgiftsmaterialet icke läggas till grund för någon ingående analys.

[1] På grund av uppgiftsmaterialets bristfällighet ha dessa frågor icke kunnat behandlas mera ingående utan ha endast berörts här.

Tillverkningens omfattning varierar betydligt mindre än leveransernas omfattning under olika delar av året. Detta gäller särskilt de större företagen, vilkas tillverkning är jämnare fördelad än de små företagens. Över huvud taget äro emellertid tillverkningens fluktuationer under året, att döma av erhållna uppgifter, tämligen små.

6. Försäljningsvägar för vävnader

Försäljningen direkt till detaljister är obetydlig utom för de små, men icke de minsta, företagen. Dessa små företag svara för en tiondel av totala tillverkningsvärdet. Därjämte förekom en ganska betydande försäljning i två relativt små delbranscher. De stora företag, vilka huvudsakligen tillverka klänningstyger, sålde 1938 tio procent av sin produktion — i försäljningsvärde räknat — direkt till detaljister och de företag, som huvudsakligen framställa filtar och draperityger, knappt en tredjedel av sin tillverkning.

Försäljningen till grossister är relativt betydande för samtliga företag, tillverkande herr- och överplaggstyger etc., utom de minsta. Den sjönk med stigande företagsstorlek: från knappt en tredjedel för de små, men icke de minsta, företagen till en sjättedel för de största företagen. Troligen är emellertid av redovisningstekniska orsaker försäljningen till grossister överskattad, kanske med så mycket som en tredjedel. Försäljningen till textilfabrikanter, huvudsakligast konfektionärer, är över lag av ungefär samma relativa storleksordning för samtliga företag. Den minskar något vid stigande företagsstorlek och uppgick 1938 till ungefär tre fjärdedelar av försäljningsvärdet. De små, men icke de minsta, företagen sålde endast hälften av produktionen direkt till konfektionärer.

Som är att vänta med hänsyn till den betydande försäljningen av dambeklädnadstyger såsom metervaror, särskilt klänningstyger o. dyl., är försäljningen till grossister mycket stor för företag, som huvudsakligen tillverka dessa varor. Den uppgick till ungefär hälften av försäljningsvärdet. Försäljningen till konfektionärer utgjorde ungefär fyrtio procent av hela försäljningen.

Företag, som tillverka huvudsakligen filtar och draperityger, sålde icke mindre än närmare hälften av totala tillverkningen till grossister samt en relativt obetydlig del till konfektionärer — huvudsakligast andra varor än filtar och draperityger. I synnerhet de små företagen ha även en betydande försäljning till allmänna inrättningar o. dyl.

7. Inköpsvägar för råvaror[1]

De lämnade uppgifterna angående inköpsvägarna för råvaror, varmed avses alla i tillverkningen förbrukade varor, äro mycket ofullständiga. Betydande svårigheter att bedöma uppgiftsmaterialet ha uppkommit på grund av företagens olika grad av utbyggnad. Omfattningen av inköpen av garn varierar exempelvis direkt med det egna spinneriets storlek.

Övervägande delen, vanligen 65—100 procent, av råvarorna inköptes 1938 direkt eller via agent från utlandet. Återstoden av inköpen företogs hos inhemska tillverkare eller grossister (garn, svenskull etc.), men i mycket varierande proportioner. De små företagen köpa i allmänhet förhållandevis mindre från utlandet och förhållandevis mindre från inhemska tillverkare och mera från grossister än de stora företagen.

8. Antal kunder, försäljningens storlek per kund och per försäljare

Både antalet kunder och försäljningens storlek per kund varierar för företag, tillverkande olika huvudslag av vävnader — herr- och överplaggstyger, dambeklädnadstyger etc. — beroende på distributionsapparatens (handelns) utformning och på konsumtionsvanorna, vilka även ömsesidigt påverka varandra. Därjämte varierar emellertid antalet kunder och försäljningen per kund med andra komponenter, främst varusortimentets och företagets storlek. En sammanfattning av storleken av olika komponenter för olika delar av ylleindustrien samt för olika stora företag återfinnes som bilaga 1 och 2 till avdelning IV.

Med undantag för företag tillverkande huvudsakligen lättare dambeklädnadstyger, vilka äro så fåtaliga och lika stora att några utvecklingstendenser inte kunna iakttagas, ökar både försäljningen per kund och antalet kunder vid stigande företagsstorlek. För de relativt små företagen är ökningen av försäljningen per kund starkare än för de stora företagen. För medelstora företag stiger antalet kunder och försäljningen per kund i ungefär samma takt vid stegrad företagsstorlek. På samma gång öka tillverkningsseriernas längd relativt betydligt snabbare och antalet mönster (varusortimentets storlek) långsammare vid stigande företagsstorlek, när det gäller företag av mellanstorlek än i fråga om små och mycket stora företag.

En parallellitet i utvecklingen av försäljningen per kund och antalet tillverkade mönster per företag kan iakttagas. För de mycket stora företagen kan dock en avmattning i stegringen av försäljningen per kund i förhållande till varusortimentets storlek observeras. Ökat motstånd vid ianspråktagande av större del av marknaden kan sägas inträda. Med hänsyn till de stora företagens betydande andel av marknaden är det dock

[1] På grund av uppgiftsmaterialets bristfällighet har detta avsnitt endast behandlats här.

anmärkningsvärt, att försäljningen per kund kan fortsätta att stiga så hastigt även om hänsyn tages till att varuområdet och varusortimentet växer. Till viss del kan detta förklaras genom relativt större produktion av förhållandevis stapelbetonade varor hos de större företagen.

Försäljningen per försäljare ökar starkt vid stigande försäljning per kund, ehuru i stort sett icke i samma takt som denna.

Liknande tendenser i fråga om utvecklingen av storleken av försäljningen per kund och av varuområdet respektive varusortimentet kunna iakttagas för flertalet delbranscher inom alla textila industrier.

Antalet kunder varierar naturligt nog avsevärt mellan olika kundkategorier, beroende bland annat på att antalet existerande kunder i olika kategorier är mycket olika. De företag, som i någon nämnvärd omfattning sälja till detaljister, redovisa som är att vänta mångdubbelt större antal detaljistkunder än t. ex. grossist- eller konfektionärskunder. Antalet konfektionärskunder (textilfabrikanter) är inom den största delbranschen, företag tillverkande huvudsakligen herr- och överplaggstyger, mellan hälften till och dubbelt så stort som antalet grossistkunder. För samtliga företag är antalet kunder så stort att man, ehuru kännedom saknas om storleksfördelningen mellan kunderna, kan utgå ifrån att icke en eller ett fåtal kunder dominerar något företags avsättning. Antalet grossist- och konfektionärskunder utgjorde sålunda för det typiska företaget i den minsta storleksgruppen, delbransch 1, ungefär 50 och växer sedan upp till närmare 300 för typföretaget i den största storleksgruppen. Motsvarande uppgifter för delbransch 2, företag tillverkande huvudsakligen dambeklädnadstyger, var ungefär 200 och för delbransch 3, företag tillverkande huvudsakligen filtar och draperityger, vilka endast sälja till grossister, mellan 25 och 100, beroende på storleken.

Försäljningens storlek per kund varierar i likhet med antalet kunder mellan olika slag av kunder och även mellan företag av olika storlek. Dock är försäljningen per textilfabrikant (konfektionär) i stort sett av samma storleksordning som försäljningen per grossist.

Försäljningen per grossist plus textilfabrikant utgjorde drygt 2 tusen kronor för typföretaget i den minsta storleksgruppen av delbransch 1 och steg sedan till drygt 20 tusen kronor i den största storleksgruppen. Motsvarande tal, alltså försäljning per grossist plus textilfabrikant, var drygt 15 tusen kronor i delbransch 2 och mellan 2 och 3 tusen kronor i delbransch 3, som i stort sett icke säljer till textilfabrikanter.

Försäljningen per försäljare varierar från drygt 200 tusen kronor för typföretaget i den minsta storleksgruppen till närmare 2 miljoner kronor i den största storleksgruppen inom delbransch 1. Den var ungefär lika stor i delbransch 2. I delbransch 3 redovisade företagen slutligen en försäljning per försäljare av mellan 200 och drygt 400 tusen kronor.

9. Produktionens storlek per arbetaretimme

Produktionen av garn per arbetaretimme varierar avsevärt mellan olika företag. För de företag, vilka visade den högsta produktionen per arbetaretimme, låg den ungefär 75 procent högre beträffande kardgarn och drygt 100 procent högre beträffande kamgarn än för de företag, vilka redovisade den lägsta produktionen per arbetaretimme. Ändå ha de extrema värdena uteslutits.

Det har tyvärr icke varit möjligt att utröna i vilken omfattning denna varierande produktion per arbetaretimme beror på olika fördelning av produktionen med hänsyn till garnets grovlek eller kvalitet, vilka faktorer starkt påverka produktionens storlek per arbetaretimme. Även i fråga om kardgarn, som är avsett huvudsakligast för vävning av herr- och överplaggstyger och vars grovlek och kvalitet därför torde vara av samma storleksordning, synes emellertid en avsevärd skillnad föreligga mellan storleken av produktionen per arbetaretimme hos olika företag. De större företagen ha högre produktion per arbetaretimme än de mindre men också längre tillverkningsserier. En icke obetydlig ökning av produktionen per arbetaretimme synes inträda vid förlängning av tillverkningsserierna.

Även produktionen av vävnader per arbetaretimme varierar mycket avsevärt, till stor del beroende på olikheten i utförandet. Antalet skott per arbetaretimme för företag, tillverkande huvudsakligen herr- och överplaggstyger varierade sålunda, även om enstaka extrema värden uteslutas, med ungefär 100 procent, d. v. s. företag med den högsta produktionen per arbetaretimme hade dubbelt så hög produktion per arbetaretimme som de företag, för vilka denna var lägst. En svag tendens kan iakttagas till ökad produktion per arbetaretimme vid ökad företagsstorlek. Samtliga mycket små företag ha en mycket låg produktion per arbetaretimme. En viss stegring av produktionen per arbetaretimme vid förlängning av tillverkningsserierna kan observeras. Spridningen mellan värdena för olika företag är dock mycket stor, och samvariationen mellan företagsstorlek och tillverkningsseriernas längd försvårar ytterligare analysen.

Ökningen av produktionen per arbetaretimme innebär givetvis icke en motsvarande sänkning av tillverkningskostnaderna och behöver icke innebära någon kostnadsminskning. Någon kostnadsundersökning har icke företagits.

Kostnaderna för arbetslöner synes i genomsnitt för alla ullspinnerier före kriget kunnat uppskattas till något sådant som hälften av totala förädlingskostnader och för ylleväverier till en fjärdedel. Skillnaderna i detta hänseende mellan olika spinnerier och väverier äro säkerligen mycket stora.

II. Den svenska ylleindustriens utveckling under 1930-talet[1]

1. Produktion och import

Den svenska ylleindustriens produktion visade under 1930-talet, sedan depressionen 1931—1932 övervunnits, en ständigt stegrad kurva fram till 1938, då en icke obetydlig nedgång i produktionen inträffade, vilken dock redan 1939 förbyttes i en ny uppgång. Den starka stegringen i produktionen av yllevaror började redan 1932, då den utländska konkurrensen minskade efter guldmyntfotens övergivande och därmed följande gynnsamma valutapolitiska läge för hemmamarknadsindustrierna. Produktionsstegringen fr. o. m. 1934 synes emellertid i stort sett icke ha varit lika stor som ökningen av den inhemska konsumtionen av yllevaror.

Den i vikt räknat starka stegringen av produktionen av kardgarn och yllevävnader efter 1930-talets första år fram till 1938 var icke betingad av en relativ ökning av tillverkningen av grövre garner och tyngre vävnader. Tvärtom synes enligt uppgifter från branschen vikten per meter yllevävnad utom klänningstyger, vilka senare spela en kvantitativt underordnad roll, under 1930-talet ha minskat med ungefär en femtedel. Dels synes en viss övergång från kardgarnstyger till de lättare kamgarnstygerna ha ägt rum och dels torde även kamgarnets och kardgarnets grovlek i genomsnitt ha minskat.

Ylleindustriens produktion av ullgarn sjönk under 1938 med icke mindre än en fjärdedel och av vävnader med en sjättedel jämfört med 1937. Produktionsnedgången under 1938 synes icke ha motsvarats av en konsumtionsminskning, åtminstone icke på långt när av samma storleksordning. Den torde ha berott på att detaljhandeln på grund av den under tidigare år pågående relativt starkt stigande försäljningen även antecipérat en försäljningsökning under 1938 och — i synnerhet som priserna på yllevaror stego — anpassat sina lager därefter. Då konsumtionen mot slutet av år 1937 och framför allt under 1938 stagnerade, önskade handeln minska sina lager. Denna lagerminskning resulterade i en betydande temporär minskning av efterfrågan på yllevaror från industrien.[2]

[1] Samtliga i denna avdelning lämnade uppgifter äro hämtade ur kommerskollegii officiella statistik samt den av socialstyrelsen publicerade »Lönestatistisk Årsbok». Uppgifter angående produktion samt import och export finnas endast uttryckta i vikt och värde (icke i löpmeter, kvadratmeter eller skott i fråga om vävnader eller i kilometer eller medelnummer i fråga om garn). Härigenom försämras starkt möjligheterna till jämförelser mellan olika år men synes dock icke äventyra dessa, då de under olika år tillverkade eller importerade vävnadernas och garnets beskaffenhet (täthet, bredd, grovlek etc.) vanligen förändras långsamt och skillnaderna mellan de under olika år tillverkade eller importerade kvantiteterna vävnader och garn vanligen äro stora. Man synes därför trots allt kunna erhålla en tämligen god bild av industriens utveckling under 1930-talet.

[2] Angående konsumtionsutvecklingen under 1930-talet, se vidare kapitel 10.

Utvecklingen av produktionen inom olika delar av ylleindustrien har icke varit enhetlig. Den inhemska tillverkningen av kardgarnsvävnader torde ha stigit långsammare än tillverkningen av kamgarnsvävnader att döma av uttalanden från branschen. Samtidigt har produktionen av kamgarn minskat efter år 1934, medan en nära parallellitet förelegat mellan produktionsutvecklingen för kardgarn och kardgarnsvävnader.

Importen av yllevävnader, som sjönk mycket kraftigt efter 1931, visade en synnerligen stark ökning från 1934. Då av allt att döma den alldeles övervägande delen av de importerade yllevävnaderna utgöres av kamgarnsvävnader, har den större delen av ökningen i konsumtionen av yllevävnader fallit på dessa.

Det har icke varit möjligt att skilja mellan civila och militära tillverkningar. Då den militära tillverkningen varit relativt obetydlig före 1940, inverkar detta dock litet på jämförbarheten mellan uppgifterna.

Vidstående diagram illustrerar konsumtionen, produktionen och nettoimporten 1929—1939 av kamgarn och kardgarn samt yllevävnader därav utom maskinfilt. För att bättre åskådliggöra utvecklingen har diagrammet utförts i halvlogaritmisk skala.[1]

Produktionen av kamgarns- respektive kardgarnsvävnader (alla yllevävnader utom maskinfilt) har beräknats genom att ylleväveriernas förbrukning av kamgarn under respektive år reducerats med den s. k. vävningsförlusten, varefter återstoden skulle utgöra produktion av kamgarnsvävnader under förutsättning att endast kamgarn användes för tillverkning av sådana vävnader och att ylleväverierna icke förbrukade kamgarn för annat ändamål än för tillverkning av kamgarnsvävnader. Avvikelserna från nämnda förutsättningar synas vara så små att de sakna betydelse för bedömande av produktionens storlek. Produktionen av kardgarnsvävnader har beräknats helt enkelt såsom skillnaden mellan produktionen av alla yllevävnader utom maskinfilt enligt industristatistiken och den på nyssnämnda sätt uppskattade tillverkningen av kamgarnsvävnader.

Uppgifter om produktionen av kammad ull (tops), som är ett viktigt halvfabrikat, finnas endast för åren 1936—1938 samt 1940 och ha därför icke kunnat medtagas.

För att illustrera den sannolika utvecklingen av konsumtionen under 1935—1939 har på fri hand i diagrammet en långstreckad linje inlagts utvisande den sannolika konsumtionsutvecklingen. Skillnaden mellan den långstreckade och den heldragna, svarta linjen beror på lagerförändringar.

[1] Genom den halvlogaritmiska skalan återgivas samma relativa (»procentuella») förändringar i tiden med samma lutning av kurvorna.

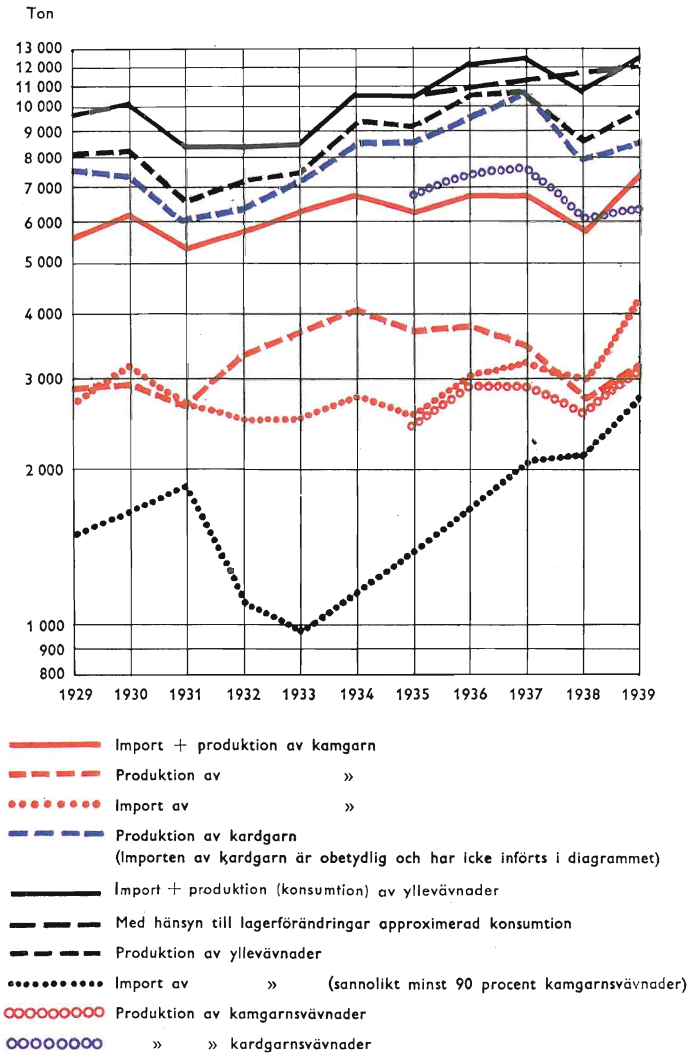


Diagram 16. Konsumtion, inhemsk produktion och nettoimport av ullgarn och yllevävnader 1929–1939.

Halvlogaritmisk skala.

2. Produktivitet m. m.

Utvecklingen av den svenska ylleindustrien under perioden 1924—1939 illustreras av två diagram på omstående sidor, det ena avseende ullgarn, det andra yllevävnader. Diagrammen visa dels utvecklingen av de producerade kvantiteterna, produktionsapparatens storlek, antal arbetsställen och antalet arbetaretimmar och dels några jämförelsetal såsom producerade kvantiteter per arbetsställe och per maskinenhet[1], antal maskinenheter per arbetsställe samt antal arbetaretimmar per maskinenhet och produktion per arbetaretimme. I diagrammen har utvecklingen beskrivits genom användande av relativtal, varvid 1929 satts lika med 100. Respektive värden ha även angivits för år 1924 men icke för åren 1925—1928. Nedan redogöres endast för utvecklingen 1929—1939, »perioden». Som bilaga återfinnes sist i denna avdelning en tabell, som visar utvecklingen i absoluta tal och något mera detaljerat än diagrammen.

Såväl antalet självständiga spinnerier som antalet arbetsställen, vid vilka spinning utföres, har sjunkit liksom antalet kombinerade fabriker, d. v. s. företag, vilka både spinna och väva. Antalet självständiga väverier har däremot stigit betydligt, medan antalet arbetsställen vid vilka vävning utföres förblivit ungefär oförändrat. Totalproduktionen sjönk sakta under senare delen av 1920-talet och början av 1930-talet för att därefter stiga mycket hastigt till 1938, då en tillfällig men mycket kraftig avmattning inträffade.

Produktionsstegringen under 1930-talet utfördes av en produktionsapparat, som var ungefär oförändrad i fråga om antal använda spindlar och minskat med ungefär en tiondel i fråga om antal använda vävstolar. Ökningen av produktionen åstadkoms genom en avsevärd ökning av produktionen per arbetsställe liksom av produktionen per spindel och, i ännu högre grad, per vävstol. Ökningen uppgick till fyrtio respektive sextio procent från 1929 till 1937 i vikt räknat. Produktionen av garn och vävnader per arbetaretimme ökade också starkt eller med ungefär trettio procent både i fråga om garn och vävnader.[2]

Produktionsminskningen under 1938 åtföljdes av en betydande nedgång

[1] D. v. s. använda spindlar respektive vävstolar.

[2] Andra yllevävnader än klänningstyger synas, som tidigare framhållits, enligt uppgifter från branschen under 1930-talet ha minskat ungefär en femtedel i vikt per meter. Detta innebär att produktionsökningen per arbetsställe, vävstol respektive arbetaretimme är betydligt större än vad här visas. Detta gäller också beträffande garn, vars grovlek minskat.

Ökningen av vävnadsproduktionen per arbetaretimme underskattas något medan ökningen av garnproduktionen per arbetaretimme överskattas något, emedan spinnerierna under 1930-talet i stor utsträckning övergått till spolning, vilket kan sägas innebära att ett arbetsmoment överflyttas från spinneriet till väveriet. Emedan olika företag klassificera arbetskraften i egentliga fabriksarbetare och övriga arbetare på olika sätt — men av allt att döma konsekvent under olika år — är den redovisade absoluta storleken av garn respektive vävnadsproduktionen per arbetaretimme osäker, medan utvecklingen däremot redovisas riktigt med undantag för

av produktionen per spindel och vävstol, medan produktionen per arbetaretimme minskade relativt litet, med fem procent i fråga om garn och tio procent i fråga om vävnader. Orsaken till nedgången av produktionen per spindel respektive per vävstol synes ha varit att produktionsapparaten hållits igång kortare tid. Produktionen per spindel respektive per vävstol har nämligen beräknats helt enkelt genom att dividera de producerade kvantiteterna med det redovisade antalet *använda* spindlar respektive vävstolar — oavsett *i vilken omfattning* dessa använts. Likaledes synes en stor del av ökningen av produktionen per spindel respektive per vävstol under början och mitten av 1930-talet delvis bero av ett bättre utnyttjande av maskinparken. Av diagrammen framgår sålunda att antalet arbetaretimmar per spindel och vävstol ökat avsevärt under 1932—1937, då också såväl totalproduktionen som produktionen per spindel och vävstol steg kraftigt.

Under kriget har en avsevärd rationalisering av produktionen av kardgarn skett genom att hastigheten i kardverken kunnat ökas. Denna har ungefär fördubblats.

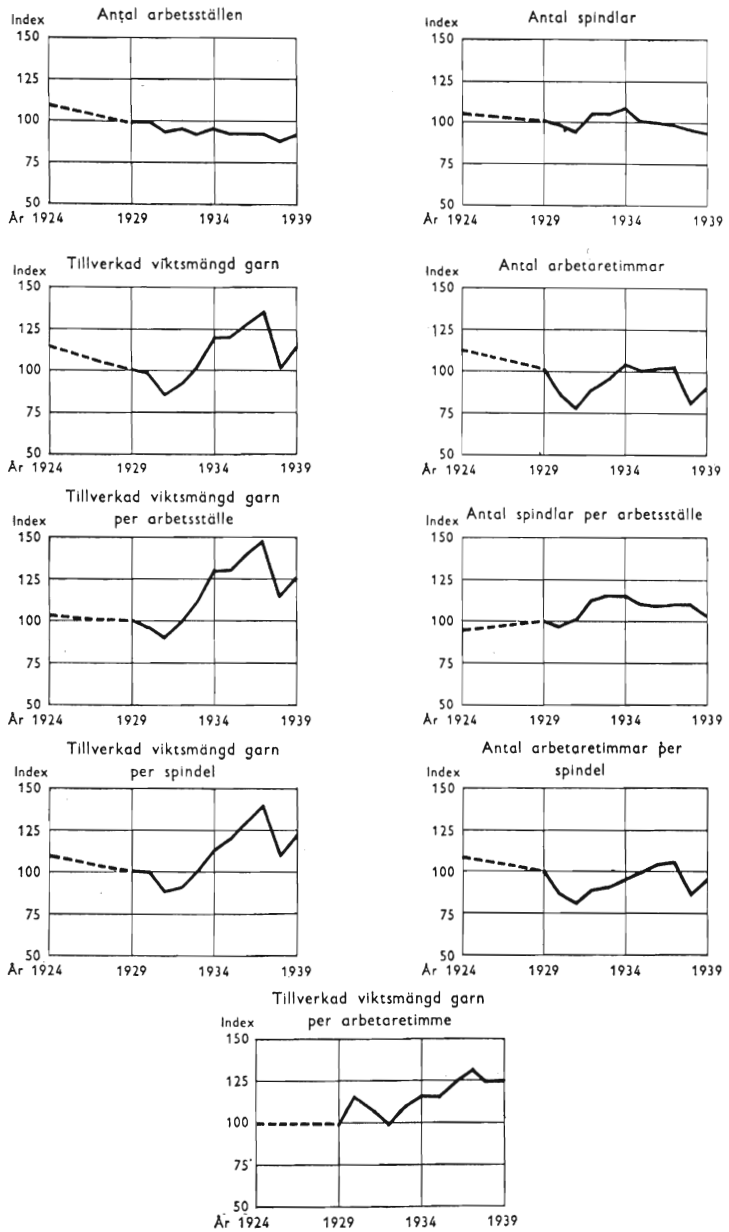
Övergång från selfaktor- till ringspinning innebär ungefär en fördubbling av produktionen per arbetaretimme i själva spinningen. De båda processerna ge emellertid olika garn.

Stegringen av produktionen per arbetaretimme kan icke förklaras av förändringar i arbetskraftens sammansättning, då några större sådana icke ägt rum under 1930-talet. Av samtliga arbetare[1] utgjorde sålunda under hela perioden kvinnor över 18 år ungefär sextio procent i spinnerierna och två tredjedelar i väverierna med någon stegring under perioden. Antalet arbetare under 18 år sjönk under perioden i spinnerierna ungefär lika mycket som antalet kvinnor över 18 år ökade, medan förändringarna voro mycket små i väverierna. Det relativa antalet vuxna manliga arbetare var ungefär oförändrat. Det steg dock något i väverierna.

vad som framhållits i föregående mening. Garnproduktionen per arbetaretimme redovisas över lag något för låg, emedan även arbetskraften för kamning medtagits vid beräkningen av antalet arbetaretimmar. Anses kamning ingå i garnproduktionen gäller motsatsen, då endast en del garn kammas inom landet.

[1] I industristatistiken (kommerskollegium) redovisas endast antalet timmar för »vid fabrikationen sysselsatta arbetare exklusive hemarbetare» samt för »övriga arbetare». Någon vidare uppdelning på olika arbetarekategorier finnes icke, endast antalet arbetare i dessa.

Förändringar av arbetskraftens sammansättning ha i det följande beskrivits genom angivande av de relativa förändringarna i antalet arbetare i olika kategorier. Då skillnaderna i antalet arbetaretimmar per år och arbetare mellan olika kategorier voro i det närmaste lika stora under hela undersökningsperioden (1929—39) har totala antalet *arbetaretimmar* i olika kategorier förändrats i samma grad som antalet arbetare. Uppgifter om antalet arbetaretimmar per år för arbetare i olika kategorier ha hämtats ur Lönestatistisk Årsbok, publicerad av Socialstyrelsen. Dessa uppgifter omfatta icke alla företag men synas ha god representativitet. Antalet arbetaretimmar per år är ungefär detsamma för alla arbetarekategorier. För arbetare under 18 år redovisas dock något lägre antal timmar per år.

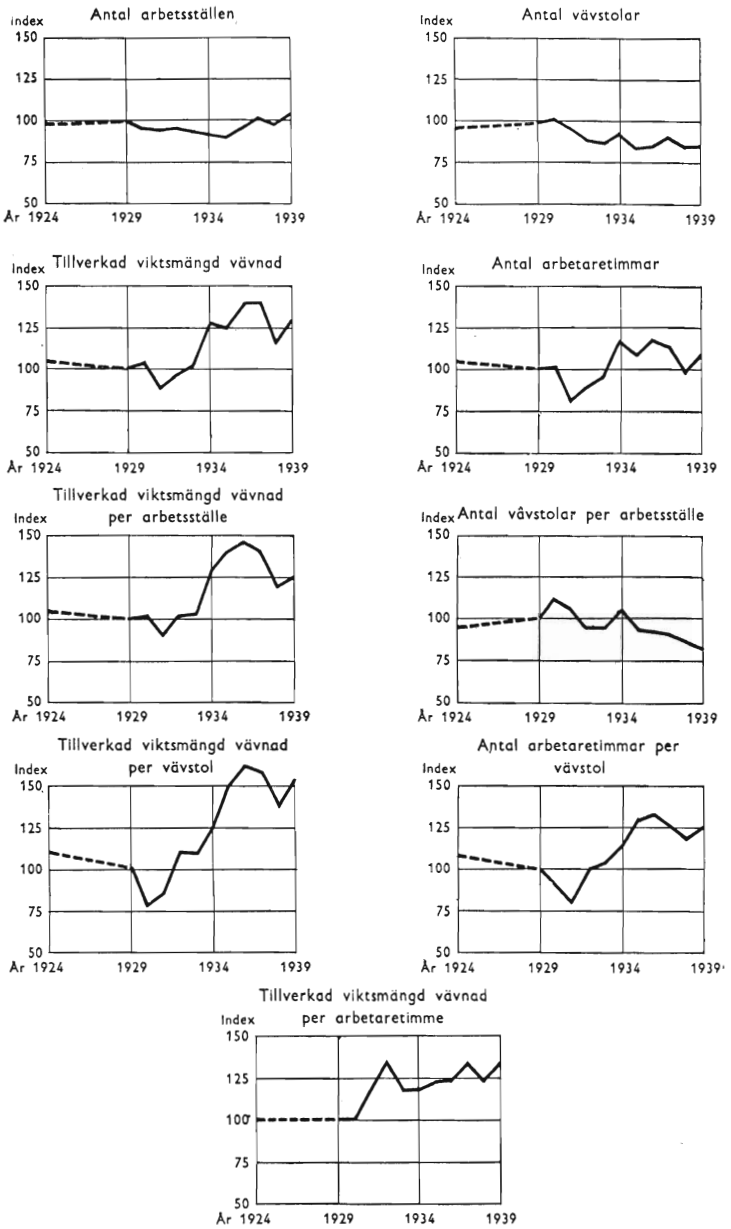


Obs! Antal spindlar avse under respektive år *använda* spindlar.

Diagram 17. Den svenska ylleindustriens utveckling 1924—1939. Spinnerier—garn.

Index: 1929 = 100.

Här angivna uppgifter återfinnas i absoluta tal för flertalet år i tabell, som återfinnes som bilaga sist i denna avdelning på sid. 189.



Obs! Antal vävstolar avse under respektive år *använda* vävstolar

Diagram 18. Den svenska ylleindustriens utveckling 1924–1939. Väverier–vävnader.

Index: 1929 = 100.

Här angivna uppgifter återfinnas i absoluta tal för flertalet år i tabell, som återfinnes som bilaga sist i denna avdelning på sid. 189.

Antalet av övriga arbetare, d. v. s. andra än egentliga fabriksarbetare, utförda timmar steg mycket starkt under 1930-talet. Det något mer än fördubblades mellan 1929 och 1939, men utgjorde dock mindre än en tiondel av samtliga inom ylleindustrien utförda arbetaretimmar. Då »övriga arbetare» till stor del justera, reparera och underhålla maskiner är det naturligt att dessas antal stiger, då produktionen rationaliseras.[1]

På grund av den bristfälliga statistiken är det icke möjligt att angiva i vilken utsträckning övriga arbetare äro att hänföra till olika delar av ylleindustrien. Vid beräkningarna ha därför övriga arbetare icke medtagits. Detta inverkar emellertid mycket litet på dessa. En fördubbling av antalet övriga arbetare innebär icke större ökning av antalet arbetaretimmar än med knappt fem procent.

Sammanfattningsvis må framhållas att ylleindustriens utveckling under 1930-talet både absolut sett och i jämförelse med senare hälften av 1920-talet kännetecknas av en betydande ökning av produktionen vid ungefär oförändrat antal arbetsställen, något minskad produktionsapparat och en måttlig ökning av antalet arbetaretimmar i väverierna. Under 1936—1937 stagnerade produktionsökningen liksom stegringen av tillverkningen per spindel och vävstol respektive per arbetaretimme. Under 1938 sjönk produktionen starkt och samtidigt sjönk produktionen per spindel och vävstol men endast obetydligt per arbetaretimme. Den i det följande använda undersökningsperioden, 1936—1938, utmärker sig sålunda för i åtskilliga avseenden stabila förhållanden och synes vara typisk för industriens läge efter expansionen och rationaliseringen under början och mitten av 1930-talet, om man bortser från den starka nedgången av totalproduktionen under 1938. Denna synes dock icke mera avsevärt ha påverkat produktions- och distributions*strukturen*.

För att ytterligare belysa undersökningsperiodens lämplighet kommer i nästa avdelnings första avsnitt produktionsförändringarna under åren 1936, 1937 och 1938 att närmare undersökas.

[1] Den relativa ökningen av antalet övriga arbetare synes huvudsakligen vara ett uttryck för ökad specialisering av arbetskraften och ökad maskinisering.

Bilaga 1 (löpande nr 1)

Utvecklingen i absoluta tal.

	Kvantitetsgrund	1924	1929	1932	1935	1936	1937	1938	1939
Ullspinnerier:									
Antal arbetsställen	st.	106	96	90	88	88	88	84	87
Antal självständiga spinnerier	st.	36	31	27	26	26	24	22	25
Antal använda spindlar ..	1 000 st.	257	245	253	247	242	240	230	229
Tillverkad viktsmängd garn	ton	11 746	10 327	9 628	12 266	13 291	14 043	10 540	11 673
Antal arbetaretimmar	1 000 st.	9 160	8 154	7 413	8 132	8 315	8 305	6 575	7 335
Tillverkad viktsmängd garn per arbetsställe	ton	111	108	107	139	151	160	125	134
Antal använda spindlar per arbetsställe	st.	2 420	2 549	2 809	2 803	2 750	2 726	2 738	2 633
Tillverkad viktsmängd garn per använd spindel	kg.	46	42	38	50	55	59	46	51
Antal arbetaretimmar per använd spindel.....	st.	35,6	33,3	29,3	33,0	34,4	34,6	28,6	32,0
Tillverkad viktsmängd garn per arbetaretimme.....	kg.	1,3	1,3	1,3	1,5	1,6	1,7	1,6	1,6
Ylleväverier:									
Antal arbetsställen	st.	96	97	92	87	92	98	94	100
Antal självständiga väverier	st.	21	19	19	18	21	23	22	25
Antal använda vävstolar ..	st.	4 450	4 686	4 100	3 900	4 051	4 175	3 917	3 983
Tillverkad viktsmängd vävnad.....	ton	8 465	8 119	7 903	10 075	11 308	11 435	9 374	10 537
Antal arbetaretimmar	1 000 st.	13 447	12 897	11 639	13 913	15 089	14 701	12 752	13 765
Tillverkad viktsmängd vävnad per arbetsställe	ton	88	84	86	116	123	117	100	105
Antal använda vävstolar per arbetsställe.....	st.	46	48	45	45	44	43	42	40
Tillverkad viktsmängd vävnad per använd vävstol	kg.	1 902	1 733	1 928	2 583	2 791	2 739	2 393	2 645
Antal arbetaretimmar per använd vävstol.....	1 000 st.	3,0	2,8	2,8	3,6	3,7	3,5	3,3	3,5
Tillverkad viktsmängd vävnad per arbetaretimme.....	kg.	0,6	0,6	0,8	0,7	0,7	0,8	0,7	0,8
Kombinerade fabriker ...	st.	61	57	53	51	52	53	52	51

III. Den svenska ylleindustriens produktionsförhållanden och produktionsstruktur[1]

Med undantag för den inledande redogörelsen för den använda undersökningsperiodens lämplighet ur olika synpunkter är utredningen angående produktionsförhållandena och produktionsstrukturen disponerad på så sätt, att analysen övergår från stora till allt mindre kategorier.

Den svenska ylleindustriens utbyggnad i förhållande till den inhemska konsumtionen, förekomsten av integration mellan ylletillverkningens olika led och det inbördes storleksförhållandet mellan olika produktions- och distributionsled kunna alla sägas beskriva produktionsförhållandena och produktionsstrukturen ur olika synpunkter i stora drag. Fördelningen av produktionen av garn på olika företag behandlar fortfarande strukturen för industrien men går dock in på mindre grupper av företag.

Ylleväveriernas produktionsstruktur börjar med en analys av den totala inhemska produktionens fördelning på olika varugrupper och varuslag, d. v. s. i mindre kategorier än de tidigare behandlade. Därefter analyseras totalproduktionens fördelning på företag av olika storlek och sist följer en redogörelse för differentieringen av produktionen hos olika grupper av väverier och individuella väverier.

I nästa avdelning analyseras distributionsstrukturen för industrien, därefter för mindre grupper av företag och för individuella företag. Även sambandet mellan produktionsstrukturen och distributionsstrukturen behandlas i denna avdelning. Två betydelsefulla komponenter, som hänförts till produktionsstrukturen, antal tillverkade mönster (»varusortimentets storlek») och antal tillverkade meter per mönster (tillverkningsseriernas /genomsnitts-/längd) beröras endast i nästa avdelning i anslutning till redogörelsen för distributionsstrukturen.

Samtliga i denna avdelning (III) behandlade frågor angående produktionsförhållanden och produktionsstrukturen avse åren 1936—1938.

[1] På uppdrag av Tull- och Traktatkommittén verkställdes efter förra världskriget en utredning angående ylleindustriens produktionsförhållanden. Syftet därmed var att skapa möjligheter för bedömande av ylleindustriens tullskydd. Utredningen, som avser läget före förra världskriget, lämnar huvudsakligen en kortfattad redogörelse för ylleindustriens råvaror, »teknologi», en sammanställning av företagen i vissa tekniska huvudgrupper och dessa i storleksgrupper samt ett försök till jämförelser mellan produktionskostnaderna i Sverige och utlandet med stöd av ett fåtal enligt uppgift representativa data. Utredningen synes icke ha någon aktualitet för här företagen utredning.

K.-G. Hagström, *Ylleindustriens produktionsförhållanden*, Tull- och Traktatkommitténs utredningar och betänkanden, XXVII, S. O. U. 1924: 35, Stockholm 1924.

1. Undersökningsperioden

Både med hänsyn till uppgiftsmaterialets beskaffenhet[1] och med hänsyn till önskvärdheten att undersöka strukturen inom hela textilindustrien under samma tidsperiod, torde undersökningsperioden 1936—1938 få anses vara den lämpligaste. Denna tidsperiod synes för textilindustrien över lag ha utgjort de sista åren med »normala» förhållanden, ehuru säkerligen utvecklingen efter 1938 inneburit sådana förändringar att någon återgång till »normala» förhållanden (1936—1938) icke kommer att ske. För ylleindustriens del inträffade, som tidigare framhållits, en delvis stark produktionsnedgång under 1938, vilket medfört att 1936—1938 var en sämre undersökningsperiod för ylleindustrien än för övriga textila industrier.

Nedgången i ylleväveriernas produktion mätt i antal skott, vilket utgör bästa tillgängliga mått härvidlag, var mindre än produktionsnedgången mätt i antal ton beroende på övergången till lättare vävnader. Mätt i antal skott var produktionen en procent högre 1937 än år 1936 och 10 $^1/_2$ procent lägre 1938 än 1937 (i vikt räknat cirka 17 procent). Avmattningen i produktionen var emellertid mycket ojämnt fördelad. Produktionsnedgången synes ha varit störst beträffande artiklar, på vilka handeln tidigare ökat sina lager, och större på kardgarnstyger än kamgarnstyger på grund av förändringarna i modet.

I nedanstående tabell har angivits produktionen, mätt i antal skott, under 1936, 1937 och 1938 samt i medeltal 1936—1938 fördelad på vissa huvudgrupper. Årsproduktionen 1936—1938 har betecknats med 100 och de individuella årens produktion äro angivna i relation därtill.

Varugrupp	1936	1937	1938	1936—1938
	Årsproduktionen 1936—38 = 100			Milj. skott
Kardgarnstyger	104,2	110,4	85,4	13 274
Kamgarnstyger	108,8	101,3	89,9	13 558
Konstsilketyger annat än foder	104,3	96,7	99,0	4 545
Konstsilkefoder m. m.	94,2	102,7	103,1	6 974
Vävda filtar	96,5	102,8	100,8	1 689
Övrigt	97,2	99,4	103,4	527
Summa	103,0	104,0	93,0	40 567
(Maskinfilt	105,6	115,4	78,9	961 ton)

Kardgarnstyger utgöra i huvudsak vinteröverrockstyger, kostym- och byxtyger men även vissa sommaröverrockstyger och små kvantiteter andra tyger. Kamgarnstyger utgöras till största delen av kostym- och byx-

[1] Uppgiftsmaterialet har diskuterats i vart och ett av de följande avsnitten för sig.

tyger men även i stor utsträckning av trenchcoat- och gabardintyger samt klänningstyger. Under »övrigt» inbegripes en mycket liten kvantitet, huvudsakligen specialvävnader. Beteckningen av övriga grupper torde angiva vad dessa innefatta. I bilaga 1 till denna avdelning har angivits vilka varuslag, som hänförts till de olika huvudgrupperna, samt antalet skott per meter, vilket använts såsom norm vid uträkningen av antalet skott.

Produktionsutvecklingen under 1936—1938 för olika varuslag inom varje varugrupp är relativt enhetlig. Dock förklaras mera än två tredjedelar av produktionsnedgången mellan 1936 och 1937 för kamgarnsvävnader av tillverkningsminskningen för trenchcoat- och gabardintyger, som utgjorde icke mindre än ungefär fyrtio procent, samt en betydande del av produktionsnedgången för kamgarnstyger mellan 1937 och 1938 av tillverkningsminskningen för klänningstyger av kamgarn.

Inom ramen för här anförda tendenser i produktionsutvecklingen synes utvecklingen av de individuella företagens tillverkning vara tämligen enhetlig. Endast i undantagsfall, vilka sakna betydelse för helhetsbilden, synas mera anmärkningsvärda avvikelser mellan de individuella företagens produktionsutveckling och den allmänna produktionsutvecklingen ha förekommit. Det är därför icke sannolikt att produktionsstrukturen, redovisad med utgångspunkt exempelvis endast från 1936 och 1937 års uppgifter, skulle visa en nämnvärt annorlunda bild av läget än produktionsstrukturen under den använda undersökningsperioden, åren 1936—1938.

2. Den svenska ylleindustriens utbyggnad i förhållande till den svenska konsumtionen

I detta avsnitt behandlas den svenska ylleindustriens grad av självförsörjning i förhållande till konsumtionen och den industriella förbrukningen under åren 1936—1938.

Produktionen plus nettoimporten av färdiga varor har antagits överensstämma med konsumtionen av yllevaror under hela perioden 1936—1938. Man torde nämligen kunna antaga att lagerökningen under 1936 och 1937 ungefärligen motsvarar lagerminskningen under 1938, varigenom eventuella skillnader mellan konsumtionen under 1936—1938 och produktionen plus importen under samma period på grund av lagerförändringar i stort sett elimineras. Möjligen var lagerminskningen under 1938 större än lagerökningen under 1936—1937, varigenom konsumtionen under perioden underskattats.

Nedan redovisas dels totalförbrukningen av olika slag av vävnader, trikåvaror, mattor etc. samt av olika slag av ullgarn och kammad ull och

dels den inhemska produktionen av motsvarande artiklar, allt uttryckt i ton. Därjämte har angivits den s. k. »självförsörjningsprocenten», d. v. s. hur många procent av totalförbrukningen inom landet den inhemska produktionen motsvarar, ävensom den procentuella ökning av den inhemska produktionen, som behövs för ernående av full självförsörjning. I totalförbrukningen, som alltså överensstämmer med »konsumtionen» för artiklar, färdiga för konsumtion, har inbegripits hela den kvantitet halvfabrikat av olika slag, som skulle åtgå vid en produktion motsvarande hela den inhemska konsumtionen. I den totala förbrukningen av kamgarn har exempelvis inräknats icke endast åtgången av garn för tillverkning av inhemska vävnader och trikåvaror av kamgarn m. m. samt handelsgarn, utan även det kamgarn, som beräknats ingå i importerade kläder, vävnader, trikåvaror etc. Vid beräkningen av förbrukningen av kammad ull har på samma sätt medräknats hela åtgången därav i allt kamgarn, som ingår i totalförbrukningen.[1]

I omstående tabell redovisas, förutom i omstående diagram angivna uppgifter, även total förbrukning och inhemsk produktion under ett genomsnittsår 1936—1938 i absoluta tal samt den procentuella ökning av den senare, som skulle behövas för uppnående av full självförsörjning.

[1] Vid beräkningen av de i helfabrikaten ingående kvantiteterna halvfabrikat av olika slag ha följande på basis av uppgifter från branschen beräknade omräkningstal använts.

En viktsenhet motsvarar nedan angivna viktsenheter.

Yllekläder, färdiga och halvfabrikat	1,0	vävnader*
Trikåvaror av kamgarn	1,10	kamgarn
» » kardgarn	1,15	kardgarn
Kamgarnsvävnader	1,08	kamgarn
Kardgarnsvävnader	1,25	kardgarn**
Mattor	0,75	kardgarn***
Pressduk och maskinfilt	1,25	kardgarn
Kamgarn	1,09	kammad ull
Kardgarn för vävnader	0,39	ull + 0,72 annat ullmaterial
» » strumpstolsarbeten	0,55	ull + 0,56 annat ullmaterial
» » pressduk och maskinfilt	1,11	ull
Kammad ull	1,17	tvättad ull
Tvättad ull	1,65	otvättad ull

* »Skärningsavfallet» anses motsvaras av fodervaror av annat än ylle.

** I den inhemska produktionen av kardgarnsvävnader har på basis av uppgifter i Kommersiella Meddelanden angående ylleindustriens förbrukning av olika slag av garner 700 ton bomullsgarn beräknats ingå.

*** $^2/_5$ av materialet har ansetts utgöra annat än ullgarn.

Produktions- samt import- och exportuppgifter ha hämtats ur av kommerskollegium publicerad statistik.

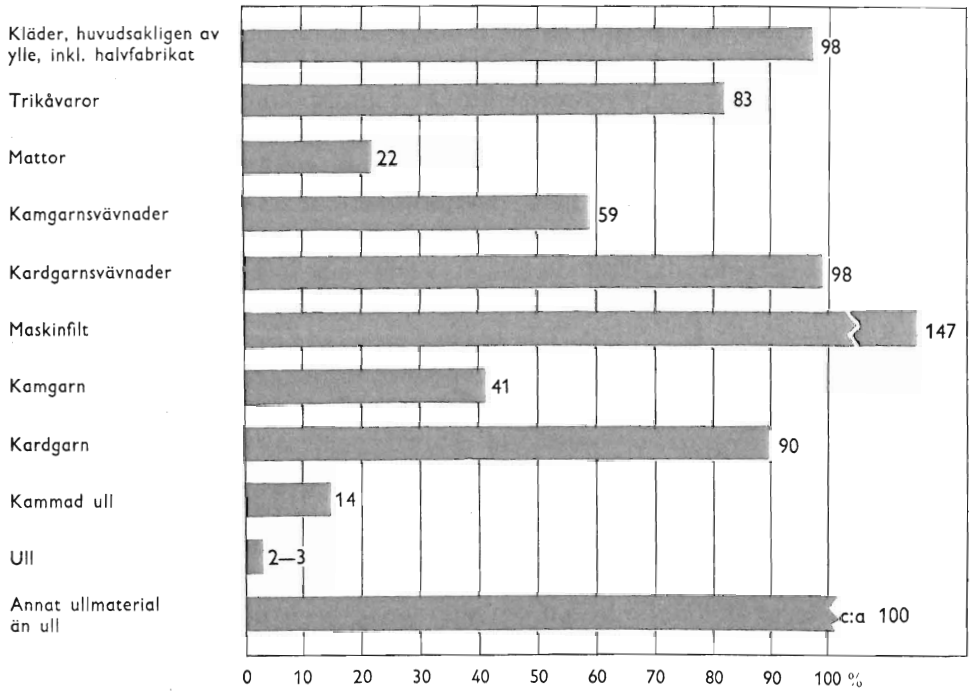


Diagram 19. Självförsörjningsgraden för yllevaror.

Den svenska produktionen av yllevaror (hel- och halvfabrikat samt råvaror) i procent av totalförbrukningen 1936–1938 — i vikt räknat.

Varuslag	Total förbrukning (»Konsumtion») Ton	Inhemsk produktion Ton	Självförsörjningsprocent (3 i % av 2)	Ökning i % av inhemsk produktion för uppnående av »självförsörjning»
1	2	3	4	5
Trikåvaror	2 575	2 145	83	20
Mattor	1 570	340	22	362
Kamgarnsvävnader och -filtar	4 320	2 540	59	70
Kardgarnsvävnader och -filtar	7 105	6 990	98	1
Press- och maskinfilt	570	835	147	— 32
Kamgarn	8 200	3 360	41	144
Kardgarn	10 400	9 360	90	11
Kammad ull	8 900	1 240	14	620

De i tabellen angivna siffrorna äro ganska approximativa dels på grund av de med nödvändighet ungefärliga omräkningstalen och dels på grund av ofullständigheterna i den officiella import- och produktionsstatistiken. Sålunda har den producerade kvantiteten kardgarns- respektive kam-

garnsvävnader måst uppskattas bl. a. med ledning av uppgifter i Kommersiella Meddelanden angående ylleväveriernas förbrukning av kardgarn och kamgarn m. m. Av importen av yllevävnader under rubriken »övriga vävnader» i den officiella handelsstatistiken har gissningsvis 115 ton av 1 415 ton antagits utgöra kardgarnsvävnader. Riktpunkten för denna bedömning har varit den jämförelsevis obetydliga kvantiteten importerade tunga vävnader, vilka troligen äro kardgarnsvävnader. Handelsgarn av kamgarn har med ledning av jämförelser mellan industriens garnförbrukning och den totala tillförseln av garn till den svenska marknaden uppskattats vara av storleksordningen 1 200 ton och av kardgarn 300 ton.

Som framgår av vidstående diagram och tabell är den svenska ylleindustrien synnerligen ojämnt utbyggd i förhållande till den svenska konsumtionen av yllevaror. I stort sett faller »självförsörjningsprocenten» från färdiga varor i hastig takt ned mot lägre produktionsstadier. Detta gäller också om man i jämförelsen även innesluter färdiga plagg av huvudsakligen ylle, för vilka den inhemska produktionen motsvarar 98—99 procent av konsumtionen samt ullen, vars förbrukning endast till 2—3 procent täckes av den inhemska produktionen. Däremot motsvarar den svenska totalförbrukningen av annat ullmaterial än ull i stort sett den inhemska produktionen, ehuru av olika skäl under normala förhållanden samtidigt en betydande import och export av annat ullmaterial än (ny) *ull* äger rum.

Särskilt iögonfallande är den avsevärt högre självförsörjningsgraden för kardgarn än för kamgarn. Produktionen uppgick till 90 respektive 41 procent av totalförbrukningen. Skillnaden i självförsörjning torde bero dels av de större svårigheterna att standardisera kardgarnet och dels av dettas relativt högre tullskydd. Bidragande har kanske också varit att kamgarnsproduktionen synes vara bättre ägnad att drivas i förhållandevis stora enheter än produktionen av kardgarn och därför ha fördelaktigare produktionsbetingelser i länder med stor marknad.

Den i förhållande till förbrukningen starkt begränsade svenska produktionskapaciteten för kamgarn har under kriget medfört en mycket besvärande trång sektion och synes även i tider, då avspärrning icke råder, kunna innebära avsevärda olägenheter.

På grund av den svenska ylleindustriens olika utbyggnad i olika produktionsstadier är givetvis den *industriella* förbrukningen av halvfabrikat väsentligt mindre än totalförbrukningen (konsumtionen). Nedan har för ett genomsnittsår 1936—1938 på nyss angivna sätt beräknats förbrukningen av ullgarn och kammad ull i den svenska industrien ävensom av handelsgarn. Därjämte har analogt med föregående tabell den »industriella självförsörjningsprocenten» uträknats, d. v. s. det antal procent den inhemska produktionen utgör av den industriella förbrukningen plus handelsgarn.

Varuslag	Förbrukning i inhemsk industri samt handelsgarn Ton	Inhemsk produktion Ton	»Industriell självförsörjning» (3 i % av 2)	Ökning i % av inhemsk produktion för uppnående av industriell självförsörjning
1	2	3	4	5
Kamgarn	6 110	3 360	55	82
Kardgarn	9 550	9 360	98	2
Kammad ull	6 650	1 240	19	437[1]

Graden av självförsörjning för av ylleindustrien tillverkade hel- och halvfabrikat har ovan redovisats genom att jämföra genomsnittliga årsförbrukningen och årsproduktionen 1936—1938. Om såsom utgångspunkt för den inhemska produktionen i stället tages år 1937, då ylleindustrien uppnådde sin hittills högsta fredsproduktion och som därför är ett bättre uttryck för industriens kapacitet under normala förhållanden, skulle graden av självförsörjning bliva högre. Den skulle öka med ungefär en tiondel. Skillnaden mellan en på detta sätt beräknad »självförsörjningsprocent» och den ovan beräknade är emellertid i fråga om *relationerna* mellan olika produktionsled tämligen obetydlig och kommer endast litet att påverka den erhållna bilden av den svenska ylleindustriens betydelse för täckande av det svenska behovet av yllevaror.

3. Förekomsten av integration mellan tillverkning av garn och tillverkning av vävnader

Som framgår av föregående avsnitt täckes endast 55 procent av industriens förbrukning av kamgarn genom inhemsk produktion men av kardgarn praktiskt taget helt och hållet eller 98 procent. Samtliga större förbrukningskategorier äro i hög grad beroende av import för att täcka förbrukningen av kamgarn. Av nedanstående tabell över den årliga förbrukningen av ullgarn 1936—1938, uttryckt i ton, framgår att närmare två tredjedelar av ylleväveriernas förbrukning och drygt hälften av trikåfabrikernas förbrukning av kamgarn 1936—1938 utgjordes av importerat garn. Då förbrukningen av kardgarn endast i mycket obetydlig utsträckning täckes av importerat garn ha importsiffrorna icke särskilt omnämnts. Samtliga siffror äro hämtade ur av kommerskollegium publicerad statistik.

[1] För tillgodoseende av de svenska kamgarnsspinneriernas förbrukning av kammad ull skulle den inhemska produktionen därav behöva ökas med 195 procent.

	Kamgarn		Kardgarn
	Totalt	Därav import	Totalt
Bomullsväverier	203	110	117
Ylleväverier	3 033	1 986	8 860
Trikåfabriker	1 706	821	191
Övriga företag	23	19	74
Summa förbrukning inom industrien	4 965	2 936	9 242
Förbrukning utom industrien +– lagerförändring	1 200		361

Det inom landet framställda kamgarnet tillverkas i viss utsträckning av företag, vilka icke samtidigt driva egna väverier. Det är icke möjligt att med ledning av den officiella industristatistiken få några noggrannare uppgifter angående storleken av den kvantitet kamgarn, som förbrukas inom de producerande företagen. Uppgifter föreligga nämligen endast om storleken av produktionen »för vidare bearbetning vid framställningsverket», varmed avses endast sådan produktion, som utföres i samma produktionsenhet i »lokal mening», medan hänsyn till den ekonomiska företagsenheten icke tagits. Då det ur här berörda synpunkter är tämligen likgiltigt huruvida det inom ett företag framställda garnet förbrukas inom samma byggnad eller industriområde eller inom ett samma företag tillhörigt väveri, som ligger på något avstånd från spinneriet, har uppgiften att endast ungefär en fjärdedel av totala kamgarnsproduktionen vidare bearbetas vid »eget framställningsverk» endast intresse såsom en minimisiffra.

I fråga om kardgarn täckes ungefär 98 procent av förbrukningen av inom det egna företaget tillverkat garn med samma reservationer för beräkningssättet som i fråga om kamgarn.

För att erhålla en uppfattning om förekomsten av integration mellan olika led av ylleindustrien ha företagen klassificerats efter integrationsförhållanden. Därvid har hänsyn icke tagits till eventuell tillverkning av annat än yllevaror inbegripet trikåvaror av ylle. Omstående diagram över antalet företag i olika »integrationsgrupper» torde angiva vad som avses utom beträffande »väverier som förbruka mera respektive mindre än eget garn». Hit ha hänförts företag, vilka under 1937 och 1938 förbrukade uppskattningsvis minst tio procent mera respektive mindre än inom företaget framställt garn av samma slag. Är skillnaden mellan produktion och förbrukning mindre ha företagen angivits vara kombinerade spinnerier och väverier.

Siffrorna inom cirklarna angiva antalet företag med den integration, som visas av linjerna till kvadraterna. Det finns t. ex. två företag, vilka tillverka kam- och kardgarn (cirkeln mitt på diagrammets höjd längst till

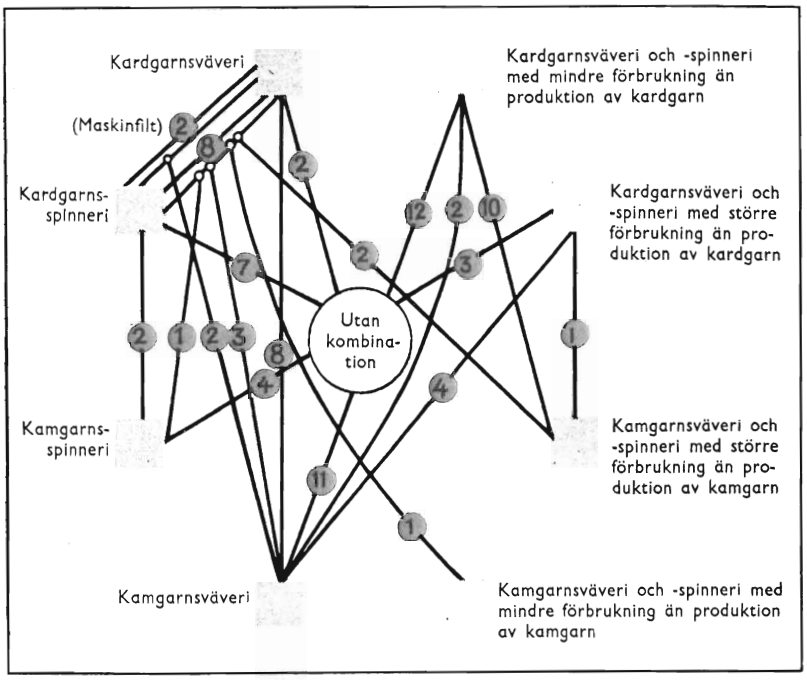


Diagram 20. Integrationsförhållanden inom ylleindustrien (ekonomisk integration).

vänster), och ett företag, som därjämte framställer kardgarnsvävnader (cirkeln omedelbart till höger om den nyss angivna cirkeln). Det finns fyra företag, som endast spinna kamgarn (cirkeln på linjen mellan den med »Kamgarnsspinneri» benämnda kvadraten och den stora cirkeln i mitten med texten »Utan kombination»).

Integration mellan här behandlade kombinationer och trikåtillverkning har icke angivits i diagrammet. Integration mellan ullspinneri och trikåfabrik m. m. förekommer i ett fåtal fall.

För att icke ovanstående diagram skall bliva alltför oöverskådligt ha flera grupper måst bliva tämligen heterogena. Bland de företag, som vid vävning förbruka mer eller mindre av det inom företaget tillverkade garnet, finnas sålunda företag, vilka äro såväl »företrädesvis» väverier som »företrädesvis» spinnerier.

Företagen ha grupperats utan hänsyn till storleksordningen. Inom nästan alla grupper varierar företagens storlek mycket avsevärt. Storföretagen, vilka svara för den övervägande delen av såväl garn- som vävnadsproduktionen, äro i allmänhet kombinerade företag (spinna och väva) och framställa både kam- och kardgarn. Flera av de fristående kamgarnsväverierna (utan spinneri) äro dock mycket stora.

Endast i undantagsfall finnes kombination av tillverkning av yllevaror

och andra textilvaror. Åtskilliga företag förbruka dock inköpt bomullsgarn för tillverkning av s. k. halvyllevävnader. Enligt Kommersiella Meddelanden förbrukade ylleväverierna 1936—1938 i genomsnitt cirka 700 ton bomullsgarn per år. Ett flertal företag tillverka både kamgarns- och konstsilkevävnader.

Den långt drivna integrationen mellan tillverkning av kardgarn och vävnader därav torde bero av i huvudsak tekniska förhållanden. Råvarusammansättningen och utförandet i övrigt av kardgarn kan variera och varieras för erhållande av olika kvaliteter och effekter i sådan omfattning att standardiseringen av garnet i olika kvaliteter är i varje fall mycket svår att genomföra. Härigenom bliva svårigheterna att inköpa garn utifrån mycket stora.[1]

I fråga om kamgarn synes icke samma tekniska skäl föreligga för en kombination av tillverkningen av garn och vävnader i samma företag, vilket tillsammans med de ofta låga priserna på kamgarn i utlandet, där företagsenheterna icke sällan äro mycket stora, torde utgöra huvudförklaringen till att industriella förbrukare av kamgarn endast i relativt liten utsträckning tillverka detta inom det egna företaget.

4. Det inbördes storleksförhållandet mellan olika led av produktionen och distributionen av ylleväv nader

Det har icke varit möjligt att lika noggrant som i fråga om bomullsindustrien beräkna storleksförhållandet, i kronor räknat, mellan olika led av produktionen på basis av officiella uppgifter angående priser på råvaror, garn och vävnader samt uppskattad förbrukning därav. På grund av de starkt varierande priserna på olika råvaror och garnkvaliteter liksom den skiftande förbrukningen av råvaror och halvfabrikat i tillverkningen kunna endast synnerligen grova approximationer utföras. Vid genomsnittspriser 1936—1938 på råvara, garn och vävnader synes råvarukostnaden vara av storleksordningen fyrtio procent av vävnadens fabrikspris, något lägre för kardgarn och något högre för kamgarn. Garnkostnaden varierar naturligt nog också avsevärt men synes utgöra drygt hälften av priset på den färdiga vävnaden. Spinningskostnaden skulle alltså i genomsnitt motsvara kanske knappt femton procent av den färdiga vävnadens pris. Återstående kostnader, alltså för vävning, beredning samt försäljning och administration m. m. skulle i genomsnitt uppgå till i runt tal 45 procent av vävnadens fabrikspris eller kanske något mindre.

Handelns kostnader och pålägg äro liksom industriens mycket varierande. Uppskattningar i Meddelande från Konjunkturinstitutet, B: 2, samt i den av Affärsekonomiska Forskningsinstitutet (AEF) utförda under-

[1] Om orsakerna till vertikal integration, se avsnitt 4 i kapitel 4, sid. 125.

sökningen av beklädnadshandelns ekonomiska läge åren 1938 och 1940 (Meddelande nr 9, 1942) visa följande.

Detaljhandelns pålägg (skillnaden mellan detaljhandelns inköpspris och försäljningspris, båda exklusive rabatter, i procent av inköpspriset) varierade mycket avsevärt men kunde år 1938 enligt AEF genomsnittligt uppskattas till i runt tal följande procenttal: ylletyger 45, klänningar 50, kostymer och överrockar 45 samt kappor 50. Enligt Konjunkturrapporten kunde för år 1939 det genomsnittliga procentuella pålägget på fabrikspriset på yllemetervaror uppskattas till 70 och på konfektion till 45. Då marginalerna på importerade yllevävnader torde vara högre än på inhemska vävnader bör kanske det uppskattade pålägget på inhemska yllevävnader sänkas till 65 procent. Alla uppgifter äro exklusive omsättningsskatt.

Om man räknar med att försäljnings- och distributionskostnaderna för ylleväverierna utgöra cirka fem procent av vävnadernas fabrikspris samt att motsvarande kostnader hos konfektionärerna uppgå till cirka fem—tio procent (samma pålägg förutsättes på den i plagget ingående yllevävnaden som för hela plagget — någon logisk uppdelning kan givetvis inte utföras) skulle man erhålla följande högst ungefärliga procentuella fördelning mellan den olika led av produktionen och distributionen av yllevävnader tillfallande ersättningen.

Kostnader för:	I % av fabrikantens utförsäljningspris vid försäljning såsom		I % av detaljhandelns utförsäljningspris vid försäljning såsom	
	metervara	plagg	metervara	plagg
Råvara	35—45		21—27	22—28
Spinning	10—15		6—9	6—9
Vävning, beredning o. administration	35—45		21—24	22—25
Försäljning och distribution	5		3	3
Vävnadernas utförsäljningspris hos fabrikant	**100**		61	63
Andel av konfektionärernas försäljnings- och distributionskostnader	—	5—10	—	3—6
Grosshandelns bruttomarginal	65	—	39	—
Detaljhandelns »		50		31
Detaljhandelns utförsäljningspris	165	160	**100**	**100**

Som framgår av tabellen skulle den andel av detaljhandelspriset, som faller på distributionen i samtliga led, uppgå till 40—43 procent och exklusive fabrikernas distribution cirka tre procent mindre. Ylleindustriens förädlingskostnader skulle samtidigt vara av storleksordningen 27—34 procent av detaljhandelns utförsäljningspris.

Även om uppgifterna äro högst ungefärliga och endast angiva storleksordningen i grova drag samt därutöver variera mycket avsevärt från fall

till fall, synes man kunna draga den slutsatsen att distributionskostnaderna i allmänhet äro större än industriens förädlingskostnader och endast i undantagsfall lägre än dessa.

Enligt »kalkylen» medför t. ex. en minskning av kostnaderna för spinning med tio procent en sänkning av priset i detaljhandeln med knappt en procent. Förändringar i förädlingskostnaderna ge över huvud taget mycket små utslag på det av konsumenten betalade priset. På grund av det inom handeln allmänt förekommande procentuella pålägget torde dock inom vissa gränser utslagen bliva avsevärt större.

5. Fördelningen av produktionen av ullgarn på olika stora företag

A. Undersökningens representativitet

Enligt kommerskollegii industristatistik tillverkades under något av åren 1937—1938 ullgarn vid 88 arbetsställen. Enligt av industrikommissionen inhämtade uppgifter framställdes ullgarn av 63 företag. Skillnaden mellan antalet arbetsställen och antalet företag beror i huvudsak på att industrikommissionens uppgifter icke innefatta s. k. lönspinning, d. v. s. spinning av garn, för vars framställning beställaren inlämnat material. Ungefär femton mindre kardgarnsspinnerier, vilka uteslutande utföra lönspinning, synas vara redovisade i kommerskollegii men icke i industrikommissionens statistik. Därjämte torde i vissa fall de av industrikommissionen redovisade spinnerierna omfatta mer än ett arbetsställe, varigenom antalet arbetsställen blir högre än antalet företag.

Nedan har produktionen fördelats på olika företag efter tillverkningen under 1937—1938. Den av företagen enligt industrikommissionen redovisade produktionen av kamgarn var praktiskt taget lika stor som den i officiella industristatistiken redovisade, medan den av industrikommissionen redovisade produktionen av kardgarn uppgick till 92 procent av totalproduktionen enligt industristatistiken. Skillnaden utgjordes troligen till största delen av lönspunnet garn.

Av den totala lönspinningen torde en mindre del utföras av små spinnerier, vilka icke bedriva någon annan tillverkning, medan huvuddelen utgöres av lönspunnet garn vid spinnerier, vilka i huvudsak spinna för egen räkning. För den bild av kardgarnsproduktionens fördelning, som erhålles, synes nyssnämnda brist i uppgiftsmaterialet icke spela någon väsentlig roll.

B. Produktionens fördelning på olika stora företag

Av de 63 företag, för vilka framställning av ullgarn redovisas, tillverkade 50 endast kardgarn, fyra endast kamgarn och nio både kard- och kamgarn.

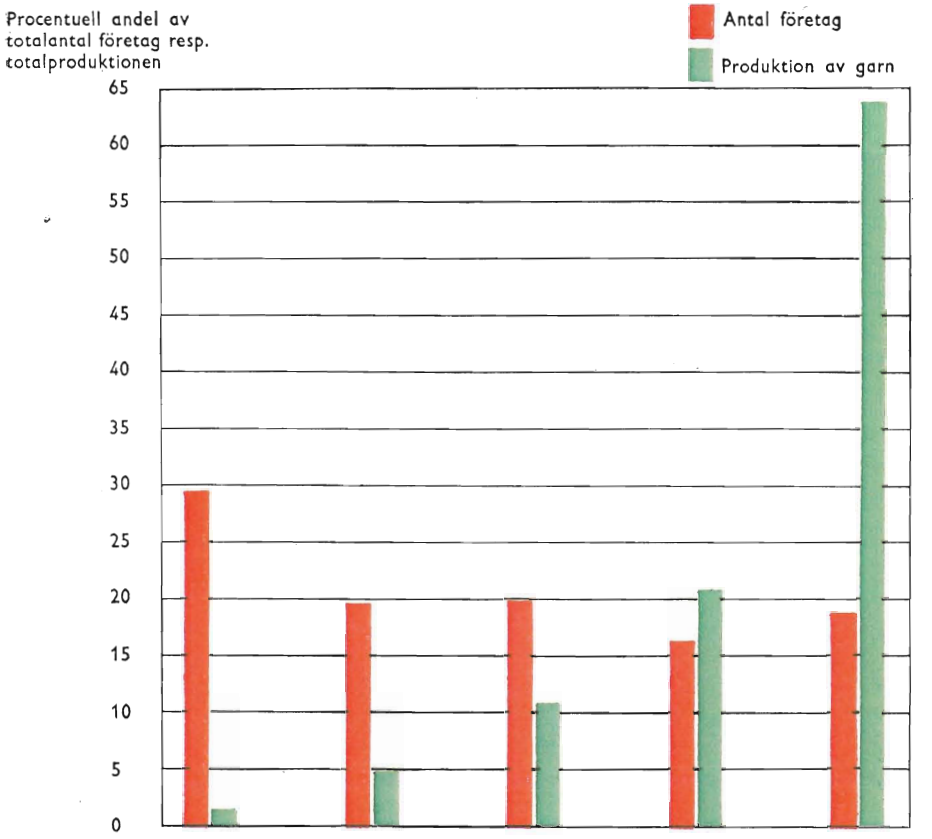
Av de 50 företag, vilka spinna kardgarn men icke kamgarn, äro många relativt små. Den sammanlagda årstillverkningen uppgick till cirka 6 200 ton eller drygt hälften av hela tillverkningen av ullgarn och 72 procent av den sammanlagda kardgarnstillverkningen. De fyra företag, vilka endast tillverka kamgarn hade en sammanlagd tillverkning av drygt 40 procent av hela kamgarnstillverkningen. De nio kombinerade kamgarns- och kardgarnsspinnerierna svarade för 35 procent av hela tillverkningen av ullgarn. Fyra av dessa äro mycket stora företag, vilkas produktion uppgick till närmare 90 procent av samtliga kombinerade spinneriers produktion.

Vidstående diagram visar fördelningen av produktionen av ullgarn på olika stora företag. Som framgår av diagrammet svarar en sjättedel av antalet företag för i det närmaste två tredjedelar av produktionen, medan två tredjedelar av antalet företag sammanlagt icke uppnår mer än ungefär en sjättedel av totalproduktionen. De stora företagens andel av totalproduktionen är sålunda mycket betydande. Bland de stora företagen dominera, återigen, ett litet fåtal mycket stora företag. I den största storleksgruppen är sålunda den genomsnittliga produktionen per företag mer än hälften till så stor som medianföretagets produktion.

De stora spinnerierna utgöras dels av kombinerade kardgarnsspinnerier och -väverier, dels av fristående kamgarnsspinnerier och dels av kombinerade kamgarnsspinnerier och -väverier.

Diagrammet visar t. ex. att företagen i den största storleksgruppen utgjorde 18 procent av totalantalet företag och svarade för 64 procent av totalproduktionen. Av tabellen under diagrammet framgår vidare t. ex. att om de 11 företagen i den största storleksgruppen ordnas i storleksföljd efter produktionen av ullgarn, så hade det mittersta företaget (nr 6), medianföretaget, en årsproduktion (genomsnitt 1937 och 1938) av 455 ton. Företagens sammanlagda genomsnittliga årsproduktion 1937—1938 dividerad med antalet företag, genomsnittsproduktionen, uppgick till 674 ton, och intet företag i den största storleksgruppen hade lägre genomsnittlig årsproduktion 1937—1938 än 351 ton.

Den relativa betydelsen av företag i olika storleksgrupper är ungefärligen lika stor beträffande kard- och kamgarn. Även produktionen per företag är av ungefär samma storleksordning. De stora kamgarnsspinnerierna dominera dock mera tillverkningen av kamgarn än de stora kardgarnsspinnerierna tillverkningen av kardgarn. Två tredjedelar av tillverkningen av kamgarn föll på de fyra största företagen medan de åtta största kardgarnsspinnerierna endast svarade för drygt hälften av totala kardgarnstillverkningen. De sistnämnda företagen tillverkade dock per företag lika stor kvantitet garn, i ton räknat, som de stora kamgarnsspinnerierna. Den totala tillverkningen av kardgarn är två och en halv gånger så stor som tillverkningen av kamgarn i vikt räknat. Kamgarn har dock betydligt



Företagens produktion ligger mellan	–23	24–60	61–150	151–350	351–	ton
Medianföretagets årsproduktion	8	40	104	229	455	ton
Genomsnittliga årsproduktionen	8	38	106	238	674	ton
Antal företag	18	12	12	10	11	

Diagram 21. Olika företags andel av totalantalet företag, producerande ullgarn (kam- och kardgarn), samt av totalproduktionen av ullgarn 1937–1938.

Företagen ha hänförts till respektive storleksgrupper efter storleken av deras produktion av kardgarn och kamgarn i viktsmängd räknat.

högre genomsnittsnummer — högre finlek — än kardgarn, varför i längd räknat skillnaden icke är så stor.

Följande stapeldiagram visar fördelningen av produktionen av kamgarn och kardgarn, var för sig (oavsett om tillverkningen bedrives i självständiga eller kombinerade företag).

Om uppgifter angående lönspinning av kardgarn medtages, skulle troligen den sammanlagda produktionen hos företagen i minsta storleksgrup-

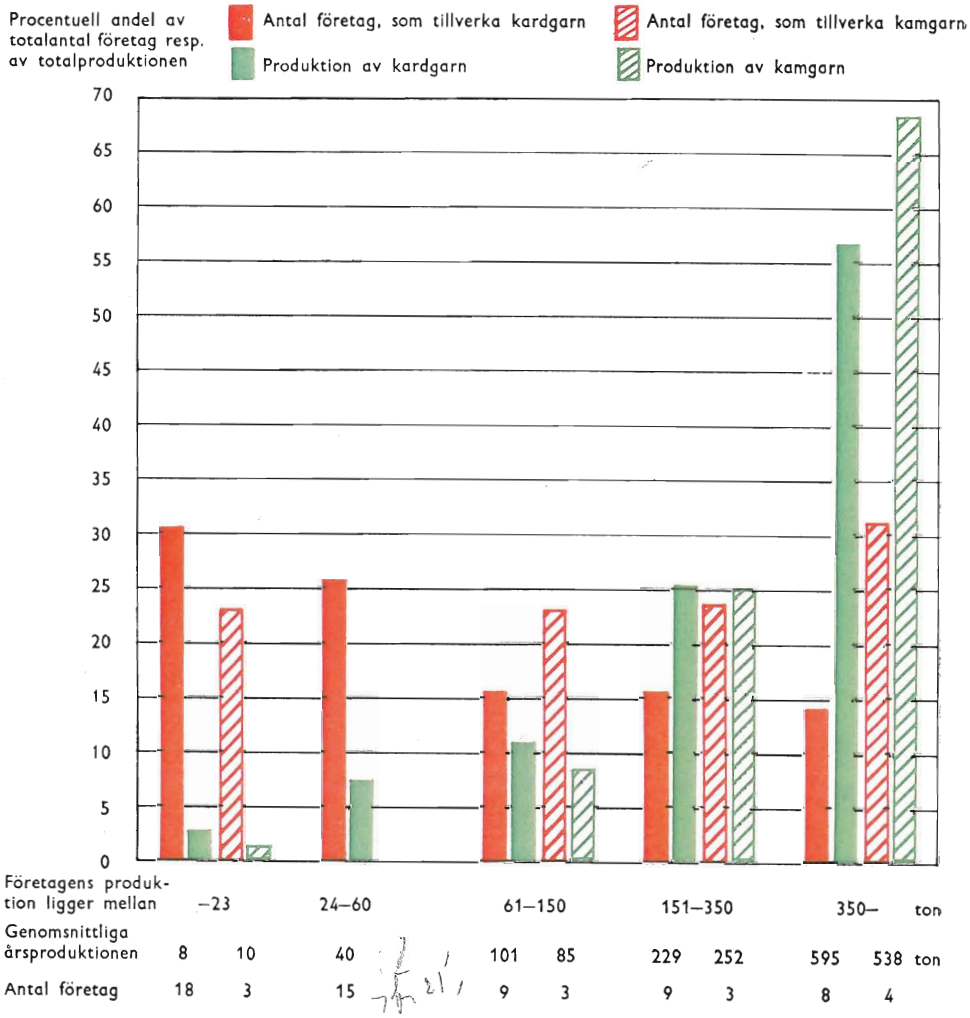


Diagram 22. Olika stora företags andel av totalantalet företag, producerande kardgarn respektive kamgarn, samt av totalproduktionen av kardgarn respektive kamgarn 1937–1938.

Företagen ha hänförts till respektive storleksgrupper efter storleken av deras produktion av kardgarn och kamgarn i viktsmängd räknat.

pen öka mycket väsentligt eller med kanske 100 ton. Denna kvantitet utgör dock endast något mer än en procent av den sammanlagda kardgarnstillverkningen i samtliga företag. Samtidigt skulle troligen även den av medelstora företag redovisade tillverkningen stiga. Några större förändringar i totalbilden skulle dock icke uppkomma, då den sammanlagda lönspinningen ej torde uppgå till mer än knappt en tiondel av här redovisad tillverkning av kardgarn. Betydelsen av de små och medelstora företagen skulle accentueras.

6. Ylleväveriernas produktionsstruktur[1]

A. Undersökningens representativitet

Produktionen av vävnader av olika slag inom olika företag har uttryckts i meter, medan kommerskollegii avsevärt mindre specificerade uppgifter äro uttryckta i ton. Det är därför icke möjligt att direkt jämföra de redovisade, individuella produktionsuppgifterna med totalproduktionen enligt kommerskollegium. Däremot har genom industrikommissionen kunnat erhållas uppgifter angående ylleväveriernas genomsnittliga årsförbrukning 1936—1938 av kamgarn och kardgarn samtidigt som motsvarande uppgifter kunnat beräknas för samtliga ylleväverier genom att addera av kommerskollegium (Kommersiella Meddelanden) rapporterad totalförbrukning inom ylleväverierna av inköpt garn och totalproduktionen av ullgarn »för vidare bearbetning vid framställningsverket». Den senare posten torde emellertid innehålla vissa, med all sannolikhet förhållandevis obetydliga, kvantiteter garn, som förbrukas inom trikåindustrien.

Samtliga företag, vilka äro medtagna i analysen av produktionsstrukturen, förbrukade i genomsnitt 1936—1938 3 050 ton kamgarn och 8 735 ton kardgarn per år. Motsvarande förbrukningssiffror enligt kommerskollegium voro 3 033 ton kamgarn och 8 860 ton kardgarn eller drygt 99 respektive 101 procent av de i undersökningen medtagna företagens förbrukning enligt industrikommissionens uppgifter. De i undersökningen deltagande företagen representera sålunda sannolikt praktiskt taget hela totalproduktionen av yllevävnader.

Troligen saknas vissa mycket små väverier med specialiserad tillverkning (draperityger etc.) men det är icke möjligt att fastställa huru många. 98 arbetsställen redovisas i kommerskollegii statistik för ylleväverier, medan i undersökningen medtagits 58 företag. Den stora skillnaden i antalet behöver emellertid icke innebära och innebär säkert icke heller att något större antal små företag saknas. Ett företag består ju ofta av mera än ett arbetsställe och vidare innefattas i antalet av kommerskollegium redovisade arbetsställen sådana där över huvud taget yllevävnader tillverkas. Detta sker i mycket liten skala i åtskilliga företag, vilka framställa mattor, gardiner, möbeltyger och dylikt huvudsakligen av bomull och cellull och vilka samtliga i denna utredning hänförts till bomullsindustrien.

I den mån ylleväverierna även tillverka bomullsvävnader har produktionen av dessa icke medtagits. Detta torde emellertid ske i mycket liten utsträckning. Däremot har ylleväveriernas tillverkning av vävnader av konstsilke kunnat medtagas i undersökningen av produktionsstrukturen. Tillverkningen av konstsilkevävnader är koncentrerad till ett litet antal företag men den totala produktionen är mycket stor, mätt i antal skott.

[1] Den i detta och motsvarande avsnitt i kapitlet angående bomullsindustrien använda diagramtekniken har förf. beskrivit i *Industriproblem 1943*, IUI, Stockholm 1943, s. 48 ff.

Ylleindustrien framställde 1936—1938 i genomsnitt närmare 200 ton klänningstyger av konstsilke samt drygt 360 ton fodervaror av konstsilke eller tillsammans drygt 550 ton konstsilkevävnader. Av tillverkningen av cellull- och konstsilkevävnader synes därför endast cirka 75 ton icke behandlas vare sig i utredningen angående bomulls- eller ylleindustriernas struktur, d. v. s. knappt tre procent av den totala av kommerskollegium redovisade produktionen av cellull- och konstsilkevävnader.

I det följande mätes företagens produktion alltid i antal skott, uträknade genom att multiplicera antalet tillverkade meter av respektive varuslag[1] med i bilaga 1 angivna antal skott per meter. Vissa smärre felaktigheter torde härigenom uppkomma. Utom beträffande de minsta företagen, vars andel av den totala produktionen dock är försvinnande liten, torde emellertid här använda approximationer vid beräkningen av antalet skott icke i nämnvärd utsträckning påverka den bild av produktionens struktur, som erhålles.

B. Totalproduktionens fördelning på olika varugrupper

Den totala årsproduktionen av vävnader inom ylleindustrien uppgick i genomsnitt under åren 1936—1938 till 40 600 miljoner skott mot knappt 320 000 miljoner skott inom bomullsindustrien. Av totalproduktionen inom ylleindustrien utgjorde kardgarnstyger och kamgarnstyger vardera drygt 30 procent, vävda filtar drygt fyra procent och konstsilketyger sammanlagt i det närmaste en tredjedel — allt i skott räknat. Drygt två tredjedelar av tillverkningen av konstsilkevävnader bestod av konstsilkefoder. Därjämte framställde ylleindustrien en del specialvävnader till en kvantitet av en procent av totalantalet skott samt 960 ton maskinfilt och ungefär 70 ton stampad filt för sko- och konfektionsindustrierna samt för tekniska ändamål.

Om man uppdelar totalproduktionen efter användningsområde erhålles följande resultat. Av den totala vävnadsproduktionen föll drygt 41 procent på herrbeklädnadstyger, knappt 31 procent på dambeklädnadstyger och knappt 23 procent på konfektionsartiklar, d. v. s. fodervaror. Av återstoden, fem procent, utgjorde fyra femtedelar filtar och en femtedel heminredningstyger såsom möbel- och draperityger samt mattor. Därtill kom tillverkningen av maskinfilt och stampad filt, sammanlagt 1 030 ton.

Uppdelningen på herr- och dambeklädnadstyger är endast ungefärlig. Sålunda ha alla sporttyger inklusive skiddräktstyger räknats som herrbeklädnadstyger liksom alla kostym- och byxtyger även om någon del av dessa använts vid tillverkning av kappor och dräkter. Gissningsvis torde dock den kvantitet dambeklädnadstyger, som redovisats som herrbeklädnadstyger, icke kunna vara större än att dambeklädnadstygernas andel av den

[1] Enligt industrikommissionens statistik.

totala produktionen skulle öka från knappt 31 till drygt 35 procent och herrbeklädnadstygernas minskas till knappt 37 procent.

C. Totalproduktionen fördelad på olika varuslag

I omstående diagram redovisas produktionen av olika slag av vävnader, uttryckt i antal skott, i procent av ylleindustriens totala vävnadsproduktion 1936—1938, också uttryckt i antal skott.

Diagrammet ger icke en helt rättvisande bild av hur mycket de olika slagen av vävnader betyda för sysselsättningen i väverierna. Beroende på olika bredder och olika material varierar nämligen antalet skott per vävstols- och arbetaretimme icke obetydligt. Man synes sålunda kunna räkna med att effektiva antalet skott per vävstolstimme är ungefär hälften till så hög för smala som för breda vävnader. I diagrammet har för de viktigare vävnader, vilkas produktion per vävstolstimme är större än för breda yllevävnader, en del av stapeln streckats för att antyda den del av skottantalet för varuslaget ifråga, som icke »motsvaras av vävstolstimmar». De icke streckade delarna av staplarna angiva m. a. o. den mycket ungefärliga storleksordningen av de olika varuslagens betydelse för sysselsättningen av vävstolsparken. Det bör framhållas att denna beräkning icke bygger på mera än ett grovt medelvärde för det effektiva antalet skott per timme för olika huvudgrupper av vävstolar och helt bortser ifrån variationer på grund av exempelvis skillnader i tillverkningsseriernas längd för olika varuslag eller i beredningsarbetet.

Beträffande sysselsättningen av arbetskraften är det ännu svårare att ens ungefärligen beräkna de olika varuslagens betydelse. Man kan dock anse att de icke streckade delarna av staplarna i mycket stora drag även redovisa de olika varuslagens betydelse för sysselsättningen av arbetskraften med undantag för konstsilkevävnader. Då dessa huvudsakligast torde framställas på automatvävstolar[1], synes man kunna räkna med att arbetsåtgången icke är mer än ungefär en tredjedel av arbetsåtgången, per skott räknat, för yllevävnader av motsvarande bredd.

Vad som ovan sagts gäller per skott och per löpmeter räknat. Per kvadratmeter räknat är i stället produktionen på breda vävstolar vanligen större än på smala stolar, vilka dock spela mycket liten roll i ylleindustrien.

D. Totalproduktionens fördelning på företag av olika storlek

De största företagen svara för den alldeles övervägande delen av produktionen av yllevävnader. Hos de nio största företagen, 15 procent av totalantalet, utgjorde den, i skott räknat, sålunda 1936—1938 ej mindre

[1] Dessa byta automatiskt spolen i skytteln.

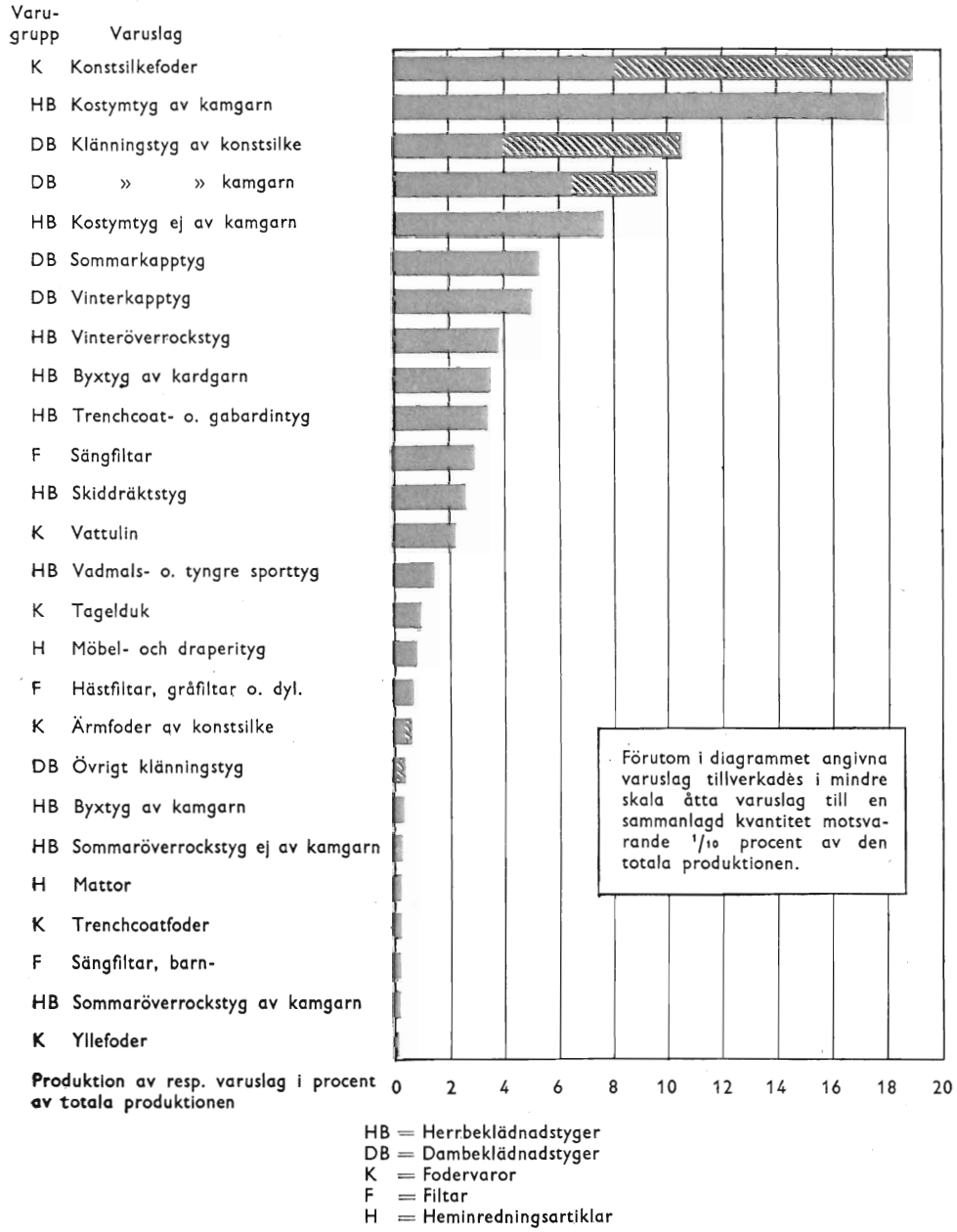


Diagram 23. Produktionen av olika av ylleindustrien tillverkade varuslag i procent av ylleindustriens totalproduktion, båda uttryckta i antal skott, 1936–1938.

De helröda (icke streckade) staplarna angiva det ungefärliga storleksförhållandet mellan för tillverkning av respektive varuslag erforderliga vävstolstimmar.

än 65 procent av totalproduktionen, medan de återstående 49 företagens andel av produktionen endast utgjorde 35 procent. Om även produktionen av klänningstyger av konstsilke inräknas, ökar de stora företagens betydelse ännu mera. De nio största företagens produktion motsvarade då 70 procent av totalproduktionen i antal skott räknat.

Även de medelstora företagen redovisa en relativt stor produktion. De åtta företag, som hänförts till denna grupp, producerade sålunda ungefär 16 procent av den totalt tillverkade varumängden (inkl. klänningstyger av konstsilke). De återstående 41 företagen, d. v. s. drygt två tredjedelar av samtliga, tillverkade endast en sjättedel av hela produktionen av yllevävnader och en sjundedel av hela produktionen inklusive klänningstyger av konstsilke.

Med undantag för de tio allra minsta företagen, vilka tillverka nästan uteslutande filtar, innebär icke skillnaden i storlek någon mera betydande skillnad i inriktningen av företagens tillverkning i stora drag i annan mån än att flertalet mindre företag uteslutande eller praktiskt taget uteslutande tillverka kardgarnsvävnader och filtar under det att de stora företagen framställa såväl kardgarns- som kamgarnsvävnader, och därjämte i fyra fall konstsilkevävnader. De företag, som uteslutande eller praktiskt taget uteslutande tillverka kamgarnsvävnader, äro stora företag.

Omstående diagram visar den sammanlagda produktionen 1936—1938 av yllevävnader, filtar och klänningstyger av konstsilke för företag tillhörande olika storleksgrupper uttryckt i procent av den totala produktionen, allt i antal skott. Företagen ha hänförts till respektive storleksgrupper efter den beräknade storleken av produktionen av yllevävnader och filtar men icke av konstsilkevävnader. Antalet företag i varje storleksgrupp har även angivits i procent av totalantalet.

En bild av de olika varugruppernas betydelse för produktionen hos företag i olika storleksklasser erhålles av diagrammet på sid. 211. I detta har produktionen av vävnader inom de olika varugrupperna fördelats på företag av olika storlek. Diagrammet visar för varje varugrupp hur stor andel varje *tretal* företag, ordnade efter produktionens storlek för ifrågavarande varugrupp, utgjorde av den totalt redovisade produktionen av till varugruppen i fråga hörande varuslag.

Som framgår av diagrammet är de större företagens andel av totalproduktionen av ungefär samma storleksordning för alla varugrupper utom konstsilkevävnader, medan antalet små företag, tillverkande beklädnadstyger av kamgarn är betydligt lägre än antalet små företag, tillverkande beklädnadstyger av kardgarn respektive heminredningstyger.

En liknande uppdelning av produktionen, fördelad efter »användningsområden», visar följande tabell.

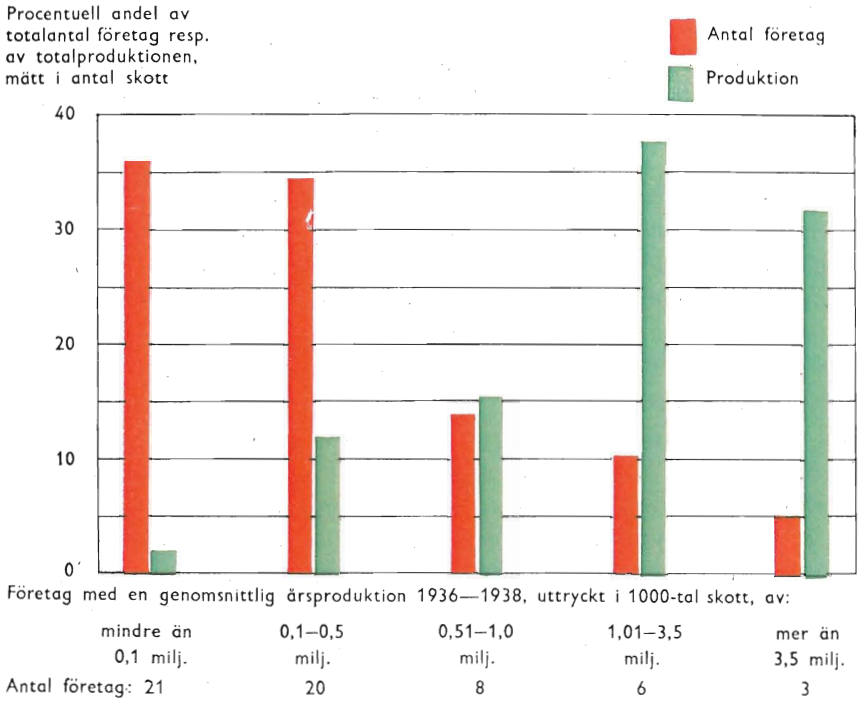


Diagram 24. Antalet olika stora företag, tillverkande yllevävnader, filtar och konstsilkeklänningstyger, i procent av totalantalet, samt produktionen hos företagen i respektive storleksgrupper i procent av totalproduktionen av nyssnämnda varugrupper. 1936–1938.

Företagen ha hänförts till respektive storleksgrupper efter storleken av produktionen av yllevävnader och filtar.

Varugrupp	Genomsnittliga totala årsproduktionen 1936–1938 milj. meter	Antal företag som tillverka varuslaget	Procentuell andel av totalproduktionen för		
			de tre största tillverkarna av varugruppen	de tre därnäst största tillverkarna av varugruppen	de tre därnäst största tillverkarna av varugruppen
Herrbeklädnadstyger .	10,2	41	54	22	11
Dambeklädnadstyger .	7,2	33	71	16	5
Konfektionsartiklar (foder o. d.)	3,7	23	95	4 1/2	0,1
Heminredningsartiklar	0,2	11	63	28	8
Filtar (1 000 st).	629,3	32	44	22	14

Produktionen av herrbeklädnadstyger och filtar är betydligt svagare koncentrerad till de stora företagen än framställningen av dambeklädnadstyger, heminredningsartiklar och i synnerhet konfektionsartiklar (foder o. d.). De nio största företagens andel av totalproduktionen av respektive

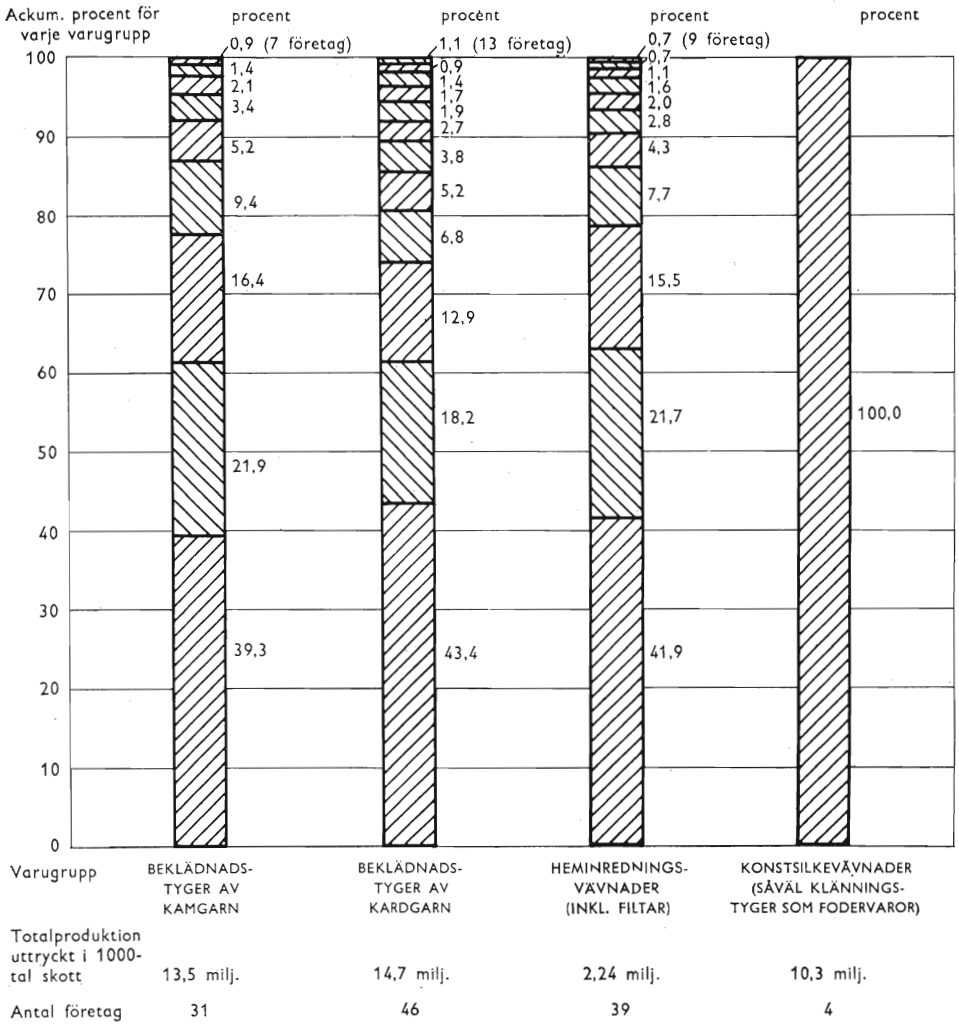


Diagram 25. Varje tretal företags andel av totalproduktionen av till olika varugrupper hörande varuslag, då företagen ordnats i storleksordning efter storleken av produktionen av till respektive varugrupper hörande varuslag. 1936–1938.

Varje segment i respektive staplar angiver sammanlagda storleken av varje tretal företags produktion av vävnader, tillhörande varugruppen i fråga. Företagen äro ordnade i storleksföljd på så sätt att det nedersta segmentet angiver sammanlagda produktionen av vävnader tillhörande varugruppen i fråga hos de tre företag, vars produktion inom denna varugrupp var störst, i procent av totalproduktionen av vävnader, hänförliga till denna varugrupp o. s. v.

varugrupper var 87, 87, 92, 99 och 99 $^1/_2$ procent. Tillverkningen av dambeklädnadstyger av ylle enbart var fördelad på olika stora företag på ungefär samma sätt som herrbeklädnadstyger av ylle.

Produktionen av större varuslag var jämnare fördelad än produktionen

av mindre varuslag.[1] Produktionen av trenchcoat- och gabardintyger samt av klänningstyger domineras dock mycket starkt av ett litet fåtal företag.

E. Differentieringen av väveriernas produktion

En analys av differentieringen av företagens produktion bör ge en bild av såväl dennas inriktning på olika varugrupper och varuslag tillhörande dessa som av de olika produktionsseriernas storlek, d. v. s. de producerade kvantiteterna av olika varuslag hos respektive företag. Däremot beröres icke i detta avsnitt produktionens uppdelning i färre eller flera kvaliteter eller mönster inom olika varuslag. Detta behandlas i stället i avdelning IV.

På vidstående sida har sammanställts ett diagram, vilket för samtliga 58 ylleväverier visar dels antalet producerade varuslag inom olika varugrupper och dels dessa fördelade på produktionsserier av olika längd. Varje producerat varuslag har betecknats med en punkt. Företagen ha ordnats i storleksordning efter deras produktion av yllevävnader, mätt i antal skott. Även företagens produktion av klänningstyger av konstsilke men icke av konstsilkefoder har emellertid medtagits i diagrammet.

I syfte att visa i vilken utsträckning företagen specialiserat sin tillverkning på vissa varugrupper har varuslag tillhörande viss varugrupp genomgående betecknats med punkt av viss färg. Röda punkter angiva sålunda varuslag tillhörande varugruppen beklädnadstyger av kardgarn, blå punkter sådana av kamgarn o. s. v.

Företagen ha indelats i samma storleksgrupper som tidigare i diagram 24, d. v. s. små företag, medelstora företag o. s. v.

Den sammanlagda produktionen inom respektive storleksgrupper i procent av totalproduktionen har angivits på diagrammet liksom antalet varuslag och sammanlagda produktionen i procent av totalproduktionen för varje storleksgrupp av produktionsserier (längst till höger på diagrammet).

Som framgår av diagrammet ökar antalet producerade varuslag för varje storleksgrupp av företag liksom även, ehuru mindre utpräglat, antalet varugrupper. Ökningen av antalet varuslag är emellertid betydligt mindre än ökningen av storleken av företagens produktion, så att produktionens storlek per varuslag ökar med stigande storlek på företaget. Genomgående kan i stort sett samma utveckling iakttagas beträffande både antalet tillverkade mönster och antalet framställda meter per mönster, tillverkningsseriernas längd.

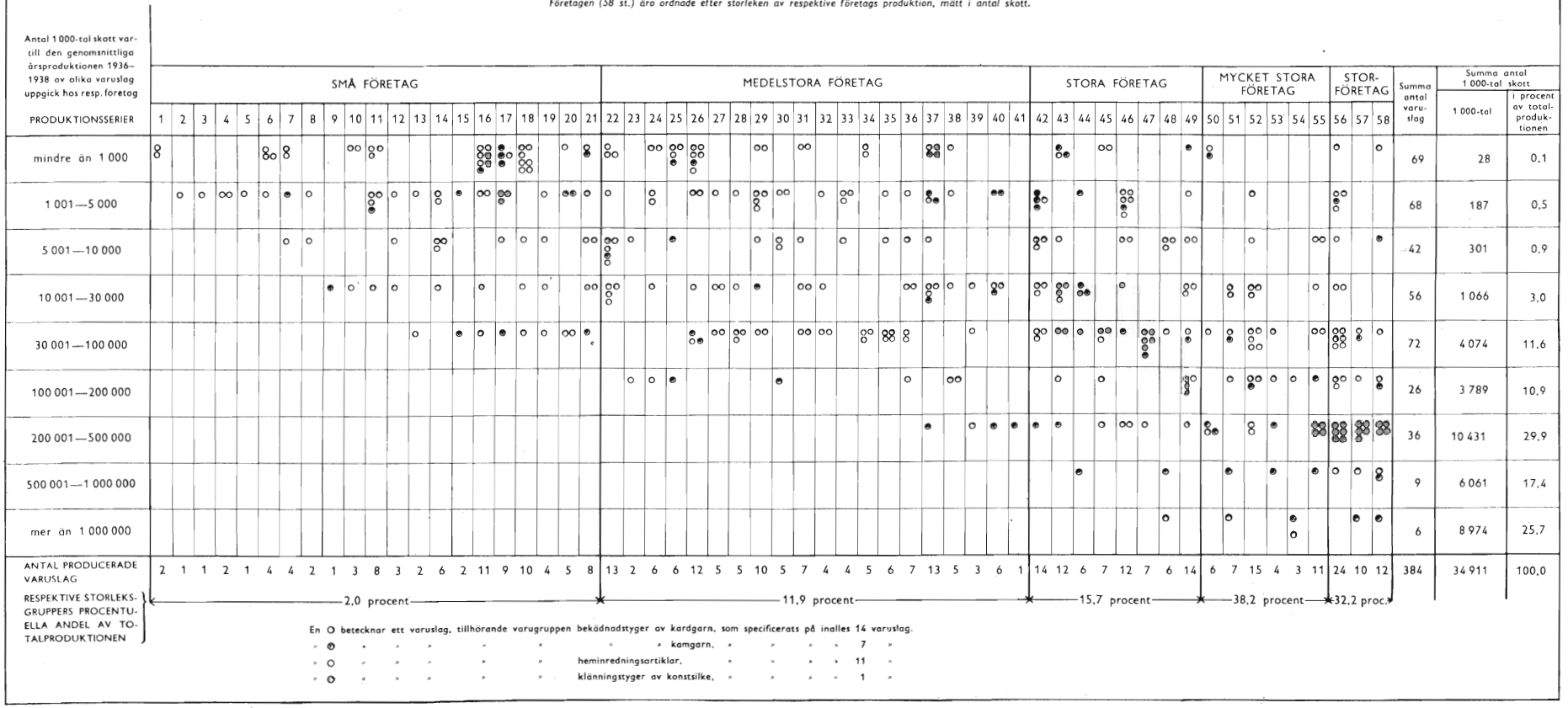
Företagen tillhörande minsta storleksgruppen och framförallt de mindre företagen i denna grupp tillverka uteslutande eller huvudsakligen heminredningsartiklar, d. v. s. filtar samt möbel- och draperityger. De företag, som enbart tillverka heminredningsartiklar, framställa vanligen endast

[1] Med »stort» varuslag avses ett sådant, varav totalproduktionen är stor, etc.

Diagram 26. Differentieringen av ylleväveriernas produktion

(med hänsyn till varugrupper och varuslag inom dessa).

Företagen (58 st.) äro ordnade efter storleken av respektive företags produktion, mätt i antal skott.



möbel- och draperityger, medan för de företag, som även tillverka beklädnadstyger av kardgarn, filtar utgöra den alldeles övervägande »heminredningsartikeln».

De medelstora företagen tillverka liksom de större företagen i den minsta storleksgruppen, ehuru mindre utpräglat, huvudsakligen beklädnadsartiklar (även filtar). Antalet producerade varuslag är mycket varierande men ligger på en något högre nivå än för de små företagen. Då de medelstora företagen i genomsnitt äro mycket större, är produktionen per varuslag åtskilligt högre än för de små företagen. Produktionen av kamgarnstyger är förhållandevis högre hos de större företagen inom gruppen än hos de mindre.

Antalet varuslag inom företag, tillhörande de återstående storleksgrupperna (»stora» och »mycket stora företag» samt »storföretag»)[1] är ungefär lika stort ehuru med starka individuella variationer. Inom gruppen stora företag utgör det övervägande antalet producerade varuslag beklädnadstyger av kardgarn, men produktionen av kamgarnstyger är ungefär lika stor, ehuru koncentrerad till färre och längre produktionsserier. Produktionen av filtar är obetydlig. Spridningen av tillverkningen på olika långa produktionsserier är genomgående mest framträdande inom denna storleksgrupp.

Inom den näst största storleksgruppen, »mycket stora företag», är antalet producerade varuslag per företag något mindre än inom föregående storleksgrupp. Spridningen av produktionen på olika långa produktionsserier är emellertid snarast något mindre och mera koncentrerad till de långa serierna. Produktionen av heminredningsartiklar (filtar) är även relativt större än inom föregående grupp men koncentrerad till endast två företag. Tillverkningen av kamgarnsvävnader är väsentligt större än tillverkningen av kardgarnsvävnader beroende på att i denna grupp befinna sig flera s. k. självständiga väverier, vilkas tillverkning i stor utsträckning koncentrerats till kamgarnsvävnader. Produktionen av kamgarnsvävnader är ungefär 75 procent större än produktionen av kardgarnsvävnader. Även framställningen av klänningstyger av konstsilke (och konstsilkefoder) synes vara mycket betydande för två av företagen.

Inom den största storleksgruppen är antalet tillverkade varuslag per företag störst. Produktionen av kardgarnstyger är återigen väsentligt större än produktionen av kamgarnstyger. Den förra överstiger den senare med drygt en tredjedel. Produktionen är starkt koncentrerad till de långa produktionsserierna och dessa äro betydligt längre för kamgarnstyger än för kardgarnstyger. En relativt obetydlig men i absoluta tal betydande produktion av filtar och av konstsilkefoder utföras av företagen i denna grupp.

Om man betraktar fördelningen av produktionen på olika företag oav-

[1] Benämningarna på de olika storleksgrupperna av företag framgår bl. a. av tabellen på s. 215.

sett storleksgrupperna, finner man att tillverkningen av heminredningsartiklar (huvudsakligen filtar) är starkt koncentrerad till de små företagen och de korta produktionsserierna. I fråga om kardgarnstyger är tillverkningen relativt betydande hos den mindre hälften av företagen samt hos de allra största. Produktionsseriernas längd stiger starkt med stigande företagsstorlek.[1] Detta är ännu mer utpräglat beträffande kamgarnstyger, av vilka produktionen per varuslag ligger väsentligt högre än för kardgarnstyger och ökar starkt med stigande storlek på företagen.

Den alldeles övervägande delen av produktionen av kamgarnstyger faller på medelstora och större företag utom de allra största, vars produktion av kamgarnstyger visserligen är stor men icke dominerande.

En analys av differentieringen av tillverkningen hos olika företag bör, för att bliva mera realistisk, utföras betydligt mera ingående än vad här skett.[2] Vissa här redovisade varuslag omfatta en mångfald olika kvaliteter och mönster, medan andra endast omfatta ett fåtal sådana. Som redan framhållits föreligger emellertid en samvariation mellan antal producerade varuslag och mönster samt mellan produktionens storlek per varuslag och per mönster hos olika företag.

I nedanstående tabell har ett försök gjorts att giva en starkt koncentrerad siffersammanställning i relativa tal av produktionens fördelning på varuslag och dess inriktning på olika långa produktionsserier inom företag, tillhörande olika storleksgrupper. Produktionen av konstsilkefoder har uteslutits i denna tabell.

Produktionens storlek per varuslag för olika företag står under inflytande bl. a. av att de på hela marknaden efterfrågade kvantiteterna äro mycket olika stora för olika varuslag och att olika företag framställa olika varuslag. En god bild av skillnaden i detta hänseende mellan »stora» och »små» varuslag erhålles av diagram 23 på sid. 208 även om de importerade kvantiteterna där icke medräknats. De stora företagen äro ofta i större utsträckning inriktade på produktion av stora varuslag än de små företagen.

Vid en bedömning av den ekonomiska betydelsen av differentieringen av företagens produktion får givetvis hänsyn icke endast tagas till eventuella tillverkningstekniska och andra fördelar av produktion i långa serier utan även till fördelen av en mångsidig produktion — vilken ofta förutsätter korta produktionsserier — med hänsyn till försäljningen och distributionen. En mångsidig produktion torde bl. a. ofta möjliggöra ett bättre utnyttjande av respektive företags försäljningsorganisation och en mera intim kontakt med kunderna.[2]

[1] Detta gäller även, som framgår av avdelning IV, längden av tillverkningsserierna, d. v. s. antalet producerade meter per mönster.

[2] Se härom vidare avdelning IV i detta kapitel ävensom kapitel 4, avsnitten 6, 14 och 15.

Genomsnittlig årsproduktion 1936–38 (»produktionsserier») för respektive varuslag utgjorde nedanstående antal 1 000-tal skott	Småföretag		Medelstora företag		Stora företag		Mycket stora företag		Storföretag		7+9	8+10	Summa		Produktion per varuslag miljoner skott
	Antal varuslag	Prod. %	Antal varuslag	Prod. %	Antal varuslag	Prod. %	Antal varuslag	Prod. %	Antal varuslag	Prod %	Antal varuslag	Prod. %	Antal varuslag	Prod. %	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
mindre än 1 000	33	2,1	26	0,3	6	0,0	2	0,0	2	0,0	4	0,0	69	0,1	0,4
1 001— 5 000	26	9,9	25	1,8	12	0,5	1	0,0	4	0,1	5	0,1	68	0,5	2,8
5 001— 10 000	11	10,4	15	2,6	11	2,0	3	0,1	2	0,1	5	0,1	42	0,9	7,2
10 001— 30 000	10	25,3	24	11,3	14	3,8	6	1,1	2	0,3	8	0,7	56	3,0	19,0
30 001— 100 000	9	52,3	24	31,5	19	14,7	11	6,0	9	4,6	20	5,3	72	11,6	55,8
100 001— 200 000	—	—	7	24,7	6	12,2	7	8,9	6	7,8	13	8,4	26	10,9	148,2
200 001— 500 000	—	—	4	27,8	7	32,7	10	22,0	15	38,2	25	30,1	36	29,9	289,7
500 001—1 000 000	—	—	—	—	2	17,5	3	20,5	4	21,6	7	21,0	9	17,4	673,4
mer än 1 000 000	—	—	—	—	1	16,6	3	41,4	2	27,3	5	34,3	6	25,7	1 495,7
Summa	89	100,0	125	100,0	78	100,0	46	100,0	46	100,0	92	100,0	384	100,0	91,0
Produktionen i procent av totalproduktionen	2,0		11,9		15,7		38,2		32,2		70,4		100,0		
Antal företag	21		20		8		6		3		9		58		
Produktionen per företag milj. 1 000-tal skott....	40		210		920		1 870		3 820		2 520		600		

Bilaga 1 (löpande nr 2)

Förteckning över olika slag av yllevävnader m. m. under 1936—1938 i industrikommissionens statistik samt antal 1 000-tal skott per meter enligt uppgift från branschen.

Varuslag[1]	Uppskattat genomsnittligt antal 1 000-tal skott per meter (respektive styck)
Vinteröverrockstyger	1,8
Vadmals- och tyngre sporttyger *utom* skiddräktstyger	0,92
Kostymtyger:	
kamgarnstyger	2,1
skiddräktstyger	1,25
övriga kostymtyger	1,5
Byxtyger:	
kamgarnstyger	2,1
övriga byxtyger	1,9
Sommaröverrockstyger:	
kamgarnstyger	2,6
övriga sommaröverrockstyger	1,5
Trenchcoat- och gabardintyger	2,1
Trenchcoatfoder	1,3
Vinterkapptyger	1,5
Sommarkapp- och dräkttyger, ej hänförliga till kostymtyger	1,2
Klänningstyger:	
kamgarnstyger	2,2
konstsilketyger	2,5
övriga klänningstyger	1,25
Konstsilkefoder (samt täcksiden och liknande)	2,4
Yllefoder	0,9
Ärmfoder:	
av konstsilke	2,65
av bomull	3,0
Vattulin	1,0
Tagelduk	1,2
Sängfiltar:	
barn	1,8 st
andra slag	2,8 st
Hästfiltar, gråfiltar o. dyl.	2,8 st
Maskinfilt och filt för tekniska ändamål	1 000 gram/m
Möbel- och draperityger	1,7
Gardiner	1,5
Mattor	2,5
Stampad filt	1 000 gram/m
Filtväv	900 gram/m
Halvylletyg till arbetsblusar o. dyl.	1,25
Skyddsduk	5,0
Övriga tyger	1,5

[1] Angående grupperingen av varuslagen i varugrupper se sid. 208.

IV. Ylleväveriernas distributionsstruktur och dennas samband med produktionsstrukturen[1]

Efter en redogörelse för uppgiftsmaterialet, undersökningsperioden, ylleväveriernas uppdelning i delbranscher och undersökningens representativitet för dessa följa analyser av distributionsstrukturen för de olika delbranscherna var för sig.

Analysen av varje delbransch inledes med en kortfattad översikt över storleksfördelningen mellan företagen i denna samt analysens representativitet för olika storleksgrupper av företag. I den därpå följande tämligen ingående analysen av de i distributionsstrukturen för företagen ingående komponenterna beröres även sambandet med produktionsstrukturen. Efter en redogörelse för samvariationen mellan olika komponenter kommenteras komponenternas storlek m. m. för de olika storleksgrupperna av företag var för sig eller parvis, då komponenterna stå i särskilt nära beroende av varandra.

Analysen av varje delbransch avslutas med en jämförelse mellan median- och vägda genomsnittsvärden för olika komponenter samt en kortfattad översikt över distributionsstrukturen för hela delbranschen betraktad som en enhet.

1. Uppgiftsmaterialet och undersökningsperioden

Undersökningen bygger huvudsakligen på svar erhållna vid en rundfråga avseende förhållandena 1938, företagen med stöd av de textila organisationerna. Därjämte ha vissa uppgifter ur kommerskollegii produktionsstatistik utnyttjats — främst för kompletteringar av uppgiftsmaterialet vid grupperingen av företagen. De använda frågeformulären ha avtryckts i appendix 1. Undersökningens representativitet behandlas i samband med den följande analysen.[2]

Kapitel 1, avdelning II och III innehåller en redogörelse för de statistiska metoderna och huru dessa måst anpassas efter de ibland bristfälliga uppgifterna, det ofta begränsade antalet jämförbara företag, som över huvud taget existerar, samt efter kraven på anonymitet.

Samtliga lämnade uppgifter avse 1938 utom antal tillverkade kvaliteter och mönster, som av redovisningstekniska skäl avse 1937. Som tidigare framhållits i avdelning II, avsnitt 1, inträffade en avsevärd nedgång av ylleindustriens produktion under 1938 jämfört med tidigare år.

[1] Kapitel 1 innehåller en kortfattad och kapitel 2 en tämligen utförlig, mera generell redogörelse för vad som innefattas under distributions- respektive produktionsstrukturen. En starkt koncentrerad sammanfattning återfinnes i kapitel 3.

[2] Se även appendix 2.

En ungefärligen motsvarande nedgång av industriens försäljning ägde med all sannolikhet rum. Denna nedgång torde emellertid icke nämnvärt ha påverkat distributionsstrukturens utformning i annan mån än att storleken av försäljningen per kund av olika slag var lägre än under närmast tidigare år. Att varusortimentets storlek redovisats för år 1937 synes i och för sig icke ha nämnvärt inverkat på den bild, som erhålles av strukturen. Däremot torde tillverkningsserierna, som beräknats med ledning av uppgifter om produktionens storlek 1938 och varusortimentets storlek 1937, över lag redovisas kortare än i genomsnitt för 1936—1938.

2. Ylleväveriernas uppdelning i delbranscher

Efter företagens produktionsinriktning med hänsyn till de färdiga vävnadernas användningssätt hos den slutlige förbrukaren (konsumenten), kunna företagen uppdelas i följande fyra grupper (delbranscher).

Företag, som huvudsakligen tillverka — »huvudvaruområde»[1] —	Antal företag	Tillverkningsvärde milj. kr.	Tillverkningsvärde i % av hela ylleindustriens tillverkningsvärde
1. Herr- och överplaggstyger samt dräkt- och sporttyger	30	59,5	63
2. Dambeklädnadstyger utom dräkt- och kapptyger	4	15,4	17
3. Filtar och draperityger samt	20	8,5	9
4. Maskinfilt	4	10,6	11
Hela ylleindustrien	58	94,0	100

Vävnadernas tillverkningsvärde för företag tillverkande herr- och överplaggstyger ävensom sport- och kapptyger utgör i det närmaste två tredjedelar av totala tillverkningsvärdet för vävnader inom ylleindustrien. Företag tillverkande dambeklädnadstyger andra än dräkt- och överplaggstyger svara för ungefär en sjättedel av tillverkningsvärdet. Tillverkningsvärdet för företag, som huvudsakligen framställa filtar och draperityger respektive maskinfilt, uppgår slutligen till vardera ungefär en tiondel av totala tillverkningsvärdet.

Företagen ha hänförts till angivna delbranscher, då enligt erhållna uppgifter den sammanlagda tillverkningen och försäljningen i kronor räknat till minst två tredjedelar faller inom det för delbranschen angivna huvudvaruområdet. Företagen i delbranscherna 1 och 2 men icke 3 och 4 äro emellertid betydligt mera renodlade. Deras tillverkning av vävnader faller praktiskt taget helt och hållet inom det angivna huvudvaruområdet.

[1] Angående begreppet huvudvaruområde respektive varuområde se kapitel 1.

Såsom närmare kommer att visas i det följande är tillverkningen av vävnader hos företag tillhörande samma delbransch relativt enhetlig i fråga om produkternas användningssätt med undantag för företag tillverkande filtar och draperityger.

3. Undersökningens representativitet för olika delbranscher

I nedanstående tabell redovisas undersökningens representativitet för olika delbranscher.

Delbransch	Tillverkningsvärde		Antal företag	
	samtliga företag[1] miljoner kr.	för uppgiftslämnande företag i % av samtliga företags tillverkningsvärde	samtliga	som lämnat uppgift i % av samtliga företag
Företag tillverkande huvudsakligen:				
1. Herr- och överplaggstyger samt dräkt- och sporttyger	59,5	98	30	87
2. Dambeklädnadstyger utom dräkt- och kapptyger (huvudsakligen klänningstyger)	15,4	100	4	100
3. Filtar och draperityger	8,5	64	20	45
4. Maskinfilt	10,6	.[2]	4	25
Summa	94,0	95[3]	58	72[3]

Undersökningens representativitet torde kunna anses såsom tillfredsställande för delbranscherna 1 och 2, vilka svara för 80 procent av hela branschens tillverkningsvärde, men icke för delbranscherna 3 och 4; för den senare är representativiteten så bristfällig att någon analys icke kunnat utföras.

Som framgår av tabellen ha i delbranscherna 1 och 3 de större företagen i högre grad lämnat uppgifter än de små företagen. Tillverkningsvärdet för de uppgiftslämnande företagen respektive dessas antal i procent av totala tillverkningsvärdet respektive antal företag utgjorde för delbransch 1 98 respektive 87 procent, för delbransch 3 64 respektive 45 procent. Skillnaden är relativt liten beträffande delbransch 1, som ju är den mest betydande delbranschen.

[1] Med »samtliga» företag avses alla företag, som kunnat klassificeras, d. v. s. i stort sett samtliga i kommerskollegii industristatistik ingående företag. Se härom vidare appendix 2.

[2] Kan av anonymitetsskäl icke angivas.

[3] Exklusive delbransch 4.

På grund av bristfälliga uppgifter ha icke alla företag, som besvarat den utsända rundfrågan, »uppgiftslämnande företag», kunnat medtagas i den *siffermässiga* analysen, »siffermässigt analyserade företag». Detta framgår av en jämförelse mellan ovanstående tabell och de tabeller, som i första avsnittet av redogörelserna för respektive delbranscher närmare angiva undersökningens representativitet. Även uppgifterna för de företag, vilka visserligen lämnat uppgifter men icke kunnat medtagas i den *siffermässiga* analysen, ha ofta kunnat utnyttjas i analysen i övrigt såsom också framgår av det följande.

I den *siffermässiga* analysen äro företagen av olika storlek lika representerade i delbransch 1, medan i delbransch 3 de större företagen äro ännu starkare överrepresenterade än i den tidigare sammanställningen.

Ehuru företagens storlek varierar mycket avsevärt framför allt inom delbransch 1, har det dock varit möjligt att genomföra en analys av olika stora företags distributionsstruktur relativt tillfredsställande på grund av det stora antalet företag. Härigenom ha företagen inom delbranschen kunnat uppdelas i fyra storleksgrupper (efter tillverkningsvärdets storlek) med relativt liten spridning mellan företagens storlek inom varje grupp.

I efterföljande analys ha de allra flesta företagen, som lämnat uppgifter, kunnat medtagas i delbranscherna 1 och 2 men ett stort antal företag har måst uteslutas i delbransch 3. Analysens representativitet framgår av redogörelsen för varje delbransch.

4. Delbransch 1: Företag tillverkande huvudsakligen herr- och överplaggstyger samt dräkt- och sporttyger

A. Företagens uppdelning på storleksgrupper och undersökningens representativitet för dessa

Av sammanlagt 30 företag med cirka 60 miljoner kronors tillverkningsvärde (tillverkningens försäljningsvärde) ha 25 företag med 50 miljoner kronors tillverkningsvärde kunnat medtagas i denna undersökning. Som framgår av sammanställningen nedan motsvarar produktionen hos de större företagen drygt två tredjedelar av hela delbranschens tillverkningsvärde, medan detta för företagen i den minsta storleksgruppen endast utgör ungefär en procent av hela tillverkningsvärdet. Företagen av mellanstorlek svara för ungefär en tredjedel av hela tillverkningsvärdet.

Sammanställningen visar de olika storleksgruppernas andel av totala tillverkningsvärdet och antalet företag samt hur stor andel av totala tillverkningen och antalet företag de siffermässigt analyserade företagen representera.

Storleksgrupp	Samtliga företag				Siffermässigt analyserade företag		
	Tillverkningsvärde per företag (milj. kr.)	tillverkningsvärde		antal	i % av samtliga företag		absolut antal
		milj. kr.	andel i %		tillverkningsvärde	antal	
1	0,1	0,9	1	6	68	67	4
2	0,5	5,2	9	10	82	80	8
3	1,7	13,4	23	8	100	100	8
4	6,7	40,0	67	6	80	83	5
1—4	2,0	59,5	100	30	84	83	25

B. Komponenternas storlek för företagen i de olika storleksgrupperna[1]

a) *Samvariationen mellan olika komponenter*

En jämförelse mellan samtliga fyra storleksgrupper visar vid växande företagsstorlek en genomgående och betydande ökning, ehuru icke i samma takt som ökningen av företagets storlek (tillverkningsvärde), av antal kunder (utom för den minsta, i och för sig obetydliga, storleksgruppen), försäljning per grossist och per textilfabrikant, försäljning per försäljare ävensom av varusortimentets storlek och tillverkningsseriernas längd.

De relativa förändringarnas storlek för olika komponenter framgår tydligt av följande diagram och tabell, i vilka komponenternas storlek uttryckts i index med medianvärdet för respektive komponenter i minsta storleksgruppen lika med 100. I bilaga 1 till denna avdelning har återgivits storleken av *samtliga* komponenter i absoluta tal.

Företagen i storleksgrupp 2 ha ungefär dubbelt så stort varusortiment som företagen i den minsta storleksgruppen. Samtidigt ökade tillverkningsseriernas längd endast med en fjärdedel. Den starka ökningen av varusortimentets storlek synes delvis bero på den i grupp 2 förekommande direktförsäljningen till detaljister. Företagen i grupp 2 synas vidare vara av den storleksordningen (tillverkningsvärde omkring en halv miljon kronor) att försäljningsarbetet blir en självständig funktion av betydelse. Det blir angeläget att begränsa försäljningskostnadernas storlek, vilket bl. a. kan åstadkommas genom att öka varusortimentet. Alternativet, ökningen av marknadens geografiska storlek, synes ofta medföra icke obetydliga kostnader för företag av den storleksordning, varom här är fråga.

Försäljningen per grossist är i storleksgrupp 2 mer än tre gånger så stor

[1] *I det följande i detta avsnitt angivna sifferuppgifter avse samtliga medianvärden.* Dock har per företag i hela delbranschen i förekommande fall vägt genomsnitt (vägt aritmetiskt medium) angivits — annars ovägda genomsnittsvärden (t. ex. antal kunder per företag).

som i den minsta storleksgruppen och försäljningen per textilfabrikant (konfektionär) mer än dubbelt så stor. Ökningen är betydligt större än i fråga om varusortimentets storlek, som ungefär fördubblades. Däremot stiger försäljningen per försäljare endast med ungefär en tredjedel, beroende dels på att försäljning till detaljister, som endast förekommer i grupp 2, är mera arbetskrävande per försäljningskrona räknat än försäljning till grossister och fabrikanter (större order per kund) och dels på att andra än försäljare i större utsträckning synas deltaga i försäljningsarbetet i de minsta företagen.

Ökningen av varusortimentets storlek är av ungefär samma storleksordning som ökningen av försäljningen per grossist och fabrikant mellan storleksgrupperna 2 och 3 (med ungefär två tredjedelar) men är mellan de två största storleksgrupperna (3 och 4) större än ökningen av försäljningen per grossist och fabrikant. Varusortimentets storlek betydligt mer än fördubblades mellan de två största storleksgrupperna medan försäljningen per grossist och fabrikant endast ökade med tre fjärdedelar.

Samma tendens, ehuru mycket mera utpräglad, kan iakttagas beträffande försäljningens storlek per försäljare. Denna var nära fyra gånger större i storleksgrupp 3 än i storleksgrupp 2 men endast hälften till så stor i storleksgrupp 4 som i storleksgrupp 3. Ehuru även den omfattning i vilken andra än försäljare deltaga i försäljningsarbetet påverkar den redovisade försäljningens storlek per försäljare, varierar denna dock så mycket mellan olika storleksgrupper av företag, att den i siffermaterialet framträdande tendensen icke kan bero huvudsakligen av dessa brister i redovisningen.

Indicier på stigande försäljningsmotstånd vid ianspråktagande av större del av marknaden äro två utvecklingstendenser. *Dels* stiger storleken av försäljningen per försäljare upp till en viss företagsstorlek snabbare än försäljningens storlek per kund — försäljarna kunna utnyttjas bättre — men därpå avsevärt långsammare: vid ökad försäljning måste företagen även sälja till ur försäljningssynpunkt »svåra» kunder. *Dels* stiger vid ökningen av företagets storlek utöver en viss gräns försäljningen per kund avsevärt långsammare än tidigare i förhållande till ökningen av varusortimentets storlek. För att försäljningen skall bli tillräckligt stor måste företaget även inrikta sig på små kunder och kunder, som endast ha intresse för en del av sortimentet.[1]

Den måttliga ökningen av försäljningen per grossist mellan de två största storleksgrupperna jämfört med ökningen av såväl varusortimentets storlek som försäljningen per textilfabrikant synes kunna »förklaras» på följande sätt. Varusortimenten hos företagen i de tre minsta storleksgrup-

[1] Det bör observeras att ökningen av försäljningen per kund vid växande företagsstorlek endast till en del beror av den relativa stegringen av direktförsäljningen till textilfabrikanter och huvudsakligen av en växande försäljning såväl per grossist som per textilfabrikant.

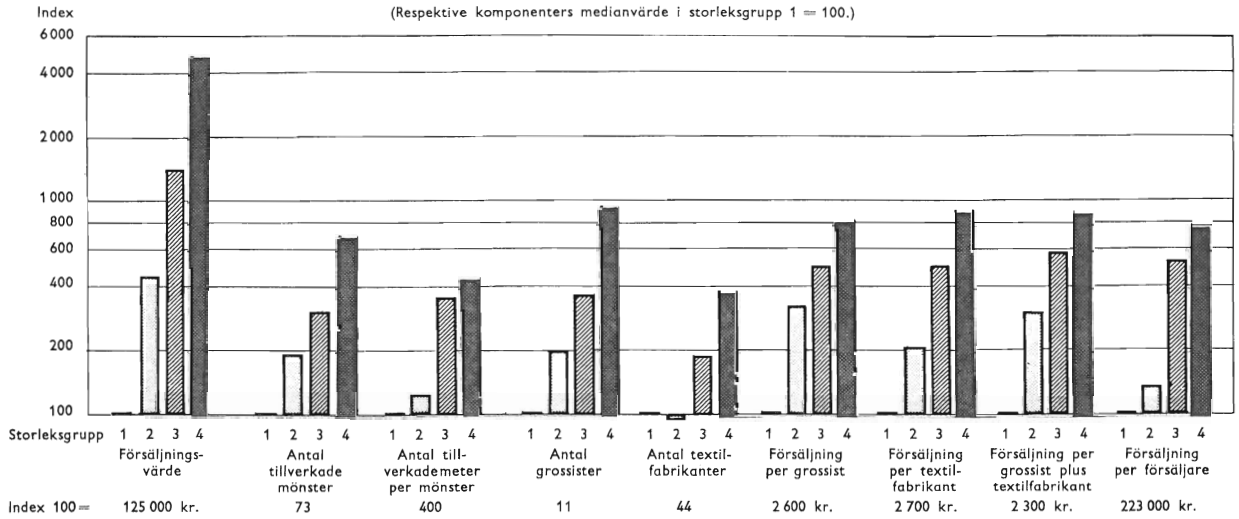


Diagram 27. Tillverknings- och distributionsstrukturen för olika stora företag inom ylleindustrien, tillverkande huvudsakligen herr- och överplaggstyger[1]. 1938. Halvlogaritmisk skala.

[1] Storleken av de olika indextalen framgår av följande tabell:

Komponent	Storleksgrupp			
	1	2	3	4
Salutillverkningsvärde («försäljningsvärde»)	**100**	450	1 400	4 800
Antal tillverkade mönster	**100**	200	300	700
» » meter per mönster	**100**	130	350	430
Antal kunder: grossister	**100**	200	360	950
textilfabrikanter	**100**	100	190	380
Försäljningens storlek per: grossist	**100**	330	500	810
textilfabrikant	**100**	220	500	920
grossist plus textilfabrikant	**100**	300	590	920
Försäljningens storlek per försäljare	**100**	140	520	770

perna äro så små att grossister och konfektionärer kunna inköpa önskat antal nummer av kollektionen utan risk för att den egna kollektionen alltför mycket kommer att domineras av ett företags varor. Inköpen från de största företagens stora kollektioner måste däremot begränsas med hänsyn till faran att ett enda företags kollektion skall dominera den egna kollektionen »för mycket». Detta förhållande torde i högre grad gälla grossister än konfektionärer.

Att samma tendens till minskad stegringstakt icke förekommer beträffande försäljningen per textilfabrikant synes emellertid också bero på att följande tendens i motsatt riktning uppkommit för de största företagen. Dessa äro nämligen även *relativt* stora tillverkare av vissa mera stapelbetonade vävnader (gabardin-, skiddräktstyger etc.), av vilka framför allt de större konfektionsfabrikerna tillverka stora kvantiteter plagg i långa serier. På grund av den ändrade produktionsinriktningen stiger därför försäljningens storlek per textilfabrikant. Därjämte kan det tänkas att vissa konfektionärer äro så stora och ha sådan försäljningsorganisation, att faran att ett företags tyger skola dominera den egna kollektionen kan försummas. Grossister torde i detta hänseende ha en ömtåligare ställning.

Till sist må framhållas att givetvis en viss, för de stora företagen antagligen ganska stark, tendens till sjunkande försäljning per såväl grossist som textilfabrikant finnes, emedan vid stigande antal kunder svårigheterna att erhålla stora kunder ökas på grund av dessas storleksfördelning.

Som framgår av redogörelsen för konfektionsindustriens distributionsstruktur sjunker antalet konfektionärer vid stigande företagsstorlek mycket avsevärt och samma synes vara förhållandet i fråga om grossister.[1] Det är mot bakgrund av denna kundfördelning anmärkningsvärt att försäljningen per kund är så stor även för mycket stora företag.

En stor försäljningsvolym och en betydande försäljning per kund behöver icke ha uppnåtts av ett företag av tillverkningstekniska orsaker eller på grund av ett stort varusortiment i och för sig. De tillverkade varorna kunna vara särskilt efterfrågade, emedan på grund av särskilt god smak eller god bedömning av marknaden, någon speciell kvalitet eller speciell originalitet (»stil») framkommit, eller emedan förmågan att sälja är ovanligt framträdande. Om av dylika eller andra orsaker en hög försäljningsvolym och/eller en högre försäljning per kund ernåtts, anpassas som naturligt är tillverkningen därefter.

Över huvud taget torde det vara utmärkande för ylleindustrien liksom för flertalet andra textila industrier att tillverkningen snarare anpassas efter uppkomna försäljningsmöjligheter än tvärtom. Man skapar icke först

[1] Se härom kapitel 8 och 9.

produktionskapacitet och tillverkar varor för att därefter söka vinna avsättning för dessa utan låter i stället tillverkningen anpassas efter försäljningen. Ylleindustrien driver liksom flertalet textila industrier huvudsakligen beställningstillverkning. Visserligen beställa kunderna varor med ledning av den kollektion som visas, men kollektionen torde ofta i hög grad utformas under direkt inflytande av kunderna och några bestämda kvantiteter, som skola tillverkas av de i kollektionen ingående varuslagen, finnas icke utan bestämmas av de efterfrågade kvantiteterna.

Slutligen må här endast nämnas att distributionsstrukturen (storleken av de olika komponenterna) hos ett företag utformas också med tanke på att kunna vidmakthålla eller öka den uppnådda försäljningsvolymen. Man håller ett större antal kunder och ett större varusortiment än man skulle göra om man räknade med »stabila förhållanden» och/eller om man icke inriktade sig på att söka öka sin försäljning.[1]

b) *Komponenterna var för sig*

Varusortimentets storlek och tillverkningsseriernas längd

En jämförelse mellan de tre större storleksgrupperna[2] ger vid handen att vid växande företagsstorlek ungefär upp till »medelstorlek» tillverkningsseriernas längd ökar väsentligt mera än varusortimentets storlek, varefter — då de tekniska fördelarna av längre tillverkningsserier antagligen bliva relativt mindre — i stället varusortimentets storlek ökar väsentligt mera än tillverkningsseriernas längd. Mellan de båda minsta storleksgrupperna ökar varusortimentets storlek fyra gånger mera än tillverkningsseriernas längd. Här synas fördelarna ur försäljningssynpunkt av ett större varusortiment anses vara ännu mera betydande än en ökning av tillverkningsseriernas längd.

Antalet tillverkade kvaliteter är mycket lägre än antalet tillverkade mönster och antalet tillverkade meter per kvalitet större än per mönster. I stora drag variera emellertid antal kvaliteter och mönster respektive antal tillverkade meter per kvalitet och mönster i ungefär samma proportion utom mellan de största storleksgrupperna. Typföretagen i dessa redovisa ungefär lika många tillverkade meter per kvalitet, medan antal tillverkade meter per mönster är icke obetydligt större i den största gruppen. Uppgiftsmaterialet om antal kvaliteter är på grund av definitionssvårigheter osäkert.

Antalet per företag tillverkade mönster (varusortimentets storlek) och 1 000 meter vävnad per mönster (tillverkningsseriernas längd) var:

[1] I kapitel 2 har samvariationen mellan olika komponenter behandlats utförligare och mera generellt.

[2] Tillverkningen i den minsta storleksgruppen synes i viss mån vara »hantverksbetonad».

		Försäljnings-värdeindex	Antal mönster	1 000 m. vävnad per mönster
Storleksgrupp	1	**100**	73	0,4
»	2	450	142	0,5
»	3	1 400	220	1,4
»	4	4 800	508	1,7
»	1—4	(genomsnitt)	320	1,1

Antalet kunder

Antalet kunder per företag är i samtliga storleksgrupper (även den minsta) så stort att man även utan att känna storleksfördelningen mellan de olika kunderna dock torde kunna utgå ifrån att intet företag för sin avsättning är huvudsakligen beroende av en eller ett litet fåtal kunder. Antalet kunder växer vid stigande företagsstorlek men avsevärt långsammare än denna.

Antalet kunder i olika kategorier per företag utgjorde:

		Försäljnings-värdeindex	Detaljist	Grossist	Textil-fabrikant
Storleksgrupp	1	**100**	—	11	44
»	2	450	29	22	42
»	3	1 400	578	40	83
»	4	4 800	400	104	167
»	1—4	(genomsnitt)	480	43	84

Försäljningens fördelning på olika kundkategorier

I vissa företags tillverkning och försäljning ingå även filtar, vilka i större utsträckning än herr- och överplaggstyger säljas direkt till detaljhandeln. Två större företag sälja en betydande del av sin tillverkning av metervaror direkt till skräddare. I övrigt förekommer ingen nämnvärd försäljning av metervaror direkt till detaljister utom i storleksgrupp 2. De nedan angivna procenttalen för försäljning till detaljister kunna därför, med undantag för storleksgrupp 2, icke anses vara representativa för delbranschens huvudvaruområde och ha, liksom av dessa beroende uppgifter, satts inom parentes.

Gränsdragningen mellan försäljningen till grossist och textilfabrikant är icke skarp, emedan åtskilliga förhållandevis betydande kombinerade och konfektionärer finnas, vilka ibland redovisats som grossister, ibland som konfektionärer, vanligen dock som grossister. Den redovisade grossistförsäljningen är därför för hög (gissningsvis överskattad med ungefär en tredjedel) och försäljningen till fabrikanter för låg, ehuru på grund av dennas relativt större omfattning icke relativt lika mycket (gissningsvis underskattad med ungefär en niondel). Jämförbarheten mellan olika storleksgrupper synes endast tämligen obetydligt påverkas av dessa bristfälligheter i uppgiftsmaterialet.

Försäljningsvärdets procentuella fördelning på olika kundkategorier var:

		Försäljnings-värdeindex	Detaljist	Grossist	Textil-fabrikant	Övriga kunder
Storleksgrupp	1	**100**	—	8	84	—
»	2	450	(7)	32	45	6
»	3	1 400	(0)	23	73	0
»	4	4 800	(3)	17	69	6
»	1—4	(genomsnitt)	(8)	22	63	7

Den minsta, i och för sig obetydliga, storleksgruppen säljer den alldeles övervägande delen av tillverkningen till textilfabrikanter samt återstoden till grossister. Storleksgrupp 2 säljer knappt hälften av tillverkningen till textilfabrikanter, en tredjedel till grossister samt återstoden direkt till detaljister eller — i mindre utsträckning — till allmänheten i form av löngods (även garn).[1] De två största storleksgrupperna visa en sjunkande andel av försäljningen till grossister (23 respektive 17 procent), medan försäljningen till fabrikanter utgör ungefär 70 procent av totalförsäljningen — något lägre beträffande den största gruppen. Skillnaden är dock mindre än vad siffrorna visa (73 respektive 69 procent), om hänsyn tages till försäljningen till allmänheten (löngods), detaljister samt export. Försäljningen till textilfabrikanter är sålunda (även totalt) i storleksgrupp 3 ungefär tre gånger och i den största storleksgruppen fyra gånger större än försäljningen till grossister.

Försäljningens storlek per kund i olika kategorier

Med undantag för försäljningens storlek per detaljist, som icke är representativt redovisad, ökade försäljningen per kund avsevärt vid stigande företagsstorlek. Stegringen var mellan de minsta storleksgrupperna störst för försäljningen per grossist men mellan de större storleksgrupperna störst för försäljningen per textilfabrikant. Försäljningen per grossist och fabrikant steg avsevärt långsammare än varusortimentets storlek mellan de största storleksgrupperna.

Försäljningens storlek i 1 000-tal kronor per kund i olika kategorier var:

		Försäljnings-värdeindex	Detaljist	Grossist	Textil-fabrikant	Grossist plus textilfabrikant
Storleksgrupp	1	**100**	—	2,6	2,7	2,3
»	2	450	(2,4)	8,6	5,8	7,0
»	3	1 400	(0,7)	13,0	13,6	13,6
»	4	4 800	(2,0)	21,0	24,9	21,1
»	1—4	(genomsnitt)	(0,8)	11,1	15,0	13,7

Försäljningens storlek per försäljare

Försäljningens storlek per försäljare ökade avsevärt vid växande företagsstorlek. Ökningen är dock mycket blygsammare än ökningen av företagets storlek utom mellan storleksgrupp 2 och 3, där försäljningen per

[1] Löngods utgöres av utav beställaren inlämnat material — i detta fall ull eller ullgarn — tillverkad vara.

försäljare stiger t. o. m. hastigare än företagets storlek och mycket snabbare än försäljningen per grossist och textilfabrikant. Två i de största storleksgrupperna ingående företag med betydande detaljistförsäljning påverka icke den här beräknade omfattningen av försäljningens storlek per försäljare.

Den utsträckning, i vilken andra än försäljare deltaga i försäljningsarbetet, inverkar — ibland troligen ganska avsevärt — på den redovisade försäljningens storlek per försäljare. På grund av det över huvud taget låga antalet försäljare per företag i denna delbransch (intet företag redovisar mer än sex försäljare, flertalet 2—3) kan nämligen denna inverkan vara betydande. Skillnaderna i försäljningens storlek per försäljare äro dock så stora att tidigare angivna tendens framträder tydligt. Den synes icke kunna förklaras enbart eller ens huvudsakligen av bristande jämförbarhet i redovisningen.

Försäljningens storlek per försäljare i 1 000-tal kronor var:

		Försäljnings-värdeindex	Försäljningens storlek per försäljare
Storleksgrupp	1	**100**	223
»	2	450	308
»	3	1 400	1 150
»	4	4 800	1 720
»	1—4	(genomsnitt)	1 068

Försäljningsområdets storlek

Flertalet företag i den minsta och närmare hälften av företagen i den därpå följande storleksgruppen sälja på en geografiskt begränsad marknad, d. v. s. »egen stad, eget län eller egen landsända (3—4 län närmast produktionsorten)». I de två största storleksgrupperna sälja samtliga företag utom ett över hela Sverige, två dock icke på Norrland men kunna via grossister räkna även detta som sitt avsättningsområde.

Tillverkningens fördelning på lager, säsong- och efterorder

Tillverkningens fördelning på lager, säsong- och efterorder varierar avsevärt mellan olika företag och synes, som är att vänta, starkt påverkas av den relativa storleken av tillverkningen av mindre modebetonade varor (cheviot-, gabardin-, skiddräktstyger etc.). Ett uttryck härför är den större lagertillverkningen, som dock över huvud taget är tämligen obetydlig, inom den största storleksgruppen i jämförelse med övriga storleksgrupper.

Tillverkningens procentuella fördelning var:

		Försäljnings-värdeindex	Lager	Säsongorder	Efterorder
Storleksgrupp	1	**100**	3	72	15
»	2	450	3	87	11
»	3	1 400	3	88	5
»	4	4 800	10	70	20
»	1—4	(genomsnitt)	8	71	21

C. Jämförelse mellan median- och genomsnittsvärden för respektive komponenter samt dessas storlek för hela delbranschen[1], betraktad som en enhet

I den föregående analysen ha använts medianvärden såsom bästa tillgängliga typtal för angivande av komponenters storlek för de *individuella* företagen i respektive storleksgrupper. I syfte att erhålla en uppfattning om snedheten i fördelningen av de individuella värdena av respektive komponenter jämföres nedan de vägda genomsnittsvärdena[2] för respektive komponenter med motsvarande medianvärden. Därjämte lämnas en redogörelse för komponenternas storlek för hela delbranschen, betraktad som en enhet. I sistnämnda fall visas komponenternas storlek av vägda genomsnittsvärden för de komponenter, som äro kvoter, och av summan av komponenternas värden hos de i delbranschen ingående företagen för de komponenter, som icke äro kvoter.

Skillnaderna mellan medianvärden och genomsnittsvärden kunna bero av många förhållanden. Som framgår av kapitel 1, avdelning II medföra höga extrema värden i en serie högre genomsnittsvärden än medianvärden, låga extrema värden högre median- än genomsnittsvärden. Då såsom förut framhållits, icke sällan ett eller enstaka mycket stora företag i en grupp visa extremt höga värden för vissa komponenter, komma genomsnittsvärdena ofta att ligga högre än medianvärdena. I allmänhet är dock fördelningen av värdena så symmetrisk att några betydande skillnader mellan genomsnitts- och medianvärden för olika komponenter icke uppstå jämfört med skillnaderna mellan värdena för komponenterna i olika grupper av företag.

Som framgår av tabellen på sid. 221 äro de olika storleksgrupperna icke lika representerade i analysen. Två tredjedelar av samtliga företags antal och tillverkningsvärde äro representerade i storleksgrupp 1, 80 procent i storleksgrupperna 2 och 4 samt 100 procent i storleksgrupp 3. Denna snedhet i representativiteten synes emellertid inverka mycket litet på genomsnittsvärdenas tillförlitlighet såsom ett mått på strukturen hos ett »genomsnittsföretag» i hela delbranschen. Den relativt höga representativiteten gäller nämligen i stort sett de medelstora företagen, för vilka de olika

[1] Det är icke möjligt att ge en bild av huru produktions- och distributionsstrukturen skulle se ut om samtliga företag i en storleksgrupp eller i hela delbranschen sammansloges till ett företag. Både produktions- och distributionsstrukturen skulle, åtminstone på längre sikt, ändras väsentligt, då de förändrade konkurrensekonomiska förutsättningarna skulle medföra en helt annorlunda företagspolitik i åtskilliga viktiga avseenden.

[2] I förekommande fall ovägda genomsnittsvärden (t. ex. antal kunder per företag). Ovägt genomsnitt för en komponent visar endast summan av de individuella värdena dividerad med antalet företag och icke — såsom vägda genomsnittsvärden — för kvoter summan av respektive värden för samtliga företag dividerade med varandra. De påverkas emellertid av värdena för samtliga företag i gruppen.

komponenterna äro ungefär genomsnittligt stora. Den relativt låga representativiteten hos den minsta storleksgruppen spelar liten roll, då denna svarar för endast en procent av totala tillverkningsvärdet respektive fem procent av totalantalet företag och därför blott obetydligt påverkar de vägda genomsnittsvärdena.

Skillnaderna mellan medianvärden och vägda genomsnittsvärden för komponenterna i denna delbransch äro av den storleksordningen att de i den tidigare på grundval av medianvärden utförda analysen beskrivna utvecklingstendenserna mellan olika storleksgrupper och strukturen för de typiska företagen och »genomsnittsföretagen» inom dessa nära överensstämma.

För ett studium av de vägda genomsnittsvärdena för de olika komponenterna i respektive storleksgrupper hänvisas till bilaga 2.

En överslagsberäkning visar att i denna delbransch sammanlagt mellan 200 och 250 olika varuslag och drygt 9 000 olika mönster framställas. Totalantalet grossistkunder i delbranschen synes överstiga 1 200 och antalet konfektionärskunder vara dubbelt så stort. Det stora antalet kunder innebär, att varje grossist med rörelse inom delbranschens varuområde i genomsnitt torde köpa från åtminstone tre fabrikanter, troligen åtskilligt flera, samt att konfektionärerna i genomsnitt inköpa från åtminstone sex företag i denna delbransch.

5. Delbransch 2: Företag tillverkande huvudsakligen dambeklädnadstyger utom dräkt- och kapptyger (till större delen klänningstyger)

A. Undersökningens representativitet

Dambeklädnadstyger utom överplaggstyger utgöra den huvudsakliga tillverkningen — minst två tredjedelar av totala tillverkningsvärdet — för fyra företag inom ylleindustrien. Tillverkningsvärdet utgjorde sammanlagt femton miljoner kronor. I tillverkningen ingår en avsevärd kvantitet klänningstyger av konstsilke.

Endast tre företag ha kunnat medtagas i analysen. Av dessa lämnade uppgifter bekräftas emellertid till stora delar av två företag, vilka antingen icke kunnat lämna fullständiga uppgifter eller haft annan betydande tillverkning, som icke tillfredsställande kunnat renodlas. Då därjämte variationen i såväl distributions- som produktionsstrukturen mellan företagen är relativt liten, synas de i analysen lämnade uppgifterna kunna anses vara i någon mån representativa för delbranschen trots att dessa beräknats med ledning av endast tre företags uppgifter.

Analysens representativitet framgår av följande uppgifter:

Samtliga företag				Siffermässigt analyserade företag		
Tillverkningsvärdet per företag miljoner kr.	tillverkningsvärde		antal	i % av samtliga företag		absolut antal
	miljoner kr.	andel i %		tillverkningsvärde	antal	
3,9	15,4	100	4	63	75	3

B. Komponenternas storlek[1]

Varusortimentets storlek och tillverkningsseriernas längd

Varusortimentets storlek varierar relativt litet mellan de individuella företagen. Den är av samma storleksordning som för motsvarande storleksgrupp inom delbranschen herr- och överplaggstyger men icke mer än hälften av varusortimentet hos företagen av ungefär samma storlek i delbranschen dambeklädnadstyger m. m. inom bomullsindustrien. Att döma bl. a. av det förhållandevis låga antalet kvaliteter torde antalet dessiner vara mycket stort.

Tillverkningsserierna äro ungefär lika långa som för den mindre storleksgruppen hos motsvarande delbransch inom bomullsindustrien (antalet mönster är ungefär dubbelt så stort) men endast en tredjedel så långa som tillverkningsserierna i den större storleksgruppen, där antalet mönster samtidigt är mer än fyra gånger större. Även om hänsyn tages till att i den senare gruppen en viss tillverkning av stapelvaror äger rum bli tillverkningsserierna inom denna mer än tre gånger så långa som för dambeklädnadstyger, tillverkade inom ylleindustrien. Tillverkningsserierna äro ungefär lika långa som för den största storleksgruppen företag tillverkande herr- och överplaggstyger (delbransch 1), vars tillverkning per företag i antal meter räknat också är av samma storleksordning. Tillverkningsserierna äro mycket längre än för övriga storleksgrupper inom delbransch 1.

Antalet tillverkade mönster och 1 000-tal meter per mönster framgår av tabellen överst på nästa sida.

Antalet kunder

Antalet kunder är så stort att man utan att känna storleksfördelningen mellan dessa kan utgå från att intet företag för den större delen av sin försäljning är beroende av en eller ett fåtal kunder.

Antalet kunder per företag i olika kategorier var:

detaljist..... 33
grossist 106
textilfabrikant..... 90

Försäljningens fördelning på olika kundkategorier

Samtliga företag redovisa en icke obetydlig försäljning till detaljister. Försäljningen till grossister är väsentligt större än för motsvarande storleksgrupp av företag tillverkande herr- och överplaggstyger och ungefär lika stor som inom närmast motsvarande delbransch och storleks-

[1] *I det följande i detta avsnitt angivna sifferuppgifter avse medianvärden.*

Delbransch	Antal mönster	1 000-tal meter per mönster
Företag tillverkande huvudsakligen:		
dambeklädnadstyger (främst klänningstyger) inom ylleindustrien	425	2,1
dambeklädnadstyger utom överplaggstyger samt skjorttyger och flaneller inom bomullsindustrien		
storleksgrupp 1	970	2,7
storleksgrupp 2	1 914	7,2
herr- och överplaggstyger samt dräkt- och sporttyger inom ylleindustrien		
storleksgrupp 4	508	1,7

grupp inom bomullsindustrien (dambeklädnadstyger /utom överplaggstyger/ samt skjorttyger och flaneller). Försäljningen till textilfabrikanter är likaledes något större än i sistnämnda delbransch men förhållandevis mycket mindre än i delbranschen herr- och överplaggstyger. Detta är naturligt med hänsyn till att konfektionsindustriens andel av den totala förbrukningen av herr- och överplaggstyger är i det närmaste dubbelt så stor som av dambeklädnadstyger och större för dambeklädnadstyger av ylle än av bomull.[1] De senare användas i större utsträckning av de lägre inkomstklasserna, som i relativt stor omfattning sy i hemmen — att döma av socialstyrelsens hushållsbudgetundersökningar.

Försäljningens procentuella fördelning på olika kundkategorier för här diskuterade delbranscher var:

Delbransch	Detaljist	Grossist	Textil-fabrikant	Övriga kunder
Företag tillverkande huvudsakligen:				
dambeklädnadstyger (främst klänningstyger) inom ylleindustrien	10	50	40	0
dambeklädnadstyger utom överplaggstyger samt skjorttyger och flanelltyger inom bomullsindustrien				
storleksgrupp 1	(2)	59	25	7
storleksgrupp 2	(5)	41	36	11
herr- och överplaggstyger samt dräkt- och sporttyger inom ylleindustrien				
storleksgrupp 4	(3)	17	69	6

[1] Konfektionsindustriens förbrukning av »herrtyger» motsvarar cirka 80 procent och av dambeklädnadstyger etc. cirka 40 procent av den inhemska tillverkningen — av dambeklädnadstyger enbart troligen avsevärt mindre.

Försäljningens storlek per kund i olika kategorier

Försäljningens storlek per detaljist är mycket betydande, ungefär fem gånger större än för såväl delbranschen herr- och överplaggstyger inom ylleindustrien som delbranschen dambeklädnadstyger m. m. inom bomullsindustrien, båda storleksgrupperna.

Den höga försäljningen per detaljist torde bl. a. ha sin orsak i att inom ylleindustrien tillverkade dambeklädnadstyger i stor utsträckning köpas av högre inkomstklasser och endast i liten omfattning (enstaka gånger) av de lägre inkomstklasserna. Inköpen per konsumtionsenhet äro därför små samtidigt som konsumenternas krav på sortiment äro höga. Försäljningen av metervaror kommer att koncentreras till de större affärerna, som kunna hålla stort varusortiment.

Försäljningen per grossist och per textilfabrikant är ungefär lika stor som för motsvarande storleksgrupp inom delbranschen dambeklädnadstyger m. m. i bomullsindustrien.

Storleken av försäljningen per kund (1 000-tal kr.) i ovan diskuterade delbranscher var:

Delbransch	Detaljist	Grossist	Textilfabrikant	Grossist plus textilfabrikant
Företag tillverkande huvudsakligen:				
dambeklädnadstyger (huvudsakligen klänningstyger) inom ylleindustrien	10,0	18,8	13,5	15,9
dambeklädnadstyger utom överplaggstyger samt skjorttyger och flaneller inom bomullsindustrien				
storleksgrupp 1	(1,8)	11,2	18,5	13,0
storleksgrupp 2	2,0	17,1	17,5	15,3
herr- och överplaggstyger samt dräkt- och sporttyger inom ylleindustrien				
storleksgrupp 4	(2,0)	21,0	24,9	21,1

Försäljningens storlek per försäljare

Försäljningen per försäljare är anmärkningsvärt hög (1,7 miljoner kronor) i förhållande till varusortimentets storlek. Den torde förskjutas uppåt av den förhållandevis höga försäljningen per kund. Försäljningen per försäljare är lika stor som för den största storleksgruppen i delbranschen herr- och överplaggstyger men endast hälften så stor som för den största storleksgruppen i delbranschen dambeklädnadstyger m. m. inom bomullsindustrien, där antalet mönster emellertid är mer än fyra gånger större.

Försäljningsområdets storlek

Samtliga företag i denna delbransch sälja över hela landet utom Norrland, men kunna via grossister även sälja på denna marknad. Endast ett företag har redovisat försäljning även i Norrland.

Tillverkningen på efterorder utgjorde ej mindre än en tredjedel, på säsongorder ungefär 60 procent och på lager cirka en tiondel av totala tillverkningsvärdet. Att tillverkningen på efterorder är relativt hög förklaras av den starka modebetoningen hos dessa tyger och konsumenternas stora krav på sortiment (»variationsbredd»). Efterorderna betyda ännu mera för de mindre företag inom bomullsindustrien, som tillverka dambeklädnadstyger, men avsevärt mindre för de större företagen i samma delbransch. Dessa tillverka även relativt betydande kvantiteter mera stapelbetonade dambeklädnadstyger såsom städrocks-, förklädes- och enklare klänningstyger av bomull (»arbetsklänningar») och ha en i förhållande till den mindre storleksgruppen relativt obetydlig försäljning till detaljister. Tillverkningens fördelning på lager, säsong- och efterorder

C. Jämförelse mellan median- och genomsnittsvärden för respektive komponenter samt dessas storlek för hela delbranschen[1], betraktad som en enhet

Hittills ha i analysen använts medianvärden såsom bästa tillgängliga typtal för angivande av olika komponenters storlek för de *individuella* företagen i respektive storleksgrupper. I syfte att erhålla en uppfattning om snedheten i fördelningen av de individuella värdena av respektive komponenter jämföres nedan de vägda genomsnittsvärdena[2] för respektive komponenter med motsvarande medianvärden. Därjämte lämnas en redogörelse för komponenternas storlek för hela delbranschen, betraktad som en enhet. I sistnämnda fall visas komponenternas storlek av vägda genomsnittsvärden för de komponenter, som äro kvoter, och av summan av komponenternas värden hos de i delbranschen ingående företagen för de komponenter, som icke äro kvoter.

På grund av den ringa variationen mellan storleken av olika komponenter hos olika företag i denna delbransch liksom de tämligen små skillnaderna i storlek mellan företagen överensstämma de vägda genomsnittsvärdena mycket nära med medianvärdena. Man erhåller i båda fallen i det närmaste samma bild av strukturen.

För ett studium av de vägda genomsnittsvärdena för olika komponenter hänvisas till bilaga 2 till denna avdelning.

Inom hela denna delbransch synes sammanlagt ej mera än ungefär 30 varuslag tillverkas men närmare 2 000 mönster, av vilka många säkerligen i åtskilliga dessiner. Sammanlagda antalet detaljistkunder har upp-

[1] Det är icke möjligt att ge en bild av huru produktions- och distributionsstrukturen skulle se ut om samtliga företag i en storleksgrupp eller i hela delbranschen sammansloges till ett företag. Både produktions- och distributionsstrukturen skulle, åtminstone på längre sikt, ändras väsentligt, då de förändrade konkurrensekonomiska förutsättningarna skulle medföra en helt annorlunda företagspolitik i åtskilliga viktiga avseenden.

[2] I förekommande fall ovägda genomsnittsvärden (t. ex. antal kunder per företag).

skattats till ej mera än ungefär 150, antalet grossistkunder till närmare 500 och antalet konfektionärskunder till drygt 400. Antalet konfektionärskunder förefaller antyda, att varje konfektionär inom detta varuområde köper från flertalet företag inom delbranschen.

6. Delbransch 3: Företag tillverkande huvudsakligen filtar och draperityger

A. Företagens uppdelning på storleksgrupper och undersökningens representativitet för dessa

I denna delbransch ha endast sju företag av 20 lämnat fullständiga uppgifter och någorlunda tillfredsställande kunnat renodlas från andra viktigare verksamhetsgrenar, främst tillverkning och försäljning av garn samt tyngre herr- och överplaggstyger. Åtta mycket små företag med tillsammans närmare 400 000 kronors tillverkningsvärde 1938 ha ej alls kunnat medtagas i analysen.

De individuella företagen inom respektive storleksgrupper visa icke obetydliga variationer av distributions- och produktionsstrukturen. Åtskilliga företag, som hänförts till delbransch 1, då de huvudsakligen producera herr- och överplaggstyger, tillverka och försälja samtidigt betydande kvantiteter filtar. I förhållande till dessa företags övriga, i jämförelse med företagen i denna delbransch mycket betydande, produktion är dock tillverkningen av filtar tämligen obetydlig.

Om man bortser från tillverkningen och försäljningen av beklädnadstyger och garn, utgör tillverkningen och försäljningen av draperityger knappt hälften av totalförsäljningen i den större gruppen inom här behandlade delbransch, medan intet företag i den mindre storleksgruppen framställer eller säljer draperityger. De lämnade uppgifterna kunna sålunda icke anses vara lika representativa som för övriga delbranscher inom ylleindustrien. En kortfattad redogörelse för denna delbransch torde dock försvara sin plats, då den synes kunna illustrera vissa karakteristiska drag för en icke ovanlig typ av företag inom ylleindustrien. Delbranschen är emellertid mycket svåröverskådlig på grund av den för olika företag starkt skiftande produktionsinriktningen.

De olika storleksgruppernas andel av totala tillverkningsvärdet och antal företag samt den andel av totala tillverkningsvärdet och antalet företag, som de analyserade företagen representera, visas av tabellen överst på nästa sida.

Som framgår av tabellen äro de stora företagen mycket starkt överrepresenterade i den mindre storleksgruppen.

Storleksgrupp	Samtliga företag				Siffermässigt analyserade företag		
	Tillverkningsvärdet per företag miljoner kr.	tillverkningsvärde		antal	i % av samtliga företag		absolut antal
		miljoner kr.	andel i %		tillverkningsvärde	antal	
1	0,1	1,4	17	11	73	27	3
2	0,8	7,1	83	9	42	44	4
1—2	0,4	8,5	100	20	47	35	7

B. Komponenternas storlek för företagen i de olika storleksgrupperna[1]

Varusortimentets storlek och tillverkningsseriernas längd

Tillverkningsseriernas längd är ungefär densamma inom båda storleksgrupperna (1,3 respektive 1,2 tusen tillverkade meter eller styck per mönster). Varusortimentet inom storleksgrupp 2 (72 mönster mot 42 i den mindre storleksgruppen) är därför lika mycket större än i storleksgrupp 1 som produktionen (i kvantiteter räknat) per företag. De siffermässigt analyserade företagen i den större storleksgruppen ha genomsnittligt icke mycket mer än dubbelt så stort tillverkningsvärde — medianföretaget 70 procent högre — som i den mindre storleksgruppen. Skillnaden i produktionens storlek i kvantiteter räknat är ännu mindre. Antalet kvaliteter, som varierar i ungefär samma proportion som antalet mönster, är förhållandevis mycket stort.

Antalet kunder

Antalet kunder är för varje företag så stort att det icke är troligt, att något företag för huvuddelen av sin tillverkning och försäljning är beroende av en eller ett fåtal kunder.

Antalet kunder i olika kategorier per företag var:

	Försäljningsvärdeindex	Antal detaljister	Antal grossister
Storleksgrupp 1	**100**	400	28
» 2	170	294	94
» 1—2	(genomsnitt)	309	90

Försäljningens fördelning på olika kundkategorier

Ett flertal företag i delbranschen tillverka även tyngre beklädnadstyger av ylle samt garn för avsalu. Man synes, åtminstone beträffande de i analysen medtagna företagen, kunna utgå ifrån att i stort sett hela försäljningen (utom garn) till textilfabrikanter samt ungefär en tredjedel av försäljningen till grossister utgöras av beklädnadstyger. Den relativt större försäljningen till textilfabrikanter i den större storleksgruppen beror

[1] *I det följande i detta avsnitt angivna sifferuppgifter avse samtliga medianvärden.*

på att försäljningen av garn icke kunnat renodlas tillfredsställande. Någon garnförsäljning förekommer icke i den mindre storleksgruppen. Uppgifterna angående den relativa storleken av försäljningen till textilfabrikanter och därav beroende uppgifter äro därför icke representativa för denna delbransch.

Ungefär hälften av företagens tillverkning av filtar och draperityger försäljes i båda storleksgrupperna direkt till detaljister och knappt hälften till grossister. Därutöver finnes dock i den mindre storleksgruppen en icke obetydlig direktförsäljning av filtar till större förbrukare såsom allmänna inrättningar av olika slag.

Försäljningens storlek per kund i olika kategorier

Att döma av de individuella uppgifterna från i analysen medtagna och andra företag, vilka lämnat delvis bristfälliga uppgifter och därför uteslutits, förefaller det som om den starka stegringen av försäljningen per detaljist vid ökad företagsstorlek (och ökat varusortiment) gäller försäljning av såväl filtar som draperityger o. dyl. Utvecklingen av försäljningen per grossist är ännu mera svårbedömbar, men en viss, ehuru relativt mindre betydande, ökning av försäljningen per grossist vid ökad företagsstorlek (och ökat varusortiment), kan spåras.

Försäljningen per kund i 1 000-tal kr. var:

	Försäljningsvärdeindex	Detaljist	Grossist
Storleksgrupp 1	**100**	0,5	(2,0)
» 2	170	1,4	(3,3)
» 1—2	(genomsnitt)	0,7	2,6

Försäljningens storlek per försäljare

Försäljningens storlek per försäljare är avsevärt mer än dubbelt så hög i den större storleksgruppen som i den mindre (431 respektive 193 tusen kronor). Att döma av erfarenheter från andra delbranscher förefaller detta rimligt mot bakgrund av dels den starka ökningen av försäljningen per kund och dels det förhållandet att företag i den större storleksgruppen bättre synas kunna utnyttja försäljarna än de små företagen. På grund av det stora antalet kunder måste även dessa ha särskild försäljningspersonal även om, såsom uppgivits av samtliga företag, också annan personal deltager i försäljningsarbetet.

Försäljningsområdets storlek

Samtliga företag i denna delbransch sälja över hela landet, de mindre företagen dock icke i Norrland, till vilket dock försäljning via grossister kan äga rum.

Tillverkningens fördelning på lager, säsong- och efterorder

Tillverkningens fördelning på lager, säsong- och efterorder varierar avsevärt mellan olika företag. Tillverkningen på säsongorder utgör för samtliga företag mer än hälften av totaltillverkningen. Endast ett företag redovisar någon mera betydande lagertillverkning. Tillverkningen på efterorder var icke obetydlig för samtliga företag utom ett.

Tillverkningens procentuella fördelning på lager, säsong- och efterorder var:

Produktions- och distributionsstrukturen för ylleväverier (även kombinerade med spinnerier) i fråga om vävnader (och filtar) 1938.

Samtliga uppgifter äro medianvärden och avse endast siffermässigt analyserade företag.

Delbransch	Tillverkningsvärde per företag[1] milj. kr.	1 Storleksgrupp	2 Försäljningsvärde Index	3 Antal företag	4 Antal per företag tillverkade: varugrupper[2]	5 varuslag[3]	6 mönster	7 1 000 m (styck) per mönster	8 Försäljningsvärdets procentuella fördelning på: detaljist	9 grossist	10 textilfabrikant	11 övriga kunder	12 Antal kunder per företag[4]: detaljist	13 grossist	14 textilfabrikant	15 Försäljning per kund 1 000-tal kr.[4]: detaljist	16 grossist	17 textilfabrikant	18 gr + tf	19 Försäljn. per försäljare 1 000-tal kronor	20 Tillverkningsvärdets procentuella fördelning på: lager	21 säsongorder	22 efterorder
1. Herr- och överplaggstyger (även sport- och kapptyger)	0,1	1	**100**	4	2	4	73	0,4	—	8	84	—	—	11	44	—	2,6	2,7	2,3	223	3	72	15
	0,5	2	450	8	4	8	142	0,5	(7)	32	45	6	29	22	42	(2,4)	8,6	5,8	7,0	308	3	87	11
	~~1,6~~	3	1 400	8	3	7	220	1,4	(0)	23	73	0	578	40	83	(0,7)	13,0	13,6	13,6	1 150	3	88	5
	6,7	4	4 800	5	3	11	508	1,7	(3)	17	69	6	400	104	167	(2,0)	21,0	24,9	21,1	1 720	10	70	20
2. Dambeklädnadstyger (huvudsakligen klänningstyger)	3,9		**100**	3	3	6	425	2,1	10	50	40	0	33	106	90	10,0	18,8	13,5	15,9 de + gr	1 729	10	60	33
3. Filtar och draperityger[5] . . .	[0,1	1	**100**	3	2	4	42	1,3	30	(47)	(5)	30	400	28	—	0,5	(2,0)	—	(0,7)	193	(12)	78	20]
	0,8	2	170	4	2	5	72	1,2	32	(44)	(14)	0	294	94	—	1,4	(3,3)	—	(2,0)	431	0	73	28

[1] Alla till respektive storleksgrupper förda företag, »samtliga företag», ej endast de siffermässigt analyserade.

[2] Vilka varugrupper, som avses, framgår av diagram på sid. 208.

[3] Vilka varuslag, som avses, framgår av sid. 216.

[4] Företag, vilka sakna försäljning till viss kategori och därför icke redovisa några kunder i denna kategori, ha uteslutits vid beräkningen av medianvärdet för antal kunder och försäljningen per kund i ifrågavarande kategori.

[5] I denna delbransch ingår även i någon omfattning garn i uppgifterna angående försäljningsvärde och distributionsstruktur.

Produktions- och distributionsstrukturen för ylleväverier (även kombinerade med spinnerier) i fråga om vävnader (och filtar) 1938.

Samtliga uppgifter äro vägda genomsnitt respektive, i förekommande fall, ovägda genomsnitt och endast siffermässigt analyserade företag.

Delbransch	Tillverkningsvärde per företag[1] milj. kr.	1 Storleksgrupp	2 Försäljningsvärde Index	3 Antal företag	4–7 Antal per företag tillverkade: varugrupper[2]	varuslag[3]	mönster	1 000 m (styck) per mönster	8–11 Försäljningsvärdets procentuella fördelning på: detaljist	grossist	textilfabrikant	övriga kunder	12–14 Antal kunder per företag[4]: detaljist	grossist	textilfabrikant	15–18 Försäljning per kund 1 000-tal kr.: detaljist	grossist	textilfabrikant	gr + tf	19 Försäljn. per försäljare 1 000-tal kronor	20–22 Tillverkningsvärdets procentuella fördelning på: lager	säsongorder	efterorder
1. Herr- och överplaggstyger (även sport- och kapptyger)	2,0	1—4		**25**	**3**	**9**	**320**	**1,1**	**(8)**	**22**	**63**	**7**	**(480)**	**43**	**84**	**(0,8)**	**11,1**	**15,0**	**13,7**	**1 068**	**8**	**71**	**21**
	0,1	1	**100**	4	2	4	85	0,3	—	15	85	—	—	13	42	—	2,6	3,3	3,2	223	6	53	41
	0,5	2	350	8	3	8	125	0,6	(14)	31	45	10	(88)	33	43	(1,2)	5,3	6,0	5,7	291	5	83	12
	1,7	3	1 100	8	3	8	339	1,0	(7)	20	62	11	(578)	36	96	(0,8)	11,4	11,1	11,2	693	6	88	6
	6,7	4	3 700	5	2	13	793	1,4	(8)	22	65	5	(1 201)	88	165	(0,7)	15,3	24,6	21,4	1 641	9	62	29
2. Dambeklädnadstyger (huvudsakligen klänningstyger)	3,9		**100**	**3**	**3**	**6**	**388**	**1,9**	**8**	**52**	**37**	**3**	**27**	**91**	**87**	**10,0**	**18,8**	**14,2**	**16,5** de + gr	**1 645**	**8**	**60**	**32**
3. Filtar och draperityger[5] ...	0,4	1—2		[7	**2**	**4**	**70**	**1,0**	**38**	**(41)**	**(12)**	**9**	**309**	**90**	**—**	**0,7**	**2,6**	**—**	**(1,1)**	**305**	**4**	**72**	**24]**
	[0,1	1	**100**	3	3	5	42	1,0	32	(35)	(6)	27	280	48	—	0,4	(2,6)	—	(0,7)	174	(13)	78	9]
	0,8	2	210	4	2	4	84	1,0	40	(44)	(14)	2	330	122	—	0,9	(2,6)	—	(1,4)	417	2	71	27

[1] Alla till respektive storleksgrupper förda företag, »samtliga företag», ej endast de siffermässigt analyserade.

[2] Vilka varugrupper, som avses, framgår av diagram på sid. 208.

[3] Vilka varuslag, som avses, framgår av sid. 216.

[4] Företag, som sakna försäljning till viss kategori och därför icke redovisa kunder i denna kategori, ha uteslutits vid beräkningen av genomsnitt för antal kunder i ifrågavarande kategori.

[5] I denna bransch ingår även garn i uppgifterna angående försäljningsvärde och distributionsstruktur.

		Försäljnings-värdeindex	Lager	Säsongorder	Efterorder
Storleksgrupp	1	**100**	(12)	78	20
»	2	170	0	73	28
»	1—2	(genomsnitt)	4	72	24

C. Jämförelse mellan median- och genomsnittsvärden för respektive komponenter samt dessas storlek för hela delbranschen[1], betraktad som en enhet

I den föregående analysen ha använts medianvärden såsom bästa tillgängliga typtal för angivande av olika komponenters storlek för de *individuella* företagen i respektive storleksgrupper. I syfte att erhålla en uppfattning om snedheten i fördelningen av de individuella värdena av respektive komponenter jämföres nedan de vägda genomsnittsvärdena[2] för respektive komponenter med motsvarande medianvärden. Därjämte lämnas en redogörelse för komponenternas storlek för hela delbranschen, betraktad som en enhet. I sistnämnda fall visas komponenternas storlek av vägda genomsnittsvärden för de komponenter, som äro kvoter, och av summan av komponenternas värden hos de i delbranschen ingående företagen för de komponenter, som icke äro kvoter.

De förhållanden, som medfört en viss osäkerhet vid beräkningen av medianvärdena i denna delbransch, gälla också — och med ökad tyngd — de vägda genomsnittsvärdena. Särskilt gäller detta i fråga om den mindre storleksgruppen och därmed också hela delbranschen. De i bilaga 2 angivna genomsnittsvärdena för storleken av olika komponenter kunna därför i varje fall icke anses giva mer än ett mycket ungefärligt mått på storleksordningen av de olika komponenterna hos ett »genomsnittsföretag» — om nu ett sådant kan tänkas finnas i en så heterogen delbransch som denna. Särskilt osäkra äro värdena för storleksgrupp 1 och för hela delbranschen. Dessa ha därför i bilagorna i sin helhet satts inom parentes.

På grund av siffermaterialets osäkerhet är det särskilt vanskligt att utföra en överslagsberäkning av totalantalet varuslag, mönster och kunder i denna delbransch. Inalles synes närmare 100 olika varuslag tillverkas och betydligt över 1 000 olika mönster. Då försäljning i stor utsträckning sker till detaljhandeln, är antalet detaljistkunder mycket stort. Det torde överstiga 5 000. Även antalet grossistkunder är betydande, troligen mer än 1 500, vilket innebär att grossisterna inom detta varuområde i genomsnitt köpa från ett stort antal fabrikanter.

[1] Det är icke möjligt att ge en bild av huru produktions- och distributionsstrukturen skulle se ut om samtliga företag i en storleksgrupp eller i hela delbranschen sammansloges till ett företag. Både produktions- och distributionsstrukturen skulle, åtminstone på längre sikt, ändras väsentligt, då de förändrade konkurrensekonomiska förutsättningarna skulle medföra en helt annorlunda företagspolitik i åtskilliga viktiga avseenden.

[2] I förekommande fall ovägda genomsnittsvärden (t. ex. antal kunder per företag).

V. Produktionens storlek per arbetaretimme

Med ledning av tillgängliga uppgifter om vissa företags produktion och antal arbetaretimmar 1936—1938, för vilket uppgiftsmaterial tidigare redogjorts, har i detta avsnitt ett försök gjorts att belysa storleken av produktionen per arbetaretimme samt vissa orsaker till skillnader i denna mellan olika företag.

1. Produktionen per arbetaretimme vid tillverkning av ullgarn

Produktionen per arbetaretimme varierar kraftigt mellan olika spinnerier. Små lönspinnerier redovisa ofta en produktion av inte mycket över ett kilogram kardgarn per arbetaretimme, de medelstora vävgarnsspinnerierna i stort antal omkring 1 $^1/_2$ kilogram per arbetaretimme men även några så mycket som 2 $^1/_2$ kilogram. Kamgarnsspinnerierna tillverka från cirka 1 kilogram till ungefär 2 kilogram per arbetaretimme.

Skillnaderna i garnproduktionens storlek per arbetaretimme mellan olika företag synas i stor utsträckning bero, förutom av ullmaterialets beskaffenhet, som påverkar antalet garnbrott, av garnets grovlek och snodd, av olikheten i maskinutrustning och den använda tekniken men också, som nedan kommer att visas, av produktionsskalan och tillverkningsseriernas längd. På grund av uppgiftsmaterialets otillräcklighet ha endast mycket ungefärliga uppgifter om garngrovleken och inga som helst uppgifter om snodden kunnat erhållas, vilket i mycket hög grad försvårar jämförelsen mellan olika spinnerier. Som ett exempel på vad olika maskinutrustning, om vilket ej heller några uppgifter kunnat införskaffas, kan betyda må nämnas att produktionen per arbetaretimme, i fråga om spinningen, är ungefär dubbelt så stor vid selfaktor- som vid ringspinning. De båda metoderna ge emellertid icke samma slags garn.

En betydande svårighet i nedanstående analys av huru produktionsskalan respektive tillverkningsseriernas längd påverkar storleken av produktionen per arbetaretimme utgör den samvariation, som finnes mellan företagets storlek och tillverkningsseriernas längd.

A. Uppgiftsmaterialet

De uppgifter, som bildat underlag för beräkningarna, äro bristfälliga. Sådana ha nämligen endast kunnat erhållas angående produktionen av garn av vissa huvudslag, i vikt räknat, samt antalet arbetaretimmar i spinneriet. Ett stort antal företag tillverka förutom ullgarn även annat garn, medan återigen, i fråga om företag som uteslutande tillverka ullgarn, många varit inriktade på specialiteter och därigenom icke varit jämförbara med andra företag. Uppgifter om nummerfördelning eller medelnummer saknas, vilket

är en allvarlig brist, då detta starkt inverkar på arbetsåtgången. Uppgifterna angående antalet arbetaretimmar för olika spinnerier äro, slutligen, icke helt jämförbara, då de till spinneriet hänförliga arbetsprocesserna icke äro helt desamma för alla företag. Se härom vidare avsnitt 2.

För att i möjligaste mån erhålla jämförbarhet mellan företagen i tidigare omnämnda avseenden, ha spinnerier, vilka framställa endast kardgarn[1] och därav praktiskt taget endast vävgarn för framställning av huvudsakligast herrtyger, utplockats. Antalet på detta sätt utvalda företag har icke kunnat bli mer än elva. Samtliga uppgifter avse 1938. Det har icke varit möjligt att i övrigt erhålla uppgifter för jämförbara företag i någon annan tillverkningsgrupp för kardgarn och ej heller för kamgarn i tillräckligt stort antal för en statistisk analys.

För tio kombinerade företag ha möjligheter förelegat att erhålla en viss uppfattning om graden av garnproduktionens differentiering genom att jämföra dennas storlek med antal tillverkade meter *vävnad* per kvalitet, emedan det tillverkade garnet huvudsakligast förbrukas i samma företags väveri och i det närmaste täcker hela dettas garnbehov. Med vävnad tillhörande samma kvalitet i yllebranschen avses vävnader, vari ingå samma slag av garn i fråga om råvarusammansättning och grovlek. Antalet vävnadskvaliteter är därför *i stort sett* proportionellt mot antalet tillverkade slag av garn. Genom att jämföra garnproduktionen per arbetaretimme med antalet meter vävnad per kvalitet, erhåller man därför en ungefärlig bild av betydelsen för produktionen per arbetaretimme av olika långa serier.

B. Samvariationen mellan storleken av produktionen per arbetaretimme och företagets produktion

Samvariationen mellan produktionen per arbetaretimme och storleken av företagets produktion visas i diagrammet nedan, utvisande antalet kilogram garn per arbetaretimme och den totala årsproduktionen av garn 1938 för elva spinnerier producerande huvudsakligast kardgarn för framställning av herrtyger. Därjämte har ett antal kardgarnsspinnerier medtagits, vilka utgöra antingen helt fristående spinnerier eller kombinerade företag, som sälja övervägande delen av sin garnproduktion till utomstående. Dessa spinnerier torde helt och hållet eller i mycket stor omfattning bedriva lönspinning.

Som framgår av diagrammet kan endast ett tämligen svagt samband iakttagas mellan spinneriets storlek och produktionen per arbetaretimme. De stora spinnerierna redovisa en icke obetydligt högre produktion per arbetaretimme än de små med ett undantag. En ganska osäker tendens till tämligen kraftigt stigande produktion vid stigande företagsstorlek kan observeras.

[1] Kardgarn spinnes endast på s. k. selfaktorer.

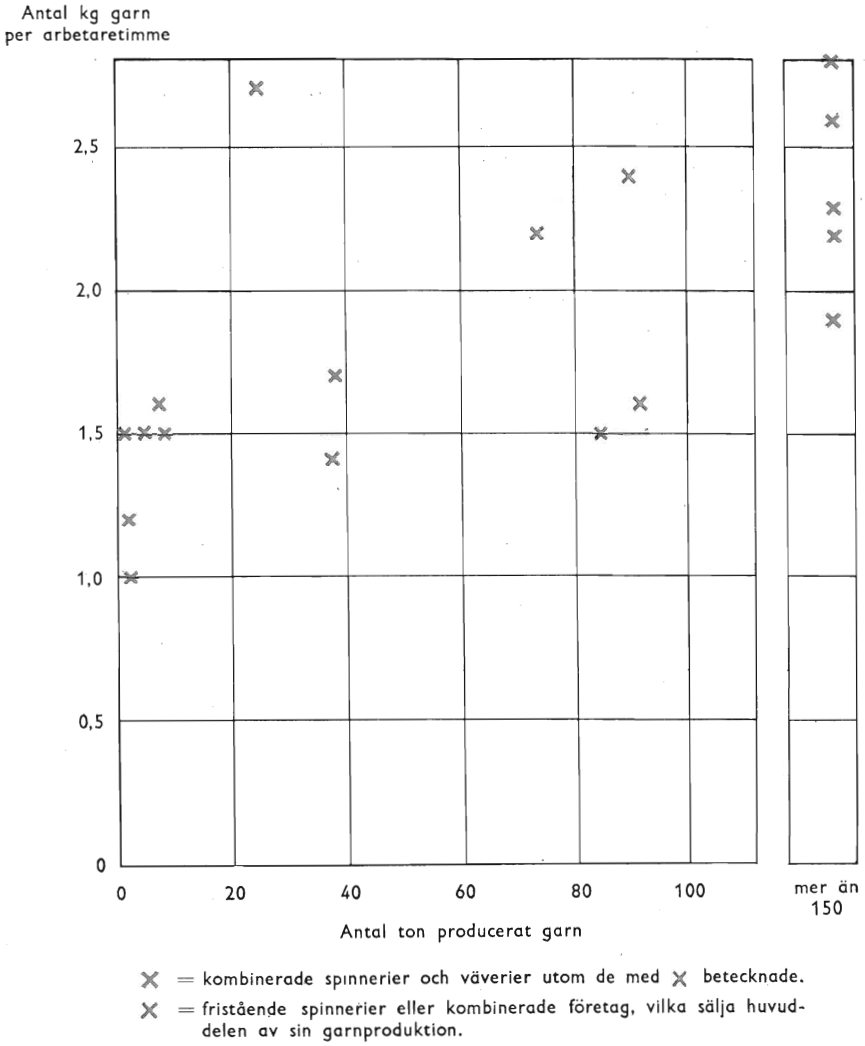


Diagram 28. Storleken av produktionen (produktionsskalan) och produktion per arbetaretimme 1938 för vissa kardgarnsspinnerier.

Särskilt för kamgarnsspinnerier men också för kardgarnsspinnerier anses i övrigt icke oväsentliga stordriftens fördelar ligga bl. a. däri, att möjligheter att sortera ull och anpassa denna efter olika slag av vävnader förbättras, då spinneriets storlek växer.

C. Produktionens storlek per arbetaretimme och tillverkningsseriernas längd

Som framgår av vidstående diagram förefaller ett visst samband finnas mellan produktionens storlek per arbetaretimme och tillverknings-

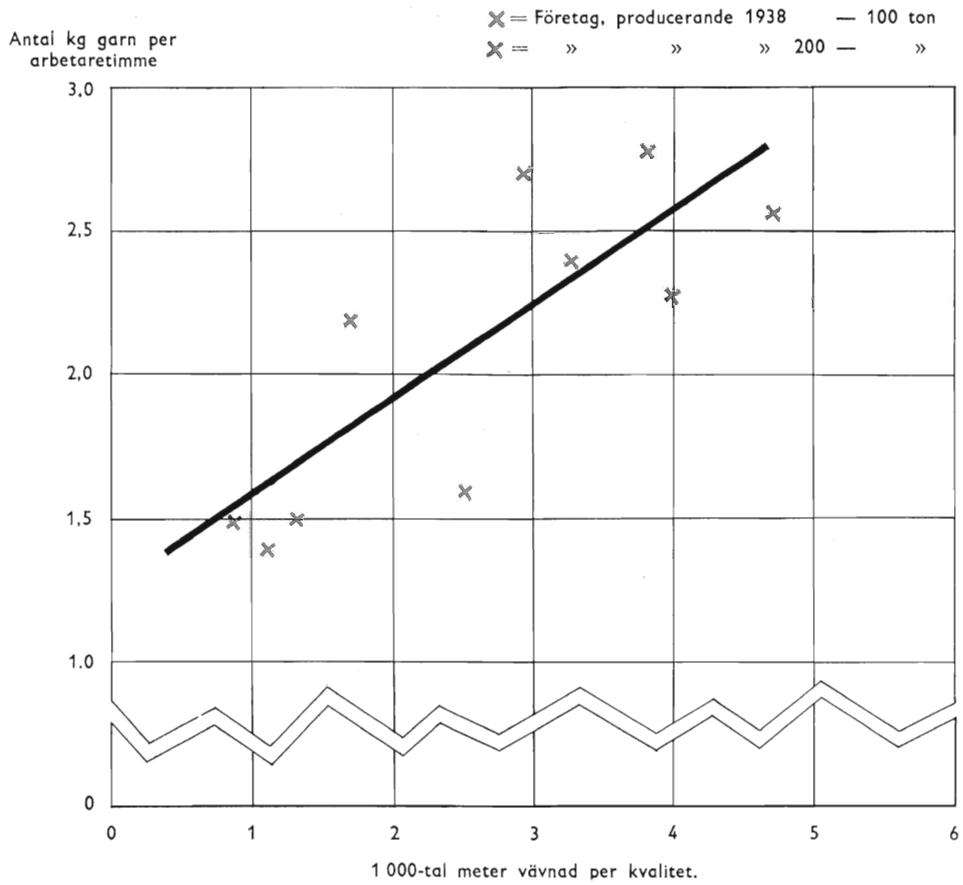


Diagram 29. Storleken av produktionen per arbetaretimme och tillverkningsseriernas längd (antal 1 000 meter vävnad per kvalitet) 1938 för vissa kardgarnsspinnerier, vilkas garn huvudsakligast förbrukas av till samma företag knutet väveri och täcker i det närmaste hela dettas garnbehov.

seriernas längd. Att döma av föregående diagram kan emellertid skillnaderna i produktionens storlek per arbetaretimme också sammanhänga med produktionsskalans storlek. Det lilla antalet företag, som kunnat analyseras, omöjliggör tyvärr någon undersökning av i vilken utsträckning produktionsskalan respektive tillverkningsseriernas längd inverkar på produktionens storlek per arbetaretimme.

En korrelationsberäkning på basis av ovannämnda data om storleken av produktionen per arbetaretimme och tillverkningsseriernas längd visar en korrelationskoefficient av 0,82 med en avvikelse uppåt eller nedåt med 0,11 (enkla medelfelet). För varje ökning i seriernas längd med 1 000 meter vävnad — d. v. s. antalet producerade meter per kvalitet — ökas

produktionen per arbetaretimme med drygt 0,3 kilogram. Påpekas må emellertid att antalet företag, som kunnat medtagas i undersökningen, är alltför litet och företagen kanske alltför heterogena för att man skall kunna draga några längre gående kvantitativa slutsatser om här berörda samband.

Som tidigare framhållits påverkas givetvis produktionen per arbetaretimme — och icke obetydligt — även av andra faktorer än dem som kunnat mätas här, exempelvis genomsnittliga garngrovleken, snodden och beskaffenheten hos det använda råmaterialet. Därjämte torde ofta företag tillverka långa serier icke endast emedan produktionen utgöres av varor med förhållandevis små krav på variation utan möjligen även emedan de i högre grad än andra företag varit inriktade på att genom olika åtgärder nedbringa arbetskostnaderna och därigenom sannolikt ofta även i andra avseenden än seriernas längd ägnat förhållandevis stor uppmärksamhet åt arbetsbesparande metoder. Inverkan på arbetsåtgången av seriernas längd är därför troligen mindre än vad diagrammet antyder.

En betydande fördel vid tillverkning av garn i långa serier är i övrigt bl. a. att de relativa förlusterna på garnrester (slumpar) sjunka i samma proportion som tillverkningsserien växer. Slumparna äro tämligen absolut taget lika stora oavsett tillverkningsseriernas längd.

2. Produktionen per arbetaretimme vid tillverkning av yllevävnader

Vid mätandet av förhållandet mellan arbetsåtgång och produktionens storlek för väverier synes antalet skott vara den bästa måttenheten för produktionen. Antalet skott bestämmer vävstolstiden och denna i sin tur är i stor utsträckning bestämmande för antalet erforderliga arbetaretimmar.[1] Vävningen av olika slag av tyg kräver dock olika lång tid även per skott räknat, beroende på vävnadens bredd och svårighetsgrad. Tygets bredd varierar emellertid för de mera betydande yllevävnaderna relativt litet. Praktiskt taget alla herrtyger äro 150 cm och alla damtyger 130—150 cm breda. Ungefärligen lika många inslags- (väft-)trådar och kätting- (varp-)trådar finnas per kvadratenhet. S. k. svårvävda varor förekomma mycket sällan, medelsvåra äro sällsynta medan lättvävda varor utgöra den övervägande delen av produktionen.

En objektivt konstaterbar faktor, som tillsammans med antalet skott synes vara av väsentlig betydelse vid bedömandet av den produktiva prestationens storlek, är antalet trådbrott per skott. Vissa typer av ullgarn utsättas lättare för trådbrott än andra typer, varigenom kvantiteten

[1] Då både enkla (icke-automatiska) och automatiska vävstolar finnas gäller detta dock icke. Antalet automatvävstolar är emellertid mycket ringa inom ylleindustrien.

vävnader tillverkade per tidsenhet påverkas. Något mått på denna faktors betydelse har emellertid här icke kunnat erhållas.

A. Uppgiftsmaterialet

Då i redovisningen väveriarbetare skilts från spinneri-, beredningsoch s. k. specialarbetare, synas uppgifterna angående antalet arbetaretimmar i väveriet avse i stort sett endast arbetare sysselsatta i själva väveriet. Det är dock sannolikt att till väveri ibland vissa arbetsprocesser föras, vilka i andra företag icke redovisats under väveri, beroende på den något varierande arbetsfördelningen i olika företag mellan spinneri och väveri respektive väveri och beredningsverk. Antalet arbetare sysselsatta med dessa »tveksamma» arbetsprocesser torde dock vara relativt obetydligt.

Vid jämförelsen mellan antalet skott per arbetaretimme inom olika företag ha endast sådana företag kunnat medtagas, vilka uteslutande tillverka yllevävnader, emedan antalet arbetaretimmar i väveriet endast kunnat erhållas för hela väveriet. Av denna anledning ha samtliga företag med tillverkning av konstsilkevävnader och även företag, vilka tillverka icke helt obetydliga kvantiteter filtar, måst uteslutas. Av återstående företag ha därjämte icke kunnat bearbetas företag, tillverkande huvudsakligen draperi- och möbeltyger liksom företag med en betydande produktion av klänningstyger. Antalet företag med dessa tillverkningsområden har nämligen varit alltför litet för att kunna statistiskt analyseras i här berörda hänseende.

De företag, vilka kunna anses någorlunda jämförbara, tillverka uteslutande eller praktiskt taget uteslutande herr- och överplaggstyger och tillhöra alltså delbransch 1. Uppgifter från samtliga företag i denna ha emellertid inte kunnat erhållas.

B. Samvariationen mellan storleken av produktionen per arbetaretimme och företagets produktion

En jämförelse mellan storleken av produktionen och antalet skott per arbetaretimme visar möjligtvis en något högre produktion per arbetaretimme för de större än för de mindre företagen men skillnaden gäller på intet sätt samtliga företag. Någon tydlig tendens kan ej alls iakttagas. Skillnaderna mellan antalet skott per arbetaretimme hos olika företag äro mycket stora.

Punktdiagrammet på nästa sida visar antalet skott per arbetaretimme och årsproduktionens storlek för ovan diskuterade företag.

Någon skillnad beträffande antalet skott per arbetaretimme för före-

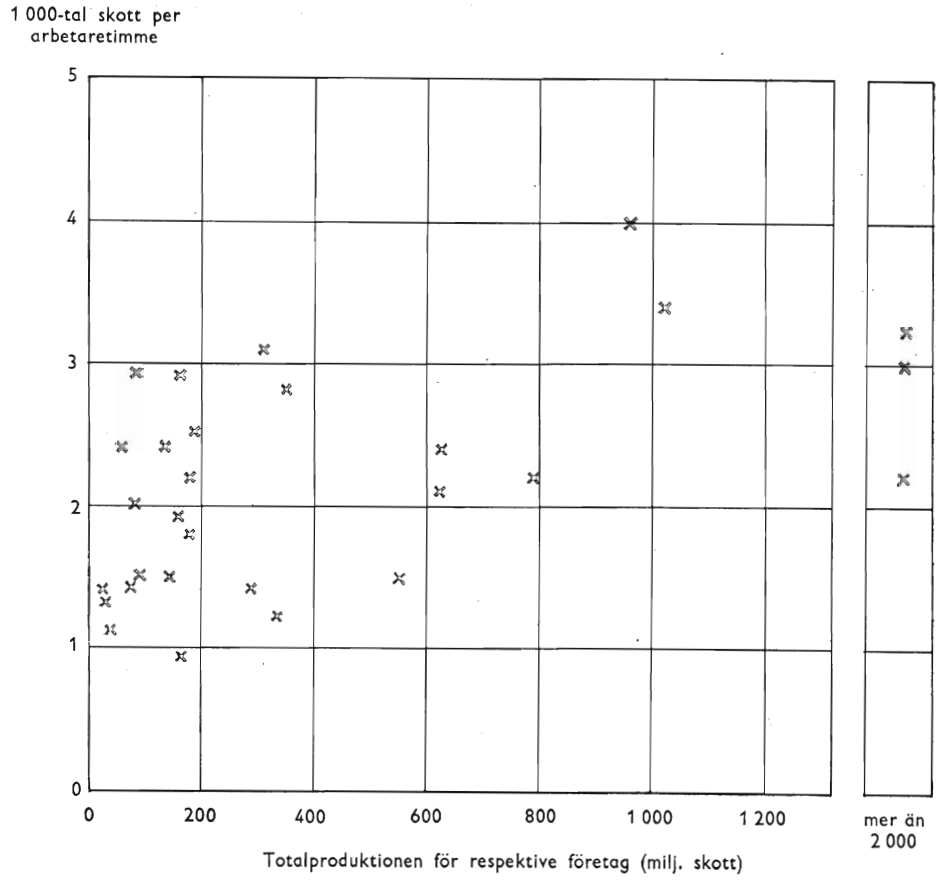


Diagram 30. Storleken av produktionen per arbetaretimme 1938 vid olika stora yllevä-verier, tillverkande huvudsakligen herr- och överplaggstyger.

tag tillverkande uteslutande eller huvudsakligen kardgarns- respektive kamgarnstyger har icke kunnat konstateras.

Sammanfattningsvis bör konstateras att det statistiska materialet icke ger något belägg för en samvariation mellan produktionens storlek per arbetaretimme och produktionsskalans storlek.

C. Samvariationen mellan produktionens storlek per arbetaretimme och tillverkningsseriernas längd

I syfte att belysa samvariationen mellan produktionen per arbetaretimme och antalet producerade meter vävnad per mönster har vidstående punktdiagram utförts.

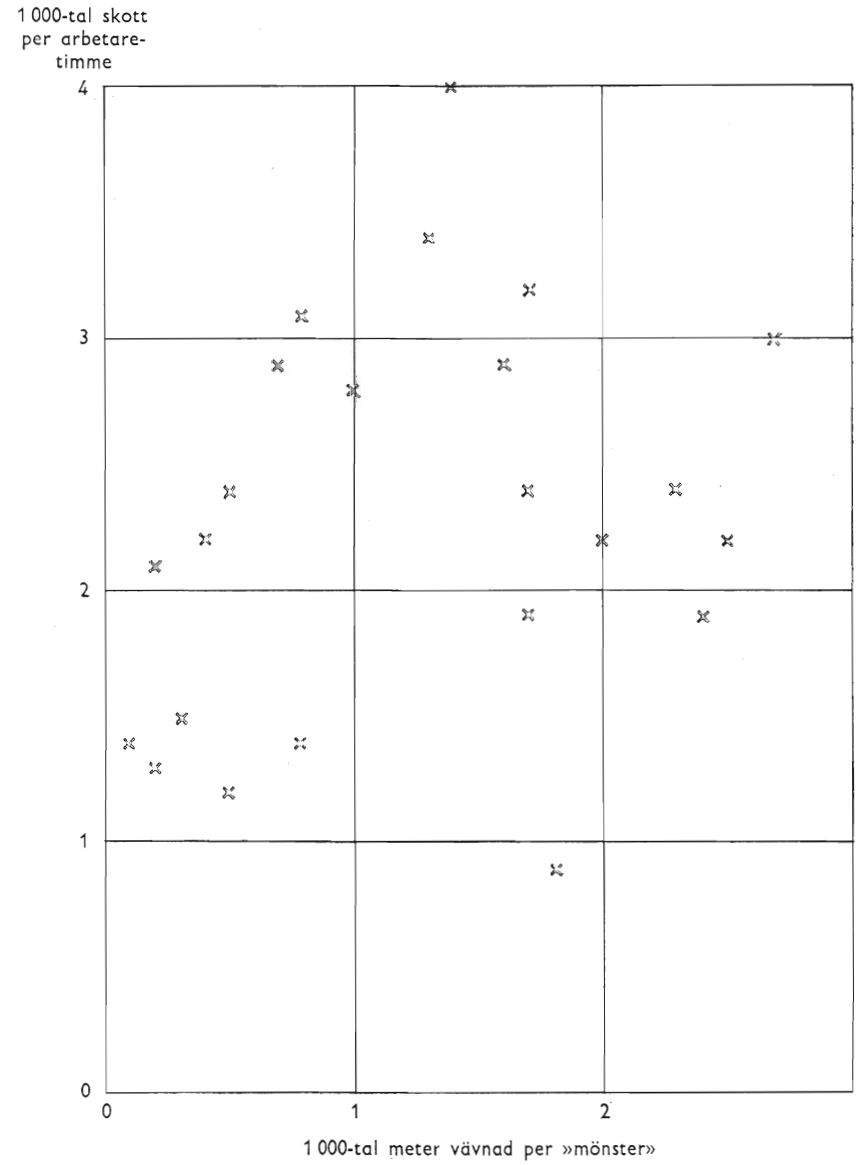


Diagram 31. Storleken av produktionen per arbetaretimme och tillverkningsseriernas längd (antal 1 000 meter per mönster) för vissa ylleväverier tillverkande huvudsakligen herr- och överplaggstyger. 1938.

Som framgår av diagrammet kan inte någon samvariation utläsas mellan antalet skott per arbetaretimme och antalet tillverkade 1 000 meter per mönster. Någon olikartad tendens för företag av olika storlek eller för sådana huvudsakligen inriktade på kardgarns- respektive kamgarnsvävnader kan ej heller utläsas. Skillnaden mellan storleken av produk-

tionen per arbetaretimme hos olika företag förefaller vara betydande (såsom redan framhållits i föregående avsnitt).

En förklaring till den låga graden av samvariation mellan produktionen per arbetaretimme och tillverkningsseriernas längd kan tänkas vara att antalet tillverkade 1 000 meter per mönster icke är representativt för längden av produktionsserierna. I den mån varje mönster i olika företag tillverkas varierande antal gånger under året kan man givetvis icke vänta sig ett närmare samband mellan antalet meter per mönster och antalet skott per arbetaretimme. Det senare påverkas ju primärt av antalet omställningar i vävstolarna. Försök har gjorts att erhålla en uppfattning om graden av söndersplittringen av produktionen utöver uppdelningen på antal mönster genom att jämföra de olika företagens relativa produktion på efterorder, men något samband har icke kunnat konstateras i detta hänseende.

Slutligen bör också framhållas, att vissa icke observerade inkonsekvenser i redovisningen, bl. a. beroende på oenhetlig terminologi i branschen, i viss mån kunna tänkas ha inverkat på de erhållna resultaten.

Kap. 6. DEN SVENSKA BOMULLSINDUSTRIENS STRUKTUR

I. Sammanfattning

Den svenska bomullsindustrien är till skillnad från ylleindustrien relativt lättöverskådlig. Den består av betydligt färre och större företag, och de stora företagen dominera starkare än inom ylleindustrien.

En mycket betydande ökning av produktionen av garn och vävnader ägde rum under 1930-talet t. o. m. 1936, varefter den stagnerade. Produktionsökningen, som totalt uppgick till ungefär 50 procent, var icke lika stor för alla av bomullsindustrien tillverkade varor. Den var sålunda större för oblekta och tryckta än för blekta vävnader och betydligt större för konstsilke- än för bomullsvävnader.

Samtidigt med produktionsstegringen inträffade en mycket betydande ökning av produktionen per arbetsställe, per spindel, per vävstol och per arbetaretimme. Denna stegring fortsatte även efter 1936. Antal arbetsställen förändrades relativt litet, varför tillverkningen per arbetsställe, spindel och vävstol ökade ungefär lika mycket som totalproduktionen eller med cirka hälften. Produktionen per arbetaretimme steg med närmare 30 procent i fråga om garn och med 50 procent i fråga om vävnader.

Under senare hälften av 1920-talet steg såväl totala produktionen som produktionen per spindel, vävstol och arbetaretimme avsevärt saktare än under 1930-talet.

Den övervägande delen av garnförbrukningen tillgodoses av inom landet framställt garn och huvudsakligen av inom det egna företaget producerat garn. Ungefär åttio procent av allt av bomullsväverierna förbrukat garn under 1936—1938 levererades från företagens egna spinnerier. Endast två procent importerades. Däremot täckte trikåindustrien ungefär hälften av sin förbrukning av bomullsgarn med utländskt garn.

Den svenska bomullsindustrien täckte mot slutet av 1930-talet ungefär tre fjärdedelar av den svenska konsumtionen av bomullsvävnader, något mindre av totalförbrukningen av garn — i vikt räknat. Värdemässigt var graden av självförsörjning något lägre.

Nedan lämnade uppgifter angående produktionen avse i allmänhet åren 1936—1938, angående distributionen vanligen endast 1938.

1. Totalproduktionens fördelning på varugrupper och varuslag

Av den svenska bomullsindustriens produktion av bomulls- och cellullgarn torde före kriget, då praktiskt taget ingen tillverkning av blandat bomulls- och cellullgarn förekom, framställningen av cellullgarn uppgått till mindre än en tiondel av produktionen av bomullsgarn i viktsmängd räknat. Samtidigt tillverkades inom industrien vigognegarn, huvudsakligen för produktion av flaneller och grövre underkläder, och konstsilkegarn, men båda i förhållandevis små kvantiteter. Av det framställda bomulls- och cellullgarnet utgjorde enkelt (otvinnat) garn ungefär tre fjärdedelar, enkeltvinnat (en gång tvinnat) cirka en femtedel, dubbeltvinnat, huvudsakligen avsett för fisknät och andra »tekniska ändamål», fyra procent samt s. k. effektgarn, till stor del stickgarner och dylikt, ungefär en och en halv procent av den totala kvantiteten.

Förhållandevis grova garner — högst engelskt nummer 18 — dominerade tillverkningen av såväl enkelt som enkeltvinnat bomulls- och cellullgarn. Produktionen av vigognegarn bestod, bl. a. av tekniska skäl, av ännu lägre nummer.

Bomullsindustrien tillverkade beklädnadsvävnader till inemot 60 procent av den totala vävnadsproduktionen, i antal skott räknat. Produktionen, uttryckt i antalet skott, d. v. s. antal inslags-(väft-)trådar, har för olika företag beräknats med ledning av den av företagen redovisade produktionen av meter av olika slag av vävnader, vilken för varje varuslag multiplicerats med uppskattat antal skott per meter vävnad av respektive varuslag. Det genomsnittligt uppskattade antalet skott per meter och varuslag kan givetvis variera ganska avsevärt mellan olika företag, varigenom produktionens storlek icke blivit korrekt beräknad. Felmarginalerna torde dock vara relativt begränsade. I bilaga 1 till avdelning III har angivits det beräknade antalet skott per meter för olika varuslag. Nära 20 procent av totalproduktionen föll på heminredningsvävnader, d. v. s. gardiner, draperier, möbeltyger och dylikt ävensom s. k. vitvaror såsom lakansväv. Av den återstående femtedelen av totalproduktionen hänförde sig ungefär två tredjedelar till varor för industriell användning, s. k. tekniska artiklar, såsom säckar, sadelmakareväv, smärgelduk och förbandsgas, och en tredjedel till fodervävnader och andra s. k. konfektionstillbehör. Dessa tillverkas i stora kvantiteter även inom ylleindustrien och i företag, som icke äro hänförliga till vare sig bomulls- eller ylleindustrien.

Av de 74 varuslag, i vilka produktionen uppdelats i statistiken, föll drygt 17 procent, i antal skott räknat, på klänningstyger och hälften på de sex största beklädnadsvävnaderna: klänningstyg, skjorttyg, flaneller, blåtwills, domestik och förklädestyg. Heminredningsartiklarnas andel av totalproduktionen är förhållandevis liten. Produktionen av de fyra största,

lakansväv, täcksatin, bolsterväv och gardintyg, utgjorde icke mera än knappt en sjundedel av totalproduktionen, varav lakansväv cirka sex procent. Beträffande detta varuslag må dock ihågkommas, att den framställes i mycket stora bredder. Intet varuslag tillhörigt varugrupperna fodervävnader eller tekniska vävnader tillverkades i någon relativt betydande omfattning. Särskilt blygsam var produktionen av åtskilliga tekniska vävnader. De tjugo minsta redovisade varuslagen svarade för mindre än en procent av totalproduktionen.

2. Totalproduktionens fördelning på olika grupper av företag

Tillverkningsvärdet för bomullsindustrien faller till närmare två tredjedelar på företag, vilka huvudsakligen tillverka dambeklädnadstyger samt skjorttyger och flaneller men även ha en icke obetydlig produktion av stapelvaror, drygt en femtedel faller på företag med blandad tillverkning av vävnader och knappt en tiondel på företag, som huvudsakligen tillverka gardin- och draperityger.

Produktionen av bomullsindustriens produkter är fördelad på ett relativt litet antal spinnerier och väverier. Företagsenheternas sammansättning och storlek är mycket varierande. En alldeles övervägande del av tillverkningen sker i kombinerade företag.

De fem största av 25 redovisade spinnerier svara för närmare hälften av hela produktionen av bomulls-, cellull- och vigognegarn, de fem minsta för ungefär fem procent.

Hälften av bomullsindustriens produktion av vävnader, i skott räknat, faller på de fyra största av inalles 44 i undersökningen redovisade företag, och mer än 85 procent på de tretton största. De 31 minsta företagen svara endast för knappt en sjundedel av totalproduktionen. Det stora flertalet småföretag tillverka huvudsakligen gardin- och draperityger.

De tre största bomullsväverierna, i antal skott räknat, framställa nästan hälften av totalproduktionen, de tre därnäst största ungefär en sjundedel och de därpå tre följande ungefär en niondel. Som naturligt är dominera de stora företagen ännu mera vid framställningen av olika varugrupper. Olika företag äro ju inriktade på olika delar av industriens sortiment. Emedan de största bomullsväverierna både äro förhållandevis synnerligen stora och tillverka ett mycket stort varuområde, är dock skillnaden mellan de stora företagens dominans av hela tillverkningen och av olika varugrupper inte så stor.

Om tillverkningen uppdelas på beklädnads-, heminrednings-, foder- och tekniska vävnader, visar det sig att de tre företagen med största produktionen av respektive varugrupper svara för mer än hälften av produktionen utom beträffande heminredningstyger, där de tre största företagens

andel dock är fyrtio procent. De tre företagen med därnäst störst produktion i respektive varugrupper svara för ungefär tjugo procent i samtliga varugrupper utom tekniska vävnader, där deras andel är nästan trettio procent. Ej mindre än 39 företag redovisa tillverkning av heminredningsvävnader, 30 av beklädnadstyger och ungefär vardera 20 av konfektions- och tekniska vävnader.

3. Differentieringen av företagens produktion

Som tidigare antytts är produktionen i förhållande till sin storlek betydligt mera differentierad hos de små än hos de stora företagen, utom i fråga om enstaka små företag, som specialiserat sig på ett eller ett fåtal varuslag, huvudsakligen heminredningsartiklar.

Ett mått på differentieringen av vävnadsproduktionen kan erhållas genom storleken av produktionen per varuslag, produktionsserierna, d. v. s. tyger med samma men relativt stora användningsområden såsom klänningstyger, lakansväv, möbeltyger. Produktionsseriernas längd växer hastigt vid stegrad företagsstorlek.

De 16 minsta — av inalles 44 — *väverierna inom bomullsindustrien* hade endast tre produktionsserier av 43 längre än 300 000 1 000-tal skott, medan de tio närmast i storlek kommande företagen hade en betydande tillverkning i längre produktionsserier än 300 000 1 000-tal skott men också en relativt stor produktion i mycket korta serier. Dessas relativa betydelse minskade dock starkt. Samma utveckling kunde konstateras för de stora och största företagen: ju större företag desto mera ökade de långa och mycket långa produktionsseriernas betydelse men samtidigt redovisade dock nästan alla företag ett stort antal mycket korta produktionsserier.

Fördelningen av produktionen av garn på olika långa produktionsserier är av samma typ som för vävnader. Skillnaderna i produktionens differentiering äro emellertid relativt mindre mellan företag av olika storlek. Nästan alla spinnerier framställa garn i alla nummergrupper, även de lägsta och högsta.

I fråga om produktionens fördelning på mönster föreligger samma tendens som beträffande produktionens fördelning på varuslag. Antalet tillverkade meter per mönster (tillverkningsserier) är särskilt lågt för företag, tillverkande gardin- och draperityger, där de stora företagen redovisa kortare tillverkningsserier än de små. I övrigt växer emellertid tillverkningsseriernas längd per mönster med företagets storlek, ehuru icke i samma takt som denna.

Antal tillverkade kvaliteter och antal meter per kvalitet är avsevärt större än varusortimentets storlek respektive tillverkningsseriernas längd

men varierar i stora drag ungefär i proportion som dessa. På grund av definitionssvårigheter får emellertid uppgiftsmaterialet anses vara osäkert.

4. Varusortimentets storlek och tillverkningsseriernas längd

Tidigare har behandlats antalet tillverkade varuslag och produktionen per varuslag. Av varje slag av vävnader framställa emellertid företagen flera eller färre mönster. Antalet producerade mönster, varusortimentets storlek, blir därför avsevärt större än antalet producerade varuslag och antalet producerade meter per mönster, tillverkningsseriernas längd, lägre än antalet per varuslag tillverkade meter. I stort sett föreligger dock en någorlunda nära samvariation mellan varusortimentets storlek och antal producerade varuslag respektive tillverkningsseriernas längd och produktionens storlek per varuslag.

Såväl varusortimentets storlek som tillverkningsseriernas längd växa med företagsstorleken. Det är därför omöjligt att nämna några typtal beträffande hela delbranschen. I stället måste varje storleksgrupp av företag behandlas för sig.

Inom delbransch 2, företag framställande huvudsakligen dambeklädnadstyger samt skjorttyger och flaneller, tillverkade det typiska företaget i den minsta storleksgruppen knappt 1 000 mönster och i den största knappt 2 000 mönster. Tillverkningsseriernas längd voro 3 000 respektive drygt 7 000 meter. Antalet i hela delbranschen tillverkade mönster kan uppskattas till ej mindre än ungefär 15 000. Denna delbransch svarar för närmare två tredjedelar av hela bomullsvävnadsindustriens tillverkningsvärde.

För det typiska företaget i delbransch 3, företag med tämligen allsidig tillverkning av bomullsvävnader, uppgick antal producerade mönster till 850 och tillverkningsseriernas längd till närmare 4 000 meter. Inom hela delbranschen framställdes uppskattningsvis sammanlagt mer än 8 000 mönster.

Hos företag tillverkande huvudsakligen gardin- och draperityger, delbransch 6, steg varusortimentets storlek mycket hastigt vid växande företagsstorlek, t. o. m. hastigare än företagsstorleken. Det typiska företaget i den minsta storleksgruppen producerade ett 40-tal mönster, i den mellersta ungefär 100 och i den största mer än 500. Samtidigt sjönk tillverkningsseriernas längd mellan de två större storleksgrupperna: från närmare 3 000 meter för det typiska företaget i den mellersta storleksgruppen till drygt 1 000 meter i den största storleksgruppen. Framhållas bör emellertid, att av allt att döma antalet dessiner per mönster säkerligen ofta är betydande inom denna delbransch.

Sambandet mellan varusortimentets storlek och tillverkningsseriernas

längd och dessas samvariation med andra komponenter behandlas i detta kapitels avdelning IV. Här skall endast framhållas, att utvecklingen av varusortimentets storlek och tillverkningsseriernas längd synes ske i olika takt i olika företagsstorlekar.

5. Produktionens fördelning på olika orderslag och på olika delar av året[1]

Som är att vänta med hänsyn till den relativt stora tillverkningen av stapelvaror är tillverkningen på lager betydande inom bomullsindustrien. Den utgör för de mycket stora företagen ungefär trettio procent av hela tillverkningsvärdet. De mindre företagen ha en betydligt blygsammare lagertillverkning. I stället är tillverkningen på efterorder betydande eller nära en tredjedel av tillverkningsvärdet mot en åttondel för de större företagen. Företag, tillverkande gardin- och draperityger ävensom band och snörmakerier, redovisa ungefär fjärdedelen av tillverkningen på efterorder och mindre än en tiondel på lager. De stora band- och snörmakerifabrikerna ha dock en betydande lagertillverkning.

Tillverkningen på säsongorder utgör för de stora företagen ungefär hälften av tillverkningsvärdet, för de mindre inemot två tredjedelar liksom för företag, tillverkande gardin- och draperityger.

Uppgifterna angående tillverkningens storlek under olika delar av året äro bristfälliga. Man erhåller dock ett starkt intryck av en mycket jämn produktion under året. Tillverkningen förefaller vara något ojämnare för de företag, som huvudsakligast framställa gardin- och draperityger. Tillverkningen av stapelvaror eller relativt litet modebetonade varor är också inom flertalet företag utom möjligen de allra minsta ganska betydande, varigenom möjligheter till säsongutjämningar föreligga. Leveransernas fördelning under olika delar av året är emellertid också relativt jämn men variationerna äro större än i fråga om tillverkningen.

6. Försäljningsvägar för vävnader

Försäljningen direkt till detaljister är över huvud taget ganska betydande för de små företagen men av mycket liten omfattning för de stora företagen.

Försäljningen till grossister utgör för samtliga företag utom de allra största i stort sett två tredjedelar av hela försäljningsvärdet. För de största företagen sjunker den till ungefär fyrtio procent. Försäljningen till textilfabrikanter (konfektionärer) utgör mellan en femtedel och en fjärdedel för samtliga företag utom dem, som huvudsakligen tillverka gardin-

[1] På grund av uppgiftsmaterialets bristfällighet ha dessa frågor icke kunnat behandlas mera ingående utan ha endast berörts här.

och draperityger, vilka sakna försäljning till textilfabrikanter, och de allra största företagen, som sälja ungefär en tredjedel av sin tillverkning till textilfabrikanter. Försäljningen till övriga kunder, vilken i stor utsträckning utgöres av tekniska artiklar samt export, är av storleksordningen en tiondel av hela försäljningsvärdet utom beträffande fabriker tillverkande gardin- och draperityger, vilka icke redovisa någon försäljning till övriga kunder.

I redovisningen torde försäljningen till grossister vara något överskattad och försäljningen till textilfabrikanter (konfektionärer) något underskattad.

7. Inköpsvägar för råvaror[1]

De lämnade uppgifterna angående inköpsvägarna för råvaror, varmed avses alla i tillverkningen förbrukade varor, äro relativt ofullständiga och svåröverskådliga. Inköpsvägarna påverkas givetvis av företagens grad av utbyggnad. Kombinerade företag inköpa i stort sett endast bomull och övriga fibrer, medan självständiga väverier inköpa garn. De kombinerade företagen redovisa praktiskt taget uteslutande inköp direkt eller via agent från utlandet. De mindre, självständiga väverierna, särskilt sådana tillverkande gardin- och draperityger, inköpa största delen av sina råvaror direkt från inhemska tillverkare, de större redovisa egen import. Inköpsvägarna variera dock mycket avsevärt mellan olika företag.

8. Antal kunder, försäljningens storlek per kund och per försäljare

Försäljningens storlek per kund varierar för företag tillverkande olika huvudslag av vävnader — dambeklädnadstyger, tekniska vävnader, gardin- och draperityger etc. — beroende på distributionsapparatens (handelns) utformning, vilken i sin tur påverkas bl. a. av konsumtionsvanorna. Därjämte varierar emellertid försäljningen per kund med en rad komponenter. En sammanfattande tabell över storleken av olika komponenter för olika delar av bomullsindustrien samt för olika stora företag återfinnes som bilaga 1 och 2 till avdelning IV.

För samtliga grupper av företag utom gardin- och draperifabriker ökar försäljningen per kund liksom antalet kunder avsevärt vid stigande företagsstorlek men antalet kunder vanligen snabbare än försäljningen per kund. Ökningen av försäljningen per kund vid stigande företagsstorlek är över huvud taget mycket långsammare än inom ylleindustrien. Gardin- och draperifabriker redovisa ingen ökning av försäljningen per kund vid stigande företagsstorlek trots att antalet tillverkade mönster stiger mycket snabbt — betydligt snabbare än för övriga företag inom bomullsindustrien.

[1] På grund av uppgiftsmaterialets bristfällighet har detta avsnitt endast berörts här.

Man kan konstatera en stigande försäljning per kund vid växande varusortiment ävensom vid ökat varuområde (d. v. s. ökat antal varuslag), men ökningen av försäljningen per kund är relativt liten. Detta synes bl. a. bero dels av att grossistförsäljningen är av betydande omfattning och antalet stora grossister är förhållandevis litet, och dels av en i jämförelse med yllekonfektionen liten försäljning till konfektions- och sömnadsindustri och till stor del till relativt små företag i denna industri. En utökning av försäljningen nödvändiggör därför, särskilt för de större företagen, vilkas andel av marknaden är mycket betydande (större än de största företagens andel inom ylleindustrien), ofta försäljning även till små kunder och till mindre kunder än tidigare ävensom av endast delar av varusortimentet till stora kunder. Ökat motstånd vid ianspråktagande av större del av marknaden kan sägas inträda.

Ett annat indicium på detta, att försäljningens storlek per försäljare ökar långsammare än försäljningen per kund, saknas däremot med undantag för en »antydan därom» beträffande de största företagen.

Antalet kunder varierar som naturligt är betydligt mellan olika kundkategorier. För de företag, som sälja till detaljister, är dessas antal ofta mycket stort. De större företagen med mera betydande detaljistförsäljning redovisa sålunda mer än 1 000 kunder och företag med relativt begränsad detaljistförsäljning åtskilliga 100 detaljistkunder. Antalet grossistkunder varierar för de stora delbranscherna, alltså med huvudsaklig tillverkning av dambeklädnadstyger, skjorttyger och flaneller, mellan 100 och 250 för olika stora typföretag; antalet textilfabrikantkunder — huvudsakligen konfektionärskunder — mellan 50 och 350.

Det sammanlagda antalet grossistkunder till företagen i de båda största delbranscherna synes överstiga 3 000 och antalet konfektionärskunder 2 000. Detta innebär att varje grossist och varje textilfabrikant i genomsnitt köper från flera företag i dessa delbranscher.

Försäljningen per kund fluktuerar givetvis kraftigt mellan olika kundkategorier. Försäljningen per detaljist är vanligen av storleksordningen 1 000—2 000 kronor utom beträffande företag, som främst sälja gardin- och draperityger, där försäljningen per detaljist synes ligga uppåt 5 000 kronor per år. Typföretagen redovisa i stort sett något lägre försäljning per textilfabrikant (konfektionär) än per grossist. Den är för de två största delbranscherna av storleksordningen 10—20 000 kronor men avsevärt lägre för företag, som huvudsakligen sälja gardin- och draperityger.

Försäljningen per försäljare, för vilken uppgifterna äro mycket bristfälliga, varierar för de största delbranscherna mellan cirka 600 000 och mer än 2 miljoner kronor, beroende på företagsstorleken. För företag som huvudsakligen sälja gardin- och draperityger är den mycket lägre, 200—600 000 kronor per år.

9. Produktionens storlek per arbetaretimme

Produktionen av garn per arbetaretimme förefaller variera ganska mycket mellan olika företag beroende bl. a. på olika nummerfördelning, olika kvaliteter och olika slag av garn. Det har tyvärr icke visat sig möjligt att närmare utröna i vilken omfattning produktionen per arbetaretimme beror av dessa komponenter. Över huvud taget äro uppgifterna om produktionen av garn per arbetaretimme mycket svåra att bedöma.

Storleken av produktionen av vävnader per arbetaretimme varierar avsevärt till icke oväsentlig del beroende på olikheter i utförandet men även på produktionsapparatens beskaffenhet m. m. Antalet skott per arbetaretimme stiger väsentligt med stigande företagsstorlek. Samtidigt ökar emellertid också tillverkningsseriernas längd. Ett nära samband förefaller finnas mellan tillverkningsseriernas längd och antalet skott per arbetaretimme. Produktionen per arbetaretimme stiger hastigt vid förlängning av tillverkningsserierna. Hur mycket enbart en förlängning av dessa inverkar på produktionen per arbetaretimme kan dock endast konstateras med svårighet. Tillverkningsseriernas längd ökar nämligen vid ökad företagsstorlek.

Kostnaderna för arbetslöner synas i genomsnitt för alla bomullsspinnerier före kriget kunna uppskattas till mellan en tredjedel och hälften av totala förädlingskostnader och för bomullsväverier till ungefär en tredjedel. Arbetskostnadernas relativa betydelse varierar mycket starkt mellan olika företag.

II. Den svenska bomullsindustriens utveckling under 1930-talet[1]

1. Produktion och import

Medan ökningen av produktionen av garn, d. v. s. bomulls- och cellullgarn, var relativt begränsad under senare delen av 1920-talet, steg produktionen under 1930-talet efter en måttlig avmattning under depressionen i 30-talets början mycket kraftigt. År 1936 var den i det närmaste

[1] Samtliga i denna avdelning lämnade uppgifter äro hämtade ur kommerskollegii officiella statistik samt den av socialstyrelsen publicerade »Lönestatistisk Årsbok». Uppgifter angående produktion samt import och export finnas endast uttryckta i vikt och värde (icke i löpmeter, kvadratmeter eller skott i fråga om vävnader eller i kilometer eller medelnummer i fråga om garn). Härigenom försämras starkt möjligheterna till jämförelser mellan olika år men synes dock icke äventyra dessa, då de under olika år tillverkade eller importerade vävnadernas och garnets beskaffenhet (täthet, bredd, grovlek etc.) vanligen förändras långsamt och skillnaderna mellan de under olika år tillverkade eller importerade kvantiterna vävnader och garn vanligen äro stora. Man synes därför trots allt kunna erhålla en tämligen god bild av industriens utveckling under 1930-talet.

hälften till så stor som 1929. T. o. m. 1939 höll sig produktionen därefter med små avvikelser vid knappt trettio tusen ton per år.

Under 1930-talet inträffade därjämte en stark ökning av produktionen av konstsilkegarn, som emellertid icke framställes inom bomullsindustrien. Denna produktion femdubblades under 1930-talet men uppgick dock 1939 icke till mera än cirka 900 ton eller tre procent av produktionen av bomulls- och cellullgarn.

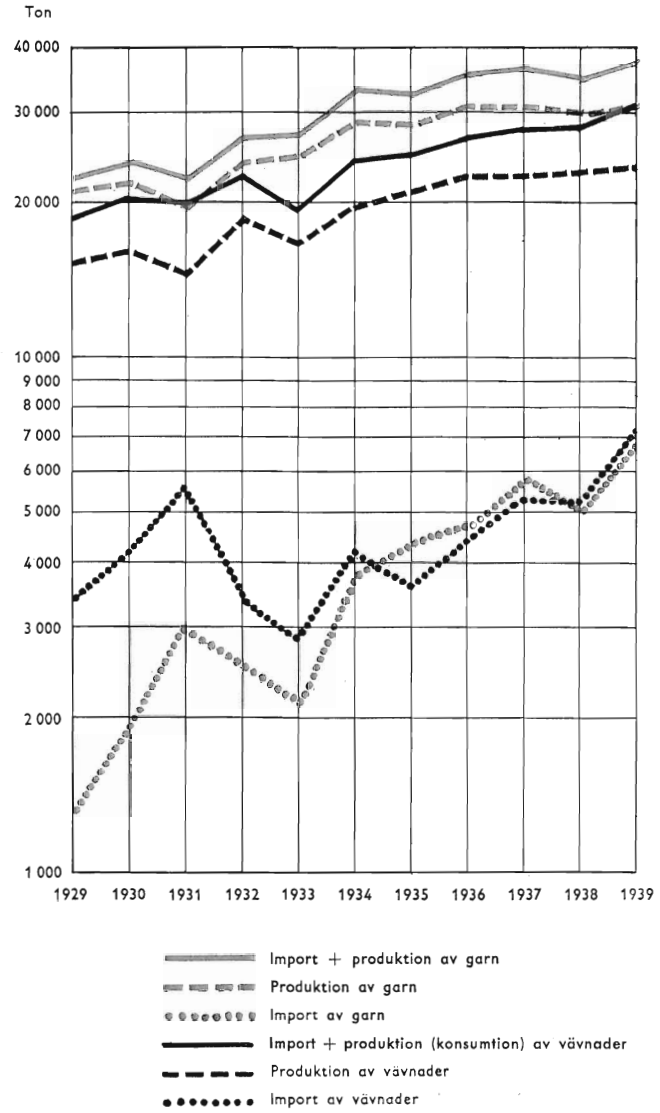
Ökningen av produktionen av bomullsvävnader samt hel-, halv- och konstsilkevävnader skedde såväl under senare hälften av 1920-talet som under 1930-talet i ungefär samma takt som produktionen av garn. Större delen av ökningen av produktionen av bomullsvävnader är hänförlig till produktionsstegringen för oblekta vävnader, varav tillverkningen nästan fördubblades under 1930-talet. 1939 utgjorde den 6 584 ton eller en tredjedel av tillverkningen av alla bomullsvävnader. Produktionen av tryckta vävnader steg ännu mera under 1930-talet men utgjorde dock 1939 endast cirka 1 700 ton. Tillverkningen av hel-, halv- och konstsilkevävnader var obetydlig i början av 1930-talet men uppnådde efter en tiofaldig stegring under 1930-talet ungefär 2 200 ton 1939 eller ungefär en tiondel av totalproduktionen av bomulls-, cellull- och silkevävnader — i vikt räknat. Hel-, halv- och konstsilkevävnadernas andel av totalproduktionen var avsevärt större i meter och värde räknat. Deras andel av totala produktionsvärdet var drygt en fjärdedel.

Stegringen av produktionen av både garn och vävnader synes, åtminstone icke till någon väsentlig del, vara betingad av en relativ ökning av tillverkningen av grövre garner och tyngre vävnader — snarare torde utvecklingen ha gått mot finare garner och lättare vävnader.

På nästa sida har konsumtion, inhemsk produktion och nettoimport av bomulls-, cellull- och silkegarn samt vävnader därav under åren 1929—1939 återgivits i ett diagram, vilket för att bättre åskådliggöra utvecklingen utförts i halvlogaritmisk skala, varigenom samma lutning visar samma *relativa* förändring.

Importen av bomullsgarn var tämligen obetydlig 1924, steg kraftigt mot slutet av 1920-talet och början av 1930-talet samt utgjorde 1931 ungefär en tiondel av den totala inhemska produktionen. Den ökade sedan efter en tillfällig avmattning under depressionen ytterligare, så att den mot slutet av 1930-talet hade fördubblats och utgjorde ungefär en sjättedel av den inhemska produktionen. Samtidigt ökade importen av konstsilkegarn mycket kraftigt och uppgick mot slutet av 1930-talet till drygt 2 000 ton eller ungefär dubbelt så mycket som den inhemska produktionen. Införseln av konstsilkegarn steg under 1939 ytterligare till mer än 3 000 ton.

Importen av hel- och halvsiden- samt konstsilkevävnader var 1929 dubbelt så stor som den inhemska produktionen, fördubblades fram till 1939, då den dock på grund av den mycket snabba tillväxten i den inhemska



Med produktion avses inhemsk produktion och med import nettoimport, alltså med avdrag för export.

Diagram 32. Konsumtion, inhemsk produktion och nettoimport av bomulls-, cellull- och silkegarn samt vävnader därav 1929—1939.

Halvlogaritmisk skala.

produktionen ej uppgick till mera än en femtedel av den inhemska produktionen. Införseln av bomullsvävnader av alla slag var av samma storleksordning 1924 och 1929 men sjönk därefter avsevärt under depressionen i början av 1930-talet för att sedan stiga mycket kraftigt. Den utgjorde 1930 närmare fem tusen ton eller ungefär femtio procent mera än 1929. Under 1939 ökade den inför krigsutbrottet, i likhet med importen av

konstsilkevävnader, mycket kraftigt. 1938 utgjorde importen av bomullsvävnader närmare en fjärdedel av den inhemska produktionen av bomullsvävnader, under 1929 ungefär en femtedel.

2. Produktivitet m. m.

Utvecklingen av den svenska bomullsindustrien under perioden 1924—1939 illustreras av två diagram på omstående sidor, det ena avseende garn, det andra vävnader. Diagrammen visa dels utvecklingen av de producerade kvantiteterna, produktionsapparatens storlek, antalet arbetsställen och antalet arbetaretimmar och dels ett antal jämförelsetal såsom producerad kvantitet per arbetsställe och per maskinenhet, antal maskinenheter per arbetsställe, antal arbetaretimmar per maskinenhet och produktion per arbetaretimme. I diagrammen har utvecklingen beskrivits genom användande av relativtal varvid 1929 satts lika med 100.

Antalet arbetsställen liksom antalet företag har förändrats mycket litet under 1924—1939, däremot har produktionen per arbetsställe stigit mycket väsentligt under 1930-talet, men relativt litet under senare hälften av 1920-talet. Totalproduktionen har likaledes stigit väsentligt under 1930-talet men endast i begränsad omfattning under senare hälften av 1920-talet.

Den starka stegringen av bomullsindustriens produktion av garn och vävnader under 1930-talet har utförts av ungefär oförändrat antal använda spindlar och ett med en tiondel minskat antal använda vävstolar. I stället har en avsevärd ökning av produktionen per spindel och, i synnerhet, per vävstol ägt rum. Samtidigt har produktionen per arbetaretimme av både garn och vävnader ökat väsentligt, med ungefär 25 respektive 50 procent i vikt räknat.

Nyssnämnda utveckling synes i huvudsak bero på en betydande rationalisering av industrien men i någon utsträckning också på att produktionsapparaten kunnat utnyttjas bättre vid stigande produktion. Av diagrammen framgår sålunda, att antalet arbetaretimmar per använd spindel och per använd vävstol stigit under 1930-talet.

Stegringen av produktionen per arbetaretimme kan icke förklaras av förändringar i arbetskraftens sammansättning, då några större sådana icke ha ägt rum under slutet av 1920-talet eller under 1930-talet. Inom bomullsspinnerierna utgjorde under samtliga år med små variationer kvinnor över 18 år ungefär två tredjedelar av samtliga arbetare.[1] Däremot

[1] I industristatistiken (kommerskollegium) redovisas endast antalet timmar för »vid fabrikationen sysselsatta arbetare exklusive hemarbetare» samt för »övriga arbetare». Någon vidare uppdelning på olika arbetarekategorier finnes icke, endast antalet arbetare i dessa.

Förändringar av arbetskraftens sammansättning ha i det följande beskrivits genom angivande av de relativa förändringarna i antalet arbetare i olika kategorier. Då skillnaderna i antalet arbetaretimmar per år och arbetare mellan olika kategorier voro i det närmaste lika stora under hela undersökningsperioden (1929—1939) har totala antalet *arbetaretimmar* i olika kate-

har antalet arbetare under 18 år minskat från drygt en femtedel av alla arbetare under 1924 till en sjättedel 1929 och en åttondel 1939. Samtidigt har en i stort sett kompenserande ökning av antalet vuxna manliga arbetare ägt rum.

Arbetskraftens sammansättning i bomullsväverierna har ävenledes varit underkastad tämligen små variationer. Antalet vuxna kvinnor utgjorde 1924 nära sjuttio procent av totalantalet arbetare, 1929 två tredjedelar och 1939 drygt sextio procent. Samtidigt minskade antalet arbetare under 18 år från knappt tretton procent av totalantalet arbetare 1924 till knappt nio procent 1929 och sju och en halv procent 1939.

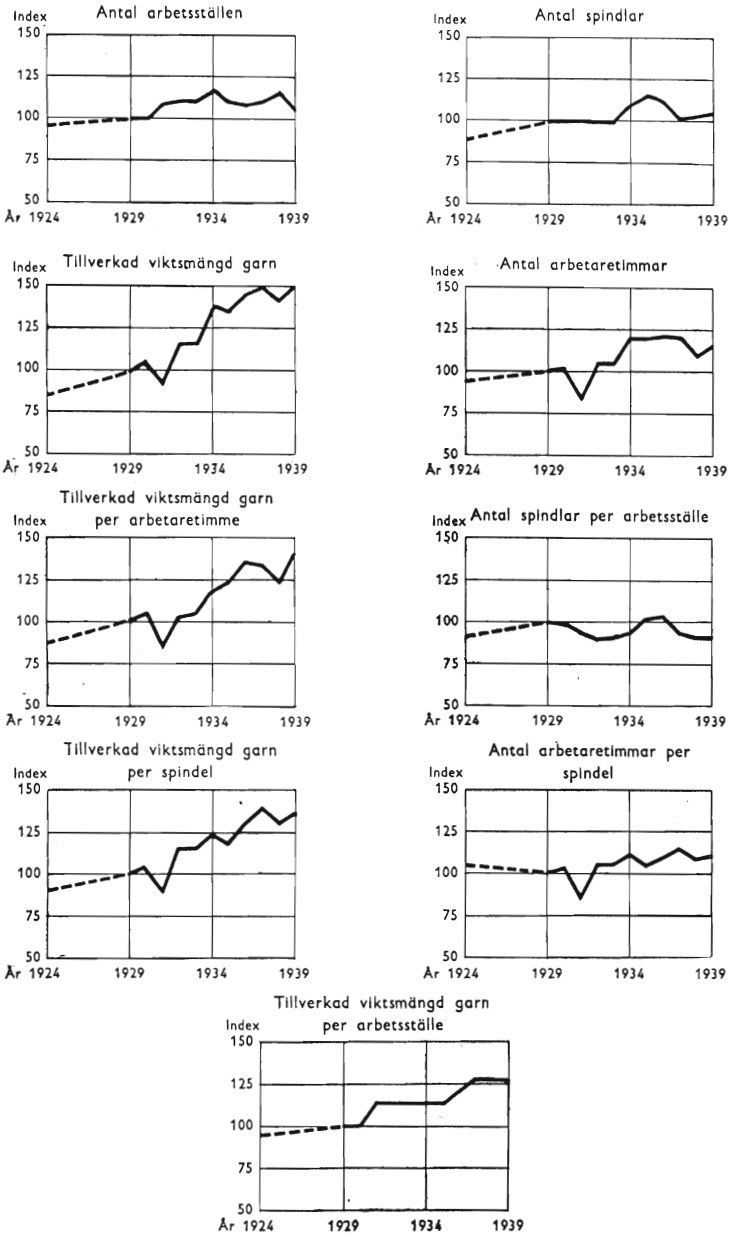
Övriga arbetare, d. v. s. andra än egentliga fabriksarbetare, utförde ungefär lika många arbetaretimmar under 1924 och 1929. Antalet timmar ökade emellertid under 1930-talet och var ungefär dubbelt så stort 1939 som 1929. Det är på grund av den bristfälliga statistiken icke möjligt att angiva, i vilken utsträckning övriga arbetare äro att hänföra till spinnerier, väverier eller andra delar av bomullsindustrien och ha därför icke kunnat medtagas. Antalet arbetaretimmar för övriga arbetare utgör dock för bomullsindustrien i sin helhet icke mer än knappt tio procent av samtliga arbetaretimmar. En fördubbling av antalet övriga arbetare innebär alltså en ökning av antalet arbetaretimmar med knappt tio procent.[1]

Sammanfattningsvis må framhållas att bomullsindustriens utveckling under 1930-talet — om man frånser en tämligen obetydlig och kortvarig avmattning under depressionen — både absolut sett och i jämförelse med senare hälften av 1920-talet kännetecknades av en snabb ökning av produktionen vid ungefär oförändrat antal arbetsställen, ungefär lika stor produktionsapparat och en måttlig ökning av antalet arbetaretimmar — huvudsakligen i spinnerierna. Produktionsstegringen har därför åstadkommits genom en ökning av ungefär samma storleksordning i fråga om produktionen per arbetsställe, spindel, vävstol och arbetaretimme som av totalproduktionen. Tillverkningen av *garn* per arbetaretimme ökade dock väsentligt långsammare.

Under 1936—1938 hade produktionsökningen stagnerat och stegringen av tillverkningen per spindel och vävstol respektive per arbetaretimme hade starkt minskat eller avstannat. Den i det följande använda undersökningsperioden, 1936—1938, utmärker sig sålunda för i åtskilliga avseenden »stabila» förhållanden och synes vara typisk för industriens läge efter expansionen och rationaliseringen under början och mitten av 1930-talet.

gorier förändrats i samma grad som antalet arbetare. Uppgifter om antalet arbetaretimmar per år för arbetare i olika kategorier ha hämtats ur Lönestatistisk Årsbok, publicerad av Socialstyrelsen. Dessa uppgifter omfatta icke alla företag men synas ha god representativitet. Antalet arbetaretimmar per år är ungefär detsamma för alla arbetarekategorier. För arbetare under 18 år redovisas dock något lägre antal timmar per år.

[1] Se även not på sid. 188.

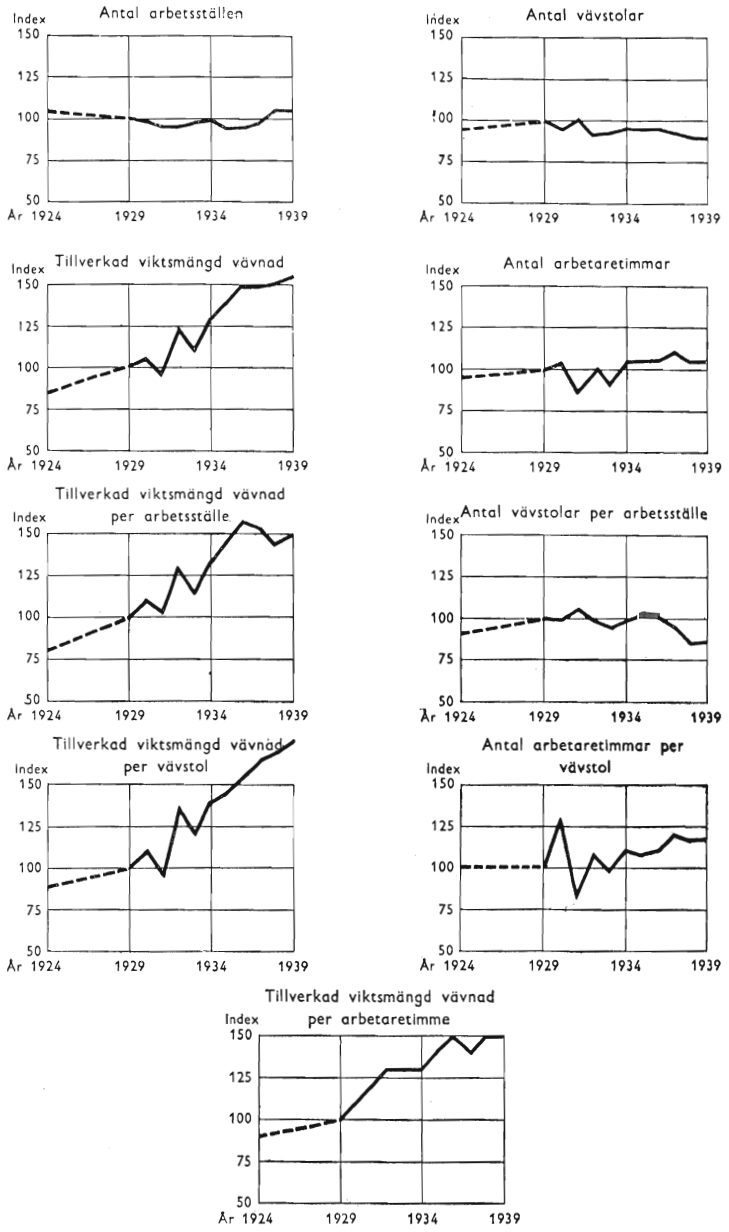


Obs! Antal spindlar avse under respektive år *använda* spindlar.

Diagram 33. Den svenska bomullsindustriens utveckling 1924—1939. Spinnerier—garn.

Index: 1929 = 100.

Här angivna uppgifter återfinnas i absoluta tal för flertalet år i tabell, som återfinnes som bilaga sist i denna avdelning, på sid. 262.



Obs! Antal vävstolar avse under respektive år *använda* vävstolar.

Diagram 34. Den svenska bomullsindustriens utveckling 1924—1939. Väverier—vävnader.

Index: 1929 = 100.

Här angivna uppgifter återfinnas i absoluta tal för flertalet år i tabell, som återfinnes som bilaga sist i denna avdelning, på sid. 262.

För att ytterligare belysa undersökningsperiodens lämplighet kommer i nästa avdelnings första avsnitt produktionens förändringar under åren 1936, 1937 och 1938 att närmare undersökas.

Bilaga 1 (löpande nr 5).

Utvecklingen i absoluta tal.

	Kvantitetsgrund	1924	1929	1932	1935	1936	1937	1938	1939
Bomullsspinnerier:									
Antal arbetsställen	st.	34	35	39	39	38	39	40	37
Antal självständiga spinnerier	st.	10	7	8	9	10	10	10	10
Antal använda spindlar	1 000 st.	549	614	604	693	684	635	640	653
Tillverkad viktsmängd garn	ton	17 794	20 884	23 977	28 106	30 614	30 638	29 631	30 855
Antal arbetaretimmar	1 000-tal	12 999	13 801	14 234	16 356	16 811	16 532	15 473	15 996
Tillverkad viktsmängd garn per arbetsställe	ton	523	597	615	721	806	786	741	834
Antal använda spindlar per arbetsställe	1 000 st.	16,1	17,5	15,5	17,8	18,0	16,3	16,0	17,6
Tillverkad viktsmängd garn per använd spindel	kg.	32	35	40	41	45	48	46	47
Antal arbetaretimmar per använd spindel	st.	23,7	22,5	23,6	23,6	24,6	26,0	24,2	24,5
Tillverkad viktsmängd garn per arbetaretimme	kg.	1,4	1,5	1,7	1,7	1,8	1,9	1,9	1,9
Bomullsväverier:									
Antal arbetsställen	st.	64	61	58	58	58	60	64	64
Antal självständiga väverier	st.	34	30	26	28	29	31	32	34
Antal använda vävstolar	st.	14 854	15 480	14 295	14 768	14 849	14 285	13 796	13 974
Tillverkad viktsmängd vävnad	ton	12 551	15 110	18 749	20 827	22 531	22 732	22 884	23 636
Antal arbetaretimmar	1 000 st.	14 038	14 506	14 416	14 780	15 292	15 910	15 139	15 408
Tillverkad viktsmängd vävnad per arbetsställe	ton	196	247	323	359	388	379	358	369
Antal använda vävstolar per arbetsställe	st.	232	254	246	255	256	238	216	218
Tillverkad viktsmängd vävnad per använd vävstol	kg.	845	976	1 312	1 410	1 517	1 591	1 659	1 691
Antal arbetaretimmar per använd vävstol	st.	945	937	1 008	1 001	1 030	1 114	1 097	1 103
Tillverkad viktsmängd vävnad per arbetaretimme	kg.	0,9	1,0	1,3	1,4	1,5	1,4	1,5	1,5
Kombinerade fabriker	st.	19	21	22	22	21	21	21	20

III. Den svenska bomullsindustriens produktionsförhållanden och produktionsstruktur[1]

Utredningen angående produktionsförhållandena och produktionsstrukturen är, om man undantar avsnittet om undersökningsperioden, disponerad på så sätt, att analysen övergår från större till allt mindre kategorier.

Den svenska bomullsindustriens utbyggnad i förhållande till den inhemska konsumtionen samt bomullsvarutillverkningens olika led och det inbördes storleksförhållandet mellan olika produktions- och distributionsled kunna alla sägas beskriva produktionsförhållandena och produktionsstrukturen ur olika synpunkter i stora drag.

Vid redogörelsen för såväl bomullsspinneriernas som bomullsväveriernas produktionsstruktur analyseras först den totala inhemska produktionens fördelning på olika varugrupper och varuslag, d. v. s. i mindre kategorier än de tidigare behandlade. Därefter analyseras totalproduktionens fördelning på företag av olika storlek och sist följer en redogörelse för differentieringen av produktionen hos olika grupper av spinnerier och väverier respektive individuella spinnerier och väverier.

I nästa avdelning analyseras distributionsstrukturen för vävnader tillverkade inom bomullsindustrien och »angränsande» industrier. Först analyseras industrien, därefter mindre grupper av företag och individuella företag. Även sambandet mellan produktionsstrukturen och distributionsstrukturen behandlas i denna avdelning. Två betydelsefulla komponenter, som hänförts till produktionsstrukturen, antal tillverkade mönster (»varusortimentets storlek») och antal tillverkade meter per mönster (tillverkningsseriernas /genomsnitts-/längd), beröras endast i denna avdelning i anslutning till redogörelsen för distributionsstrukturen.

Kapitlet om bomullsindustrien avslutas med en avdelning om storleken av produktionen per arbetaretimme i bomullsväverierna och hur denna påverkas av vissa faktorer. Härvid analyseras även individuella företagsenheter.

Samtliga i denna avdelning (III) behandlade frågor angående produktionsförhållandena och produktionsstrukturen avse åren 1936—1938.

[1] På föranstaltande av Tull- och Traktatkommittén har en utredning om bomullsindustriens produktionsförhållanden före förra världskriget utförts. Utredningens syfte och innehåll överensstämmer ungefärligen med motsvarande utredning angående ylleindustrien och synes i likhet med denna sakna aktualitet för här företagen utredning.

K.-G. Hagström, *Bomullsindustriens produktionsförhållanden*, Tull- och Traktatkommitténs utredningar och betänkanden, II, Stockholm 1921.

1. Undersökningsperioden

Åren 1936—1938 synas vara de sista, som kunna sägas representera normala förhållanden. I stort sett kännetecknades perioden av en mycket stabil produktion. Visserligen inträdde under 1938 någon försämring av konjunkturerna för textilindustrien — i huvudsak till synes beroende på lagerstockning inom handeln — men denna försämring påverkade endast i liten utsträckning bomullsindustriens produktion. Sålunda inskränkte sig nedgången av bomullsväveriernas tillverkning 1936—1938 till cirka tre procent, mätt i antal skott, och till ungefär en och en halv procent, mätt i antal meter. Produktionen av bomullsgarn var praktiskt taget oförändrad.

Produktionen av vävnader under åren 1936—1938 samt den genomsnittliga årsproduktionen under dessa år var följande:

År	Antal 10^4 skott	Relativtal	Antal 1 000 m.	Relativtal	Antal 10^4 skott per m.
1936	32 211 000	101,3	148 523	100,9	0,217
1937	31 897 000	100,3	147 704	100,4	0,216
1938	31 250 000	98,3	145 962	99,2	0,214
I genomsnitt 1936–1938	31 786 000	100	147 165	100	0,216

För att utröna i vad mån nyssnämnda avmattning i produktionen koncentrerade sig till vissa varugrupper inom branschen har nedan förutom den genomsnittliga årsproduktionen, mätt i antal skott, under 1936—1938 även produktionen av respektive varugrupper under de olika åren uträknats. Årsproduktionen 1936—1938 har betecknats med 100 och de individuella årens produktion angivits i relation därtill.

Varugrupp	1936	1937	1938	1936—1938
	Årsproduktionen 1936—1938 = 100			Antal 10^4 skott
Beklädnadsvävnader	101,8	100,3	98,0	18 754
Heminredningsvävnader	99,8	101,3	98,9	5 964
Konfektionsvävnader (fodervaror)	104,2	104,0	91,8	2 662
Tekniska vävnader (för industriell användning)	99,4	97,1	103,5	4 155
Totala produktionen	101,3	100,3	98,3	31 786

Varugruppen »beklädnadsvävnader» omfattar sådana av bomullsindustrien tillverkade vävnader, vilka användas för »direkt» konsumtion och vilka icke ingå som »tillbehör» i konfektionsplagg.

»Heminredningsvävnader» omfatta de varuslag, vilka användas i hem-

men, alltså lakansväv, täcksatin, möbel- och gardintyg o. s. v. »Konfektionsvävnader» bestå uteslutande av tillbehör till konfektionsplagg, alltså fodervaror, alla slag. »Tekniska vävnader», slutligen, äro i huvudsak sådana, vilka användas inom olika delar av industrien, ävensom av hantverket. I bilaga 1 till denna avdelning har angivits, vilka varuslag som hänförts till de olika varugrupperna, samt antalet skott pr meter, vilket använts såsom norm vid uträknande av antalet skott.

Avsättningskrisen under 1938 avspeglas, som framgår av tabellen, genom en nedgång av produktionen för samtliga varugrupper med undantag för tekniska vävnader, på vilka efterfrågan under 1938 åter stigit på grund av den för industrien i sin helhet goda sysselsättningen. Särskilt tillverkningen av konfektionsvävnader sjönk avsevärt under 1938, eller med ej mindre än tolv procent i förhållande till 1937 — ett uttryck för lageröverfyllnaden i handeln men också för en starkt ökad, valutapolitiskt betingad, import från Italien. I vilken utsträckning tillverkning på lager skett under 1938 är icke känt.

Ej heller de individuella företagens produktion undergick några större förändringar under perioden med undantag för några mycket små och ett par medelstora företag.

I stort sett torde man kunna säga, att hela perioden kännetecknades av så jämna och »lugna» produktionsförhållanden efter den tidigare starka expansionen, att en analys av ifrågavarande period torde bättre än någon annan period giva en bild av »*normala*» förhållanden, även om en återgång till dessa säkerligen aldrig kommer att ske.

2. Den svenska bomullsindustriens utbyggnad i förhållande till den svenska konsumtionen[1] samt graden av integration i bomullsindustrien

Den svenska bomullsindustrien täcker tre fjärdedelar av det svenska behovet av bomullsvävnader och två tredjedelar av behovet av bomullsgarn. Den inhemska tillverkningen av bomullsvävnader i genomsnitt under 1936—1938 var nästan exakt 20 000 ton. Importen under samma år uppgick i genomsnitt till cirka 5 000 ton, vartill böra läggas smärre kvantiteter importerade vävnader, vari bomull ingår men som i statistiken icke redovisats som bomullsvävnader. Importen av bomullsvävnader bestod till större delen av lätta vävnader, men även till en del av mycket tunga sådana. Därjämte infördes i genomsnitt under perioden cirka 700 ton färdiga plagg av bomullsvävnader.

Bomullsväveriernas totala förbrukning av bomullsgarn uppgick i genomsnitt under perioden till ungefär 21 000 ton, varav endast cirka 450 ton

[1] Samma som de i kapitel 5, avdelning III, avsnitt 2 angivna beräkningsmetoderna ha använts här.

— eller ungefär två procent — importerades. Däremot utgjordes ungefär halva den av trikåfabrikerna förbrukade garnkvantiteten av importerat garn. Inalles importerades årligen cirka 3 000 ton bomullsgarn, som huvudsakligen förbrukades av trikåindustrien. Ylleindustriens behov av bomullsgarn — för tillverkning av s. k. halvyllevävnader (med bomullsvarp) — uppgick till cirka 700 ton per år.

Den övervägande delen av det av bomullsväverierna förbrukade garnet framställdes av spinnerier tillhörande samma företag. Ungefär 80 procent av allt av bomullsväverierna under 1936—1938 förbrukat garn levererades från respektive företags egna spinnerier. Då, såsom nyss sagts, två procent av garnmängden hade importerats, hade alltså endast 18 procent av den av väverierna förbrukade garnmängden inköpts från andra svenska spinnerier.

Självförsörjningsgraden är lägre för de av bomullsindustrien framställda produkterna i värde — och »produktiva prestationer» — än i kvantiteter räknat beroende på att de importerade garnerna och vävnaderna äro finare respektive lättare än de inom landet tillverkade.

3. Det inbördes storleksförhållandet mellan olika led av produktionen och distributionen av bomullsvävnader

Av uppenbara skäl möter det många svårigheter att erhålla en säker bild av det inbördes storleksförhållandet mellan olika led av produktionen. Med ledning av kommerskollegii statistik kunna industriens kostnader fördelas i stora drag på råvara, spinning samt »övrigt», vilket omfattar vävning, beredning, försäljning, administration och utgående frakter.

Av vidstående tabell, som för tydlighetens skull sammanfattats i nedanstående tabell, framgår hur dessa beräkningar utförts samt respektive kostnadsposters storlek i absoluta tal under olika år för samtliga tillverkade bomullsvävnader per meter och per kg vävnad samt i procent av vävnadernas salutillverkningsvärde.

	1936		1937		1938		1936—1938	
	per meter vävnad kr.	procent	per meter vävnad kr.	procent	per meter vävnad kr.	procent	per meter vävnad kr.	procent
Råvarukostnad	0,22	37	0,24	37	0,18	28	0,21	34
Spinningspålägg	0,15	25	0,15	23	0,15	25	0,15	24
»Övrigt pålägg»[1]	0,23	38	0,26	40	0,30	47	0,26	42
Vävnadens salutillverkningsvärde	0,60	100	0,65	100	0,63	100	0,63	100

[1] D. v. s. för vävning, beredning, administration, försäljning m. m.

Bomullskostnad, garnkostnad, spinningspålägg, »övrigt pålägg» samt salutillverkningsvärde för den svenska produktionen av bomullsvävnader 1936—1938

	1936	1937	1938
1. Pris på okardad bomull[1], kr/kg	1: 20	1: 28	0: 93
2. Förbrukad kvantitet bomull[2], ton	25 600	25 800	25 400
3. » » » [3], milj. kr.	30,7	33,0	23,6
4. Garnpris[4], kr/kg:			
a) oblekt, »eget» garn	2: 40	2: 47	2: 01
b) blekt, » »	3: 25	3: 23	2: 91
c) inköpt garn	2: 41	2: 52	2: 25
d) genomsnittligt garnpris[5]	2: 46	2: 53	2: 12
5. Beräknat »spinningspålägg»[6], kr/kg garn	1: 00	0: 97	0: 99
6. Förbrukad kvantitet garn[7], ton	21 000	21 100	20 800
7. » » » [8], milj. kr	51,6	53,4	44,1
8. Tillverkad kvantitet bomullsvävnad[9], ton	20 000	20 100	19 874
9. » » » [9], milj. kr (»salutillverkningsvärde»)	82,9	89,0	84,1
10. Pris per kg vävnad[10], kr	4: 14	4: 43	4: 23
11. » » m » [11], »	0: 60	0: 65	0: 63
12. » » 10^4 skott [12], »	2: 86	3: 06	2: 94

	kg	m	kg	m	kg	m
Råvarukostnad per kg respektive m vävnad, kr	1: 53[13]	0: 22[14]	1: 64	0: 24	1: 19	0: 18
Garnkostnad » » » » » »	2: 58[15]	0: 38[16]	2: 66	0: 39	2: 23	0: 33
Spinningspålägg » » » » » »	1: 05[17]	0: 15[18]	1: 02	0: 15	1: 04	0: 155
»Övrigt pålägg» » » » » » »	1: 56[19]	0: 23[20]	1: 77	0: 26	2: 00	0: 295
Vävnadens salutillverkningsvärde, kr	4: 14	0: 60	4: 43	0: 65	4: 23	0: 63
Råvarukostnad, relativtal	37		37		28	
Spinningspålägg, »	25		23		25	
»Övrigt pålägg», »	38		40		47	
Vävnadens salutillverkningsvärde	100		100		100	

1., 2. etc. angiva de med respektive siffror utmärkta »raderna» i tabellen; [1], [2], etc. avse respektive noter här nedan.

[1] Genomsnittliga importpriset (cif) under respektive år enligt handelsstatistiken.

[2] Förbrukad garnkvantitet × 1,22. Koefficienten enligt uppgifter från branschen.

[3] 1. × 2.

[4] Samtliga garnpriser de av kommerskollegium redovisade genomsnittliga priserna under respektive år för dels garn »för vidare bearbetning vid framställningsverket» och dels »garn för avsalu».

[5] De olika priserna 4 a) b) och c) sammanvägda efter förbrukningens inriktning. Genomsnittspriset approximerat till

$$\frac{10 \times a) + 1 \times b) + 3 \times c)}{14}$$

[6] Uppskattat såsom 4 d)—1,22 × 1.

[7] Enligt kommerskollegii statistik tillverkad kvantitet vävnader × 1,05. Koefficienten enligt uppgifter från branschen. [8] 6. × 4 d).

(Noterna fortsätta på nästa sida.)

Det framräknade priset per meter vävnad torde vara något för lågt, emedan vid beräkningen av detta utgångspunkten varit den enligt industrikommissionens produktionsstatistik uppskattade genomsnittsvikten per meter vävnad. Som tidigare påpekats ingår emellertid i denna statistik — men däremot icke i kommerskollegii produktionsstatistik — en viss kvantitet cellull- och konstsilkevävnader, vilkas genomsnittsvikt torde vara lägre än för samtliga *bomulls*vävnader. Denna approximation påverkar emellertid icke de olika posternas *relativa* storlek.

Råvarukostnaden, vari inräknats endast kostnaden för bomull och icke för diverse förnödenheter (vilkas sammanlagda kostnad uppgår till kanske en tiondel av bomullskostnaden), har varierats helt efter det genomsnittliga priset på bomull under respektive år enligt officiella importstatistiken. Spinningspålägget, som kalkylerats såsom skillnaden mellan det i industristatistiken uppgivna priset på »garn för vidare bearbetning» och »garn för avsalu» — vägt efter de förbrukade kvantiteternas storlek — varierar som synes knappast under de olika åren. »Övrigt pålägg», som utgör skillnaden mellan vävnadernas salutillverkningsvärde enligt industristatistiken och den på nyss angivet sätt beräknade kostnaden för förbrukat garn, stiger från år till år. Detta torde bero dels på den större »trögheten» vid prisförändringar på färdiga artiklar och dels på den under 1936—1938 fortskridande höjningen av lönenivån inom bomullsindustrien, bl. a. beroende på de lönehöjningar, som trädde i kraft vid årsskiftet 1936/1937. Därjämte är det tänkbart att den i någon utsträckning förändrade produktionsinriktningen — särskilt under 1938 — spelat en viss roll.

Uppgifter från branschen giva till resultat ungefär samma proportion mellan de olika kostnadsposterna, dock med något lägre kostnader för övrigt pålägg.

Med ledning av ovanstående uppgifter har nedanstående fördelning av vissa viktigare kostnadsposter vid tillverkning av vävnader antagits gälla under undersökningsperioden:

(Forts. på fotnoterna från föregående sida.)

[9] Enligt kommerskollegii statistik. [10] 9. dividerat med 8.

[11] 10. × 0,146 för 1936 och 1937 samt 10. × 0,148 för 1938. Genomsnittsvikt per meter under respektive år enligt industrikommissionens produktionsstatistik över samtliga av bomullsindustrien tillverkade vävnader.

[12] Enligt med ledning av industrikommissionens produktionsstatistik utförda beräkningar över genomsnittliga antalet 10^4 skott per meter, som uppgick till 0,217, 0,216 och 0,214 under åren 1936, 1937 och 1938.

[13] (1. × 1,22) × 1,05.

[14] [13] × genomsnittsvikt per meter under respektive år enligt [11].

[15] 4 d) × 1,05.

[16] [15] × genomsnittsvikt per meter under respektive år enligt [11].

[17] 5. × 1,05.

[18] [17] × genomsnittsvikt per meter under respektive år enligt [11].

[19] 10. — [15]. [20] 11. — [16].

Råvarukostnad	35	procent
Spinningspålägg	25	»
Pålägg för vävning, beredning, färgning, tryckning	30	»
Administrationskostnad	5	»
Försäljningskostnad	5	»
Varornas salutillverkningsvärde	100	procent

Med utgångspunkt från de av priskontrollnämnden fastställda påläggen för grosshandeln medio 1941 kunna de procentuella påläggen under förkrigsperioden ungefärligen beräknas. Vid försäljning till detaljhandlare skulle dessa uppgå till 16 procent på oblekta, blekta och färgade vävnader samt till 20 procent på kulörta och tryckta vävnader. Om de båda grupperna av vävnader antagas säljas i lika stor utsträckning i detaljhandeln, erhålles ett genomsnittligt pålägg av 18 procent på fabrikspriset. Detta pålägg torde med hänsyn till de något större grossist- än fabrikantrabatterna böra reduceras till kanske 16 procent.

Detaljhandelns pålägg på de båda grupperna av vävnader synas vara av storleksordningen 33 respektive 40 procent av grossistpriset. I det närmaste samstämmiga resultat erhållas, då de »normala» påläggen uträknas med ledning av de marginaler som fastställdes av priskontrollnämnden i mitten av 1941, och dem, som redovisas av Affärsekonomiska Forskningsinstitutet för år 1938 i dess utredning angående den svenska beklädnadshandelns ekonomiska läge. Under förutsättning att båda grupperna vävnader säljas i lika stor utsträckning i detaljhandeln, skulle det genomsnittliga pålägget uppgå till 36—37 procent av grossistpriset.

Om med utgångspunkt från ovannämnda uppgifter angående kostnaderna för olika led av produktionen respektive marginalerna för olika led av distributionen den de olika leden »tillfallande ersättningen» uttryckes dels i procent av fabrikanternas utförsäljningspris och dels i procent av detaljhandelns utförsäljningspris, erhålles följande tabell.

Kostnader för:	I procent av fabrikanternas utförsäljningspris	I procent av detaljhandelns utförsäljningspris
Råvara	35	22
Spinning	25	15 1/2
Vävning, beredning, färgning och tryckning	30	19 1/2
Försäljning och administration:		
administration	5	3
försäljning	5	3
Vävnaders utförsäljningspris hos fabrikant	**100**	63
Grosshandelsmarginal	16	10
Detaljhandelsmarginal	42 1/2	27
Detaljhandelns utförsäljningspris	158 1/2	**100**

Det må framhållas att vissa av bomullsindustriens produkter — tekniska artiklar — icke säljas genom grosshandeln och detaljhandeln. Hänsyn till dessa har icke tagits i ovanstående framställning. Att de lämnade uppgifterna endast äro grova genomsnitt och mycket ungefärliga behöver knappast betonas.

Som framgår av tabellen, uppgår handelns pålägg till sammanlagt 37 procent av detaljhandelspriset, medan den industrien tillfallande ersättningen, sedan kostnaden för förbrukade råvaror täckts, — det s. k. förädlingsvärdet — belöper sig till 41 procent. Samtliga försäljnings- och distributionskostnader — alltså även inräknat fabrikanternas försäljningskostnader — uppgå till 40 procent medan industriens ersättning för produktionen av varorna utgör 38 procent.

Man får en liknande bild av förhållandet mellan distributions- och förädlingskostnader i fråga om vävnader även då dessa ingå i konfektionsplagg. Ehuru någon uppdelning av distributionskostnaderna mellan det i plagget ingående materialet och den produktiva insatsen hos konfektionären icke är möjlig, förefalla distributionskostnaderna vara av samma storleksordning som för vävnader, vilka säljas som metervaror. För damklänningar, som till största delen säljas direkt från konfektionär till detaljist, redovisas sålunda enligt Affärsekonomiska Forskningsinstitutet ett detaljhandelspålägg av ungefär 50 procent (dock med stor spridning), för skjortor av ungefär 45 procent och för blåkläder av 35 procent. Skjortor säljas till två tredjedelar direkt från konfektionär, till en tredjedel via grossister. Ungefär fyra femtedelar av försäljningen av blåkläder sker direkt till detaljister, återstoden via grossister eller direkt till större förbrukare.

Enligt ovan lämnade »kalkyl» medför t. ex. en minskning av kostnaderna för spinning med tio procent en sänkning av priset i detaljhandeln med endast cirka 1 $^1/_2$ procent. Förändringar i förädlingskostnaderna ge över huvud taget mycket små utslag på det av konsumenten betalade priset. På grund av det inom handeln allmänt förekommande procentuella pålägget torde dock inom vissa gränser utslagen bli avsevärt större.

4. Bomullsspinneriernas produktionsstruktur

A. Undersökningens representativitet

Nedanstående redogörelse för fördelningen av produktionen av bomulls-, cellull- och vigogne-(»avfalls-»)garn på olika stora företag bygger på industrikommissionens statistik, som omfattar 99 procent av den av kommerskollegium redovisade produktionen. De i undersökningen i övrigt medtagna företagen[1] redovisa en produktion av 22 329 ton, vilket utgör 75 procent av totalproduktionen. Av allt att döma synes den i undersökningen

[1] Dessa ha besvarat en särskild rundfråga.

icke redovisade produktionen representera en produktion, vilken kan betraktas såsom i stort sett typisk för totalproduktionen.[1] Den redovisade fördelningen av produktionen på olika slag av garner och på olika garnnummer torde därför giva en förhållandevis god bild av strukturen av den svenska produktionen av bomulls- och cellullgarn samt vigognegarn under de senare förkrigsåren i detta hänseende.

Uppgifter angående produktionen av bomulls-, vigogne- och cellullgarn ha endast kunnat erhållas för år 1937. Produktionen av bomullsgarn, till vilket även räknats vigognegarn, var emellertid nästan exakt lika stor 1936, 1937 och 1939 och endast cirka tre procent lägre 1938:

1936	29 827	ton	1938	28 828	ton
1937	29 833	»	1939	29 922	»

B. Produktionen av bomulls- och cellullgarn samt vigognegarn fördelad på olika slag av garn

Efterföljande tabeller angiva den redovisade produktionen år 1937 av dels bomulls- och cellullgarn och dels vigognegarn fördelad på enkelt, enkeltvinnat, dubbeltvinnat och effektgarn[2] samt på kammat och okammat garn. Därjämte har för enkelt och enkeltvinnat garn produktionen uppdelats på nummergrupper, samt på väft-, varp-, trikå- och handelsgarn ävensom, beträffande varp- och trikågarn, på »korsrullar, cops, varpbommar, cones och buntar».[3] Inom varje nummergrupp ha vidare uppgifter lämnats angående produktionen av mera betydande individuella nummer.

Produktionen är här redovisad på samma sätt som den är redovisad av företagen, om man undantar vissa mindre justeringar. Inom företagen, återigen, påverkas redovisningssättet till en del av hur de olika tillverkningsprocesserna äro uppdelade på olika delar av företaget: spinneri, väveri, färgeri etc. I vissa fall redovisas t. ex. varpgarn på varpbommar, emedan varpningen utföres i spinneriet, medan i andra företag ingen redovisning av garn på varpbommar förekommer, emedan varpningen icke försiggår i spinneriet utan i väveriet.

Enligt de lämnade uppgifterna utgör produktionen av väftgarn endast ungefär två tredjedelar av varpgarnet i vikt räknat. Då samtidigt medel-

[1] Dock må nämnas att den i det följande redovisade produktionen av bomulls- och cellullgarn utgör cirka 74 procent av totalproduktionen, medan den redovisade produktionen av vigognegarn uppgår till cirka 80 procent av totalproduktionen därav. Då produktionen av dels bomulls- och cellullgarn och dels vigognegarn redovisas var för sig saknar emellertid olikheten i representativitet betydelse.

[2] Enke lt garn har icke undergått någon tvinningsprocess (däremot givetvis snotts till färdigt garn), enk eltvinnat garn har undergått en och dubbeltvinnat garn två tvinningsprocesser. Effektgarn är garn som specialbehandlats för att erhålla ett »säreget utseende», »effekter».

[3] Olika slag av »uppläggningar» för garn. Dessa variera beroende på användningssättet men också, som framgår av texten, på vilka arbetsprocesser, som utföras i spinnerierna.

numret är högre för varp- än för väftgarn, är alltså den sammanlagda väftgarnlängden mindre än två tredjedelar av varpgarnlängden. Om allt garn, som använts såsom väft, hade redovisats såsom väftgarn och allt garn, som använts i varpen, såsom varpgarn, synes skillnaden i kvantiteterna mellan varp- och väftgarn vara svårförklarlig, även om varpen i många vävnader är tätare än väften. Den större redovisade produktionen av varpgarn torde bl. a. bero därpå att garn, som färgas, redovisas som varpgarn vare sig det användes som varp- eller väftgarn. Därjämte må nämnas den i ylleindustrien betydande förbrukningen av varpgarn, vilken icke motsvaras av någon förbrukning av väftgarn av bomull eller cellull. Slutligen torde vissa kvantiteter såsom varpgarn framställt garn efter omspolning användas som väftgarn.

Som framgår av efterföljande tabeller är medelnumret för väftgarn icke obetydligt lägre än för varpgarn. Detta synes förklaras därav att de tyngre vävnader, vilka ha grövre väft än varp, i *vikt* räknat utgöra en avsevärt större del av totalproduktionen än de lättare vävnader, för vilka förhållandet är omvänt.

Produktionen av vigognegarn uppgick endast till cirka en tiondel av produktionen av bomulls- och cellullgarn. Av produktionen av bomulls- och cellullgarn utgjorde tre fjärdedelar enkelt (otvinnat) garn, drygt en femtedel enkeltvinnat garn. Återstoden, cirka fem procent av totalproduktionen, bestod av specialgarner, dubbeltvinnat garn (bl. a. till fisknät) och effektgarn.

Totalt redovisad produktion år 1937

	I procent av totalt redovisad produktion
Bomulls- och cellullgarn	
enkelt (otvinnat)	73,6[1]
enkeltvinnat	21,1[2]
dubbeltvinnat	3,9
effektgarn	1,4
	100,0
Summa totalt redovisad produktion	*20 124 ton*
Vigognegarn	
enkelt (otvinnat)	99,9[3]
enkeltvinnat	0,1
	100,0
Summa totalt redovisad produktion	*2 204 ton*
Totalt redovisad produktion av bomulls- och cellullgarn samt vigognegarn	*22 328 ton*

[1] Varav 7,7 procent (1 140 ton) kammat garn för garnnummer 20 och högre. Se vidare specifikation i tabell på sid. 273.

[2] Varav 7,0 procent (297 ton) kammat garn för garnnummer 20 och högre. Se vidare specifikation i tabell på sid. 274.

[3] Se vidare specifikation i tabell på sid. 275.

C. Totalproduktionens fördelning på olika slag av garn och nummergrupper

Av det enkla (otvinnade) garnet tillverkades i spinnerierna drygt hälften som varpgarn, drygt en tredjedel som väftgarn och drygt en tiondel som trikågarn. Däremot förekom endast obetydlig tillverkning av enkelt handelsgarn.

Spridningen mellan olika nummer (grovlekar) är stor. Tillverkningen av nummerna 10—18 dominerar starkt. Av de individuella numren synes emellertid produktionen av nummer 20 vara störst. Karakteristiskt är i övrigt den förhållandevis starkare koncentrationen på höga nummer för varpgarn och på låga nummer för väftgarn. Från och med nummer 20 minskar produktionen successivt vid stigande nummer. Framställningen av garn i höga nummer (50 och högre) är obetydlig. Importen av sådant garn och vävnader därav är också förhållandevis betydande. Så är emellertid också fallet med mycket grova vävnader.

Produktionen av enkelt (otvinnat) bomulls- och cellullgarn fördelad på slag av garn och nummergrupper därav

Endast redovisad produktion, uttryckt i viktsmängd.

Garnnummer (Eng. nr.)	Okammat respektive kammat	I procent av allt			
		väftgarn	varpgarn[1]	trikågarn[2]	handelsgarn
8 o. lägre	okam. o. kam.	20,8	7,1	1,1	23,3
10—18	d:o	50,6	45,2	65,2	52,2
(däribland 10+12	d:o	11,6	9,0	28,0	31,5)
(» 14	d:o	17,1	8,9	16,0	11,5)
(» 16	d:o	18,8	23,0	15,5	9,0)
(» 18	d:o	3,1	4,3	5,7	0,2)
20—28	okam.	10,8	27,4	19,6	23,9
	kam.	4,7	2,8	6,9	—
(däribland 20	okam.	6,1	15,7	9,5	9,1)
30—36	okam.	4,5	11,4	4,3	0,4
	kam.	0,6	4,3	1,8	—
(däribland 30	okam.	3,0	6,0	3,1	0,4)
40+42	okam.	6,7	0,8	0,1	0,2
	kam.	1,2	0,9	0,8	—
50 o. högre	kam.	0,1	0,1	0,2	—
	Summa	100,0	100,0	100,0	100,0
I procent av allt enkelt garn		34,2	52,8	12,6	0,4

[1] Varav 33,2 procent på korsrullar, 12,6 procent på ringcops, 48,6 procent på varpbommar, 5,6 procent i buntar.

[2] Varav 69,4 procent på korsrullar, 28,8 procent på cops, 1,8 procent i buntar.

Produktionen av enkeltvinnat garn domineras av varpgarn och handelsgarn, på vilka kravet på styrka är högt. Skillnaden mellan nummerfördelningen för varp- och väftgarn är mera utpräglad än i fråga om enkelt garn. Produktionen av väftgarn är mycket liten.

Produktionen av enkeltvinnat bomulls- och cellullgarn fördelad på slag av garn och nummergrupper därav

Endast redovisad produktion, uttryckt i viktsmängd.

Garnnummer (Eng. nr.)	Okammat respektive kammat	I procent av allt			
		väftgarn	varpgarn[1]	trikågarn[2]	handelsgarn
8 o. lägre	okam. o. kam.	13,8	6,5	—	10,4
10—18	d:o	69,0	33,3	15,9	56,4
(däribland 12	d:o	4,8	13,3	5,9	47,5)
(» 16	d:o	10,4	10,4	10,0	7,5)
20—28	okam.	10,6	31,2	27,1	22,6
	kam.	1,1	1,2	2,1	—
30—36	okam.	0,7	13,5	10,7	9,4
	kam.	—	2,7	6,0	—
40	okam.	3,2	5,8	—	0,5
	kam.	0,0	3,5	38,0	0,7
50 o. högre	okam.	1,6	1,2	—	—
	kam.	—	1,1	0,2	—
	Summa	100,0	100,0	100,0	100,0
I procent av allt enkeltvinnat garn		3,8	79,2	0,2	16,8

Produktionen av vigognegarn domineras av väft- och trikågarn. Någon tillverkning av handelsgarn redovisas icke och tillverkningen av varpgarn är mycket liten. I båda fallen torde orsaken främst vara vigognegarnets förhållandevis ringa styrka, varjämte vigognegarnets »luddiga yta» gör det särskilt ägnat för tillverkning av »varma» artiklar såsom flaneller och tjockare underkläder, i vilkas framställning förbrukas vigognegarn såsom väftgarn respektive trikågarn.

Vigognegarnet är genomsnittligt betydligt grövre än bomulls- och cellullgarnet. Den relativa fördelningen av tillverkningen på olika höga nummer är emellertid i stort sett lika den för bomulls- och cellullgarn rådande.

[1] Varav 45,2 procent på korsrullar, 22,0 procent på ringcops, 13,0 procent på varpbommar, 19,8 procent i buntar.

[2] Varav 55,4 procent på korsrullar, 3,7 procent på cops, 40,9 procent i buntar.

Produktionen av enkelt (otvinnat) vigognegarn fördelad på slag av garn och nummergrupper därav

Endast redovisad produktion, uttryckt i viktsmängd.

Garnnummer (metriskt nr.)	I procent av allt		
	väftgarn	varpgarn[1]	trikågarn[2]
2 o. lägre	12,0	4,1	—
3—9	23,9	58,3	35,5
(däribland 3	3,5	38,2	—)
(» 7	5,2	4,6	20,6)
10—19	60,4	29,6	63,8
(däribland 10	6,0	0,4	10,9)
(» 11	0,8	0,6	14,2)
(» 12	27,5	7,6	13,0)
(» 14	11,4	6,1	8,6)
20	3,7	7,8	0,1
21 o. högre	—	0,2	0,6
Summa	100,0	100,0	100,0
I procent av allt enkelt vigognegarn	59,1	6,7	34,2

D. Fördelningen av produktionen på olika stora företag

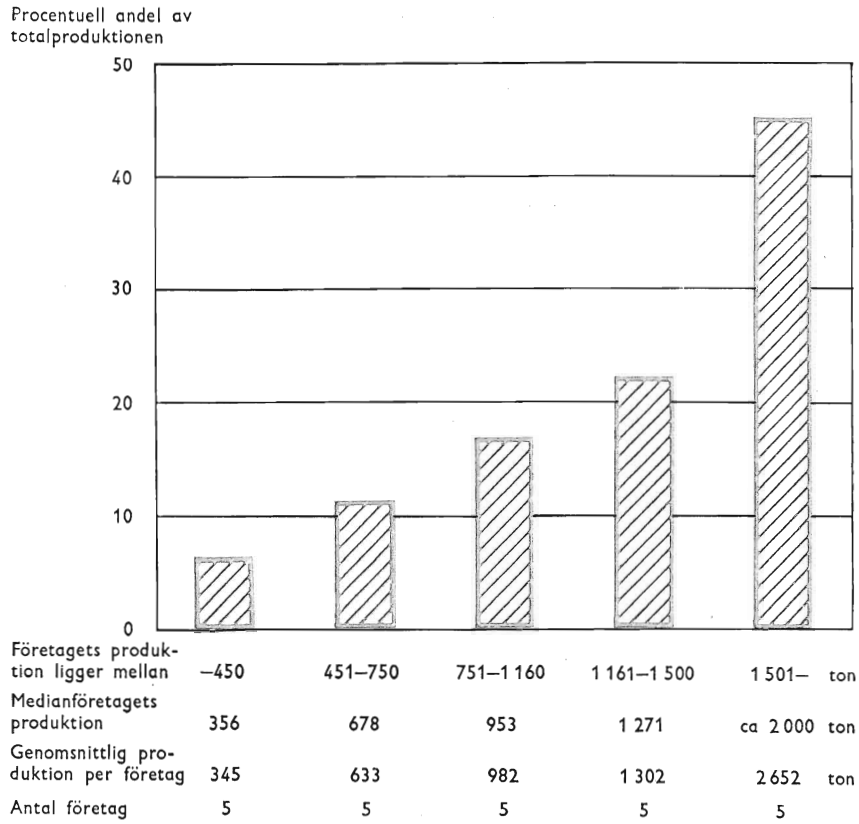
Några mera karakteristiska storleksgrupper för spinnerier finnas icke. Storleksfördelningen är i stort sett jämn. I den följande redogörelsen ha därför spinnerierna uppdelats i fem grupper med fem företag i varje grupp i storleksordning efter den tillverkade viktsmängden garn. Av hänsyn till anonymiteten ha grupperna icke kunnat göras mindre.

Som framgår av nedanstående diagram svarade de största företagen för en betydande del av totalproduktionen. Produktionen hos de fem största av de 25 företagen utgjorde 45 procent av hela produktionen. Skillnaderna i betydelse mellan övriga grupper av företag äro, som framgår av diagrammet, mindre. Över huvud taget kan sägas, att de stora företagen dominerade tillverkningen mindre än vid produktionen av vävnader samtidigt som de relativt mycket små företagen voro avsevärt mera betydande.

De små företagen producerade relativt mera vigognegarn. Tillverkningen därav var dock ganska liten, totalt endast ungefär en tiondel av hela produktionen av bomullsgarn. Även produktionen av cellullgarn var av liten betydelse. Den uppgick endast till ungefär fem procent av produktionen av bomullsgarn, i viktsmängd räknat.

[1] Varav 40,6 procent på korsrullar, 46,7 procent på cops, 9,5 procent på varpbommar, 3,2 procent i buntar.

[2] Varav 0,2 procent på cones, 99,8 procent på cops.



Företagets produktion ligger mellan	–450	451–750	751–1 160	1 161–1 500	1 501– ton
Medianföretagets produktion	356	678	953	1 271	ca 2 000 ton
Genomsnittlig produktion per företag	345	633	982	1 302	2 652 ton
Antal företag	5	5	5	5	5

Diagram 35. Olika stora företags andel av totalproduktionen av bomulls-, vigogne- och cellullgarn 1937.

E. Differentieringen av bomullsspinneriernas produktion

Produktionens fördelning på olika slag av garn och på olika garnnummer varierar avsevärt mellan olika spinnerier. En bild erhålles av följande punktdiagram, vilka redovisa uppdelningen av produktionen på olika slag av garn och nummergrupper därav i olika stora produktionsserier för ett antal bomullsspinnerier. Med produktionsserier avses storleken av den totalt redovisade produktionen för viss nummergrupp och visst slag av garn. Inom varje sådan grupp kan alltså ett flertal olika nummer spinnas. Därjämte kan varje nummer och slag av garn ha tillverkats i åtskilliga poster under undersökningsperioden.

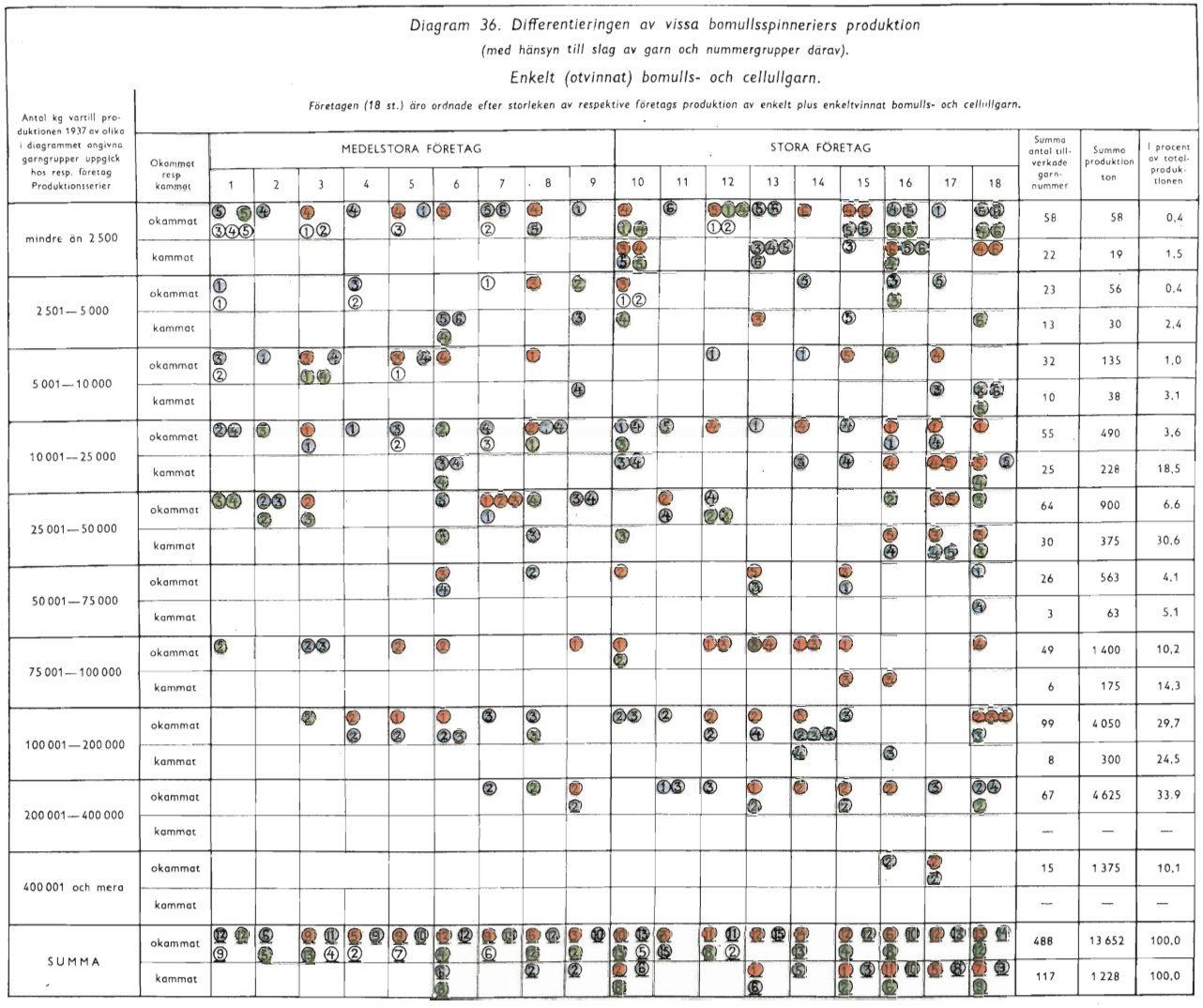
På vidstående diagram 36 visas fördelningen av produktionen i nyssnämnda hänseenden för *enkelt (otvinnat) bomulls- och cellullgarn.* Spinnerierna äro ordnade efter respektive spinneris produktion av enkelt plus enkeltvinnat bomulls- och cellullgarn. Ett litet fåtal mycket små

Diagram 36. Differentieringen av vissa bomullsspinneriers produktion

(med hänsyn till slag av garn och nummergrupper därav).

Enkelt (otvinnat) bomulls- och cellullgarn.

Företagen (18 st.) äro ordnade efter storleken av respektive företags produktion av enkelt plus enkeltvinnat bomulls- och cellullgarn.



= väft-; = varp-; = trikå-; = handelsgarn.

1 = nr 8 o. lägre; 2 = nr 10—18; 3 = nr 20—28; 4 = nr 30—36; 5 = nr 40 + 42; 6 = nr 50 o. högre.

Siffrorna i vidstående beteckning visa summa antal tillverkade garnnummer hos företaget i fråga av det slag av garn färgen angiver.

spinnerier har uteslutits, och vissa stora spinnerier ha icke kunnat medtagas.

Som framgår av diagrammet utgör produktionen i långa produktionsserier den alldeles övervägande delen av totalproduktionen.

Ehuru de stora spinnerierna tillverka ett större antal »garngrupper» än de små företagen, äro dock produktionsserierna icke obetydligt längre inom de stora företagen. Skillnaderna mellan de små och de stora företagen äro emellertid väsentligt mindre än i fråga om bomullsväverier. Några närmare jämförelser äro dock ytterst svåra att göra, då uppdelningen av produktionen av naturliga skäl måst ske efter olika grunder i väverier och spinnerier. Antalet »variabler» är avsevärt större för vävnader än för garn.

Karakteristiskt är hur dominerande de långa produktionsserierna äro i den totala tillverkningen. Den näst största och den därnäst största storleksgruppen av produktionsserier för okammat garn svarade sålunda för vardera ungefär en tredjedel av hela produktionen av okammat garn. Produktionen i de fem minsta av de tio redovisade storleksgrupperna av produktionsserier utgjorde icke mer än tolv procent av den totala tillverkningen.

Karakteristiskt är vidare att praktiskt taget varje företag spinner inte endast ett stort antal nummer utan också samtliga nummergrupper, både höga, medel- och låga nummer — även om produktionen i någon nummergrupp är liten. En sådan produktion synes i allmänhet nödvändiggöra antingen en mångsidig — och splittrad — produktionsapparat eller att spinnmaskinerna användas för framställning av för dem »extrema» nummer — eller båda dessa saker. En viktig anledning till den starkt differentierade produktionen torde vara önskan att inom företagen framställa allt eller största delen av det garn, som förbrukas vid en starkt differentierad vävnadsproduktion inom samma företag. Som senare närmare utvecklas *kunna* fördelarna av en sådan vävnadsproduktion vara betydande samtidigt som de produktionstekniska nackdelarna i väveriet kanske icke äro så stora som i spinneriet.

Omstående visas ett på nyss angivet sätt konstruerat diagram över vissa bomullsspinneriers produktion av *enkeltvinnat bomulls- och cellullgarn.* Dock ha i detta diagram de två största storleksgrupperna för produktionsserierna uteslutits, då så långa produktionsserier icke förekommit för enkeltvinnat garn. Den bild man erhåller är i stora drag densamma som för enkelt (otvinnat) garn. På grund av den betydligt mindre tillverkade kvantiteten äro dock produktionsserierna över lag kortare. Produktionen av enkeltvinnat garn uppgår endast till 29 procent av produktionen av enkelt garn, i vikt räknat. Skillnaderna mellan produktionens sammansättning och differentiering hos de individuella spinnerierna äro icke obetydligt större än beträffande produktionen av otvinnat garn.

Även produktionen av enkeltvinnat garn domineras av produktion i långa produktionsserier men inte lika starkt som produktionen av enkelt garn. Produktionen i de fem minsta av de åtta storleksgrupperna av produktionsserier utgjorde 21 procent av totala produktionen av okammat garn, vars andel av hela produktionen av enkeltvinnat garn var mer än nio tiondelar. Produktionen i de två största grupperna av produktionsserier uppgick till mer än 40 procent av totalproduktionen.

Produktionen av vigognegarn har också fördelats på olika företag samt på olika slag av garn och nummergrupper därav. Ett häröver uppgjort diagram har emellertid av utrymmesskäl icke återgivits. I stora drag erhålles ungefär samma bild av produktionsstrukturen som för enkeltvinnat garn ehuru produktionsserierna äro betydligt kortare, beroende på att totalproduktionen är mindre. Tillverkningen av vigognegarn var endast ungefär hälften så stor som tillverkningen av enkeltvinnat garn.

5. Bomullsväveriernas produktionsstruktur

A. Undersökningens representativitet

Uppgifterna avse icke endast företagens tillverkning av bomullsvävnader utan även, i förekommande fall, av vävnader av cellull och konstsilke. Den totala årsproduktionen under 1936—1938 av vävnader inom den svenska bomullsindustrien uppgick enligt industrikommissionens statistik till 22 077 ton, medan årsproduktionen av bomullsvävnader enligt kommerskollegii produktionsstatistik i genomsnitt under samma period uppgick till 19 991 ton. Skillnaden, 2 086 ton, utgöres av cellull- och konstsilkevävnader. Enligt kommerskollegii uppgifter framställdes per år under samma period 2 712 ton cellull- och konstsilkevävnader, varför även ungefär 75 procent av dessa[1] innefattas i undersökningen. Inalles bygger alltså nedanstående analys på uppgifter omfattande 97—98 procent av samtliga inom landet tillverkade vävnader av bomull, cellull och konstsilke samt kombinationer därav.

Sammanlagt ha 44 företag lämnat uppgifter om sin tillverkning medan sådana saknas för fyra mycket små företag.

De här undersökta företagen kunna indelas i dels sådana, vilka tillverka huvudsakligen beklädnadsvävnader men även heminrednings- och övriga vävnader, dels sådana, vilkas produktion i stort sett begränsats till heminredningsvävnader, och dels sådana, vilka tillverka i huvudsak tekniska vävnader. Till de tre olika grupperna kunna hänföras respektive 28, 12 och

[1] Här icke redovisad produktion av cellull- och konstsilkevävnader 2 712—2 086 = 626 ton faller till största delen på ylleindustrien. Denna framställde enligt industrikommissionens tillverkningsstatistik i genomsnitt under 1936—1938 närmare 200 ton klänningstyger av konstsilke samt drygt 360 ton fodervaror av konstsilke eller tillsammans drygt 550 ton konstsilkevävnader.

Diagram 37. Differentieringen av vissa bomullsspinneriers produktion

(med hänsyn till slag av garn och nummergrupper därav).

Enkeltvinnat bomulls- och cellullgarn

Företagen (18 st.) äro ordnade efter storleken av respektive företags produktion av enkelt plus enkeltvinnat bomulls- och cellullgarn.

Antal kg vartill produktionen 1937 av olika i diagrammet angivna garngrupper uppgick hos resp. företag Produktionsserier	Okammat resp. kammat	MEDELSTORA FÖRETAG									STORA FÖRETAG									Summa antal tillverkade garnnummer	Summa produktion ton	I procent av totalproduktionen
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18			
mindre än 2 500	okammat	①⑤	⑤	②③④	④		⑤⑥	⑥ ④	①		①	①⑥		②④			③ ②	①	⑤ ⑤	30	30	0.8
	kammat										③ ⑤			③④		⑤⑥	① ①	⑥	⑤ ⑤ ⑤ ⑤	17	16	5.2
2501 — 5 000	okammat	⑤	④	①④	②	①	①④	① ①	②⑤				① ①④	② ①						25	68	1.7
	kammat										②									1	4	1.3
5 001 — 10 000	okammat	①		③		④				②	①④			⑤⑥			④ ⑤	④		17	98	2.4
	kammat										④						⑥	⑤		6	23	7.4
10 001 — 25 000	okammat	②④ ③④	②⑤ ①③	①④ ②	③	①	①⑤	④⑤ ②③	③④	③	① ③	④	⑤ ②③	②④			①④ ①②③	②		82	648	16.1
	kammat										⑤						⑤	④		,5	53	17.1
25 001 — 50 000	okammat	③ ②	④	②	③	② ③④		②			④ ②	③	②④	③	①②③ ④⑤	①②④	②	③	①⑤	77	1 013	25.2
	kammat																③④		②⑥	11	150	48.4
50 001 — 75 000	okammat		③	④		③				④		⑤	③				③		④	20	498	12.4
	kammat																		⑥	1	64	20.6
75 001 — 100 000	okammat		②		①	②		③				②				②			②	18	625	15.5
	kammat																			—	—	—
100 001 — 200 000	okammat				②		⑤ ②③				②③								②	32	1 042	25.9
	kammat																			—	—	—
SUMMA	okammat	⑫ ⑨	⑪ ⑦	⑩ ⑧	⑦ ⑤	⑩ ⑥	⑪ ⑫	⑫ ⑩	⑪	⑦	⑬ ① ⑨	⑭	⑪ ⑦	⑤ ⑬	⑫	⑩	⑤ ② ⑥	⑨	⑬ ④	301	4 022	100.0
	kammat										④ ① ③			②		③	②	⑤	⑦ ⑥	41	310	100.0

⬤ = vält-; ⬤ = varp-; ⬤ = trikå-; ◯ = handelsgarn.

1 = nr 8 o. lägre; 2 = nr 10—18; 3 = nr 20—28; 4 = nr 30—36; 5 = nr 40÷42; 6 = nr 50 o. högre.

Siffrorna i vidstående beteckning ◯ visa summa antal tillverkade garnnummer hos företaget i fråga av det slag av garn färgen angiver.

4 företag. (Jämför företagens uppdelning i olika delbranscher i avdelning IV.)

I det följande mätes företagens produktion alltid i antal skott, uträknade genom att multiplicera antalet tillverkade meter av respektive varuslag med i bilaga 1 till denna avdelning angivna antal skott per meter. Vissa smärre felaktigheter torde härigenom uppkomma. Utom beträffande de minsta företagen, vars andel av den totala produktionen dock är försvinnande liten, torde emellertid här använda approximationer vid beräkningen av antalet skott icke i nämnvärd utsträckning påverka den bild av produktionens struktur, som erhålles.

B. Totalproduktionens fördelning på olika varugrupper

Den totala årsproduktionen av vävnader uppgick i genomsnitt under åren 1936—1938 till nära 32 milj. 10^4 skott. Inemot 60 procent av produktionen utgjordes av beklädnadsvävnader och nära 20 procent av heminredningsvävnader. Av återstoden, 20 procent, föll knappt två tredjedelar på tekniska vävnader och drygt en tredjedel på konfektionsvävnader (foder). Av bilaga 1 till denna avdelning framgår vilka varuslag som innefattas under respektive varugrupper.

C. Totalproduktionens fördelning på olika varuslag

För att erhålla en bild av de olika varuslagens betydelse för sysselsättningen inom bomullsindustrien har i diagrammet på följande sida angivits produktionens storlek, mätt i antal skott, av de olika varuslagen i procent av den totala tillverkningen av vävnader, ävenledes mätt i antal skott. Som framgår av diagrammet utgjorde tillverkningen av de »vanliga» beklädnadsartiklarna klänningstyg, skjorttyg, flaneller och blåtwills 17,3, 10,5, 8,5 och 7,5 eller tillsammans 43,8 procent av den totala produktionen, medan de fyra största heminredningsartiklarna lakansväv, täcksatin, bolsterväv och gardintyg svarade för respektive 5,8, 3,0, 2,8 och 1,9 eller tillsammans 13,5 procent av den totala produktionen. Ingen »teknisk» artikel utom säckväv och förbandsgas har någon betydande andel av produktionen. Samtliga fodervävnader tillverkades i relativt små kvantiteter, men tillsammans utgjorde de nära nio procent av totalproduktionen.

Av tillverkningen av klännings-, städrocks- och förklädestyger utgjordes nästan två tredjedelar av tryckta eller styckfärgade vävnader, av flaneller ungefär hälften.

Det må understrykas att i diagrammet hänsyn icke tagits till den varierande åtgången av både arbetskraft och vävstolar för olika slag av vävnader.[1] Som framgår av uppgifter på sid. 322 är sålunda vävstolstiden per skott räknat ungefär 50 respektive 30 procent längre för breda än för smala

[1] Se även not på sid. 283.

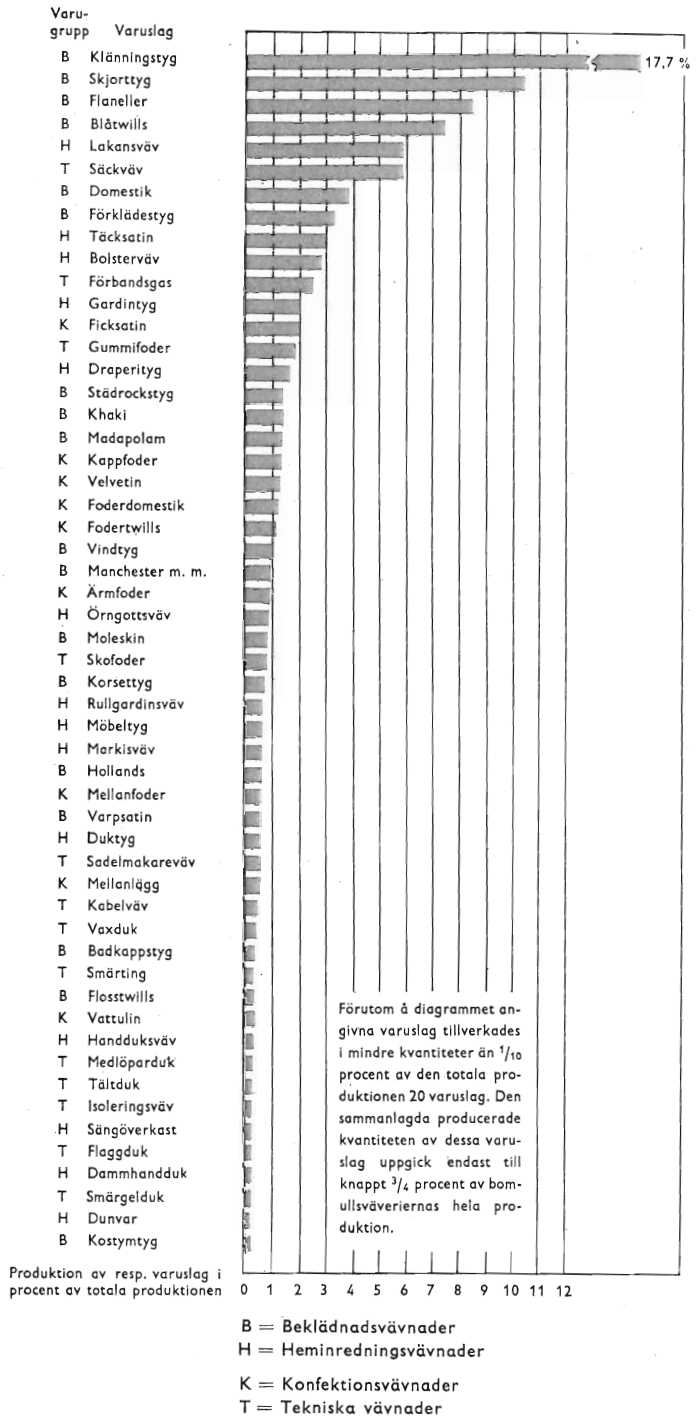


Diagram 38. Produktionen av olika av bomullsindustrien tillverkade varuslag i procent av bomullsindustriens totalproduktion, båda uttryckta i antal skott, 1936—1938.

vävnader av samma svårvävdhetsgrad vid tillverkning på enkla respektive automatvävstolar. Växelstolar, återigen, ha icke obetydligt och sidenstolar väsentligt lägre effektivitet än enskyttliga stolar för bomullsvaror, vilket givetvis i motsvarande mån inverkar på åtgången av arbetskraft och vävstolar. Åtgången av arbetskraft påverkas därjämte, oavsett vilka vävstolar, som användas, av vävnadernas svårighetsgrad. Åtskilliga klänningstyger tillverkas exempelvis i korta serier, äro svåra att sätta upp och äro i hög grad utsatta för trådbrott. Tillverkningen därav är därför förhållandevis mycket arbetskrävande. Tillverkningsseriernas längd påverkar slutligen avsevärt arbetsåtgången. En antydan om vad tillverkningsseriernas längd betyder för åtgången av arbetskraft erhålles i avdelning V, 1 C, sid. 323 ff.

Vad som sagts i föregående stycke gäller per skott och per löpmeter räknat. Per kvadratmeter räknat är i stället produktionen på breda vävstolar vanligen större än på smala stolar.

D. Totalproduktionens fördelning på företag av olika storlek

Bomullsindustriens produktion av vävnader är fördelad på företag av alla storlekskategorier. De större, särskilt de största, företagen, svara emellertid för den alldeles övervägande delen av produktionen.

Under 1936—1938 framställde de fem största företagen, d. v. s. sådana med en årsproduktion av mer än 1 500 000 10^4 skott, ej mindre än 59 procent och de därnäst åtta största, d. v. s. sådana med en årsproduktion av 500 000—1 500 000 10^4 skott, nära 27 procent av den totala vävnadsproduktionen. De tretton största företagen i industrien svarade alltså för 86 procent av den totala produktionen, medan övriga trettioen företags tillverkning ej uppgick till mer än 14 procent av totalproduktionen. De nitton minsta företagen, d. v. s. sådana med en årsproduktion av mindre än 100 000 10^4 skott, tillverkade endast något mer än två procent av den totala kvantiteten vävnader.

Nedanstående diagram visar den sammanlagda genomsnittliga årsproduktionen 1936—1938 för företag tillhörande olika storleksgrupper, uttryckt i procent av den totala produktionen. Därjämte har antalet företag i respektive storleksgrupper angivits i procent av totalantalet företag.

En bild av de olika varugruppernas betydelse för produktionen hos företag i olika storleksklasser erhålles av diagrammet på sid. 283. Detta visar för varje varugrupp, hur stor andel varje tretal företag, ordnade efter produktionens storlek för ifrågavarande varugrupp, svarade för av den totala redovisade produktionen av varuslag, tillhörande varugruppen i fråga.

För samtliga grupper utom heminredningsvävnader, där de medelstora

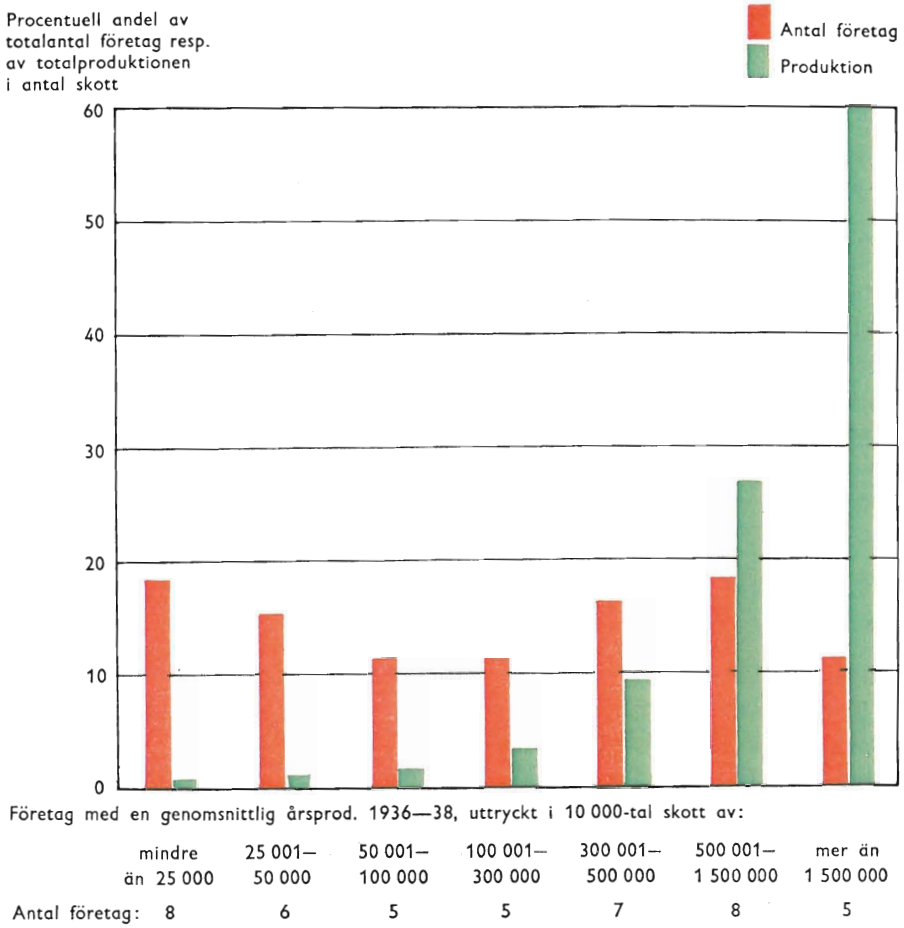


Diagram 39. Totala produktionen av vävnader 1936—1938 hos bomullsväverier tillhörande olika storleksgrupper i procent av bomullsväveriernas totala produktion 1936—1938 samt antalet företag i respektive storleksgrupper i procent av totalantalet företag.

och mindre företagen äro relativt betydande, uppgick de tre största företagens produktion till mer än hälften av den totala produktionen av varuslag tillhörande den ifrågavarande varugruppen. I varje varugrupp motsvarade de därnäst tre största företagens produktion mellan en femtedel och en fjärdedel av totalproduktionen, medan de tio minsta företagens tillverkning belöpte sig till mindre än tre procent av den totala produktionen utom beträffande konfektionsvävnader, för vilka de tio minsta producenterna svarade för nio procent av totalproduktionen.

Av diagrammet framgår exempelvis att de tre företag, som hade den största produktionen av beklädnadsvävnader, 1936—1938 tillverkade 51,6 procent av hela bomullsindustriens produktion därav; de tre före-

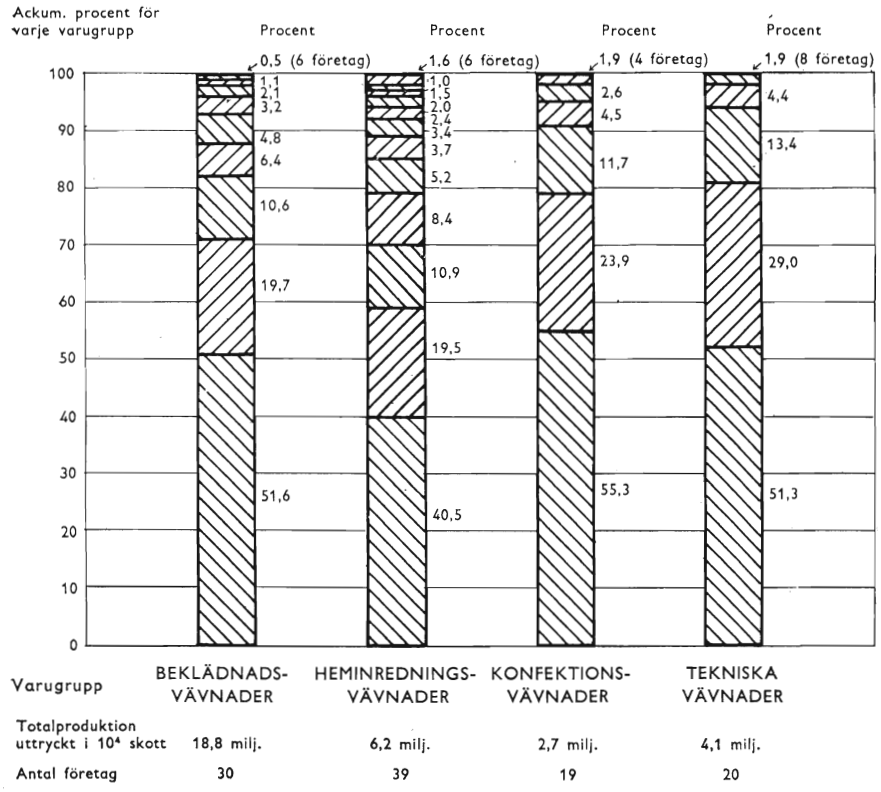


Diagram 40. Varje tretal företags andel av totalproduktionen av till olika varugrupper hörande varuslag, då företagen ordnats i storleksordning efter storleken av produktionen av till respektive varugrupper hörande varuslag. 1936–1938.

Varje segment i respektive staplar angiver sammanlagda storleken av varje tretal företags produktion av vävnader, tillhörande varugruppen i fråga. Företagen äro ordnade i storleksföljd på så sätt att det nedersta segmentet angiver sammanlagda produktionen av vävnader tillhörande varugruppen i fråga hos de tre företag, vars produktion inom denna varugrupp var störst, i procent av totalproduktionen av vävnader, hänförliga till denna varugrupp o. s. v.

tagen med därnäst störst produktion av beklädnadsvävnader 19,7 procent och de sex företagen med minsta produktionen därav 0,5 procent av totala inhemska produktionen.

Inom gruppen beklädnadsvävnader tillverkas de stora stapelvarorna till största delen av ett fåtal företag. Varuslagen domestik, madapolam, hollands, varpsatin, städrockstyg, khaki framställas sålunda till tre fjärdedelar eller mer av tre företag, medan exempelvis klänningstyg och flanneller framställas i betydande kvantiteter av ett större antal företag.[1]

[1] En reservation må göras beträffande klassificeringen av de olika varuslagen. I vissa fall är det troligt, att enstaka företag icke specificerat de olika varuslagen i samma utsträckning som de övriga. Särskilt må påpekas svårigheten att beträffande många kvaliteter draga en klar gräns mellan klännings-, förklädes- och städrockstyg.

Beträffande heminredningsvävnader gäller samma tendens som för beklädnadsvävnader, nämligen att tillverkningen av de stora stapelvarorna i mycket avsevärd utsträckning koncentrerats till de större företagen. Lakansväv, örngottsväv, bolsterväv, dunvar, täcksatin, badlakansväv och dammhanddukar produceras sålunda till minst två tredjedelar av tre företag. Däremot är produktionen av möbeltyger samt gardin- och draperityger betydligt jämnare fördelad på olika företag. De sex största producenterna av möbeltyger svara t. ex. ej för mer än två tredjedelar av produktionen, medan de elva övriga företag, som tillverka denna vara, sammanlagt framställa en tredjedel av totalproduktionen. Samma förhållande, ehuru ej i samma utsträckning, gäller beträffande gardin- och draperityger.

För konfektionsvävnader är produktionsfördelningen ungefärligen av samma karaktär som för beklädnadsvävnader, ehuru koncentreringen av produktionen på de större företagen är ännu mera accentuerad. Detta är i ännu högre grad gällande beträffande tekniska vävnader. Nio av de femton till denna varugrupp hörande vävnaderna tillverkas endast av fyra eller fem företag, medan vävnader inom övriga varugrupper endast i ett fåtal fall framställas av mindre än nio företag.

E. Differentieringen av olika väveriers produktion

En analys av differentieringen av olika företag bör ge en bild såväl av produktionens inriktning på olika varugrupper och varuslag tillhörande dessa som av de olika produktionsseriernas längd, d. v. s. de producerade kvantiteterna av olika varuslag hos olika företag. Vidstående diagram visar för samtliga 44 företag dels antalet producerade varuslag inom olika varugrupper och dels dessa fördelade på produktionsserier av olika längd. Varje producerat varuslag har betecknats med en punkt. Företagen ha ordnats i storleksföljd efter deras produktion av vävnader i skott räknat och numrerats i löpande följd.

I syfte att visa i vilken utsträckning företagen specialiserat sig på vissa varugrupper ha varuslag tillhörande viss varugrupp genomgående betecknats med punkt av viss färg. Röda punkter angiva sålunda varuslag, tillhörande varugruppen beklädnadsvävnader, gröna sådana tillhörande heminredningsvävnader o. s. v.

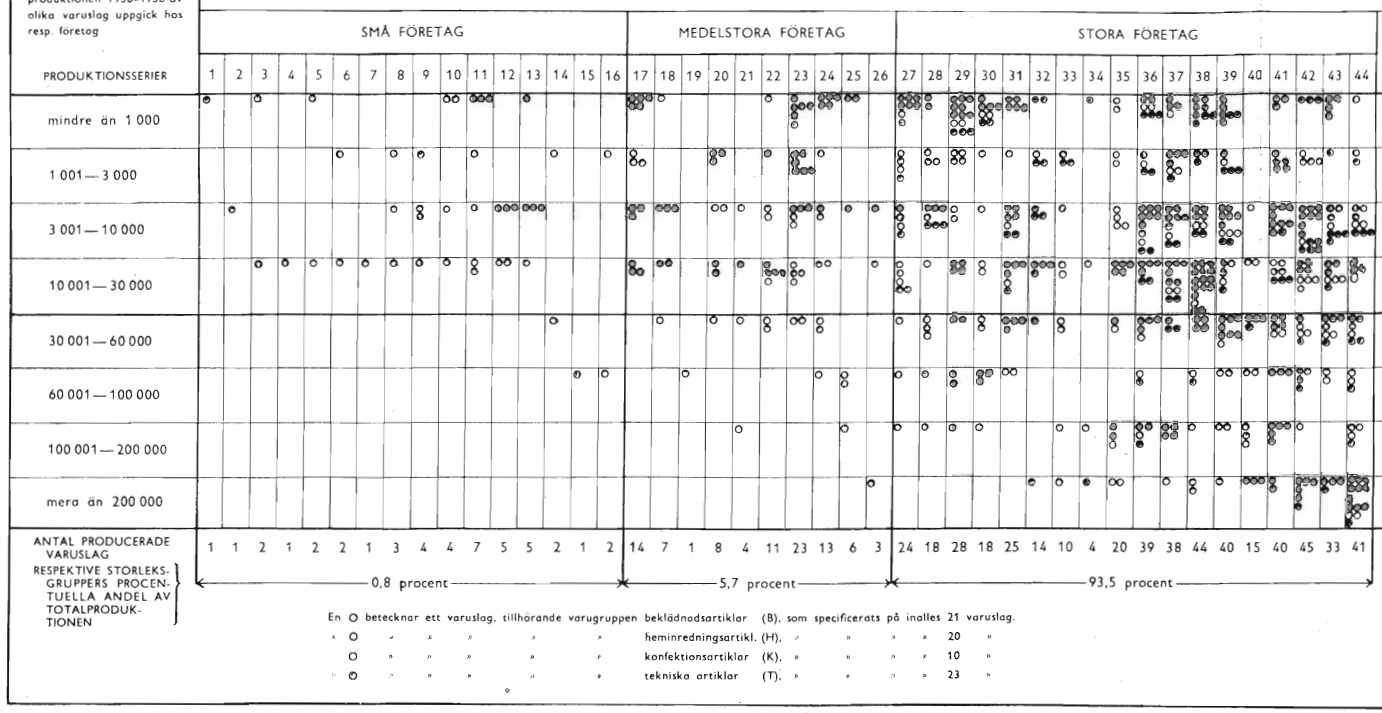
Företagen ha indelats i samma storleksgrupper som i föregående avsnitt d. v. s. små företag, medelstora företag o. s. v.

Den sammanlagda produktionen inom respektive storleksgrupper i procent av totalproduktionen har angivits i diagrammet liksom antalet varuslag och sammanlagda produktionen i procent av totalproduktionen för varje storleksgrupp i olika produktionsserier (längst till höger på diagrammet).

Diagram 41. Differentieringen av bomullsväveriernas produktion

(med hänsyn till varugrupper och varuslag inom dessa).

Företagen (44 st.) äro ordnade efter storleken av respektive företags produktion, mätt i antal skott.



Summa antal varuslag	Summa antal 10 000-tal skott: 1 000-tal	Summa antal 10 000-tal skott: i procent av totalproduktionen
106	53	0,2
72	144	0,5
140	910	2,9
128	2 560	8,0
75	3 412	10,7
35	2 800	8,8
35	5 250	16,5
38	16 656	52,4
629	31 785	100,0

Som framgår av diagrammet är graden av tillverkningens differentiering mycket varierande.[1]

De sexton minsta företagen (små företag) äro helt inriktade på produktion antingen av heminredningsvävnader (nästan uteslutande möbel-, gardin- och draperityger) eller — i tre fall — tekniska vävnader. De tio i storleksordning närmast följande företagen (medelstora företag) tillverka, med ett undantag, både beklädnads- och heminredningsvävnader. Övriga företag, alltså de 18 största (stora företag) framställa — återigen med ett undantag — ett flertal varuslag inom samtliga varugrupper och ha en mycket mångsidig tillverkning.[2]

Om de sexton minsta »specialföretagen» — vilka för övrigt inom varje varuslag torde bedriva en mångskiftande tillverkning — undantagas från analysen, är det av intresse att konstatera i vilken utsträckning även övriga, för branschen »mera typiska» företag tillverka vissa varuslag i korta serier.

De medelstora företagen, vilkas produktion inriktats på beklädnads- och heminredningsvävnader, tillverka tillsammans 90 varuslag — eller cirka 10 varuslag per företag. Av dessa voro 16 varuslag, för vilka produktionen utgjorde mer än 30 000 10^4 skott, och 74 varuslag, för vilka årsproduktionen var mindre än 30 000 10^4 skott. Antal varuslag, tillverkade i olika produktionsserier, och dessas ungefärliga andel av företagens produktion var följande:

Medelstora företag

Genomsnittlig årsproduktion 1936—1938 — »produktionsserier» —	Antal varuslag	Producerad kvantitet av varuslagen i respektive produktionsserier i procent av företagens totalproduktion
mindre än 1 000 10^4 skott.....	20	0,6
1 001— 3 000 »	14	1,7
3 001— 10 000 »	20	7,7
10 001— 30 000 »	20	23,7
30 001— 60 000 »	9	22,7
60 001—100 000 »	4	15,0
100 001—200 000 »	2	9,3
mer än 200 000 »	1	19,3
Summa	90	100,0

[1] Se också härom uppgifter angående varusortimentets storlek i olika delbranscher och storleksgrupper i avdelning IV.

[2] Inom varje varuslag, som kan omfatta ett stort antal eller endast ett fåtal kvaliteter, vardera i varierande antal mönster, är de små och medelstora företagens produktion vanligen i högre grad inriktad på specialiteter än de stora företagens. Även de små företagen tillverka emellertid vanligen i viss utsträckning stapelvaror, vilka oftast tillverkas endast i enstaka kvaliteter och mönster, för att kunna ernå en utjämning av tillverkningen under olika delar av året.

Vid bedömande av produktionens storlek per varuslag för olika företag måste även hänsyn tagas till att de på hela marknaden efterfrågade kvantiteterna äro mycket olika stora för olika varuslag och att olika företag tillverka olika varuslag. En god bild av skillnaden i detta hänseende mellan »stora» och »små» varuslag erhålles av diagram 38 på sid. 280, även om de importerade kvantiteterna där icke medräknats. De stora företagen äro ofta i större utsträckning inriktade på produktion av stora varuslag än de små företagen.

Om man bland övriga företag — alltså de 18 största — bortser från det företag, vars produktion till väsentlig del är inriktad på tekniska vävnader, kännetecknas de återstående 17 företagens produktion av stor allsidighet. Någon starkare tendens till mindre differentiering av produktionen för de mindre företagen kan — som framgår av diagrammet — endast delvis iakttagas. Nedanstående tabell ger vidare goda jämförelsemöjligheter i detta hänseende mellan de 6 minsta (»stora företag»), de 6 medelstora (»mycket stora») och de 5 största (»storföretag») i denna grupp (17 stora företag).

Stora företag (17 st.)[1]

Genomsnittlig årsproduktion 1936—1938 — »produktionsserier» —	»Stora» företag		»Mycket stora» företag		»Storföretag»		Samtliga företag i denna grupp (17 st.)
	Antal varuslag	Producerad kvantitet av varuslagen i respektive produktionsserier i procent av företagens totalproduktion	Antal varuslag	Producerad kvantitet av varuslagen i respektive produktionsserier i procent av företagens totalproduktion	Antal varuslag	Producerad kvantitet av varuslagen i respektive produktionsserier i procent av företagens totalproduktion	
mindre än 1 000 10^4 skott	38	0,6	27	0,2	11	0,0	0,1
1 001— 3 000 »	16	1,1	24	0,7	12	0,1	0,4
3 001— 10 000 »	24	5,2	44	4,0	40	1,3	2,4
10 001— 30 000 »	22	14,6	44	12,5	28	2,9	6,3
30 001— 60 000 »	13	19,6	24	15,5	28	6,5	10,0
60 001—100 000 »	9	23,8	6	6,8	14	5,3	7,6
100 001—200 000 »	4	19,9	15	31,8	13	10,0	16,2
mer än 200 000 »	1	15,2	7	28,5	28	73,9	57,0
Summa	127	100,0	191	100,0	174	100,0	100,0
Procentuell andel av här medtagna företags totalproduktion		10,2		23,8		66,0	100,0
Antal företag i respektive grupper		6		6		5	

[1] I punktdiagrammet betecknade som »stora företag».

Genomgående kan i stort sett en ökad produktion per varuslag, alltså växande produktionsserier, iakttagas vid stigande företagsstorlek. Samma är även, vilket framgår av avdelning IV, förhållandet i fråga om längden av tillverkningsserierna, d. v. s. antalet producerade meter per mönster, liksom också, såvitt kan bedömas, i stort sett i fråga om antal tillverkade meter per kvalitet.

För samtliga företag återfinnes på diagrammet efter sid. 284 en uppställning över antalet varuslag tillverkade i produktionsserier av olika längd, och dessas ungefärliga andel av totalproduktionen. Av diagrammet framgår att tyngdpunkten av produktionen ligger på de långa produktionsserierna, men att antalet varuslag som tillverkas i korta produktionsserier är mycket betydande. Av de 629 varuslag, som framställts i produktionsserier av olika längd, tillverkades exempelvis 106 under 1936—1938 i kvantiteter, motsvarande mindre än 1 000 10^4 skott per år, och utgjorde tillsammans endast 0,2 procent av totalproduktionen, medan 38 varuslag framställdes i produktionsserier om mer än 200 000 10^4 skott per år och till en sammanlagd kvantitet motsvarande 52,4 procent av totalproduktionen. Antalet varuslag, tillverkade i produktionsserier om mindre än 30 000 10^4 skott per år uppgick till 446 och utgjorde 11,6 procent av totalproduktionen, medan antalet varuslag, framställda i längre produktionsserier än 30 000 10^4 skott per år endast var 183 med en andel av totalproduktionen uppgående till 88,4 procent.

En analys av graden av tillverkningens differentiering hos olika företag kan — och bör i vissa fall — utföras betydligt mera ingående än vad här skett. Detta förutsätter emellertid en ännu noggrannare specifikation av produktionen än den, som ligger till grund för ovanstående analys. Vissa här redovisade varuslag omfatta en mångfald olika kvaliteter och mönster, medan andra begränsas till en eller ett fåtal sådana.

Vid en bedömning av den ekonomiska betydelsen av företagens specialisering får givetvis hänsyn icke endast tagas till eventuella tillverkningstekniska och andra fördelar av produktion i långa serier utan även till fördelen av en mångsidig produktion — vilken ofta förutsätter korta produktionsserier — med hänsyn till försäljningen och distributionen. En mångsidig produktion torde bl. a. ofta möjliggöra ett bättre utnyttjande av respektive företags försäljningsorganisation och en mera intim kontakt med kunderna.[1]

[1] Se härom vidare avdelning IV i detta kapitel samt kapitel 2 och 4.

Bilaga 1 (löpande nr 6).

Förteckning över olika slag av bomulls- och cellullvävnader under 1936—1938 i industrikommissionens statistik samt antal 10 000-tal skott per meter enligt uppgift från branschen.

	Varuslag	Beräknat genomsnittligt antal 10^4 skott per meter
Beklädnadsvävnader		
1 B	Domestik	0,24
2 B	Madapolam	0,28
3 B	Hollands	0,33
4 B	Varpsatin	0,32
5 B	Klänningstyg	0,21
6 B	Skjorttyg	0,24
7 B	Flaneller	0,19
8 B	Städrockstyg	0,24
9 B	Förklädestyg	0,27
10 B	Vindtyg / Covercoat / Gabardin	0,19
11 B	Khaki	0,20
12 B	Blåtwills	0,20
13 B	Moleskin	0,61
14 B	Manchester / Övriga vävnader till arbetskläder	0,23
15 B	Flosstwills	0,24
16 B	Blöjväv	0,17
17 B	Badkappstyg	0,20
18 B	Näsdukar	0,17
19 B	Korsettyg	0,21
20 B	Kostymtyg	0,23
21 B	Flosspiqué	0,23
Heminredningsvävnader		
1 H	Lakansväv	0,23
2 H	Örngottsväv	0,25
3 H	Bolsterväv	0,20
4 H	Dunvar	0,25
5 H	Täcksatin	0,40
6 H	Handduksväv	0,11
7 H	Badlakansväv	0,17
8 H	Dammhandduksväv	0,16
9 H	Möbeltyg	0,17
10 H	Gardintyg	0,18
11 H	Draperityg	0,17
12 H	Sängöverkast	0,15
13 H	Mattor	0,23
14 H	Duktyg	0,18
15 H	Bordfilt	0,31
16 H	Rullgardinsväv	0,17
17 H	Markisväv	0,19
18 H	Filtöverdrag	0,27
19 H	Täckfoder	0,23
20 H	Sängfiltar	0,23
Konfektions-(foder-)vävnader		
1 K	Mellanlägg	0,15
2 K	Foderdomestik	0,18
3 K	Fodertwills	0,29
4 K	Ficksatin	0,36
5 K	Velvetin	0,31
6 K	Mellanfoder	0,13
7 K	Ärmfoder	0,30
8 K	Kappfoder	0,33
9 K	Kragsatin	0,23
10 K	Vattulin	0,23
Tekniska vävnader		
1 T	Gummifoder	0,20
2 T	Skofoder	0,16
3 T	Vaxduksväv	0,20
4 T	Kabelväv	0,25
5 T	Smärgelduksväv	0,16
6 T	Säckväv	0,22
7 T	Förbandsgas	0,14
8 T	Sadelmakareväv / Tapetsereareväv	0,15
9 T	Bokbindarväv	0,10
10 T	Filterduksväv	0,24
11 T	Isoleringsväv	0,16
12 T	Medlöpareduk	0,22
13 T	Flaggduk	0,16
14 T	Remduk	0,07
15 T	Smärting	0,17
16 T	Tältduk	0,28
17 T	Skördeduk	0,13
18 T	Kvarnduk	0,17
19 T	Segelduk	0,11
20 T	Presenningduk	0,11
21 T	Bilklädesöverdrag	0,23
22 T	Pressduk	0,23
23 T	Pressflanell	0,23

IV. Distributionsstrukturen och dennas samband med produktionsstrukturen hos väverier inom bomullsindustrien och angränsande industrier[1]

I denna avdelning analyseras distributionsstrukturen samt dennas samband med produktionsstrukturen för *vävnader*, tillverkade inom bomullsindustrien samt i någon utsträckning även inom närliggande industrier, sidenväverier och linneväverier, samt bandfabriker och snörmakerier.

Efter en redogörelse för uppgiftsmaterialet, undersökningsperioden, bomullsväveriernas och vissa andra väveriers uppdelning i delbranscher och undersökningens representativitet för dessa följa analyser av distributionsstrukturen för de olika delbranscherna var för sig.

Varje sådan analys inledes med en kortfattad översikt över storleksfördelningen mellan företagen i delbranschen samt analysens representativitet för olika storleksgrupper av företag. I den därpå följande tämligen ingående analysen av de i distributionsstrukturen för företagen ingående komponenterna beröres även sambandet med produktionsstrukturen. Efter en redogörelse för samvariationen mellan olika komponenter kommenteras komponenternas storlek m. m. för de olika storleksgrupperna av företag var för sig eller parvis, då komponenterna stå i särskilt nära beroende av varandra.

Analysen av varje delbransch avslutas med en jämförelse mellan median- och vägda genomsnittsvärden för olika komponenter samt en kortfattad översikt över distributionsstrukturen för hela delbranschen betraktad som en enhet.

1. Uppgiftsmaterialet och undersökningsperioden

Undersökningen bygger huvudsakligen på svar erhållna vid en rundfråga avseende förhållandena 1938, företagen med stöd av de textila organisationerna. Därjämte ha vissa uppgifter ur kommerskollegii produktionsstatistik utnyttjats — främst för kompletteringar av uppgiftsmaterialet vid grupperingen av företagen men också för bedömning av betydelsen i stora drag av de företag, som på grund av uppgiftsmaterialets bristfällighet ej alls eller endast delvis medtagits i undersökningen. De använda frågeformulären ha avtryckts i appendix 1. Undersökningens representativitet behandlas i samband med den följande analysen.

[1] Kapitel 1 innehåller en kortfattad och kapitel 2 en tämligen utförlig, mera generell redogörelse för vad som innefattas under distributions- respektive produktionsstrukturen. En starkt koncentrerad sammanfattning återfinnes i kapitel 3.

Företag, vilka tillverka garn för avsalu ävensom trikåvaror eller andra textilartiklar än vävnader, ha medtagits i undersökningen endast om med ledning av tillgängliga uppgifter produktions- och distributionsstrukturen för *vävnader* kunnat renodlas tillfredsställande.

Kapitel 1, avdelning II och III, innehåller en redogörelse för de statistiska metoderna och huru dessa måst anpassas efter de ibland bristfälliga uppgifterna, det ofta begränsade antalet jämförbara företag, som över huvud taget existerar, samt efter kraven på anonymitet.

2. Uppdelningen av företagen i delbranscher

Efter företagens produktionsinriktning med hänsyn till de färdiga vävnadernas användningssätt hos den slutlige förbrukaren (konsumenten) ha företagen uppdelats i delbranscher.

Företagen ha hänförts till angivna delbranscher, då enligt erhållna uppgifter den sammanlagda försäljningen, i kronor räknat, till minst två tredjedelar faller inom det för delbranschen angivna huvudvaruområdet.[1] Homogeniteten i de olika delbranscherna och storleksgrupperna varierar naturligt nog ganska avsevärt beroende på strukturens utformning. Icke endast varusortimentets utan även huvudvaruområdets storlek är därför olika för olika delbranscher.

I tabellen nedan redovisas delbranscherna och dessas betydelse inom bomullsindustrien samt vissa delbranscher, »gränsande» till bomullsindustrien.

Som framgår av tabellen och ännu tydligare av avdelning III är huvuddelen av tillverkningen av vävnader inom bomullsindustrien koncentrerad till ett fåtal mycket stora företag. Dessa tillverka ett stort antal olika slag av vävnader inom skilda användningsområden: beklädnads- och heminredningstyger, fodervaror och vävnader för industriell användning (tekniska vävnader). Därjämte finnas ett ganska stort antal relativt små väverier, vilka specialiserat sin tillverkning på möbel-, gardin- och draperityger.

Ehuru de större bomullsväverierna ha en mycket blandad tillverkning och äro mycket olikartade, ha dessa dock grupperats i två delbranscher. Uppdelningen i de två delbranscherna har utförts efter den relativa storleken av tillverkningen av beklädnadstyger utom blåtwills och fodervaror, som äro typiska stapelvaror.

Till *delbransch 2* ha sålunda hänförts åtta företag, vilkas tillverkning av beklädnadstyger utom blåtwills och fodervaror utgör minst hälften, vanligen närmare två tredjedelar, av den totala tillverkningen *i meter räknat*. *Värdet* av de tillverkade beklädnadstygerna utom blåtwills och

[1] För innebörden av begreppet huvudvaruområde respektive varuområde redogöres i kapitel 1.

Delbransch	Tillverkningsvärde			Antal företag
	samtliga företag milj. kr	i procent av		
		samtliga delbranschers totala tillverkningsvärde	bomullsindustriens totala tillverkningsvärde	
Företag tillverkande huvudsakligen — »huvudvaruområde» —				
1. Dambeklädnadstyger (av silke och konstsilke)	3,3	2	—	4
2. Dambeklädnadstyger (utom överplaggstyger) samt skjorttyger och flaneller av bomull	75,2	50	63	13
3. Blandad tillverkning av bomullsvävnader	26,1	17	22	9
4. Delbransch 2+3	*101,3*	*67*	*85*	*22*
5. Vitvaruvävnader av lin och bomull	16,5	11	1	10
6. Gardin- och draperityger av annat än ull	10,1	7	8	22
7. Band och snörmakerier	5,4	4	—	14
8. Tekniska artiklar av bomull och jute	12,2	9	(7)	5
Summa	148,8	100	100	77

Observera att tabellen liksom hela detta kapitel endast avser vävnader samt band och snörmakerier.

fodervaror synes utgöra en avsevärt större del, så att man torde kunna räkna med att beklädnadstygernas andel av tillverkningsvärdet utgör minst två tredjedelar för samtliga företag.

Förutom beklädnadstyger exklusive blåtwills och fodervaror tillverkas i denna delbransch avsevärda kvantiteter heminredningsartiklar, särskilt lakansväv o. dyl., samt i vissa fall tekniska vävnader.

Företagen ha efter storleken av tillverkningens salutillverkningsvärde indelats i två storleksgrupper, vilkas inriktning av produktionen är något olika. I den mindre storleksgruppen är företagens produktion huvudsakligen inriktad på beklädnadstyger samt gardin- och draperityger. Den sammanlagda produktionen av dessa vävnader utgjorde tre fjärdedelar av totalproduktionen i meter räknat. I den större storleksgruppen är tillverkningen av tekniska vävnader och blåtwills betydande. Antalet framställda meter beklädnadstyger utom blåtwills och fodervaror var 64 procent i den första (och mindre) och 57 procent av totalantalet tillverkade meter i den andra (och större) storleksgruppen. De tekniska väv-

nadernas andel av totala tillverkningsvärdet förefaller vara avsevärt mindre än deras andel av antal tillverkade *meter* och torde för flertalet företag spela en tämligen underordnad roll.

Till *delbransch 3* ha hänförts företag med en mycket blandad tillverkning av bomullsvävnader. Tillverkningen av beklädnadstyger utom blåtwills och fodervaror varierade för de olika företagen i denna grupp mellan 28 och 33 procent av respektive företags totala tillverkning i antal meter räknat. Dessa vävnaders andel av totaltillverkningen var alltså icke mer än hälften så stor som i delbransch 2. Den övriga produktionen fördelade sig ganska jämnt på olika typer av vävnader. Samtliga företag hade en betydande tillverkning av lakansväv o. dyl., ungefär en fjärdedel av antalet tillverkade meter, ävensom av tekniska vävnader, drygt en tiondel. Två företag tillverkade därjämte stora kvantiteter blåtwills och två fodervävnader.

Nedanstående tabell, som visar de viktigare varugruppernas procentuella andel av totala tillverkningen i meter räknat för delbransch 2, storleksgrupp 1 och 2, samt för delbransch 3, ger en sammanfattande bild av produktionsinriktningen hos företagen i dessa delbranscher.

Delbransch	Beklädnadstyger utom blåtwills och fodervaror	Blåtwills	Fodervaror	Heminredningsvävnader utom gardin-, draperi- och möbeltyger	Gardin-, draperi- och möbeltyger	Tekniska vävnader	Alla vävnader
2: 1	64	4	7	12	11	2	100
2: 2	57	8	7	12	1	15	100
3	32	17	12	26	1	12	100

Den starkt varierande storleken av olika företag har medfört betydande svårigheter i analysen på grund av det låga antalet företag. Det har varit nödvändigt att till samma delbransch och storleksgrupp föra företag, vilkas tillverkningsvärde för vävnader varierar avsevärt trots att även de mindre företagen svara för en relativt stor del av produktionen och marknaden. Strukturen är mycket heterogen.

I syfte att erhålla i storlekshänseende mera homogena grupper ha delbranscherna 2 och 3 sammanslagits till en delbransch (4), vilken kunnat uppdelas i tre storleksgrupper. Samtidigt kommer emellertid produktionsinriktningen för de i de olika storleksgrupperna ingående företagen att bli mycket olikartad. I storleksgrupperna 1 och 2 inom delbransch 4 tillhöra halva antalet företag delbransch 2 och halva antalet delbransch 3, medan storleksgrupp 3 endast innehåller företag tillhörande delbransch 2 och överensstämmer med storleksgrupp 2 inom denna. Också i delbransch 4 är strukturen mycket heterogen.

I anslutning till analysen av delbransch 2 behandlas även distributionsstrukturen m. m. hos sidenväverier (*delbransch 1*), vilkas tillverkning med hänsyn till användningssättet företer stora likheter med tillverkningen i delbransch 2, särskilt storleksgrupp 1. Fullständiga uppgifter ha erhållits för tre företag.

I anslutning till analysen av delbransch 3 komma de s. k. renodlade linnefabrikerna jämte företag med liknande produktionsinriktning inom bomullsindustrien (*delbransch 5*) att analyseras, då dessa synas vara närmast jämförbara med denna delbransch inom bomullsindustrien. Olikheterna i fråga om produktionsinriktning äro dock mycket betydande, då huvuddelen av linnefabrikernas tillverkning utgöres av dukar, handdukar och lakan.

Övriga delbranscher, som kunnat analyseras, bestå av företag tillverkande huvudsakligen möbel-, gardin- och draperityger av annat än ull (*delbransch 6*) samt företag tillverkande huvudsakligen band och snörmakerier (*delbransch 7*). Den alldeles övervägande delen av företagens tillverkning i dessa delbranscher faller inom angivna huvudvaruområden. I delbransch 6 förekommer en mindre tillverkning av täcken och annan sängutrustning och i delbransch 7 en mycket liten tillverkning av gardintyger.

Delbransch 6 omfattar inte mindre än 22 företag eller hälften av alla väverier i den »egentliga» bomullsindustrien. Totala tillverkningsvärdet utgör dock endast tio miljoner kronor, d. v. s. knappt en tiondel av bomullsindustriens totala tillverkningsvärde för vävnader. Ehuru endast 55 procent av företagen med 70 procent av totala tillverkningsvärdet lämnat uppgifter synes dock en någorlunda representativ bild av denna delbransch ha kunnat erhållas.

Till *delbransch 7* ha förts 14 företag tillverkande huvudsakligen band och snörmakerier med ett sammanlagt tillverkningsvärde av 5,3 miljoner eller under 400 000 kronor per företag mot drygt 450 000 kronor per företag, tillverkande huvudsakligen gardin- och draperityger av annat än ull. Med hänsyn till det stora antalet företag är representativiteten förhållandevis god. Produktionsinriktningen synes dock variera starkt mellan olika företag, vilket försvårar analysen. De uppgiftslämnande företagen utgöra 64 procent av samtliga företag i delbranschen med 77 procent av hela tillverkningsvärdet.

Företag, huvudsakligen inriktade på tillverkning av vävnader för industriellt bruk (*delbransch 8*), ha på grund av det ringa antalet företag och nödvändigheten att bevara de individuella företagens anonymitet icke kunnat analyseras. De olika företagens tillverkning i denna delbransch är mycket heterogen. Tillverkningsvärdet för delbranschen utgör tolv miljoner kronor eller knappt en tiondel av totala tillverkningsvärdet för bomullsindustrien och angränsande industrier.

3. Undersökningens representativitet för olika delbranscher

Som framgår av tabellen nedan får undersökningens representativitet anses vara god för delbranscherna 2 och 3 respektive 4, vilkas tillverkningsvärde utgjorde två tredjedelar av samtliga här behandlade delbranschers och sex sjundedelar av bomullsindustriens tillverkningsvärde. För de uppgiftslämnande företagen i ovannämnda delbranscher utgjorde tillverkningsvärdet drygt 90 procent av totala tillverkningsvärdet och antalet företag drygt 80 procent av totalantalet företag. De siffermässigt analyserade företagens andel av totalt tillverkningsvärde och antal företag är emellertid betydligt mindre.

En jämförelse mellan de uppgiftslämnande företagens andel av totala tillverkningsvärdet respektive totalantalet företag i de olika delbranscherna, (se tabellen), visar att de stora företagen i allmänhet äro överrepresenterade men inte i någon mera avsevärd utsträckning.

Delbransch	Tillverkningsvärde		Antal företag	
	samtliga företag milj. kr.	för uppgiftslämnande företag i procent av samtliga företags tillverkningsvärde	samtliga	som lämnat uppgift i procent av samtliga företag
Företag tillverkande huvudsakligen — »huvudvaruområde» —				
1. Dambeklädnadstyger (av silke och konstsilke)	3,3	100	4	100
2. Dambeklädnadstyger (utom överplaggstyger) samt skjorttyger och flaneller av bomull	75,2	91	13	77
3. Blandad tillverkning av bomullsvävnader	26,1	96	9	89
4. Delbransch 2+3	*101,3*	*92*	*22*	*82*
5. Vitvaruvävnader av lin och bomull	16,5	93	10	70
6. Gardin- och draperityger av annat än ull	10,1	70	22	55
7. Band och snörmakerier	5,4	77	14	64
8. Tekniska artiklar av bomull och jute	12,2	89	5	80
Summa	148,8	90	77	70

På grund av bristfälliga uppgifter ha icke alla företag, som lämnat svar på den utsända rundfrågan angående distributionsstrukturen, kunnat medtagas i den siffermässiga analysen. Detta framgår av en jämförelse mellan ovanstående tabell och de tabeller, som i första avsnittet av redo-

görelserna för respektive delbranscher närmare angiva undersökningens representativitet. Även uppgifterna för de företag, vilka visserligen lämnat uppgifter men icke kunnat medtagas i den *siffermässiga* analysen, ha ofta kunnat utnyttjas i analysen i övrigt såsom också framgår av det följande.

Särskilt omfattande ha de bristfälliga uppgifterna varit i delbransch 3. Flera uppgiftslämnande företag i denna delbransch ha måst uteslutas ur den siffermässiga analysen, varigenom representativiteten avsevärt försämrats.

De i den siffermässiga analysen deltagande företagens andel av totala tillverkningsvärdet och totala antalet företag i de olika delbranscherna ha liksom undersökningens representativitet för olika storleksgrupper inom delbranscherna behandlats i redogörelserna för respektive delbranscher.

Kravet på anonymitet har i vissa fall framtvingat en mindre ingående analys än som i övrigt varit möjligt, och det ringa antalet existerande — och ofta olikartade — företag försvårar starkt analysen.

4. Delbransch 2: Företag tillverkande huvudsakligen dambeklädnadstyger (utom överplaggstyger) samt skjorttyger och flaneller

A. Företagens uppdelning på storleksgrupper och undersökningens representativitet för dessa

Delbranschens sammanlagda tillverkningsvärde uppgår till ungefär två tredjedelar av hela bomullsindustriens tillverkningsvärde för vävnader och hälften av tillverkningsvärdet för samtliga i denna avdelning behandlade delbranscher.

Företagen i delbranschen äro av mycket olika storlek. Tillverkningsvärdet per företag i den största storleksgruppen är inte mindre än 33 gånger större än tillverkningsvärdet per företag i den minsta storleksgruppen.

Nedanstående sammanställning visar de olika storleksgruppernas an-

Delbransch	Storleksgrupp	Samtliga företag				Siffermässigt analyserade företag		
		Tillverkningsvärde per företag (milj. kr.)	tillverkningsvärde		antal	i procent av samtliga företag		absolut antal
			miljoner kr.	andel i procent		tillverkningsvärde	antal	
1		0,8	3,3	100	4	—	—	—
2	(0	0,4	1,3	2	3	—	—	—)
	1	3,3	20,1	27	6	62	67	4
	2	13,4	53,7	71	4	100	100	4
	0—2	5,8	75,1	100	13	88	62	8

del av totala tillverkningsvärdet och antalet företag samt hur stor andel av totala tillverkningsvärdet och antalet företag som de siffermässigt analyserade företagen representera. Motsvarande uppgifter angivas även för den i övrigt endast i texten berörda delbransch 1, företag tillverkande huvudsakligen dambeklädnadstyger av silke och konstsilke (»sidenväverier»).

Som framgår av sammanställningen har det icke varit möjligt att siffermässigt analysera företagen i den minsta storleksgruppen. Dess totala tillverkningsvärde uppgår dock endast till två procent av hela delbranschens tillverkningsvärde. Av återstående storleksgrupper ha samtliga företag i den större och ungefär två tredjedelar i den mindre, såväl i antal som i tillverkningsvärde räknat, kunnat medtagas i den siffermässiga analysen.

Som framgått av föregående avsnitt föreligger en icke obetydlig skillnad i produktionsinriktningen mellan de två största storleksgrupperna. Den minsta storleksgruppen är vidare tämligen speciell.

B. Komponenternas storlek för företagen i de olika storleksgrupperna[1]

a) *Samvariationen mellan olika komponenter*

Vid växande företagsstorlek (försäljningsvärde) stiger varusortimentets storlek, antalet kunder, försäljningen per grossist, men icke per textilfabrikant, och försäljningen per försäljare, ehuru avsevärt långsammare än företagets storlek. Bland kundkategorierna ökar dock antalet textilfabrikanter hastigare samt tillverkningsseriernas längd ungefär lika hastigt som företagets storlek. Försäljningen per grossist stiger mycket långsammare än antalet grossister. Försäljningen per textilfabrikant är ungefär lika stor i de båda storleksgrupperna. Den även relativt starka ökningen av försäljningen till textilfabrikanter beror i stället på den mycket snabba ökningen av dessas antal.

En utförligare redogörelse för samvariationen mellan olika komponenter återfinnes i avsnitt 6 (B), som behandlar denna delbransch tillsammans med delbransch 3, för vilken redogöres i avsnitt 5.

b) *Komponenterna var för sig*

Tillverkningsseriernas längd och varusortimentets storlek

Vissa svårigheter ha uppkommit vid beräkningen av tillverkningsseriernas längd och varusortimentets storlek inom denna delbransch, emedan ett par företag icke lämnat entydiga uppgifter angående antalet mönster. Antalet mönster för försålda vävnader har därjämte måst approximeras

[1] *I det följande i detta avsnitt (B) angivna sifferuppgifter avse samtliga medianvärden.* Dock har per företag i hela delbranschen i förekommande fall vägt genomsnitt angivits — annars ovägda genomsnittsvärden (t. ex. antal kunder per företag).

för tvenne företag, vilka förutom den egna tillverkningen även sålt inköpta vävnader. De företagna approximationerna torde dock icke i högre grad påverka jämförbarheten.

Antalet tillverkade meter per mönster är tre gånger så stort inom den större storleksgruppen som inom den mindre. Samtidigt är varusortimentet i det närmaste dubbelt så stort. Antalet tillverkade meter per kvalitet synes i stora drag variera på samma sätt som tillverkningsseriernas längd.

Vid beräkningen av varusortimentets storlek och tillverkningsseriernas längd ha vävnader för industriellt bruk uteslutits. Om dessa medtagits i beräkningen skulle skillnaderna i tillverkningsseriernas längd varit ännu större.

En jämförelse mellan tillverkningsseriernas längd, varusortimentets och tillverkningsvärdets storlek för de båda storleksgrupperna ger vid handen att genomsnittspriset per meter vävnad är lägre för de större företagen. Dessa ha också, som tidigare framhållits, en relativt mindre tillverkning av den relativt »dyra» varugruppen beklädnadstyger exklusive blåtwills och fodervaror.

Antalet kunder

Antalet tillverkade tusen meter per mönster och antalet mönster (i förekommande fall även antal mönster för inköpta vävnader) var:

	Försäljningsvärde-index	Antal mönster	1 000 meter vävnad per mönster
Storleksgrupp 1	**100**	970	2,7
» 2	340	1 914	7,2
» 1—2	(genomsnitt)	1 532	6,5

Antalet kunder i olika kategorier är för varje företag så stort, att man utan att känna storleksfördelningen mellan olika kunder dock kan utgå ifrån, att intet företag för större delen av sin försäljning är beroende av en eller enstaka kunder.

Antalet kunder i olika kategorier per företag var:

	Försäljningsvärde-index	Detaljist	Grossist	Textil-fabrikant
Storleksgrupp 1	**100**	(1 007)	130	49
» 2	340	(464)	256	359
» 1—2	(genomsnitt)	(866)	211	179

Försäljningens fördelning på olika kundkategorier

Liksom i fråga om ylleindustrien är gränsdragningen mellan försäljning till grossister och fabrikanter icke skarp, emedan i åtskilliga fall företag driva kombinerad grossist- och konfektionsrörelse. Dessa ha ibland redovisats som grossister, ibland som textilfabrikanter. Betydelsen av dessa »kombinerade» företag synes dock vara liten och jämförbarheten mellan de olika grupperna torde icke nämnvärt påverkas av nyssnämnda svårighet vid gränsdragningen.

Försäljningen till detaljhandeln, som redovisas med två respektive fem procent för de olika storleksgrupperna, är icke representativ. Ett företag i vardera storleksgruppen har en betydande försäljning direkt till detaljhandeln. Försäljningen till grossister är avsevärt större i den mindre storleksgruppen (59 respektive 41 procent) medan i stället försäljningen till textilfabrikanter (konfektionärer) samt till övriga kunder — i huvudsak andra industrier än textilindustrien men även export och i någon omfattning allmänna inrättningar — är icke obetydligt större i den större storleksgruppen.

Den större försäljningen till övriga kunder i storleksgrupp 2 beror delvis av den relativt större tillverkningen av tekniska vävnader. Denna utgjorde 2 respektive 15 procent av antalet tillverkade meter i de båda storleksgrupperna.

Försäljningsvärdets procentuella fördelning på olika kundkategorier var:

	Försäljningsvärde-index	Detaljist	Grossist	Textil-fabrikant	Övriga kunder
Storleksgrupp 1	**100**	(2)	59	25	7
» 2	340	(5)	41	36	11
» 1—2	(genomsnitt)	9	45	35	11

För delbransch 1 (sidenväverier) uppgick försäljningen till konfektionärer till hälften av totalförsäljningen, försäljningen till detaljister och grossister till vardera en fjärdedel — ehuru med starka variationer mellan de individuella företagen.

Försäljningens storlek per kund i olika kategorier

Försäljningen per detaljist liksom antalet detaljister per företag är, som framhållits, icke representativt redovisad. Den varierar avsevärt mellan olika företag. Som är att vänta sjunker storleken av försäljningen per detaljist, då den relativa andelen av detaljistförsäljningen stiger.

Försäljningen per textilfabrikant synes vara tämligen oberoende av företagets storlek. Ehuru den varierar tämligen starkt mellan olika företag synes dock tendensen peka mot något sjunkande försäljning per textilfabrikant vid stigande företagsstorlek. Däremot stiger försäljningen per grossist i stort sett, ehuru långsamt, vid stigande företagsstorlek. Förklaringen till dessa olika tendenser torde vara, att de större företagens försäljning till textilfabrikanter är så stor — den är även *relativt* större än hos de mindre företagen — att denna måst utvidgas även till mindre textilfabrikanter. Antalet textilfabrikanter sjunker hastigt vid stigande storlek. Försäljningens storlek per grossist — som är relativt mindre hos de stora företagen — synes icke påverkas av storleken av det individuella företagets försäljning på grund av grossistförsäljningens förhållandevis avsevärda storlek. Dels är grossistförsäljningen av metervaror till detaljister mycket betydande och dels finnas åtskilliga stora vävnadsgrossister, vilka även sälja till konfektionärer.

Försäljningens storlek (1 000-tal kronor) per kund i olika kategorier var:

		Försäljningsvärde-index	Detaljist	Grossist	Textil-fabrikant	Grossist plus textilfabrikant
Storleksgrupp	1	**100**	(1,8)	11,2	18,5	13,0
»	2	340	(2,0)	17,1	17,5	15,3
»	1—2	(genomsnitt)	1,4	17,5	16,3	16,9

Inom delbransch 1 (sidenväverier) var försäljningen per detaljist avsevärt större än i storleksgruppen 1 men försäljningen per grossist och konfektionär endast ungefär hälften så stor.

Försäljningens storlek per försäljare

För de företag, som icke ha en betydande detaljistförsäljning, finnes en nära samvariation mellan försäljningen per försäljare[1] och försäljningen per grossist plus textilfabrikant. Denna samvariation framgår även av sammanställningen, emedan detaljistförsäljningen är av ungefär samma (ringa) relativa betydelse för båda storleksgrupperna.

Försäljningen per försäljare var i de båda storleksgrupperna en respektive två och en halv miljoner kronor. I delbransch 1 (sidenväverier) var den, som naturligt är med hänsyn till företagens mindre storlek och relativt större detaljistförsäljning, mycket mindre — ungefär en fjärdedel av försäljningen per försäljare i minsta storleksgruppen.

Försäljningsområdets storlek

Samtliga företag i delbranschen sälja över hela landet utom ett, som enligt uppgift icke säljer i Norrland. Av företagen i delbransch 1 (sidenväverier) sälja alla över hela landet utom ett, som endast redovisar försäljning i de närmaste länen.

Tillverkningens fördelning på lager, säsong- och efterorder

Fördelningen av tillverkningen på lager, säsong- och efterorder varierar mycket starkt mellan olika företag och betydligt starkare än den relativa storleken av försäljningen av icke modebetonade artiklar. De i sammanställningen redovisade uppgifterna kunna betraktas såsom representativa endast i fråga om storleken av tillverkningen på efterorder, som är ungefär dubbelt så stor för företagen i den mindre storleksgruppen som inom den större.

Tillverkningens procentuella fördelning på lager, säsong- och efterorder var:

		Försäljningsvärde-index	Lager	Säsongorder	Efterorder
Storleksgrupp	1	**100**	(16)	(64)	30
»	2	340	(29)	(53)	12
»	1—2	(genomsnitt)	23	62	15

I delbransch 1 (sidenväverier) utgjorde tillverkningen på säsongorder 85—100 procent av totala tillverkningen.

[1] Storleken av denna komponent är osäker på grund av det ringa antalet försäljare.

C. Jämförelse mellan median- och genomsnittsvärden för respektive komponenter samt dessas storlek för hela delbranschen[1], betraktad som en enhet

I den föregående analysen ha använts medianvärden såsom bästa tillgängliga typtal för angivande av olika komponenters storlek för de *individuella* företagen i respektive storleksgrupper. I syfte att erhålla en uppfattning om snedheten i fördelningen av de individuella värdena av respektive komponenter jämföres nedan genomsnittsvärdena[2] för respektive komponenter med motsvarande medianvärden. Därjämte lämnas en redogörelse för komponenternas storlek för hela delbranschen, betraktad som en enhet. I sistnämnda fall visas komponenternas storlek av vägda genomsnittsvärden för de komponenter, som äro kvoter, och av summan av komponenternas värden hos de i delbranschen ingående företagen för de komponenter, som icke äro kvoter.

Skillnaderna mellan medianvärden och genomsnittsvärden kunna bero av många förhållanden. Som framgår av kapitel 1, avdelning II, medföra höga extrema värden i en serie högre genomsnittsvärden än medianvärden, låga extrema värden högre median- än genomsnittsvärden. Då icke sällan ett eller enstaka mycket stora företag i en grupp visa extremt höga värden för vissa komponenter, komma genomsnittsvärdena ofta att ligga högre än medianvärdena. Nästan alltid är dock fördelningen av värdena så symmetrisk att några betydande skillnader mellan genomsnitts- och medianvärden för olika komponenter icke uppstå jämfört med skillnaderna mellan värdena för komponenterna för företag i olika storleksgrupper.

Som framgår av tabellen på sid. 295 är de siffermässigt analyserade företagens andel av samtliga företags tillverkningsvärde och antal ungefär lika stor i vardera storleksgruppen. De i bilaga 2 angivna genomsnittsvärdena för respektive storleksgrupper äro därför i den meningen representativa att de bygga på företag av genomsnittlig storlek.

Däremot inverkar den varierande representativiteten för olika storleksgrupper på genomsnittsvärdenas representativitet för *hela* delbranschen. Storleksgruppen 0, som dock endast svarar för två procent av *hela* delbranschens tillverkningsvärde, har sålunda måst uteslutas i analysen,

[1] Det är icke möjligt att ge en bild av huru produktions- och distributionsstrukturen skulle se ut om samtliga företag i en storleksgrupp eller i hela delbranschen sammanslogos till ett företag. Både produktions- och distributionsstrukturen skulle, åtminstone på längre sikt, ändras väsentligt, då de förändrade konkurrensekonomiska förutsättningarna skulle medföra en helt annorlunda företagspolitik i åtskilliga viktiga avseenden.

[2] I förekommande fall ovägda genomsnittsvärden (t. ex. antal kunder per företag). Ovägt genomsnitt för en komponent visar endast summan av de individuella värdena dividerad med antal företag och icke — såsom vägda genomsnittsvärden — för kvoter summan av respektive värden för samtliga företag dividerade med varandra. De påverkas emellertid av värdena för samtliga företag i gruppen.

medan i storleksgrupp 1 två tredjedelar av företagen kunnat siffermässigt analyseras och i storleksgrupp 2 samtliga företag.

Inverkan av denna snedhet i representativiteten kan på grund av bristfälliga uppgifter icke uppskattas för storleksgrupp 0. Däremot har hänsyn till inverkan av den relativt mindre representativiteten för storleksgrupp 1 kunnat tagas på så sätt att den absoluta storleken av olika komponenter för hela storleksgruppen omräknats så att dessa bliva lika stora som de skulle varit vid samma representativitet som storleksgrupp 2 (100 procent).

På grundval av uppgifterna för storleksgrupp 2 och de justerade uppgifterna för storleksgrupp 1 ha vägda genomsnittsvärden för olika komponenter beräknats för *hela* delbranschen (»justerade» värden).[1]

Det visar sig att skillnaderna mellan de justerade och icke justerade vägda genomsnittsvärdena bliva små. De överstiga icke fem procent utom beträffande försäljningens storlek per försäljare och antalet tillverkade mönster. De justerade genomsnittsvärdena för dessa komponenter understiga de icke justerade genomsnittsvärdena med femton procent. I bilaga 2 ha såväl justerade som icke justerade genomsnittsvärden för delbranschen angivits.

Skillnaderna mellan medianvärden och vägda genomsnittsvärden för komponenterna såväl i respektive storleksgrupper som i *hela* delbranschen äro så små att några ändringar i förhållande till den på grundval av medianvärden utförda analysen icke äro motiverade.

En överslagsberäkning har utförts över totala antalet inom delbranschen tillverkade varuslag och mönster samt antalet kunder. Denna har dock icke kunnat omfatta mer än de två större, här redovisade, storleksgrupperna, vilka dock svara för 98 procent av produktionen i värde räknat. De tio företagen i de två större storleksgrupperna synas tillsammans ha framställt ungefär 300 olika varuslag, varav en tredjedel i den större och två tredjedelar i den mindre storleksgruppen, och cirka 15 000 olika mönster, varav ungefär hälften i vardera storleksgruppen. Antalet grossistkunder

[1] På detta sätt har beaktats den inverkan på komponenternas storlek, som den varierande representativiteten hos olika *storleksgrupper* inom delbranschen förorsakar. Då en storleksgrupps representativitet är (i stort sett) lika både med avseende på tillverkningsvärde och antal företag — såsom här är fallet — kan en »upproportionering» utföras helt enkelt genom att dividera samtliga komponenter, som inte äro kvoter, med kvoten av analyserade och samtliga till storleksgruppen hänförliga företags tillverkningsvärde (eller antal). De komponenter, som icke äro kvoter, ha därpå uträknats med ledning av de sålunda erhållna justerade värdena för täljare och nämnare. En sådan upproportionering ger rättvisande resultat, om de icke-analyserade företagen ha samma struktur som de siffermässigt analyserade i samma storleksgrupp (och delbransch). Att så är fallet kan inte bevisas men är med hänsyn till den utförda grupperingen av företagen på delbranscher och storleksgrupper de mest sannolika.

Angående justering av komponenternas värden på grund av ojämn representativitet för de siffermässigt analyserade företagen *inom* en storleksgrupp i förhållande till samtliga företag inom denna se not 1 på sid. 392. Denna justering har alltid utförts samtidigt med ovannämnda justering och alltså även här.

var av storleksordningen 2 000, varav ungefär lika i båda storleksgrupperna, och antalet konfektionärskunder av storleksordningen 1 500, varav fyra femtedelar i den större och en femtedel i den mindre storleksgruppen. Dessa senare siffror visa att i genomsnitt varje grossist och varje konfektionär köpt från flera företag i denna delbransch. Gissningsvis torde kanske 600—800 grossister ha fört varor inom här ifrågavarande varuområde, vilket skulle innebära, att varje grossist i genomsnitt köpt från ungefär tre företag i denna delbransch. Motsvarande uppgift för konfektionärskunder synes vara något högre.

5. Delbransch 3: Företag tillverkande alla slag av bomullsvävnader, men med huvudsakliga tillverkningen koncentrerad till beklädnadstyger exklusive blåtwills och fodervaror samt lakan o. dyl. (»blandad tillverkning»)

Som tidigare framhållits i avsnitt 2 skiljer sig företagen i denna delbransch från företagen i delbransch 2 därigenom att tillverkningen av beklädnadstyger utom blåtwills och fodervaror är *relativt* endast ungefär hälften så stor som i den senare delbranschen[1] men samtidigt tillverkningen av mera standardiserade varor betydligt större.

Företag, vilka huvudsakligen tillverka lakans- och örngottsväv, handduks- och duktyger etc., ha icke hänförts till denna delbransch utan till delbransch 5, ej heller företag tillverkande huvudsakligen tekniska vävnader, vilka hänförts till delbransch 8.

Delbransch 5, för vilken fullständig redogörelse icke kan lämnas på grund av delvis bristfälliga uppgifter och nödvändigheten att bevara de individuella företagens anonymitet, kommer dock att översiktligt beröras i texten i detta avsnitt.

A. Företagens uppdelning på storleksgrupper och undersökningens representativitet för dessa

På grund av svårigheter att renodla tillverkningen och försäljningen av vävnader från annan tillverkning och försäljning och på grund av bristfälliga uppgifter ha endast fyra företag kunnat behandlas i den siffermässiga analysen, två från vardera storleksgruppen.

Sammanställningen nedan visar de olika storleksgruppernas andel av totala tillverkningsvärdet och antalet företag samt hur stor andel av antalet företag de siffermässigt analyserade företagen representera. Motsvarande uppgifter för uppgiftslämnande företag i delbransch 5, d. v. s. företag tillverkande vitvaror av bomull eller lin, ha även angivits.

[1] För möjliggörande av jämförelser ha ibland uppgifter lämnats också för delbransch 2.

Delbransch	Storleksgrupp	Samtliga företag				Siffermässigt analyserade företag		
		Tillverkningsvärde per företag (milj. kr.)	tillverkningsvärde		antal	i procent av samtliga företag		absolut antal
			milj. kr.	andel i procent		tillverkningsvärde	antal	
3	1	1,8	9,1	35	5	.	40	2
	2	4,2	17,0	65	4	.	50	2
	1—2	2,9	26,1	100	9	48	44	4
5	1	1,7	16,5	100	10	—	—	—

Som framgår av tabellen representera de i den siffermässiga analysen behandlade företagen endast 40 respektive 50 procent av antalet företag i respektive storleksgrupper. På grund av det låga antalet företag, som kunnat medtagas i analysen, vars siffermaterial åtminstone delvis är bristfälligt, ha dessa i det följande måst sammanslås till en storleksgrupp.

B. Komponenternas storlek för företagen i de olika storleksgrupperna[1]

Varusortimentets storlek och tillverkningsseriernas längd

Vid växande företagsstorlek (tillverkningsvärde) stiger antalet varuslag, ehuru ganska obetydligt, medan antalet mönster stiger i proportion med stegringen av företagets storlek. Tillverkningsseriernas längd varierar ganska mycket för olika företag. Någon tendens till längre tillverkningsserier vid ökad storlek kan icke iakttagas.

Vid beräkningen av tillverkningsseriernas längd, d. v. s. antalet meter per mönster, ha vävnader för industriell användning icke medräknats.

Tillverkningsseriernas längd är av samma storleksordning som för ungefär lika stora företag i delbransch 2. Detta innebär, då tillverkningen av beklädnadstyger, klänningstyger, flaneller etc. är mindre i delbransch 3 än i delbransch 2, att tillverkningsseriernas längd för de mera modebetonade varorna är förhållandevis kortare i delbransch 3 än i delbransch 2.

Antalet per företag tillverkade mönster och 1 000 meter vävnad per mönster var:

	Storleksgrupp	Försäljningsvärdeindex	Antal mönster	1 000 meter vävnad per mönster
Delbransch 3		**100**	858	3,7
» 2	1	120	970	2,7
» 2	2	500	1 914	7,2

[1] *I det följande i detta avsnitt (B) angivna sifferuppgifter avse samtliga medianvärden.*

Antalet kunder

Antalet kunder är i varje kategori så stort för varje individuellt företag, att man kan utgå ifrån att intet företag för sin försäljning är huvudsakligen beroende av en eller enstaka kunder. Antalet kunder i olika kategorier per företag var:

	Detaljist	Grossist	Textilfabrikant
Delbransch 3	(273)	150	45

I delbransch 5 var antalet grossister ungefär lika stort, antalet detaljister avsevärt större. Någon försäljning av vitvaror till textilfabrikanter synes knappast ha förekommit.

Försäljningens fördelning på olika kundkategorier

Den redovisade uppgiften om försäljningens relativa storlek till detaljister (fyra procent av hela försäljningsvärdet) är icke representativ. Tre företag ha relativt obetydlig detaljistförsäljning, ett en ganska betydande sådan.

Den relativa storleken av försäljningen till grossister är icke obetydligt större än för delbransch 2 (67 procent av hela försäljningsvärdet jämfört med 41 respektive 59 procent för de båda analyserade storleksgrupperna i delbransch 2) beroende på den olika produktionsinriktningen. Tillverkningen av beklädnadstyger, som i stor utsträckning förbrukas av konfektions- och sömnadsfabriker, är relativt mycket större i delbransch 2 än i delbransch 3. Av denna anledning är också försäljningens relativa storlek till textilfabrikanter avsevärt mindre än i delbransch 2. Försäljningens relativa storlek till övriga kunder är ungefär lika stor som för de större företagen i delbransch 2. Med hänsyn till produktionsinriktningen skulle man vänta sig en större försäljning till övriga kunder i delbransch 3. Tillverkningen av lakansväv och dylikt samt av tekniska vävnader är nämligen åtskilligt mer än dubbelt så stor i delbransch 3 som i den större storleksgruppen i delbransch 2. Att ändå försäljningens relativa storlek till övriga kunder är ungefär lika stor beror på att i försäljningen till övriga kunder i delbransch 3 ingår endast en liten exportkvantitet, medan exporten varit av icke oväsentlig betydelse för de större företagen i delbransch 2. Här må även framhållas, att det icke varit möjligt att fullständigt renodla försäljningen av vävnader från försäljningen av garn i fråga om försäljning till övriga kunder. I den av de större företagen i delbransch 2 liksom av enstaka företag i delbransch 3 redovisade försäljningen till övriga kunder torde sålunda en del utgöras av garn.

Försäljningsvärdets procentuella fördelning på olika kundkategorier var:

	Storleksgrupp	Försäljningsvärdeindex	Detaljist	Grossist	Textilfabrikant	Övriga kunder
Delbransch 3		**100**	(4)	67	19	12
» 2	1	120	(2)	59	25	7
» 2	2	500	(5)	41	36	11

I delbransch 5 var försäljningen till detaljister avsevärt större än i delbransch 3, medan försäljningen till grossister var något mindre. Därjämte förekom en icke obetydlig försäljning till övriga kunder, i vilken ingår försäljning till industriföretag av utanför angivet huvudvaruområde fallande artiklar.

Försäljningens storlek per kund i olika kategorier

Storleken av försäljningen per detaljist och per grossist är i delbransch 3 ungefär lika stor som för företag i motsvarande storleksgrupp i delbransch 2, medan försäljningen per textilfabrikant är avsevärt mindre. Detta torde bl. a. bero av den i delbransch 2 förhållandevis större tillverkningen av beklädnadstyger, vilka ju i stor utsträckning inköpas av konfektions- och sömnadsfabriker. Varusortimentets storlek är å andra sidan icke mycket mindre i delbransch 3 än i den mindre storleksgruppen i delbransch 2.

Någon utvecklingstendens beträffande storleken av försäljningen per detaljist kan icke spåras. Däremot stiger försäljningen per grossist mycket snabbt vid tillväxt i företagets storlek. Liksom beträffande delbransch 2 kan däremot någon tendens till stigande försäljning per textilfabrikant vid växande företagsstorlek icke iakttagas.

Försäljningen per kund (1 000-tal kronor) i olika kategorier var i delbranscherna 3 och 2:

	Storleksgrupp	Försäljningsvärdeindex	Detaljist	Grossist	Textilfabrikant	Grossist plus textilfabrikant
Delbransch 3		**100**	(1,1)	11,5	12,0	10,8
» 2	1	120	(1,8)	11,2	18,5	13,0
» 2	2	500	(2,0)	17,1	17,5	15,3

I delbransch 5 var försäljningen per detaljist av samma storleksordning som i delbransch 2, försäljningen per grossist något lägre än för företag av motsvarande storlek.

Försäljningens storlek per försäljare

Försäljningen per försäljare kan på grund av bristfälligheter i uppgiftsmaterialet icke representativt redovisas. Den förefaller emellertid vara avsevärt mindre i delbransch 3 än för företag av motsvarande storlek i delbransch 2.

Försäljningsområdets storlek

Samtliga företag i delbransch 3 liksom i delbransch 5 redovisa försäljning över hela landet, ett företag i den förra delbranschen dock icke i Norrland, till vilket dock försäljning via grossister kan ha ägt rum.

Tillverkningens fördelning på lager, säsong- och efterorder

Tillverkningens fördelning på lager, säsong- och efterorder varierar så avsevärt mellan olika företag, att de i sammanställningen angivna uppgifterna icke kunna anses vara representativa. Storleken av försäljningen på efterorder är oväntat stor i förhållande till produktionsinriktningen.

C. Jämförelse mellan median- och genomsnittsvärden för respektive komponenter samt dessas storlek för hela delbranschen[1], betraktad som en enhet

I den föregående analysen ha endast använts medianvärden såsom bästa tillgängliga typtal för angivande av olika komponenters storlek för de *individuella* företagen i respektive storleksgrupper. I syfte att erhålla en uppfattning om snedheten i fördelningen av de individuella värdena av respektive komponenter jämföres nedan genomsnittsvärdena[2] för respektive komponenter med motsvarande medianvärden. Därjämte lämnas en redogörelse för komponenternas storlek för hela delbranschen, betraktad som en enhet. I sistnämnda fall visas komponenternas storlek av vägda genomsnittsvärden för de komponenter, som äro kvoter, och av summan av komponenternas värden hos de i delbranschen ingående företagen för de komponenter, som icke äro kvoter. De vägda genomsnittsvärdena för olika komponenter visas i bilaga 2 till denna avdelning.

Den varierande representativiteten för olika storleksgrupper inverkar på genomsnittsvärdenas representativitet för *hela* delbranschen. Denna inverkan synes dock vara relativt obetydlig.

Skillnaderna mellan medianvärden och vägda genomsnittsvärden för komponenterna i denna delbransch äro icke så stora att den bild, som den tidigare på grundval av medianvärden utförda analysen ger, i någon högre grad förändras. Siffermaterialets begränsade storlek motiverar en försiktig tolkning av resultaten.

En överslagsberäkning ger vid handen, att de nio till denna delbransch hänförliga företagen tillverka ungefär 300 varuslag i sammanlagt över 8 000 mönster. Förutom till detaljister sker försäljningen till cirka 1 100 grossister och 600 konfektionärer. Varje grossist inom delbranschens varuområde torde i genomsnitt ej köpa från mycket mera än ett väveri, liksom ej heller konfektionärerna.

6. Delbransch 4: Delbransch 2 plus 3

För att kunna analysera ett större antal företag och även erhålla i storlekshänseende mera jämförbara företag ha delbranscherna 2 och 3 i detta avsnitt behandlats som *en* delbransch.

[1] Det är icke möjligt att ge en bild av huru produktions- och distributionsstrukturen skulle se ut om samtliga företag i hela delbranschen sammansloges till ett företag. Både produktions- och distributionsstrukturen skulle, åtminstone på längre sikt, ändras väsentligt, då de förändrade konkurrensekonomiska förutsättningarna skulle medföra en helt annorlunda företagspolitik i åtskilliga viktiga avseenden.

[2] I förekommande fall ovägda genomsnittsvärden (t. ex. antal kunder per företag). Ovägt genomsnitt för en komponent visar endast summan av de individuella värdena dividerad med

Det sammanlagda tillverkningsvärdet för vävnader i delbranscherna 2 och 3 utgjorde sex sjundedelar av bomullsindustriens totala tillverkningsvärde i fråga om vävnader.

Ehuru de i denna delbransch ingående företagen äro mycket olikartade med avseende på produktionens inriktning[1] och även i övrigt, synes det dock vara av visst intresse att något redogöra för denna av två delbranscher bildade delbransch. Denna omfattar nämligen flertalet typiska s. k. »bomullsföretag». De i sammanställningen återgivna uppgifterna måste emellertid studeras under beaktande av tidigare lämnade kommentarer beträffande delbranscherna 2 och 3.

A. Företagens uppdelning på storleksgrupper och undersökningens representativitet för dessa

Tabellen nedan visar de olika storleksgruppernas andel av det totala tillverkningsvärdet och antalet företag samt hur stor andel av totala tillverkningsvärdet och antal företag de siffermässigt analyserade företagen representera.

Storleksgrupp	Samtliga företag				Siffermässigt analyserade företag		
	Tillverkningsvärde per företag (milj. kr.)	tillverkningsvärde		antal	i procent av samtliga företag		absolut antal
		miljoner kr.	andel i procent		tillverkningsvärde	antal	
(0	0,4	1,3	1	3	—	—	—)
1	2,0	15,6	16	8	53	50	4
2	4,4	30,6	30	7	55	57	4
3	13,4	53,7	53	4	100	100	4
0—3	4,6	101,2	100	22	78	55	12

Den minsta storleksgruppen, som dock endast svarar för en procent av det totala tillverkningsvärdet, har ej alls kunnat analyseras. Den siffermässiga analysens representativitet för de båda mellersta storleksgrupperna är endast 50-procentig eller något högre såväl efter tillverkningsvärde som antal räknat. Fyra företag i vardera storleksgruppen ha dock kunnat medtagas i den siffermässiga analysen. Samtliga företag i den största storleksgruppen, vilkens tillverkningsvärde motsvarar så mycket som närmare hälften av hela bomullsindustriens tillverkningsvärde i fråga om vävnader, ha kunnat siffermässigt analyseras.

antal företag och icke — såsom vägda genomsnittsvärden — för kvoter summan av respektive värden för samtliga företag dividerade med varandra. De påverkas emellertid av värdena för samtliga företag i gruppen.

[1] Se härom avsnitt 2, sid. 292, i denna avdelning.

B. Komponenternas storlek för företagen i de olika storleksgrupperna[1]

På grund av siffermaterialets begränsade storlek och den betydande spridningen av komponenternas värden hos lika företag — till stor del antagligen beroende på olika produktionsinriktning — få de siffermässiga resultatens representativitet bedömas med försiktighet. De ha också i bilaga 1 till denna avdelning satts inom parentes. Trots allt synas vissa utvecklingstendenser kunna observeras. Tillväxthastigheten hos olika komponenter i förhållande till ökningen av företagsstorleken (försäljningsvärde) varierar avsevärt mellan å ena sidan den minsta och den mellersta och å andra sidan den mellersta och den största storleksgruppen. Till någon del torde ofullkomligheten i det statistiska materialet accentuera skillnaden.

Såväl varusortimentets storlek och tillverkningsseriernas längd som antalet kunder av olika slag stiger ungefär lika hastigt som företagsstorleken mellan den minsta och mellersta storleksgruppen, medan försäljningen per kund av olika slag växer ungefär hälften så snabbt som företagsstorleken. Mellan den mellersta och största storleksgruppen, återigen, stiger tillverkningsseriernas längd och varusortimentets storlek ungefär lika hastigt och långsammare än företagsstorleken. I ungefär samma takt stiger antalet grossister, medan antalet textilfabrikanter (konfektionärer) växer väsentligt snabbare än företagsstorleken. Samtidigt ökar försäljningen per grossist mycket snabbt, medan försäljningen per textilfabrikant visar en mycket liten stegring. Försäljningen per försäljare, slutligen, växer först snabbare än företagsstorleken, därpå långsammare. I förhållande till varusortimentets storlek stiger först försäljningen per försäljare avsevärt snabbare, men sedan i stort sett ungefär i samma takt.[2]

Försäljningen till detaljister är över lag tämligen obetydlig och av samma relativa storleksordning för samtliga storleksgrupper, om man bortser från en mycket betydande detaljistförsäljning hos ett av företagen i den minsta storleksgruppen. Grossisternas andel av försäljningen ökar något från den minsta till den mellersta storleksgruppen men minskar därefter åter tämligen hastigt. Den andel av försäljningen som sker till textilfabrikanter ökar först långsamt vid stigande företagsstorlek, därpå i hastig takt. Den relativa storleken av försäljningen till övriga kunder,

[1] *I det följande i detta avsnitt (B) angivna sifferuppgifter avse samtliga medianvärden.*

[2] Att både varusortimentets storlek och tillverkningsseriernas längd samtidigt kan öka i det närmaste lika hastigt som företagets försäljningsvärde synes delvis vara ett uttryck för lägre genomsnittspriser för de större företagen (varusortimenten äro olika) men torde också bero på ofullkomligheten i den statistiska redovisningen — att döma bl. a. av en jämförelse mellan antalet kunder och försäljningen per kund.

såsom allmänna inrättningar och export, visar motsatt utvecklingstendens.

På grund av den avsevärt mindre företagsstorleken inom delbransch 1 inom ylleindustrien, företag tillverkande huvudsakligen herr- och överplaggstyger samt sporttyger, än inom här behandlade »bomullsdelbransch» samt på grund av den i flera avseenden avsevärt olika karaktären hos bomulls- och yllevävnader måste siffermässiga jämförelser bli vanskliga. Av visst intresse synes det dock vara att observera storleksordningen av skillnaderna mellan olika komponenter för olika stora företag i de båda delbranscherna, särskilt om man vid jämförelsen bortser från den minsta storleksgruppen inom ylledelbranschen. Denna består nämligen av mycket små företag med genomsnittligt icke mera än 100 000 kronors tillverkningsvärde, medan den minsta storleksgruppen inom bomullsdelbranschen har ett genomsnittligt tillverkningsvärde av två miljoner kronor. Med denna förskjutning äro företagen i respektive storleksgrupper genomsnittligt ungefär dubbelt så stora i bomulls- som i ylledelbranschen.

I förhållande till tillverkningsvärdets ökning stiger både varusortimentets storlek och tillverkningsseriernas längd långsammare inom ylledelbranschen än inom bomullsdelbranschen, antagligen helt enkelt beroende på att priset per meter (sannolikt huvudsakligen på grund av ändrad produktionsinriktning mot mera stapelvaror) sjunker ganska starkt vid stigande företagsstorlek i bomullsdelbranschen, medan detta icke är fallet inom ylledelbranschen.

I övrigt är det signifikativt huru starkt antalet textilfabrikanter, alltså antalet konfektionärskunder, ökar i de större företagsstorlekarna inom bomullsdelbranschen jämfört med ylledelbranschen, medan samtidigt försäljningen per textilfabrikant visar mycket liten förändring inom bomullsdelbranschen men ökar avsevärt inom ylledelbranschen vid stigande företagsstorlek.

Nyss beskrivna olikheter i strukturen och dennas utveckling synes bero bl. a. därpå, att företagen i ylledelbranschen redan vid en måttlig storlek i mycket hög grad sälja till textilfabrikanter, som svara för ungefär dubbelt så stor andel av totala förbrukningen av yllevävnader som av bomullsvävnader, medan företagen i bomullsdelbranschen övergå alltmera till direktförsäljning till textilfabrikanter ju större företagen bliva — och måste göra så för att få avsättning för sin även relativt mycket stora produktion. I förhållande till den totala förbrukningen är de största bomullsväveriernas tillverkning förhållandevis mycket större än de största ylleväveriernas. De största bomullsväverierna få, liksom de största ylleväverierna, vidkännas ökat försäljningsmotstånd vid ianspråktagande av större andel av marknaden.

I likhet med ylleindustrien, ehuru icke i samma utsträckning, torde det vara utmärkande för bomullsindustrien att tillverkningen åtminstone på

kort sikt nära anpassas efter försäljningsmöjligheterna. Kunderna beställa varor med ledning av en kollektion, som ofta i hög grad torde utformas under direkt inflytande av kunderna, vilka bestämma vilka kvantiteter som skola tillverkas av de i kollektionen ingående varuslagen. På grund av den relativt betydande tillverkningen av s. k. stapelvaror synes emellertid bomullsväveriernas tillverkning i sin helhet icke utformas i lika nära beroende av efterfrågan på kort sikt som ylleväveriernas produktion. Tillverkningen på lager utgjorde också icke mindre än 30 procent av tillverkningsvärdet i bomullsdelbranschens båda större storleksgrupper, medan den är obetydlig i den minsta storleksgruppen. Inom ylledelbranschen är tillverkningen på lager tämligen obetydlig i samtliga storleksgrupper utom den största, där lagertillverkningen uppgick till en tiondel av hela tillverkningsvärdet.

I likhet med ylleindustrien torde gälla att distributionsstrukturen (storleken av de olika komponenterna) hos ett företag utformas också med tanke på att kunna vidmakthålla eller öka den uppnådda försäljningsvolymen. Man håller ett större antal kunder och ett större varusortiment än man skulle göra om man icke önskade gardera sig såvitt möjligt mot risken att icke uppnå den försäljningskvantitet, som behövs för ett »tillfredsställande» kapacitetsutnyttjande och/eller om man icke inriktade sig på att söka öka sin försäljning. Särskilt de största företagen i bomullsdelbranschen ha, såsom tidigare framhållits, ökat sin tillverkning genom att upptaga framställning av nya, i efterfrågehänseende från tidigare tillverkade varuslag eller varugrupper tämligen skilda varuslag eller varugrupper.

C. Jämförelse mellan median- och genomsnittsvärden för respektive komponenter samt dessas storlek för hela delbranschen[1], betraktad som en enhet

I den föregående analysen ha använts medianvärden såsom bästa tillgängliga typtal för angivande av olika komponenters storlek för de *individuella* företagen i respektive storleksgrupper. I syfte att erhålla en uppfattning om snedheten i fördelningen av de individuella värdena av respektive komponenter jämföres nedan genomsnittsvärdena[2] för respektive komponenter med motsvarande medianvärden. Därjämte lämnas

[1] Det är icke möjligt att ge en bild av huru produktions- och distributionsstrukturen skulle se ut om samtliga företag i en storleksgrupp eller i hela delbranschen sammansloges till ett företag. Både produktions- och distributionsstrukturen skulle, åtminstone på längre sikt, ändras väsentligt, då de förändrade konkurrensekonomiska förutsättningarna skulle medföra en helt annorlunda företagspolitik i åtskilliga viktiga avseenden.

[2] I förekommande fall ovägda genomsnittsvärden (t. ex. antal kunder per företag).

en redogörelse för komponenternas storlek för hela delbranschen, betraktad som en enhet. I sistnämnda fall visas komponenternas storlek av vägda genomsnittsvärden för de komponenter, som äro kvoter, och av summan av komponenternas värden hos de i delbranschen ingående företagen för de komponenter, som icke äro kvoter.

De vägda genomsnittsvärdena för olika komponenter återfinnas i bilaga 2 och ha liksom medianvärdena satts inom parentes.

Som framgår av tabellen på sid 307 är de siffermässigt analyserade företagens andel av samtliga företags tillverkningsvärde och antal ungefär lika stor i varje storleksgrupp. De i bilaga 2 angivna vägda genomsnittsvärdena för respektive storleksgrupper äro därför i den meningen representativa att de bygga på företag av genomsnittlig storlek.

Däremot inverkar den varierande representativiteten för olika storleksgrupper på genomsnittsvärdenas representativitet för *hela* delbranschen. Storleksgruppen 0, som dock endast svarar för en procent av hela delbranschens tillverkningsvärde, har sålunda helt måst uteslutas i analysen. I storleksgrupp 1 svara de siffermässigt analyserade företagen för ungefär 50 procent av samtliga företags tillverkningsvärde och antal, i storleksgrupp 2 för ungefär 55 procent.

Inverkan av denna snedhet i representativiteten kan på grundval av bristfälliga uppgifter icke uppskattas för storleksgrupp 0. Däremot har hänsyn tagits till inverkan av den relativt mindre representativiteten för storleksgrupperna 1 och 2 på så sätt att den absoluta storleken av olika komponenter för respektive storleksgrupper omräknats, så att dessa bliva lika stora som de skulle vara vid samma representativitet som i storleksgrupp 3 (100 procent).[1]

På grundval av uppgifterna för storleksgrupp 3 och de sålunda justerade uppgifterna för storleksgrupperna 1 och 2 ha vägda genomsnittsvärden för olika komponenter beräknats för *hela* delbranschen (»justerade» värden).

Det visar sig att skillnaderna mellan de justerade och icke justerade vägda genomsnittsvärdena bliva ganska stora. Sålunda understiga de justerade genomsnittsvärdena för försäljningen per kund i olika kategorier utom textilfabrikanter de icke justerade värdena med 10—20 procent och för tillverkningsseriernas längd med ungefär femton procent. Dessa skillnader bero på att företagen i den största storleksgruppen, vilkas varusortiment och försäljning per kund i olika kategorier är avsevärt större än inom övriga storleksgrupper och vilkas tillverkningsserier äro betydligt längre, väga mycket tyngre i de icke justerade genomsnittsvärdena än i de justerade.

Skillnaderna mellan medianvärden och vägda genomsnittsvärden för komponenterna i respektive storleksgrupper äro ganska stora. I förhållande till de redovisade skillnaderna i storleken av olika komponenter

[1] Angående beräkningsmetoden se sid. 301, där denna beskrivits för delbransch 2.

inom de olika storleksgrupperna äro de dock icke större än att man erhåller ungefär samma bild, som den på grundval av medianvärden utförda analysen visat.

Enligt utförd överslagsberäkning beträffande de tre här analyserade storleksgrupperna, vilka omfatta 99 procent av hela tillverkningsvärdet, uppgår totalantalet tillverkade varuslag till cirka 600, varav knappt en tredjedel i den minsta och största storleksgruppen och drygt en tredjedel i den mellersta, och antalet tillverkade mönster till ungefär 23 000, varav en fjärdedel, två femtedelar och en tredjedel i respektive minsta, mellersta och största storleksgruppen. Totalantalet grossistkunder är av storleksordningen 3 000, varav en fjärdedel, knappt hälften och knappt en tredjedel i respektive minsta, mellersta och största storleksgruppen, och konfektionärskunder 2 000, varav cirka en tiondel, en fjärdedel och drygt två tredjedelar i respektive storleksgrupper.

7. Delbransch 6: Företag tillverkande huvudsakligen gardin- och draperityger ävensom möbeltyger

Icke mindre än 22 företag tillverka huvudsakligen möbel-, gardin- och draperityger. Flertalet företag äro små. Genomsnittligt tillverkningsvärde per företag uppgick under 1938 till 450 tusen kronor.

A. Företagens uppdelning på storleksgrupper och undersökningens representativitet för dessa

Tillfredsställande uppgifter ha endast erhållits från elva företag med en sammanlagd tillverkning av knappt sju miljoner kronor utgörande 69 procent av tillverkningsvärdet i delbranschen. Representativiteten är svagast för den minsta storleksgruppen, där de i den siffermässiga analysen medtagna företagens tillverkningsvärde endast utgör en tredjedel av del-

Storleksgrupp	Samtliga företag				Siffermässigt analyserade företag		
	Tillverkningsvärde per företag (milj. kr.)	tillverkningsvärde		antal	i procent av samtliga företag		absolut antal
		miljoner kronor	andel i procent		tillverkningsvärde	antal	
1	0,1	0,9	8	9	33	33	3
2	0,5	3,6	36	8	54	50	4
3	1,1	5,6	56	5	84	80	4
1—3	0,5	10,1	100	22	69	50	11

branschens totala tillverkningsvärde. Denna storleksgrupp svarar dock endast för åtta procent av totala tillverkningsvärdet.

Tabellen på sid. 312 visar de olika storleksgruppernas andel av totala tillverkningsvärdet och antalet företag samt hur stor andel av totala tillverkningsvärdet och antalet företag de analyserade företagen representera.

För samtliga i den siffermässiga analysen medtagna företag utgöra gardin- och draperityger den alldeles övervägande delen av tillverkningen utom i den minsta storleksgruppen, där tillverkningen av möbeltyger och mattor är ungefär lika stor som tillverkningen av draperi- och gardintyger. Två företag i den mellersta storleksgruppen och ett företag i den största tillverka även borddukar, ehuru förhållandevis små kvantiteter. Därjämte framställa tre företag i den största storleksgruppen korsett- och städrockstyg, näsduks- respektive bolsterväv, dock endast ett företag i någon större omfattning.

B. Komponenternas storlek för företagen i de olika storleksgrupperna[1]

a) *Samvariationen mellan olika komponenter*

Att bedöma utvecklingstendenserna för olika komponenter i denna delbransch har erbjudit stora svårigheter icke endast på grund av det ringa antalet företag utan även på grund av den stora spridningen av de individuella uppgifterna. Ännu mera vanskligt är det att bedöma samvariationen mellan olika komponenter.

Variationen mellan de olika företagen av försäljningens storlek per detaljist plus grossist är relativt måttlig, men icke heller beträffande denna komponent kan någon säker tendens beträffande samvariationen mellan dennas och varusortimentets respektive företagets storlek (tillverkningsvärdet) spåras. Den redovisade ökningen av försäljningens storlek per detaljist plus grossist är anmärkningsvärt liten i förhållande till ökningen av företagets storlek och, framför allt, varusortimentets storlek.

b) *Komponenterna var för sig*

Varusortimentets storlek och tillverkningsserierna längd

Av en jämförelse mellan de olika storleksgrupperna och av ett studium av de individuella uppgifterna framgår att varusortimentets storlek i stort sett ökar snabbare än företagets storlek (tillverkningsvärdet). Samtidigt minska tillverkningsseriernas längd. Förklaringen till detta förhållande synes i huvudsak vara att försäljningen av gardin- och draperityger är i

[1] *I det följande i detta avsnitt (B) angivna sifferuppgifter avse samtliga medianvärden.* Dock har per företag i hela delbranschen i förekommande fall vägt genomsnitt angivits — annars ovägda genomsnittsvärden (t. ex. antal kunder per företag).

mycket hög grad beroende av varusortimentets storlek. Endast vid en stark ökning av densamma kan en viss, ehuru icke lika stor ökning av försäljningen ernås. Genom en ökning av varusortimentet minskas försäljningskostnaderna (i övrigt) förhållandevis starkt i denna delbransch. Att döma av storleken av försäljningen per försäljare, äro nämligen försäljningskostnaderna relativt höga jämfört med andra delbranscher inom bomulls- och ylleindustrien. För de större företagen är varusortimentets storlek mycket stort och tillverkningsserierna mycket korta i jämförelse med andra delbranscher.

Varusortimentets storlek och tillverkningsseriernas längd var:

		Försäljningsvärde-index	Antal mönster	1 000 meter vävnad per mönster
Storleksgrupp	1	**100**	(38)	.
»	2	740	96	2,8
»	3	1 900	(650)	1,1
»	1—3	(genomsnitt)	440	1,1

Antalet kunder

Antalet kunder varierar mycket starkt mellan olika företag och redovisat antal kunder kan icke anses typiskt. Att döma av det för varje företag stora antalet kunder och dessas fördelning på olika kategorier synes intet företag för huvuddelen av sin försäljning vara beroende av en eller ett fåtal kunder.

Försäljningens fördelning på olika kundkategorier

Samtliga företag i den minsta storleksgruppen sälja hela sin tillverkning direkt till detaljhandeln. I den mellersta storleksgruppen varierar försäljningen till detaljister respektive grossister mycket avsevärt. Två företag sälja den alldeles övervägande delen till grossister, medan i den största storleksgruppen samtliga företag utom ett sälja övervägande delen av sin tillverkning till grossister. Någon inverkan på försäljningens fördelning mellan detaljister och grossister av produktionens inriktning på gardin- och draperityger eller möbeltyger kan icke iakttagas. Gränserna mellan dessa olika slag av tyger torde i praktiken ofta icke vara särskilt skarpa.

Även försäljningen av klänningstyger synes i mycket stor utsträckning ske genom grossister. Endast ett företag i den största storleksgruppen redovisar försäljning direkt till konfektionärer, av allt att döma av beklädnadstyger.

Försäljningens procentuella fördelning på olika kundkategorier var:

		Försäljningsvärde-index	Detaljist	Grossist	Textilfabrikant
Storleksgrupp	1	**100**	100	—	—
»	2	740	(39)	62	—
»	3	1 900	(17)	(64)	0
»	1—3	(genomsnitt)	32	67	1

Försäljningens storlek per kund i olika kategorier

Om man bortser från den i och för sig obetydliga minsta storleksgruppen kan knappast någon tendens till ökad försäljning per detaljist eller per grossist spåras vid en ökning av företagets storlek (tillverkningsvärdet). Liksom i fråga om åtskilliga tidigare behandlade delbranscher kan man naturligt nog spåra en tendens till minskad försäljning per kund i viss kundkategori, då försäljningen till ifrågavarande kundkategori ökar starkt. I den minsta storleksgruppen, där hela försäljningen går till detaljister, är försäljningen per detaljist mycket liten (ungefär 300 kronor per detaljist och år) och endast en bråkdel av försäljningen per detaljist i övriga storleksgrupper.

Försäljningens storlek (1 000-tal kronor) per kund i olika kategorier var:

		Försäljningsvärde-index	Detaljist	Grossist	Textil-fabrikant	Detaljist plus grossist
Storleksgrupp	1	**100**	0,3	—	—	0,3
»	2	740	3,6	9,6	—	4,0
»	3	1 900	(2,5)	9,0	(13,5)	(7,6)
»	1—3	(genomsnitt)	1,5	7,0	13,5	3,1

I delbransch 3 inom ylleindustrien (företag tillverkande huvudsakligen filtar och draperityger) var försäljningen per detaljist och per grossist endast ungefär tredjedelen så stor — variationen mellan de individuella uppgifterna var emellertid avsevärd.

Försäljningens storlek per försäljare

Försäljningens storlek per försäljare varierar starkt mellan olika företag. För den minsta storleksgruppen kan ingen representativ uppgift erhållas — försäljningen per försäljare synes dock vara mycket låg — för de båda större storleksgrupperna var den av storleksordningen 200 respektive 500 tusen kronor. För företag av motsvarande storlek inom delbranschen filtar och draperityger inom ylleindustrien var försäljningens storlek per försäljare av samma storleksordning. Det må här särskilt framhållas att den redovisade försäljningen per försäljare kan starkt påverkas av den omfattning, i vilken andra än försäljare deltaga i försäljningsarbetet.

Försäljningsområdets storlek

Samtliga företag, även de minsta, sälja enligt uppgift över hela landet.

Som är att vänta är tillverkningen på lager genomgående mycket liten. Tillverkningen på säsongorder utgör för samtliga företag utom ett den övervägande delen av tillverkningen men även tillverkningen på efterorder är betydande.

Tillverkningens fördelning på lager-, säsong- och efterorder

Tillverkningens procentuella fördelning på lager, säsong- och efterorder var:

		Försäljningsvärde-index	Lager	Säsongorder	Efterorder
Storleksgrupp	1	**100**	(25)	63	12
»	2	740	8	58	28
»	3	1 900	7	72	25
»	1—3	(genomsnitt)	8	65	27

C. Jämförelse mellan median- och genomsnittsvärden för respektive komponenter samt dessas storlek för hela delbranschen[1], betraktad som en enhet

De förhållanden, som medfört en viss osäkerhet vid beräkningen av medianvärdena i denna delbransch, gälla också — och med ökad tyngd — de vägda genomsnittsvärdena. Särskilt gäller detta i fråga om den minsta storleksgruppen och därmed också hela delbranschen.

Det må dock framhållas att de siffermässigt analyserade företagens andel av samtliga företags tillverkningsvärde och antal är ungefär lika i respektive storleksgrupper. De beräknade vägda genomsnittsvärdena för storleksgrupperna bygga därför på företag av genomsnittlig storlek och påverkas sålunda icke av sned representativitet inom respektive storleksgrupper.

Med hänsyn till ovan nämnda osäkerhet vid beräkningen av medianvärden och vägda genomsnittsvärden har det icke ansetts befogat att beräkna justerade genomsnittsvärden, vilka taga hänsyn till den olika stora representativiteten inom olika storleksgrupper. De justerade genomsnittsvärdena skulle ligga mellan de icke justerade genomsnittsvärdena för storleksgrupperna 2 och 3.

Skillnaderna mellan medianvärden och vägda genomsnittsvärden för komponenterna i respektive storleksgrupper äro ganska stora. I förhållande till de redovisade skillnaderna i storleken av olika komponenter hos de olika storleksgrupperna äro de dock icke större än att man erhåller ungefär samma bild av strukturen, som den tidigare på grundval av medianvärden utförda analysen visat.

Den starkt varierande och tämligen otillfredsställande representativiteten hos analysen av denna delbransch omöjliggör ens överslagsberäkningar över vare sig totalantalet varuslag och mönster eller antal kunder i delbranschen.

8. Delbransch 7: Företag tillverkande huvudsakligen band och snörmakerier

Företagen i denna delbransch tillverka till alldeles övervägande del band och snörmakerier. Vissa företag framställa dock även gardiner i mindre kvantiteter.

[1] Det är icke möjligt att ge en bild av huru produktions- och distributionsstrukturen skulle se ut om samtliga företag i en storleksgrupp eller i hela delbranschen sammansloges till ett företag. Både produktions- och distributionsstrukturen skulle, åtminstone på längre sikt, ändras väsentligt, då de förändrade konkurrensekonomiska förutsättningarna skulle medföra en helt annorlunda företagspolitik i åtskilliga viktiga avseenden.

Sammanlagt ha fjorton företag med ett sammanlagt tillverkningsvärde av drygt fem miljoner kronor eller fyra procent av hela tillverkningsvärdet för av bomullsindustrien och angränsande industrier framställda vävnader förts till denna delbransch.

Sju av företagen uppnådde högst 100 000 kronors tillverkningsvärde, fyra mellan 180 och 280 tusen kronor och tre företag ett tillverkningsvärde överstigande miljonen.

Det har icke varit möjligt att erhålla några uppgifter angående varusortimentets storlek i denna delbransch.

A. Företagens uppdelning på storleksgrupper och undersökningens representativitet för dessa

På grund av bristfälligheter i uppgiftsmaterialet liksom på grund av den starka spridningen av tillverkningsvärdets storlek har icke mer än sex företag kunnat medtagas i den siffermässiga analysen. Uppgifterna från dessa stödjas emellertid av uppgifter från ett flertal företag, vilka på grund av bristfälligheter på en eller flera punkter måste uteslutas från den siffermässiga analysen. Trots möjligheterna till »komplettering» på detta sätt är dock undersökningens representativitet mycket svag. Den största storleksgruppen, vars tillverkningsvärde utgör tre fjärdedelar av hela delbranschens tillverkningsvärde, har sålunda ej alls kunnat medtagas i analysen utan endast beröras i texten.

Sammanställningen nedan visar de olika storleksgruppernas andel av totala tillverkningsvärdet och antalet företag samt hur stor andel av totala tillverkningsvärdet och antalet företag som de analyserade företagen representera.

Storleksgrupp	Samtliga företag				Siffermässigt analyserade företag		
	Tillverkningsvärde per företag (milj. kr.)	tillverkningsvärde		antal	i procent av samtliga företag		absolut antal
		miljoner kronor	andel i procent		tillverkningsvärde	antal	
1	0,1	0,6	12	8	60	38	3
2	0,2	0,7	13	3	100	100	3
3	1,3	4,0	75	3	—	—	—
1—3	0,4	5,3	100	14	20	43	6

Av de två siffermässigt analyserade storleksgrupperna är som synes representativiteten för den större storleksgruppen fullständig, medan de siffermässigt analyserade företagen i den lägre storleksgruppen svara

för 60 procent av tillverkningsvärdet och endast 38 procent av antalet företag. De större företagen i denna storleksgrupp äro alltså starkt överrepresenterade i analysen. Detta är av betydelse särskilt för storleken av försäljningen per kund i olika kategorier, som tenderar att bli redovisad för hög, då denna förefaller stiga mycket avsevärt vid stigande företagsstorlek.

B. Komponenternas storlek för företagen i de olika storleksgrupperna[1]

Antalet kunder

Antalet kunder är för samtliga företag utom ett så stort att företagen icke synas vara beroende av en eller enstaka kunder för avsättning av större delen av sin tillverkning.

Försäljningens fördelning på olika kundkategorier

Fördelningen av försäljningen på detaljister, grossister och textilfabrikanter och övriga kunder varierar så mycket mellan de individuella företagen att såväl medianvärden som vägda genomsnittsvärden sakna representativitet. Dessa ha därför uteslutits i bilagorna. Företagen i den mindre storleksgruppen sälja mellan 10 och 30 procent till detaljister, medan endast ett företag i den större storleksgruppen har en betydande försäljning till detaljister. Försäljningen till grossister utgör för flertalet företag mer än hälften av den totala försäljningen. Försäljningen till grossister är relativt större för de större företagen. Försäljningen till textilfabrikanter varierar från 0 till 70 procent. För flertalet företag utgör den dock högst en tredjedel av den totala försäljningen. Försäljningen till övriga kunder är obetydlig för alla företag utom ett, där den utgör närmare hälften av försäljningen.

Den starka variationen i försäljningens fördelning mellan olika kundkategorier hos de individuella företagen synes bero av dels skiftande användningsområden för tillverkningen och dels troligen av, i enstaka fall, mer eller mindre fast integration med annan verksamhet, fabriks- eller handelsrörelse. Dock ha i denna delbransch liksom i alla andra delbranscher företag, vilkas uppgifter på grund av integration icke kunnat anses typiska, uteslutits. Det är emellertid ofta omöjligt att konstatera om och, framför allt, i ungefär vilken utsträckning integration föreligger.

Försäljningens storlek per kund i olika kategorier

Försäljningen per kund varierar likaledes avsevärt mellan olika företag. De redovisade uppgifterna giva dock en tämligen god uppfattning om storleken av denna komponent. En betydande ökning av försäljningen per kund vid stigande företagsstorlek kan iakttagas för alla kundkategorier. Denna ökning är mera betydande än ökningen av företagets storlek. Försäljningen per detaljist, grossist eller textilfabrikant är mycket liten för de mindre företagen (200, 300 respektive 400 kronor). För de större före-

[1] *I det följande i detta avsnitt (B) angivna sifferuppgifter avse medianvärden.*

Produktions- och distributionsstrukturen för bomullsväverier (även kombinerade med spinnerier) i fråga om vävnader (och band) 1938.

Samtliga uppgifter äro medianvärden och avse endast siffermässigt analyserade företag.

Delbransch	Tillverkningsvärde per företag[1] milj. kr.	1 Storleksgrupp	2 Försäljningsvärde Index	3 Antal företag	4 Antal per företag tillverkade: varugrupper[2]	5 varuslag[3]	6 mönster	7 1 000 m per mönster	8 Försäljningsvärdets procentuella fördelning på: detaljist	9 grossist	10 textilf.	11 övr. kunder	12 Antal kunder per företag[4]: detaljist	13 grossist	14 textilf.	15 Försäljning per kund 1 000-tal kr.[4]: detaljist	16 grossist	17 textilf.	18 de + gr + tf	19 de + gr	20 gr + tf	21 Försäljn. per försäljare 1 000-tal kronor	22 Tillverkningsvärdets procentuella fördelning på: lager	23 säsongorder	24 efterorder
Företag tillverkande huvudsakligen:																									
2. Dambeklädnadstyger (utom överplaggstyger samt skjorttyger och flaneller)	3,3	1	**100**	4	4	22	970	2,7	(2)	59	25	7	(1 007)	130	49	(1,8)	11,2	18,5	(12,8)		13,0	(2 111)	(16)	(64)	30
	13,4	2	340	4	4	41	1 914	7,2	(5)	41	36	11	(464)	256	359	(2,0)	17,1	17,5	(11,8)		15,3	(2 519)	(29)	(53)	12
3. Alla slag av bomullsvävnader men med huvudsakliga tillverkningen koncentrerad till beklädnadstyger (exkl. blåtwills och fodervaror)	2,9		**100**	4	4	33	858	3,7	(4)	67	19	12	(273)	150	45	(1,1)	11,5	12,0	(8,1)		10,8	(926)	(25)	(43)	(19)
4. (2 + 3)	2,0	1	**100**	4	4	24	800	2,2	(26)	54	21	7	(1 462)	101	29	(0,9)	8,8	12,0	(7,0)		8,6	489	1	51	34
	4,4	2	200	4	4	39	1 291	4,2	3	61	23	11	(115)	205	66	(1,9)	14,2	16,4	(8,7)		13,2	1 521	32	47	14
	13,4	3	500	4	4	41	1 914	7,2	(5)	41	36	11	(464)	256	359	(2,0)	17,1	17,5	(11,8)		15,3	(2 519)	29	53	12
6. Gardin- och draperityger ävensom möbeltyger	0,1	1	**100**	3	.	.	(38)	.	100	—	—	—	(400)	—	—	0,3	—	—	0,3	0,3	—	—	(25)	63	12
	0,5	2	740	4	1	3	96	2,8	(39)	62	—	—	(104)	(37)	—	3,6	9,6	—	4,0	4,0	9,6	192	8	58	28
	1,1	3	1 900	4	3	4	(650)	1,1	(17)	(64)	0	0	(32)	(105)	(4)	(2,5)	9,0	(13,5)	(7,7)	(7,6)	(9,1)	500	7	72	25
7. Band och snörmakerier[5]	0,1	1	**100**	3	.	.	.	.	.	.	.	.	200	50	100	0,2	0,3	(0,4)	0,2		0,4	—	5	90	5
	0,2	2	250	3	.	.	.	.	.	.	.	.	(0)	100	53	0,5	1,3	(0,9)	1,3		1,3	—	20	50	25

[1] Alla till respektive storleksgrupper förda företag, ej endast de siffermässigt analyserade.

[2] Vilka varugrupper, som avses, framgår av sid. 288.

[3] Vilka varuslag, som avses, framgår av sid. 288.

[4] Företag, vilka sakna försäljning till viss kategori och därför icke redovisa några kunder i denna kategori, ha uteslutits vid beräkningen av medianvärdet för antal kunder och försäljningen per kund i ifrågavarande kategori.

[5] Storleksgrupp 3, vars tillverkningsvärde utgör ej mindre än $^3/_4$ av hela delbranschens, har ej alls kunnat analyseras siffermässigt.

Produktions- och distributionsstrukturen för bomullsväverier (även kombinerade med spinnerier) i fråga om vävnader (band) 1938.

Samtliga uppgifter äro vägda genomsnitt respektive, i förekommande fall, ovägda genomsnitt och avse endast siffermässigt analyserade företag.

Delbransch	Tillverkningsvärde per företag[1] milj. kr.	1 Storleksgrupp	2 Försäljningsvärde Index	3 Antal företag	4 Antal per företag tillverkade varugrupper[2]	5 varuslag[3]	6 mönster	7 1 000 m per mönster	8 Försäljningsvärdets procentuella fördelning på detaljist	9 grossist	10 textilf.	11 övr. kunder	12 Antal kunder per företag[4] detaljist	13 grossist	14 textilf.	15 Försäljning per kund 1 000-tal kr. detaljist	16 grossist	17 textilf.	18 de + gr + tf	19 de + gr	20 gr + tf	21 Försäljn. per försäljare 1 000-tal kronor	22 Tillverkningsvärdets procentuella fördelning på lager	23 säsongorder	24 efterorder
Företag tillverkande huvudsakligen:																									
2. Dambeklädnadstyger (utom överplaggstyger samt skjorttyger och flaneller)	7,4	1—2	justerade[5]	**10**	**4**	**31**	**1 503**	**5,9**	**9**	**46**	**34**	**11**	**(923)**	**211**	**154**	**1,2**	**16,1**	**16,3**	**7,2**		**16,2**	**(1 864)**	**23**	**61**	**16**
	7,4	1—2		**8**	**4**	**32**	**1 532**	**6,5**	**9**	**45**	**35**	**11**	**(866)**	**211**	**179**	**1,4**	**17,5**	**16,3**	**7,9**		**16,9**	**(2 003)**	**23**	**62**	**15**
	3,3	1	**100**	4	4	23	1 155	3,2	(11)	57	24	8	(1 007)	174	44	(0,7)	10,2	17,1	(4,0)		11,6	(1 242)	22	53	25
	13,4	2	430	4	4	40	1 910	8,6	(9)	42	38	11	(773)	248	314	(2,0)	22,6	16,1	(10,9)		19,0	(2 352)	23	64	13
3. Alla slag av bomullsvävnader men med huvudsakliga tillverkningen koncentrerad till beklädnadstyger (exkl. blåtwills och fodervaror)	2,9		justerade[5]	**9**	**4**	**32**	**928**	**3,5**	**(13)**	**58**	**16**	**13**	**(430)**	**124**	**57**	**(1,1)**	**13,8**	**8,6**	**(4,8)**		**12,2**	**(637)**	**(27)**	**(51)**	**(22)**
	2,9		**100**	**4**	**4**	**32**	**963**	**3,6**	**(12)**	**60**	**16**	**12**	**(446)**	**134**	**58**	**(1,1)**	**14,2**	**8,4**	**(5,2)**		**12,4**	**(716)**	**(28)**	**(52)**	**(20)**
4. (2 + 3)	5,3	1—3	justerade[5]	**19**	**4**	**30**	**1 222**	**5,0**	**10**	**49**	**30**	**11**	**(862)**	**170**	**106**	**1,1**	**15,2**	**14,9**	**6,4**		**15,1**	**1 281**	**24**	**59**	**17**
	5,3	1—3		**12**	**4**	**32**	**1 342**	**5,8**	**9**	**47**	**32**	**12**	**(1 134)**	**185**	**139**	**1,3**	**16,7**	**15,2**	**7,3**		**16,0**	**1 587**	**24**	**60**	**16**
	2,0	1	**100**	4	4	21	803	2,2	(27)	47	17	9	(1 462)	89	33	(0,8)	11,1	11,2	(2,3)		11,1	603	8	57	35
	4,4	2	200	4	4	34	1 315	4,0	3	64	21	12	(143)	219	70	(1,2)	12,3	12,6	(9,3)		12,4	1 769	33	51	16
	13,4	3	640	4	4	40	1 910	8,6	(9)	42	38	11	(773)	248	314	(2,0)	22,6	16,1	(10,9)		19,0	(2 352)	23	64	13
6. Gardin- och draperityger ävensom möbeltyger	0,5	1—3		**(11**	**1**	**2**	**440**	**1,1**	**32**	**67**	**1**	—	**(187)**	**(82)**	.	**1,5**	**7,0**	**13,5**	**3,2**	**3,1**	**7,0**	**295**	**8**	**65**	**27)**
	0,1	1	**100**	3	.	.	(38)	.	100	—	—	—	(333)	—	—	0,3	—	—	0,3	0,3	—	.	(38)	51	11
	0,5	2	520	4	1	2	90	2,5	(37)	63	—	—	(104)	(57)	—	(3,5)	(5,5)	—	4,5	(4,5)	5,5	189	9	53	38
	1,1	3	1 300	4	2	5	(904)	1,0	(24)	(69)	(1)	6	(96)	(108)	.	(4,1)	(7,8)	(13,5)	(6,3)	(6,3)	(7,8)	570	7	70	23

[1] Alla till respektive storleksgrupper förda företag, ej endast de siffermässigt analyserade.

[2] Vilka varugrupper, som avses, framgår av sid. 288.

[3] Vilka varuslag, som avses, framgår av sid. 288.

[4] Företag, vilka sakna försäljning till viss kategori och därför icke redovisa några kunder i denna kategori, ha uteslutits vid beräkningen av vägda genomsnittet för antal kunder i ifrågavarande kategori.

[5] Genomsnittsvärdena i denna rad äro justerade med hänsyn till den varierande representativiteten i nedan angivna storleksgrupper.

tagen och framför allt för de största företagen är särskilt försäljningen per grossist flera gånger större än för de mindre företagen. Detta gäller även försäljningen per textilfabrikant, ehuru icke lika utpräglat.

Försäljningens storlek per kund (1 000-tal kronor) i olika kategorier var:

		Försäljningsvärde-index	Detaljist	Grossist	Textilfabrikant
Storleksgrupp	1	**100**	0,2	0,3	(0,4)
»	2	250	0,5	1,3	(0,9)

Företagen i storleksgrupp 3 redovisa en ytterligare stark stegring av försäljningens storlek per grossist och textilfabrikant.

Försäljningens storlek pe försäljare

Uppgifterna angående försäljningens storlek per försäljare äro så bristfälliga och variera så avsevärt mellan olika företag att det icke är möjligt att ens bedöma storleksordningen.

Försäljningsområdets storlek

Samtliga företag, även de minsta, redovisa försäljning över hela landet.

Tillverkning på lager, säsong- och efterorder

Tillverkning på säsongorder utgör för alla företag utom ett minst hälften av hela tillverkningen. Tillverkningen på efterorder och på lager är för flertalet företag av ungefär samma storleksordning för de mindre företagen, medan de större företagen redovisa den alldeles övervägande delen av tillverkningen på säsong- och efterorder, varav en stor del på efterorder.

C. Jämförelse mellan median- och genomsnittsvärden för respektive komponenter samt dessas storlek för hela delbranschen[1], betraktad som en enhet

Som tidigare framhållits är analysens representativitet för denna delbransch icke tillfredsställande. Företagen i den största storleksgruppen, vars andel av totala tillverkningsvärdet är icke mindre än 75 procent, ha sålunda ej alls kunnat analyseras. Därjämte äro de i analysen behandlade företagen i den minsta storleksgruppen närmare dubbelt så stora som genomsnittsstorleken för alla företag i denna storleksgrupp. De justeringar, som skulle bliva nödvändiga för erhållande av representativa vägda genomsnittsvärden, äro därför så stora att de icke kunna utföras på grundval av förefintligt statistiskt material. Uppgifter om vägda genomsnittsvärden ha av denna anledning för denna delbransch uteslutits i bilaga 2. Ej heller har någon överslagsberäkning över totalantal tillverkade varuslag, mönster etc. eller antal kunder kunnat utföras.

[1] Det är icke möjligt att ge en bild av huru produktions- och distributionsstrukturen skulle se ut om samtliga företag i en storleksgrupp eller i hela delbranschen sammansloges till ett företag. Både produktions- och distributionsstrukturen skulle, åtminstone på längre sikt, ändras väsentligt då de förändrade konkurrensekonomiska förutsättningarna skulle medföra en helt annorlunda företagspolitik i åtskilliga viktiga avseenden.

V. Produktionens storlek per arbetaretimme vid bomullsväverierna samt något om dessas tillverkningskapacitet

1. Produktionen per arbetaretimme och lönekostnader för bomullsväverierna

Med ledning av tillgängligt uppgiftsmaterial angående respektive företags produktion, antal arbetaretimmar samt vävstolsparker 1936—1938, har ett försök gjorts att belysa storleken av produktionen per arbetaretimme samt lönekostnaden per tillverkad kvantitet hos vissa bomullsväverier.

A. Uppgiftsmaterialet

Uppgifter angående antalet arbetaretimmar och summa arbetslöner i respektive företags *väverier* ha erhållits från textilindustriförbundets statistik. Då i statistiken icke redovisas vilka arbetsprocesser de olika företagen ansett vara hänförliga till väveriet, är det sannolikt att under »väveri» ibland vissa arbetsprocesser innefattats, ibland icke, beroende på arbetsfördelningen mellan spinneri och väveri respektive väveri och färgeri. De arbetsprocesser, som kunna utföras antingen inom spinneriet eller inom väveriet, ha från branschen uppgivits vara spolning, rullning och varpning, medan de arbetsprocesser, vilka kunna utföras antingen i väveri eller färgeri-beredningsverk, uppgivits vara ruggning och dekatering. Antalet arbetare sysselsatta med dessa »tveksamma» arbetsprocesser synes uppgå till ungefär en tiondel av de inom väveriet »i övrigt» sysselsatta. I *ogynnsammaste* fall skulle alltså uppgifter angående antal arbetaretimmar kunna variera med tio procent på grund av olikheter i redovisningen. I allmänhet synes emellertid denna bristande jämförbarhet i redovisningen vara av väsentligt mindre betydelse.

Uppgifter angående produktionsapparaten ha endast kunnat erhållas för *disponibla* vävstolar i början av år 1940. Dessa uppgifter ha kompletterats, beträffande fördelningen på automatiska och icke automatiska vävstolar, med hjälp av kommerskollegii uppgifter avseende år 1941. Medan uppgifterna angående antalet disponibla vävstolar torde vara fullständiga, ha motsvarande uppgifter angående automatiska respektive icke automatiska, använda vävstolar av olika slag icke kunnat erhållas helt komplett. Vissa approximationer ha därför måst utföras, vilka beträffande ett eller två företag kunna i någon mån inverka på de uträknade uppgifterna men vilka i övrigt icke synas kunna nämnvärt ha påverkat nedanstående analys. Därjämte må nämnas att uppgifterna angående antalet sidenstolar icke synas vara fullt entydiga.

Jämförelser mellan olika företag ha begränsats till de företag, vilkas produktion synes vara jämförbar och som kunnat renodlas redovisningsmässigt. Företag, vilka icke ha en allsidig tillverkning, ha sålunda ute-

slutits, t. ex. företag, som huvudsakligen tillverka heminredningsartiklar eller som förutom tillverkning av bomullsvävnader även bedriva tillverkning av andra vävnader. Samtliga företag utom två — vilka dock icke påverka den erhållna bilden — tillhöra delbranscherna 2 och 3.

Som framgår av nedanstående uppställning är spridningen mellan företagen i fråga om produktionens inriktning på vävnader av olika täthet relativt liten. Genomsnittliga antalet 10 000-tal skott per meter vävnad för samtliga företag uppgick till 0,22 och varierade för de olika företagen på följande sätt:

1 företag 0,25	5 företag 0,20
2 företag 0,23	1 företag 0,19
2 företag 0,22	1 företag 0,18
7 företag 0,21	

B. Storleken av produktionen per arbetaretimme vid vissa företag

Som framgår av diagrammet nedan varierade produktionen per arbetaretimme mycket avsevärt. Denna var mellan tre och fyra gånger större för företagen med den högsta än med den lägsta produktionen per arbetare-

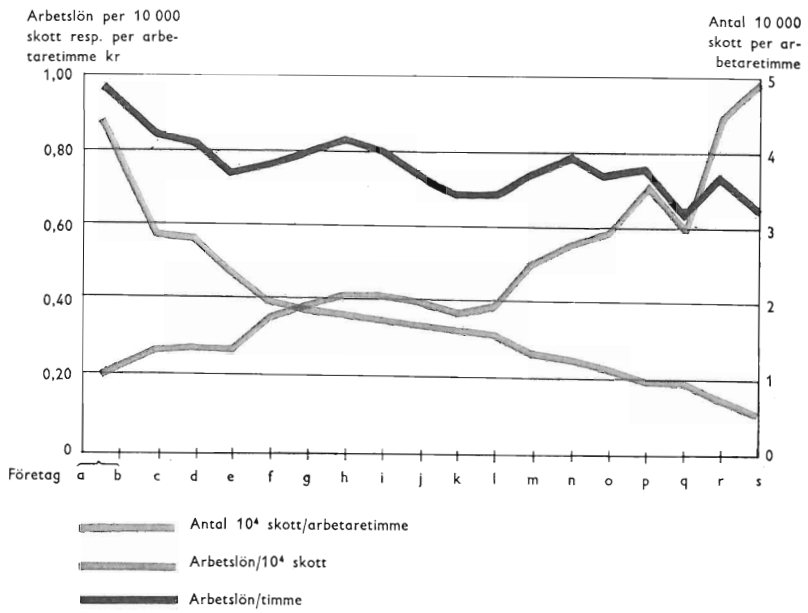


Diagram 42. Producerad kvantitet vävnad per arbetaretimme, arbetslön per 10 000 skott samt arbetslön per arbetaretimme hos ett antal bomullsväverier. Uppgifterna avse endast tillverkningen av vävnader hos respektive företag.

Företagen ha placerats i ordningsföljd efter storleken av produktionen per arbetaretimme. Varje bokstav betecknar ett företag. För de två företagen med högst produktion per arbetaretimme visas endast medeltalet av respektive värden.

timme, om man bortser från de företag, vilka ha mycket låg produktion per arbetaretimme delvis på grund av vissa specialtillverkningar. Variationen i storleken av produktionen per arbetaretimme beror i stor utsträckning på vävstolsparkens sammansättning, i första hand på det relativa antalet automatvävstolar men även på proportionen mellan smala och breda vävstolar ävensom mellan enskyttliga stolar, växelstolar och sidenstolar. Därjämte inverka andra tekniska omständigheter såsom vävnadernas svårvävdhetsgrad och tillverkningsseriernas längd[1] på storleken av den tillverkade kvantiteten per arbetaretimme. Beträffande de fem företag, vilka redovisa lägsta produktionen per arbetaretimme, må nämnas att dessas produktion till väsentlig del utgöres av vissa arbetskrävande specialvävnader.

För att få en uppfattning om inverkan av vävstolsparkens sammansättning på storleken av produktionen per arbetaretimme har ett försök gjorts att beräkna denna »teoretiskt». Med ledning av uppgifter från branschen har följande prestation per vävstolstimme antagits vara normal.

	Antal skott per minut	Verkningsgrad	Effektiva antalet 10^4 skott per vävstolstimme
Enskyttliga stolar, smala:			
enkla	190	0,70	0,798
automatiska	180	0,85	0,918
Enskyttliga stolar, breda:			
enkla	135	0,65	0,5265
automatiska	135	0,85	0,6885
Växelstolar:			
enkla	165	0,65	0,6435
automatiska	165	0,80	0,7920
Sidenstolar:			
enkla	135	0,60	0,486

Därjämte har antagits, att personalen per automatvävstolstimme uppgår till en tredjedel av personalen per enkelvävstolstimme.

Beräknas med ledning av ovanstående »normaltal» samt uppgifter angående sammansättningen av vävstolsparken för de olika företagen storleken av dessas produktion per arbetaretimme erhåller man i stort sett samma ordningsföljd mellan företagen som då dessa ordnas efter storleken av den faktiska produktionen per arbetaretimme. Endast två företag ha emellertid lyckats uppnå den enligt ovanstående normaltal »teoretiskt möjliga» produktionen per arbetaretimme. Företag med hög faktisk produktion per arbetaretimme komma närmare den teoretiskt möjliga produktionen än de företag, som redovisa låg produktion per arbetaretimme. Den teoretiskt möjliga produktionen per arbetaretimme varierar med andra ord mindre för de olika företagen än den faktiska. Skillnaden är dock av måttlig storlek.

[1] Se härom nästa avsnitt, C.

På grund av bristerna i det uppgiftsmaterial, som legat till grund för beräkningen av den med hänsyn till vävstolsparken teoretiskt möjliga produktionen per arbetaretimme, får emellertid en jämförelse mellan den faktiska och den teoretiskt möjliga produktionen per arbetaretimme icke pressas för hårt. Då uppgifter saknats angående i vilken utsträckning stolar av olika slag varit i gång under undersökningsperioden har nämligen måst antagas att samtliga stolar inom respektive företag varit i gång samma antal timmar per år. Emedan antalet vävstolar hänför sig till vävstolsparken i början av år 1940 torde denna approximation ha i viss utsträckning påverkat resultaten, då säkerligen under 1936—1938 ett visst antal disponibla stolar icke använts och även nya anskaffats efter nämnda period. Därjämte bör påpekas att fullt entydiga uppgifter angående antalet sidenstolar icke kunnat erhållas.

Som framgår av föregående diagram ha företag med hög produktion per arbetaretimme i flertalet fall även hög arbetslön per arbetaretimme. Den förhållandevis höga arbetslönen per timme synes närmast bero dels på att vid skiftarbete manlig arbetskraft i större utsträckning måste anlitas än vid enskiftsarbete och dels på att arbetslönen per arbetaretimme på grund av ackordslöneprincipen blir förhållandevis hög i företag med relativt stor produktion per arbetaretimme. Arbetskostnaden per producerad kvantitet faller därför icke i samma takt som produktionen per arbetaretimme stiger.

C. Samvariationen mellan produktionens storlek per arbetaretimme och tillverkningsseriernas längd

Som tidigare framhållits påverkas produktionens storlek per arbetaretimme i hög grad av vävstolsparkens sammansättning i fråga om enkla och automatvävstolar men även i fråga om smala och breda vävstolar. För att i möjligaste mån eliminera inverkan av dessa faktorer på produktionen per arbetaretimme ha nedan behandlats endast företag, vilka — utom de allra minsta — till övervägande del, såvitt kan bedömas, använda automatvävstolar och vilkas fördelning av produktionen på smala och breda vävstolar är *någorlunda* densamma. Därjämte ha försök gjorts att eliminera de företag, vilkas produktion icke synes vara jämförbar med flertalet företags på grund av svårvävdhet eller andra speciella förhållanden. Åtskilliga tidigare medtagna företag ha uteslutits, särskilt mycket små och mycket stora företag — ibland också på grund av otillräckliga uppgifter.

I undersökningen ha sålunda endast medtagits företag, vilka producera huvudsakligen antingen dambeklädnadstyger utom överplaggstyger samt skjorttyger och flaneller eller alla slag av bomullsvävnader men med tyngdpunkten av tillverkningen lagd på beklädnadstyger exklusive blåtwills och fodervaror. Dessa företag ha i avdelning IV hänförts till delbranscherna 2 och 3.

Som framgår av diagrammet nedan redovisas ett nästan häpnadsväckande nära samband mellan antalet skott per arbetaretimme och antal tusental tillverkade meter per vävt mönster. Korrelationskoefficienten är icke mindre än 0,95 med en avvikelse uppåt och nedåt av 0,03 (enkla medelfelet). En justering av korrelationskoefficienten med hänsyn till det ringa antalet observationer skulle medföra en endast obetydlig sänkning av denna.

Produktionen per arbetaretimme växer mycket hastigt vid förlängning av tillverkningsserierna. Man kan, som naturligt är, efter hand iakttaga en minskning av den takt, med vilken ökningen av antalet skott per arbetaretimme försiggår vid ökning av tillverkningsseriernas längd. Det statistiska materialet är emellertid icke tillräckligt omfattande för att nyssnämnda tendens skall kunna statistiskt beräknas särskilt som inga säkra uppgifter kunnat erhållas för typiska mycket stora företag. Tendensen har därför ej heller inritats på diagrammet utan endast en rät regressionslinje. Denna skulle emellertid egentligen böja av till höger, till en början svagt, sedan — utanför skalan — allt starkare.

Vid tolkningen av diagrammet måste ihågkommas att, såsom tidigare påpekats, en samvariation föreligger mellan tillverkningsseriernas längd och företagets storlek. Detta innebär att företag med långa tillverkningsserier även kunna tillgodogöra sig andra stordriftens fördelar. Därjämte synes den relativa andelen av relativt svårvävda vävnader även för här behandlade företag i någon mån minska vid stigande företagsstorlek. Andelen stapelvaror ökar. Slutligen må också en reservation göras beträffande uppgifterna angående antalet vävda mönster, vilka måhända icke över lag äro fullt entydiga.

De företag, vilka ha långa tillverkningsserier, torde ofta även i relativt större utsträckning än andra företag ha ägnat uppmärksamhet åt produktionstekniken i allmänhet och även av denna orsak kunnat stegra produktionen per arbetaretimme. De längre serierna kunna väl icke sällan delvis anses bero av företagets ansträngningar att »skapa» långa serier.

Resultatet av ovannämnda observationer skulle sålunda bli att ett nära samband föreligger mellan antal skott per arbetaretimme och tillverkningsseriernas längd men att detta samband icke är så nära som här visas och att inverkan på antalet skott per arbetaretimme av tillverkningsseriernas längd är mindre än vad diagrammet antyder men dock betydande.

En liknande jämförelse mellan antalet skott per arbetaretimme och antalet tillverkade meter per kvalitet visar ett nära samband även mellan dessa faktorer, ehuru icke i samma grad. Detta samband synes helt enkelt bero på att antalet mönster per kvalitet är relativt lika för företag med ungefärligen samma produktionsinriktning men också på att stora produktionskvantiteter per kvalitet ofta medgivit en längre gående specialisering av maskinparken.

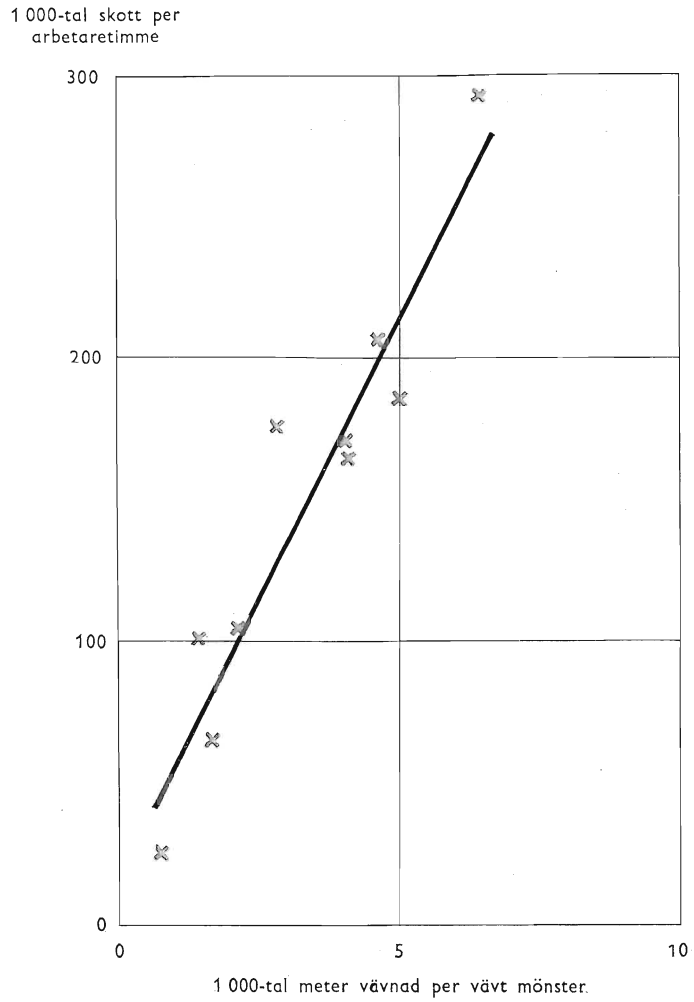


Diagram 43. Produktionens storlek per arbetaretimme (mätt i antal skott) och tillverkningsseriernas längd (antal meter vävnad per vävt mönster) för vissa bomullsväverier, tillverkande huvudsakligen beklädnadstyger utom blåtwills och fodervaror. 1938.

2. De svenska bomullsväveriernas produktionskapacitet

För samtliga företag har med ledning av tidigare angivna normaltal för produktionen per vävstolstimme, vilka dock synas ligga något högre än de verkliga prestationerna, uträknats det antal skott per timme, som kan utföras om samtliga vävstolar äro sysselsatta. Produktionen per vävstolstimme, uttryckt i antal 10^4 skott, för hela den svenska bomullsindustrien utgör nästan exakt 10 000, ifall samtliga vävstolar inom den svenska bomullsindustrien äro i gång. Då den genomsnittliga årsproduk-

tionen 1936—1938 var cirka 31 800 000 10^4 skott, krävdes för dennas utförande ungefär 3 180 timmar eller 1,38 skift om 2 300 timmar per år.

Skulle den under 1936—1938 genomsnittliga årsimporten av bomullsvävnader tillverkas inom landet, behövde landets vävstolspark sysselsättas ytterligare ungefär 0,3 skift. Härvid har antagits, att antalet 10^4 skott per meter av importerad bomullsvävnad uppgick till det för den totala svenska produktionen gällande genomsnittet, 0,22, samt att även fördelningen av de importerade vävnaderna på olika bredder och grupper av varor med olika svårvävdhetsgrad var densamma som för de inom landet tillverkade vävnaderna.

Importens storlek i förhållande till den inhemska produktionen har beräknats genom jämförelse av vikten av de inom landet tillverkade respektive importerade kvantiteterna bomullsvävnader. Skulle antalet 10^4 skott per meter importerad vävnad vara högre än 0,22 innebär detta givetvis att det erforderliga antalet vävstolstimmar ökas. Vid exempelvis ett antal 10^4 skott per meter av 0,27 respektive 0,30 ökas den erforderliga tiden med ungefär 23 respektive 36 procent. Inalles skulle alltså vävstolsparken — utöver de 1,3 skift, som krävas för utförande av den inhemska årsproduktionen 1936—1938 — behöva hållas i gång följande antal skift för tillverkning inom landet även av samtliga importerade bomullsvävnader:

Genomsnittligt antal 10^4 skott per meter för de importerade vävnaderna	Antal skift nödvändiga för framställning inom landet av de importerade vävnaderna	Totala antalet skift för tillverkning inom landet såväl av den inhemska årsproduktionen 1936—1938 som av importen av bomullsvävnader under samma period
0,22	0,31	c:a 1,69
0,27	0,38	» 1,76
0,30	0,42	» 1,80

Av här angivna alternativ torde det mellersta (0,27 10^4 skott) närmast motsvara de verkliga förhållandena.

Det är att märka, att ovanstående beräkningar hänföra sig till den i början av 1940 disponibla vävstolsparken samt att uppgift angående antalet automatiska vävstolar av olika slag beräknats med utgångspunkt från uppgifter avseende år 1941.

Vidare bör understrykas att hänsyn varken tagits till det förhållandet, att sammansättningen av vävstolsparken icke medger tillverkning i full utsträckning av vissa slag av importerade vävnader, eller till att vissa vävstolar visserligen äro tekniskt användbara men så dyra i drift att det icke är ekonomiskt lönande att hålla dem igång. Erinras må slutligen, att i importen inräknats uteslutande bomullsvävnader, alltså icke cellull- och konstsilkevävnader.

Kap. 7. DEN SVENSKA TRIKÅINDUSTRIENS STRUKTUR

I. Sammanfattning

Den svenska trikåindustrien är synnerligen mångskiftande i flera avseenden. I fråga om den använda tekniken skilja sig olika delar av trikåindustrien så starkt från varandra, att det enda de ha gemensamt är att de tillverka »trikåvaror». Och trikåvaror tillverkas icke endast i ett stort antal olika plagg utan varje plagg framställes i ett stort antal material, utföranden och storlekar. Varken de tillverkade varornas användningssätt hos konsumenten eller den använda tekniken ha mycket gemensamt i exempelvis cottonfabriker, fabriker för damunderkläder, raschelfabriker, charmeusefabriker och hemstickningsindustrien. Även de inom trikåindustrien använda inköps- och distributionsvägarna variera avsevärt mellan olika företag och grupper av företag. Då därtill antalet företag inom industrien är förhållandevis mycket stort — antalet arbetsställen översteg 1940 200 — och den tillgängliga statistiken över produktionens inriktning och storlek mycket bristfällig, bl. a. beroende på svårigheten att mäta en så heterogen produktion som det här är frågan om, bliva svårigheterna att erhålla en någorlunda tillförlitlig och ingående bild av trikåindustriens struktur synnerligen stora.

Några möjligheter att på samma sätt som beträffande ylle- och bomullsindustrierna ge en bild av produktionsstrukturen i olika avseenden ha icke förelegat liksom inte heller att jämföra produktionens storlek hos olika företag i kvantiteter.

Analysen av ylle- och bomullsindustriernas struktur har visat att det finnes en nära samvariation mellan varusortimentets storlek och vissa viktiga komponenter i distributionsstrukturen, främst försäljningen per kund. I avsaknad av uppgifter om varusortimentets storlek inom trikåindustrien har analysen av distributionsstrukturen måst lida av betydande svagheter oavsett att uppgifterna om själva distributionsstrukturen äro mindre tillfredsställande än beträffande ylle- och bomullsindustrierna.

Vid samtal med experter inom trikåindustrien har framkommit, att

produktionens differentiering är långt driven inom alla storlekar av trikåfabriker. Varusortimentets storlek förefaller emellertid i stort sett öka vid stigande företagsstorlek men icke lika hastigt som företaget växer. Då trikåindustrien huvudsakligast tillverkar färdiga plagg kommer produktionen även att differentieras med avseende på storlekar, vilket ju inte förekommer inom vävnadsindustrien.

Liksom beträffande vävnadsindustrierna är det vanligt inom trikåindustrien, åtminstone bland de större företagen, att tillverkningen består dels av relativt standardiserade varor, vilkas utformning endast på längre sikt påverkas av kundernas önskemål, och dels av s. k. modevaror, vilkas utformning i hög grad också på kort sikt bestämmes av kundkretsen, ofta även av individuella kunder. I kanske ännu högre grad än inom vävnadsindustrien skiljer sig ofta »karaktären» hos »samma» men av olika trikåfabriker tillverkade varuslag så väsentligt från varandra, att kundkretsen vid sina inköp tager hänsyn till detta förhållande.

Till skillnad från ylle- och bomullsindustrierna är företagsstorleken i genomsnitt mycket liten och, framför allt, antalet mycket små företag synnerligen stort. Ett fåtal stora företag, varav ett mycket stort, svara dock för den övervägande delen av totalproduktionen.

En speciell svårighet vid analysen av distributionsstrukturen är att försäljningens inriktning ofta varierar avsevärt även mellan företag i samma delbransch och storleksgrupp. Detta försvårar också analysen av försäljningens storlek per grossist och per detaljist. Gränsen mellan dessa kundkategorier är för övrigt icke sällan flytande.

Under 1930-talet ökade konsumtionen av trikåvaror snabbare än hela textilvarukonsumtionen. Den inhemska produktionen av trikåvaror steg ännu mera, i vikt räknat med så mycket som ungefär sjuttio procent mellan åren 1929 och 1937 och något snabbare än under åren 1924—1930. Efter en relativt måttlig avmattning under 1938 steg produktionen under 1939 till en något högre nivå än under 1937. Produktionsökningen, i antal plagg räknat, synes ha varit ännu större under 1930-talet än vad siffrorna om den viktsmässiga produktionsökningen visa. Tillverkningen av trikåvaror av silke och konstsilke mer än fördubblades. Även i övrigt torde en övergång till lättare varor — såväl beträffande finlek som modeller — ha ägt rum i viss utsträckning genom såväl minskad garngrovlek som modellförändringar av plagg.

Samtidigt med ökningen av totalproduktionen steg antalet trikåfabriker och arbetsställen i ungefär samma takt. Produktionen per arbetaretimme ökade relativt obetydligt *i vikt räknat* men torde ha stigit icke oväsentligt i plagg räknat på grund av övergången till lättare varor.

Nedan lämnade uppgifter om distributionsstrukturen m. m. avse i allmänhet läget 1938, som i stort sett synes ha varit typiskt för slutet av 1930-talet.

1. Totalproduktionens fördelning på olika företag

Över hälften av trikåindustriens tillverkningsvärde, som 1938 uppgick till cirka 90 miljoner kronor, faller på företag, som huvudsakligen tillverka trikåvaror för damer och barn. Vardera närmare hälften av dessa äro specialiserade på underkläder respektive strumpor. Återstående företag framställa huvudsakligen trikåytterplagg (jumpers, koftor etc.). En tredjedel av totalproduktionen faller på ett litet antal företag med blandad tillverkning av trikåvaror. Ett företag dominerar starkt denna grupp. Företag tillverkande huvudsakligen herrtrikåvaror svara för knappt en tiondel, och företag framställande underkläder och stumpor för herrar, damer och barn ha, slutligen, ett tillverkningsvärde, som endast utgör en tjugondel av hela industriens tillverkningsvärde. Återstoden av totalproduktionen är relativt obetydlig.

Företagens storlek varierar avsevärt i samtliga delar av trikåindustrien. De stora företagen spela över huvud taget en betydande roll. Om man undantager företag med blandad tillverkning, svara i allmänhet en tredjedel av företagen för drygt två tredjedelar av totalproduktionen. Samtidigt är antalet små företag mycket stort, medan företag av mellanstorlek äro fåtaliga.

2. Differentieringen av företagens produktion

Differentieringen av företagets produktion har endast kunnat mätas efter storleken av produktionen per varuslag, d. v. s. artiklar med samma men relativt stora användningsområden såsom herrstrumpor, dam- och barnunderkläder. I allmänhet framställer varje företag ej mer än två à tre varuslag, varav ett till alldeles övervägande del. Som tidigare framhållits finnes emellertid även ett antal ganska stora och mycket stora företag med synnerligen blandad tillverkning. Dessa svara sålunda för ej mindre än närmare fyrtio procent av hela tillverkningsvärdet i branschen.

Uppgifter om produktionens uppdelning på modeller, storlekar etc. saknas. Produktionens uppdelning i detta hänseende synes ofta vara mycket långt driven men växlar starkt mellan olika företag och för olika varugrupper och material.

3. Tillverkningens fördelning på olika orderslag och under olika delar av året

Lagertillverkningen är över huvud taget obetydlig. Tillverkningen på säsongorder utgör genomgående ungefär tre fjärdedelar av tillverkningsvärdet, dock något högre för företag tillverkande strumpor. Tillverkningen på efterorder utgör minst tio procent av tillverkningsvärdet och

är ofta avsevärt högre, särskilt för yttertrikåvaror. Någon större skillnad i tillverkningens fördelning på säsong- och efterorder mellan olika stora företag kan icke konstateras.

Uppgifterna angående tillverkningens fördelning under olika delar av året äro schematiska och därtill mycket bristfälliga.[1] Belastningsvariationerna synas variera starkt mellan olika företag. En viss tendens till större belastningsvariationer för små än för stora företag synes kunna utläsas av uppgiftsmaterialet.

De redovisade belastningsvariationerna fluktuera så starkt mellan olika företag att skillnader i belastningsvariationens storlek inom olika delar av trikåindustrien icke kunna säkert konstateras i annan mån än att företag tillverkande herrplagg ha mindre belastningsvariationer än företag tillverkande damplagg.

Leveransernas fördelning under året är, som väntat, ojämnare än tillverkningens fördelning under året. Mycket stora variationer föreligga mellan olika företag. I allmänhet kunna företagen i normala tider planera större delen av tillverkningen på tämligen lång sikt, då huvuddelen av orderna erhållas nästan ett halvår innan varorna skola levereras.

4. Försäljningsvägar

Försäljningen sker praktiskt taget uteslutande till detaljister eller grossister. Trikåfabrikerna ombesörja nästan alltid själva erforderligt sömnadsarbete. De individuella företagen sälja *antingen* huvudsakligast till detaljister *eller* huvudsakligast till grossister och endast i undantagsfall i ungefär lika stor omfattning till båda dessa distributionsled.

Företag tillverkande huvudsakligen underkläder för damer och barn sälja i något större utsträckning till grossister än till detaljister, d. v. s. ett relativt större antal företag sälja huvudsakligast till grossister än till detaljister. Samma är förhållandet beträffande företag, som tillverka strumpor för damer och barn. Bland de små företagen är försäljningen mera koncentrerad till grossister än till detaljister. Flertalet företag som tillverka trikåvaror för herrar redovisa huvuddelen av sin försäljning till grossister liksom, anmärkningsvärt nog, företag med blandad tillverkning.

5. Inköpsvägar för råvaror[2]

Lämnade uppgifter angående inköpsvägar för råvaror, varmed avses huvudsakligen garn, äro ofullständiga. En genomgående tendens till relativt större import och relativt mindre inköp från inhemska grossister

[1] På grund av uppgiftsmaterialets bristfällighet ha belastningsvariationerna endast kunnat beröras här.

[2] På grund av uppgiftsmaterialets bristfällighet ha inköpsvägarna endast berörts här.

och inhemska tillverkare vid stigande företagsstorlek kan iakttagas. Inköpens fördelning på inhemska tillverkare, inhemska grossister och import (direkt eller via agent) påverkas givetvis även av slaget av garn. Silke- och konstsilkegarn för tillverkning av strumpor importeras som bekant praktiskt taget uteslutande, medan ungefär hälften av trikåindustriens förbrukning av kamgarn och bomullsgarn täckes av import och hälften av inhemsk produktion.

6. Antal kunder och försäljning per kund

Försäljningens storlek per kund varierar för företag tillverkande olika huvudslag av trikåvaror beroende på distributionsapparatens (handelns) struktur, vilken i sin tur påverkas bl. a. av konsumtionsvanorna, ävensom på konsumtionsvanorna i och för sig. Därjämte varierar försäljningen per kund med en rad andra faktorer.

En avsevärd ökning av försäljningen per detaljist och per grossist vid stigande företagsstorlek förekommer i fråga om underkläder för damer och barn liksom per grossist beträffande företag tillverkande strumpor. Ökningen av antalet kunder är dock starkare än ökningen av försäljningen per kund. Däremot förefaller icke någon tendens till stegring av försäljningen per kund finnas beträffande företag, som huvudsakligen tillverka yttertrikåvaror för damer och barn respektive herrtrikåvaror. Antalet kunder stiger i stort sett i samma takt som företagets storlek.

Uppgifterna om försäljningens storlek per försäljare äro mycket bristfälliga. De synas dock visa, att försäljningen per försäljare stiger tämligen hastigt vid växande företagsstorlek. Detta gäller även i de fall, då försäljningen per kund icke växer.

Som tidigare framhållits varierar försäljningens storlek per kund mycket starkt. Försäljningen per detaljist, som utom beträffande företag, vilka huvudsakligen tillverka strumpor, är mycket liten, varierade från 300 kronor för de minsta företagen upp till 1 600 kronor för de största företagen. Beträffande företag tillverkande huvudsakligen strumpor var den av storleksordningen 2 000—2 500 kronor.

Försäljningen per grossist var åtskilliga gånger större för företag, som huvudsakligen tillverkade strumpor, än för övriga delar av trikåindustrien. Den utgjorde 20 000—30 000 kronor i förstnämnda delbransch, medan den i övrigt varierade mellan 2 000 och 6 000 kronor.

Försäljningen per försäljare är överlag mycket liten utom beträffande företag, som huvudsakligen framställa strumpor. Bland dessa uppgick den till ungefär 700 000 kronor, medan den inom övriga delbranscher varierade mellan ungefär 50 000 och 200 000 kronor. Det må särskilt framhållas, att siffermaterialet är mycket osäkert. För de mindre företagen är försäljningen per försäljare så liten, att försäljarna synas antingen be-

driva försäljning av andra varuslag än de av företaget tillverkade eller ha någon annan kompletterande sysselsättning.

De överslagsberäkningar, som utförts beträffande totalantalet kunder i olika delbranscher, måste på grund av uppgiftsmaterialets bristfällighet vara synnerligen ungefärliga. De visa dock, att det sammanlagda antalet kunder inom de olika delbranscherna är mycket betydande. Inom den största delbranschen, tillverkande huvudsakligen underkläder för damer och barn, var antalet detaljistkunder högre än totala antalet renodlade textildetaljaffärer oavsett delbransch. Företagen i denna delbransch sålde vidare till kanske 2 000 grossister, innebärande att även om samtliga grossister förde i denna delbransch tillverkade varor, varje grossist köper från två till tre företag i denna delbransch. Inom övriga delbranscher är antalet kunder icke lika betydande men dock synnerligen stort.

II. Den svenska trikåindustriens utveckling under 1930-talet[1]

1. Produktion och import

Betydande förändringar av produktionens sammansättning och beskaffenhet ha inträffat under 1930-talet. Endast mycket schematiska uppgifter härom finnas emellertid och endast från och med 1931, då produktionen av trikåvaror började redovisas fördelad på varor av bomull, ull, silke och konstsilke samt »icke specificerade varor». En förskjutning av tillverkningen mot lättare varor har ägt rum. Detta innebär att ett kilogram trikåvaror år 1939 motsvarar en större »produktiv prestation» än exempelvis år 1929.

I vikt räknat steg produktionen av alla trikåvaror med drygt fyrtio procent från 1924 till 1929. Under 1930-talet ökade den inhemska produktionen efter en mycket liten avmattning under depressionen synnerligen avsevärt till 1937. Produktionsstegringen utgjorde mellan 1929 och 1937 icke mindre än drygt sjuttio procent. Under 1938 sjönk produktionen med åtta procent ned till 1936 års nivå för att under 1939 återigen öka till en något högre nivå än under 1937. Nedgången av produktionen

[1] Samtliga i denna avdelning lämnade uppgifter äro hämtade ur kommerskollegii officiella statistik samt den av socialstyrelsen publicerade »Lönestatistisk Årsbok». Uppgifter angående produktion samt import och export finnas endast uttryckta i vikt och värde. Härigenom försämras starkt möjligheterna till jämförelser mellan olika år men synes dock icke äventyra dessa då de under olika år tillverkade eller importerade trikåvarornas beskaffenhet (t. ex. garngrovlek och använd tillverkningsteknik) vanligen förändras långsamt och skillnaderna mellan de under olika år tillverkade eller importerade kvantiteterna trikåvaror vanligen äro stora. Ju längre tid som förflutit mellan jämförelseåren desto starkare reservationer måste göras. Jämförelser mellan storleken av trikåindustriens produktion i värde eller kvantiteter räknat vid början och slutet av 1930-talet såsom ett mått på storleken av den produktiva prestationen måste anses vara bristfälliga.

av trikåvaror under 1938 åtföljdes av en ungefär motsvarande nedgång i importen. Den sålunda minskade tillförseln av trikåvaror torde huvudsakligen förorsakats av en minskning av handelns lager på grund av avbrottet i eller starkt reducerade stegringstakten hos den under lång tid fortgående, betydande konsumtionsökningen. Förändringarna i konsumtionens sammansättning kunna även ha föranlett en minskning av lagerhållningen.

Ökningen av produktionen var under 1930-talet starkast för trikåvaror av silke och konstsilke. Tillverkningen därav mer än fördubblades i vikt räknat och utgjorde 1938 en sjättedel av totalproduktionen i vikt och en tredjedel i värde räknat. Produktionen av trikåvaror av silke och konstsilke steg i värde räknat icke med mer än fyrtio procent och dess andel av totala produktionen med ungefär en tiondel. Tillverkningen av bomullstrikåvaror steg mellan 1931 och 1938 med ungefär sextio procent. Den utgjorde under hela perioden knappt hälften av totalproduktionen, allt i vikt räknat. Den framställda kvantiteten trikåvaror av ull steg betydligt långsammare och även saktare än totalproduktionen, av vilken den år 1938 utgjorde mindre än en tredjedel också i värde räknat.

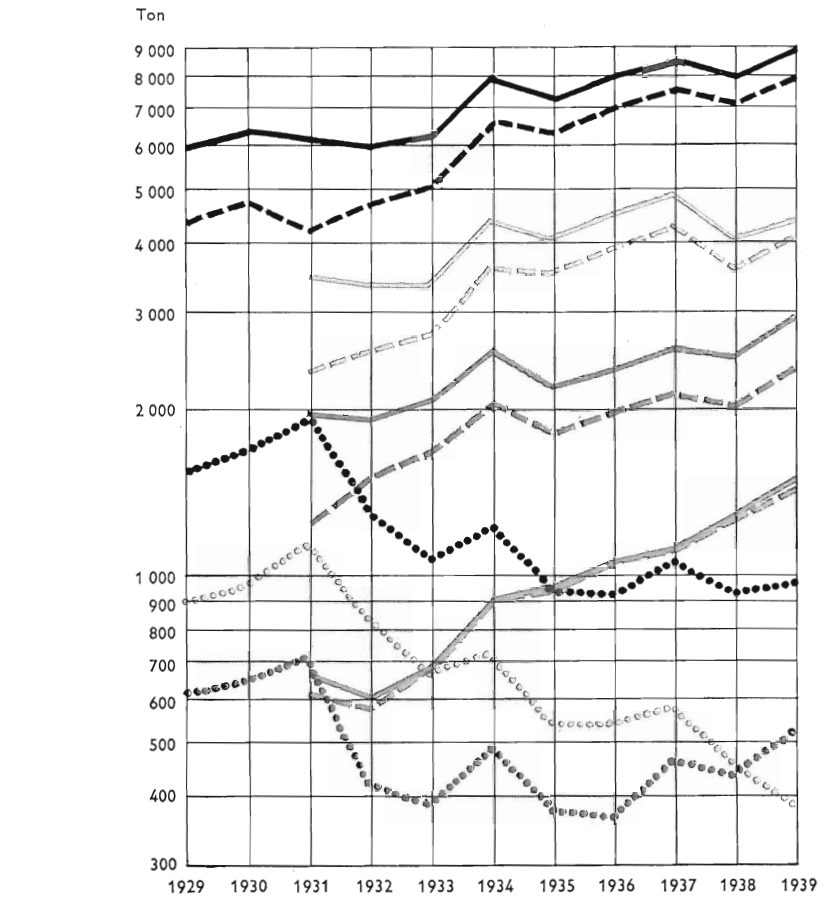
Nedgången i importen började efter guldmyntfotens övergivande 1931 och fortsatte till 1935, då den ungefär stabiliserades på oförändrad nivå, allt i vikt räknat. Värdemässigt inträffade däremot under senare delen av 1930-talet en icke obetydlig uppgång. 1938 utgjorde importen kvantitativt ungefär en niondel och värdemässigt cirka en sjundedel av den inhemska produktionen.

Omstående diagram visar utvecklingen under 1930-talet av produktionen och importen av de olika huvudslagen av trikåvaror.

2. Produktionens storlek per arbetsställe och per arbetaretimme samt arbetskraftens sammansättning

I olikhet mot bomulls- och ylleindustrierna har antalet företag och antalet arbetsställen ökat starkt inom trikåindustrien såväl under senare hälften av 1920-talet som under 1930-talet. Ökningen har varit av ungefär samma storleksordning som ökningen av den totala produktionen, i vikt räknat. Den tillverkade kvantiteten trikåvaror per arbetsställe utgjorde sålunda ungefär 35 ton såväl 1924 som under hela 1930-talet med undantag för depressionsåren, då tillverkningen sjönk ned mot 30 ton per arbetsställe.[1] Detta innebär dock icke att den »produktiva insatsen» per företag och arbetsställe varit oförändrad utan att denna genomsnittligt stigit i samma mån som den produktiva insatsen per kilogram tillverkade trikåvaror ökat. Diagram 45 på sid. 336 ger en bild av utvecklingen av totalproduktion, antal arbetsställen samt tillverkad viktsmängd

[1] Se vidare härom avdelning III.



Total import + produktion av trikåvaror

Total produktion av trikåvaror

Total import av trikåvaror

Import + produktion av trikåvaror av bomull

Produktion av trikåvaror av bomull

Import av trikåvaror av bomull

Med produktion avses inhemsk produktion och med import nettoimport, alltså minus export. Konsumtion lika med inhemsk produktion plus nettoimport

Import + produktion av trikåvaror av ull

Produktion av trikåvaror av ull

Import av trikåvaror av ull

Import + produktion av trikåvaror av silke/konstsilke

Produktion av trikåvaror av silke/konstsilke

Importen av trikåvaror av silke/konstsilke utgjordes nästan uteslutande av silketrikåvaror. Den importerade kvantiteten därav är tämligen obetydlig och har icke särskilt angivits i diagrammet. I värde räknat utgjorde emellertid nettoimporten av silketrikåvarer inte mindre än ungefär en femtedel av den totala trikåvaruimportens värde.

Diagram 44. Konsumtion, inhemsk produktion och nettoimport av trikåvaror av silke/konstsilke, ull och bomull 1929—1939.

Halvlogaritmisk skala.

per arbetsställe och per arbetaretimme. De absoluta talen återfinnas i tabellen nedan.

	Kvantitetsgrund	1924	1929	1932	1935	1936	1937	1938	1939
Antal arbetsställen		88	132	144	183	200	209	207	216
Tillverkad viktsmängd trikåvaror	ton	3 064	4 348	4 705	6 360	7 029	7 555	7 004	7 903
Antal arbetaretimmar	1 000 st	10 239	17 265	18 616	23 029	24 063	25 861	26 032	28 234
Tillverkad viktsmängd trikåvaror per arbetsställe.	ton	35	33	30	35	35	36	34	37
Tillverkad viktsmängd trikåvaror per arb.-timme.	kg	0,30	0,25	0,25	0,28	0,29	0,29	0,27	0,28

Svårigheterna att erhålla ett noggrant mått på produktionens storlek per arbetaretimme äro oöverstigliga, emedan endast mycket ungefärliga uppgifter beträffande såväl totalproduktionens storlek som totalantalet arbetaretimmar finnas. Produktionens storlek kan endast mätas i vikt eller värde, vilket, som redan framhållits, innebär att hänsyn blott i viss utsträckning kan tagas till förändringar i produktionens sammansättning med avseende på olika slag av material och blott i ringa omfattning beträffande förändringar i produktionens kvalitet eller beskaffenhet i övrigt.

De viktigaste förändringarna i produktionens beskaffenhet torde ha varit övergången till lättare varor både genom silke- och konstsilkevarornas ökade andel av totalproduktionen och genom en troligen över lag pågående övergång till lättare varor dels genom att materialet blivit lättare och dels genom förändrade modeller. Även vid samma genomsnittsvikt per plagg kan emellertid arbetsåtgången öka på grund av ändringar i utförandet.

Då ovanstående förändringar i produktionens sammansättning och beskaffenhet endast delvis registreras i det statistiska materialet, komma på grundval av detta uträknade uppgifter om utvecklingen av produktionen per arbetaretimme att visa en ogynnsammare utveckling av »produktiviteten» än den verkliga. Sålunda har under perioden 1929—1939 produktionsvolymen per arbetaretimme — varvid produktionsvolymen beräknats som produktionsvärdet vid oförändrade priser — uppskattats[1] ha stigit med närmare två procent per år (geometriskt genomsnitt).

[1] Produktivitetens utveckling i den svenska industrien har behandlats av I. Svennilson i *Industriarbetets växande avkastning i belysning av svenska erfarenheter;* särtryck ur »Studier i ekonomi och historia tillägnade Eli F. Heckscher», Uppsala 1944. Produktionsvolymen per arbetare under 1929—1939 beräknas (sid. 249) ha stigit med närmare två procent per år inom trikåindustrien och med två respektive fyra procent inom ylle- respektive bomullsindustrien.

Produktionsvolymen har därvid beräknats såsom produktionsvärdet vid oförändrade priser. Härigenom kommer hänsyn att tagas åtminstone i viss utsträckning till förändringen av produktionens sammansättning i stora drag.

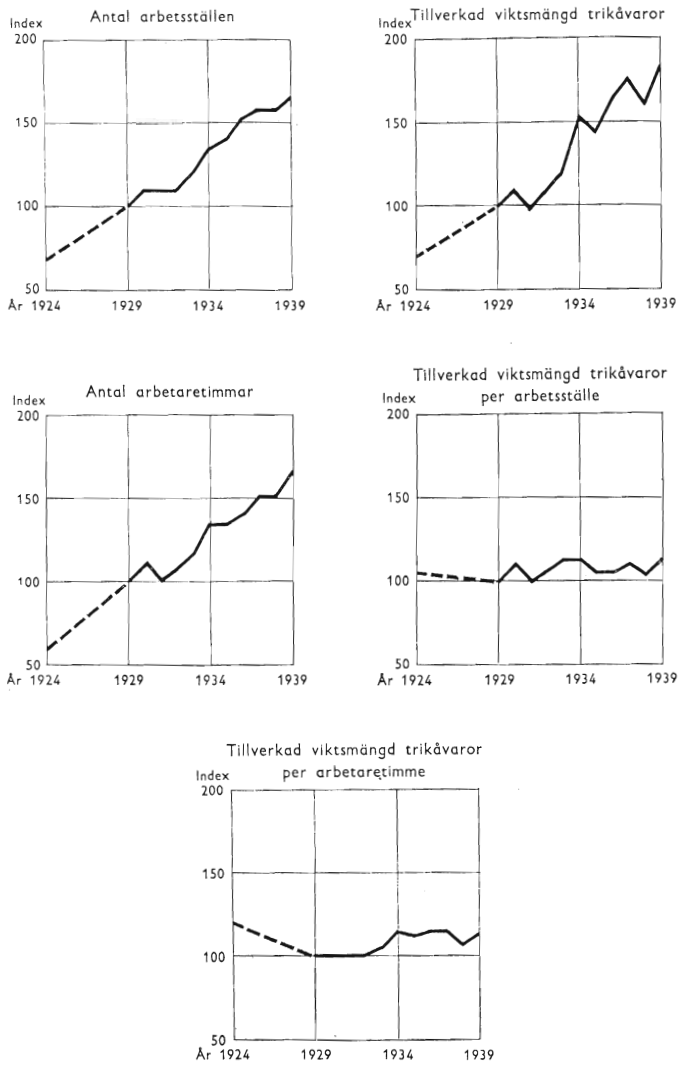


Diagram 45. Den svenska trikåindustriens utveckling 1924—1939.
Index: 1929 = 100.

Den beräknade storleken av produktionen per arbetaretimme påverkas även därav att uppgifterna angående antalet hemarbetaretimmar äro mycket approximativa. Uppgifter finnas endast om det ungefärliga antalet hemarbetare men icke om antalet av hemarbetare utförda timmar, ännu mindre vad dessa motsvara i fabriksarbetaretimmar räknat. Denna svårighet vid beräkningen av totalantalet hemarbetaretimmar torde dock icke alltför mycket påverka bilden av utvecklingen av produktionen per arbetaretimme, emedan antalet hemarbetare synes ha stigit ungefär paral-

lellt med antalet fabriksarbetare. Däremot kan inverkan på den absoluta storleken av produktionen per arbetaretimme vara ganska stor. Antalet redovisade hemarbetare uppgår nämligen till drygt en tredjedel av det redovisade antalet fabriksarbetare.

Arbetskraftens sammansättning i övrigt synes icke i någon högre grad ha förändrats under 1930-talet. De kvinnliga arbetarna ha hela tiden dominerat starkt. Av samtliga arbetare[1] exklusive hemarbetare och övriga arbetare (andra än egentliga fabriksarbetare) utgjorde sålunda antalet vuxna kvinnor under hela 1930-talet ungefär tre fjärdedelar, dock med någon minskning mot slutet av perioden. Samtidigt ökade antalet arbetare under 18 år något eller ifrån knappt 14 procent 1929 till närmare 17 procent 1939. Däremot tredubblades antalet övriga arbetare under 1930-talet men utgjorde dock 1939 icke mera än ungefär fem procent av samtliga arbetare.[2]

Sammanfattningsvis kan trikåindustriens utveckling under 1930-talet sägas karakteriseras av en mycket betydande kvantitativ expansion — betydligt större än för ylle- och bomullsindustrierna men mindre än för konfektions- och sömnadsindustrien — samtidigt som produktionens sammansättning undergått mycket stora förändringar. Företagsstorleken har bibehållits ungefär oförändrad.

Mot bakgrund av trikåindustriens snabba och kontinuerliga utveckling framstår det i det följande använda undersökningsåret, 1938, såsom ett stagnationens år. Då distributionsstrukturen torde påverkas mycket litet av tillfälliga, kortvariga förändringar i produktion och efterfrågan, synes emellertid 1938 vara ett för läget mot slutet av 1930-talet tämligen representativt år.

[1] I industristatistiken (utgiven av kommerskollegium) redovisas endast antalet timmar för »vid fabrikationen sysselsatta arbetare exklusive hemarbetare» samt för »övriga arbetare». Någon vidare uppdelning på olika arbetarekategorier finnes icke, endast antalet arbetare i dessa.

Förändringar av arbetskraftens sammansättning ha i detta avsnitt beskrivits genom angivande av de relativa förändringarna i antalet arbetare i olika kategorier. Då skillnaderna i antalet arbetaretimmar per år och arbetare mellan olika kategorier voro i det närmaste lika stora under hela undersökningsperioden (1929—1939) har totala antalet *arbetaretimmar* i olika kategorier förändrats i samma grad som antalet arbetare. Uppgifter om antalet arbetaretimmar per år för arbetare i olika kategorier ha hämtats ur Lönestatistisk Årsbok. Dessa uppgifter omfatta icke alla företag men synas ha god representativitet. Antalet arbetaretimmar per år är ungefär detsamma för alla arbetarekategorier. För arbetare under 18 år redovisas dock något lägre antal timmar per år.

[2] Vid beräkningen av antal tillverkade kilogram trikåvaror per arbetaretimme i föregående tabell har totalantalet arbetaretimmar erhållits genom att till summan av redovisade timmar för egentliga fabriksarbetare och övriga arbetare lägga antalet redovisade hemarbetare multiplicerat med 600. Ett »hemarbetareår» har med stöd av informationer från branschen antagits motsvara 600 fabriksarbetaretimmar.

Se även not på sid. 188.

III. Trikåfabrikernas (arbetsställenas) fördelning på storleksgrupper efter antal arbetare åren 1930, 1935 och 1940

Kommerskollegium publicerar vart femte år i »Industri» uppgifter om dels antal arbetsställen i olika storleksgrupper, mätt efter antal arbetare, och dels antal arbetare vid de till olika storleksgrupper hörande arbetsställena. På basis av dessa uppgifter lämnas nedan en kort redogörelse för storleksfördelningen mellan arbetsställen inom trikåindustrien åren 1930, 1935 och 1940. Såvitt kunnat utrönas har klassificeringen av företagen utförts efter samma grunder under hela perioden. Jämförelser mellan olika tidpunkter torde därför ge en relativt tillfredsställande bild av utvecklingen.

I antalet arbetare ha även s. k. övriga arbetare, d. v. s. transport-, maskinarbetare o. dyl. inräknats, däremot icke hemarbetare, vilka utgöra ett betydande antal. Endast arbetsställen utöver en viss storlek ha medtagits, varigenom de små företagens betydelse underskattas. Av företag, som bedriva tillverkning i industriell skala, torde dock något mera betydande antal icke vara uteslutet. Det relativa antalet hemarbetare var avsevärt mindre 1935 än 1930 och 1940.

Som tidigare omtalats har trikåindustrien expanderat snabbt under 1930-talet. Det redovisade antalet arbetare för här medtagna trikåfabriker ökade, liksom antalet arbetsställen, med ungefär hälften mellan 1930 och 1940. Antalet arbetare per arbetsställe har alltså varit ungefär detsamma under hela tidsperioden. Även den relativa fördelningen av arbetsställen på olika storleksgrupper har i stort sett förändrats tämligen litet.

De absoluta förändringarna av antal arbetsställen och arbetare samt antalet arbetare per arbetsställe framgår av nedanstående tabell.

	1930	1935	1940
Antal arbetsställen	134	168	205
Antal arbetare	8 002	9 672	11 651
Antal arbetare per arbetsställe	60	58	57

Som framgår av diagram 46 på vidstående sida äro företagen inom trikåindustrien av mycket olika storlek. Antalet arbetsställen med högst 50 arbetare utgjorde mer än två tredjedelar av totalantalet arbetsställen. Samtidigt uppgick antalet arbetare sysselsatta vid dessa arbetsställen till ej mera än en femtedel av hela antalet arbetare. Åren 1935 och 1940 sysselsatte de olika storleksgrupperna arbetsställen, om man undantar den minsta storleksgruppen (med högst 10 arbetare), i stort sett ungefär lika många arbetare eller vardera i runt tal en femtedel av totalantalet. Avsevärda förändringar i de tre största storleksgruppernas relativa betydelse in-

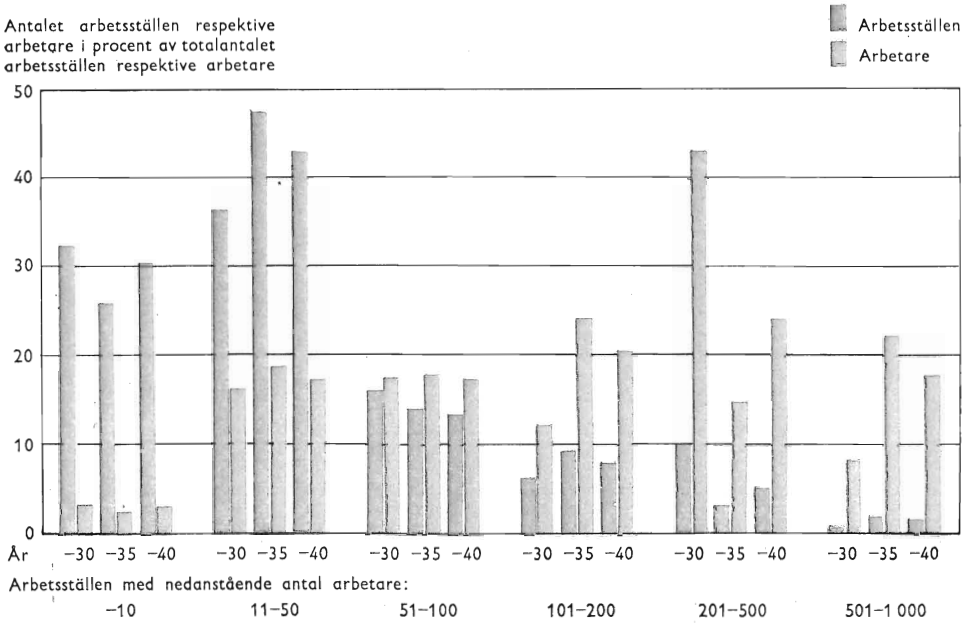


Diagram 46. Antalet arbetsställen och antalet arbetare fördelat på arbetsställen av olika storlek (mätt efter antal sysselsatta arbetare) inom trikåindustrien i procent av totalantal arbetsställen respektive arbetare åren 1930, 1935 och 1940.

träffade mellan 1930 och 1935. På grund av det jämförelsevis låga antalet arbetsställen inom de båda största storleksgrupperna kunna dock starka, huvudsakligen endast redovisningsmässiga förskjutningar äga rum, emedan ett litet fåtal arbetsställen förskjutits från ena till andra sidan klassificeringsgränsen (500/501 arbetare). Detta synes delvis vara orsaken till förskjutningarna mellan de större arbetsställena 1930 och 1935, då det relativa antalet arbetare i storleksgruppen 201—500 arbetare sjönk från 43 till 15 procent och antalet arbetsställen från 10 till 3 samtidigt som antalet arbetsställen med mer än 500 arbetare steg från 1 till 3 och det relativa antalet arbetare vid dessa från 8 till 22 procent av totalantalet arbetare. Även arbetsställena med 101—200 arbetare ökade emellertid starkt i betydelse. Det relativa antalet arbetare fördubblades och antalet arbetsställen steg med hälften.

För att erhålla en klarare bild av utvecklingen har i diagram 47 nedan de relativa förändringarna av antalet arbetare vid arbetsställen, tillhörande olika storleksgrupper redovisats. Antalet arbetare under år 1930 i respektive storleksgrupper har satts lika med 100 och antalet arbetare 1935 och 1940 angivits i relation därtill.

Totalantalet arbetare steg 1930—1940 med 45 procent. Som framgår

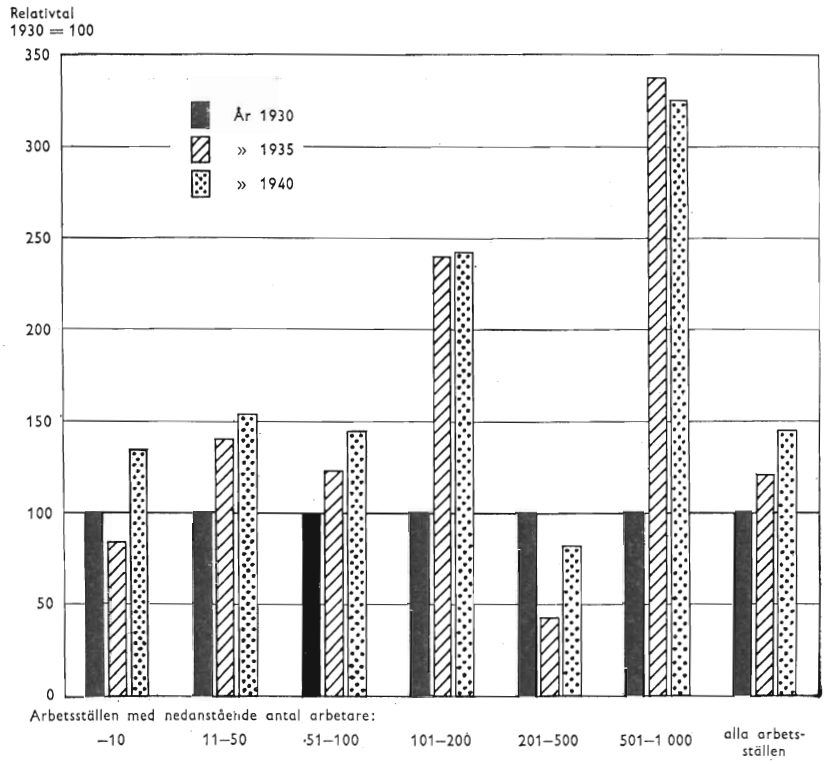


Diagram 47. Antalet arbetare vid arbetsställen av olika storlek (mätt efter antal sysselsatta arbetare) inom trikåindustrien åren 1935 och 1940 i jämförelse med 1930.
Relativtal: 1930 = 100.

av diagrammet har ökningen av antalet arbetare mellan 1930 och 1935 varit störst för de största arbetsställena, vilkas arbetareantal mera än tredubblades, medan en svag nedgång ägde rum mellan 1935 och 1940. Även antalet arbetare i storleksgruppen 101—200 arbetare ökade starkt 1930—1935 — närmare $2\,^1/_2$ gånger — men har därefter förblivit ungefär oförändrat. I övrigt må endast observeras den ojämna utvecklingen i storleksgruppen 201—500 arbetare, för vilken antalet arbetare mellan 1930 och 1935 sjönk till ungefär en tredjedel för att sedan fördubblas 1935—1940.

Som tidigare framhållits *kunna* de redovisade förändringarna ge en överdriven bild av de förändringar, som verkligen ägt rum. Antalet stora företag är nämligen så litet, att om ett eller ett par företag passerar en redovisningsgräns så kan de berörda storleksgruppernas andel av totalantalet företag men också, ehuru i mindre utsträckning, av totala antalet arbetare påverkas icke obetydligt.

IV. Trikåindustriens distributionsstruktur och något om dennas samband med produktionsstrukturen[1]

Efter en redogörelse för uppgiftsmaterialet, undersökningsperioden, trikåfabrikernas uppdelning i delbranscher och undersökningens representativitet för dessa följa analyser av distributionsstrukturen för de olika delbranscherna var för sig.

Varje analys inledes med en kortfattad översikt över storleksfördelningen mellan företagen i delbranschen samt analysens representativitet för olika storleksgrupper av företag. I den därpå följande analysen av de i distributionsstrukturen för företagen ingående komponenterna beröres även sambandet med produktionsstrukturen i den ringa utsträckning detta varit möjligt. Efter en redogörelse för samvariationen mellan olika komponenter kommenteras komponenternas storlek m. m. för de olika storleksgrupperna av företag var för sig eller parvis, då komponenterna stå i särskilt nära beroende av varandra.

Analysen av varje delbransch avslutas med en jämförelse mellan median- och vägda genomsnittsvärden för olika komponenter samt en kortfattad översikt över distributionsstrukturen för hela delbranschen betraktad som en enhet.

1. Uppgiftsmaterialet och undersökningsperioden

Undersökningen bygger huvudsakligen på svar erhållna vid en rundfråga avseende förhållandena 1938, företagen med stöd av de textila organisationerna. Därjämte ha vissa uppgifter ur kommerskollegii produktionsstatistik utnyttjats — främst för kompletteringar av uppgiftsmaterialet vid grupperingen av företagen. De använda frågeformulären ha avtryckts i appendix 1. Undersökningens representativitet behandlas i samband med den följande analysen.[2]

Kapitel 1, avdelning II och III innehåller en redogörelse för de statistiska metoderna och huru dessa måst anpassas efter de ibland bristfälliga uppgifterna, det ofta begränsade antalet jämförbara företag, som över huvud taget existerar, samt kraven på anonymitet.

Samtliga lämnade uppgifter avse 1938. Som tidigare framhållits inträffade en viss minskning av trikåindustriens produktion under detta år jämfört med tidigare år, då produktionsstegringen var tämligen betydande. En produktionsminskningen ungefärligen motsvarande nedgång av industriens försäljning ägde med all sannolikhet rum. Denna nedgång torde emellertid icke nämnvärt ha påverkat distributionsstruk-

[1] Kapitel 1 innehåller en kortfattad och kapitel 2 en tämligen utförlig redogörelse för vad som innefattas under distributions- respektive produktionsstrukturen.

[2] Se även appendix 2.

turens utformning i annan mån än att storleken av försäljningen per kund av olika slag var något lägre än under närmast tidigare år.

Sambandet mellan distributions- och produktionsstrukturen inom trikåindustrien har endast i mycket begränsad utsträckning kunnat analyseras. Uppgifter om varusortimentets storlek finnas nämligen endast i form av uppgifter angående antal tillverkade varuslag för olika företag enligt industrikommissionens statistik.[1] Produktionen är i denna uppdelad på ett i förhållande till produktionens differentiering fåtal — fjorton — varuslag. Då huvudvaruområdet för respektive delbranscher vanligen icke omfattar mer än ett varuslag i den tillgängliga statistiken, angiver antalet per företag tillverkade varuslag endast huru många artiklar utanför det för respektive delbranscher angivna huvudvaruområdet, som tillverkas. Någon uppfattning om varusortimentets storlek *inom* huvudvaruområdet erhålles däremot icke.

2. Trikåfabrikernas uppdelning i delbranscher

Tillverkningen inom trikåindustrien är uppdelad på ett mycket stort antal företag med mycket olikartad produktionsinriktning (med hänsyn till de framställda produkternas användningssätt hos den slutlige förbrukaren) och av mycket olika storlek. Vissa företag tillverka trikåvaror samtidigt med garn och vävnader. Antalet kombinerade företag är emellertid litet.

Företagen hava i huvudsak efter inriktningen av produktionen uppdelats i olika delbranscher och dessa i sin tur i storleksgrupper efter det redovisade tillverkningsvärdet för trikåvaror. I varje grupp har alltså sammanförts företag, vilkas produktionsinriktning och storlek är i möjligaste mån likartad. Företagen ha hänförts till angivna delbranscher, då enligt erhållna uppgifter den sammanlagda tillverkningen och försäljningen i kronor räknat till minst två tredjedelar föll inom det för delbranschen angivna huvudvaruområdet.[2] På grund av uppgiftsmaterialets bristfällighet har klassificeringen i vissa fall varit svår att genomföra. De nödvändiga approximationerna synas dock icke ha varit så betydande att analysen äventyras.

De olika delbranscherna samt antalet företag och dessas sammanlagda tillverkningsvärde framgår av nedanstående uppställning. För överskådlighetens skull ha delbranscherna sammanförts i ett mindre antal huvudgrupper.

Homogeniteten i de olika delbranscherna och storleksgrupperna varierar, som kommer att visas närmare nedan, ganska avsevärt, liksom huvudvaruområdets storlek.

[1] I bilaga 1 till denna avdelning har angivits de i industrikommissionens statistik ingående varuslagen.

[2] Angående begreppet huvudvaruområde respektive varuområde, se kapitel 1.

Företag, som huvudsakligen tillverka — »huvudvaruområde» —	Antal företag	Tillverkningsvärde milj. kronor	Tillverkningsvärde i procent av hela trikåindustriens tillverkningsvärde
Trikåvaror för damer och barn	**88**	**46,6**	**54**
1. Underkläder	52	20,1	23
2. Strumpor	16	21,4	25
3. Trikåytterplagg (jumpers, koftor etc.)	20	5,1	6
Herrtrikåvaror	**36**	**7,4**	**8**
4. Underkläder	17	3,7	4
5. Strumpor	13	1,6	2
6. Trikåytterplagg (pullovers etc.)	6	2,1	2
Herr-, dam- och barntrikåvaror	**13**	**3,9**	**5**
7. Underkläder	5	0,4	0,5
8. Strumpor	8	3,5	4
9. **Kombination av 1—6 utom kombinationerna 1+4 och 2+5 (blandad tillverkning)**	**14**	**28,3**	**32**
10. **Trikåväv**	**7**	**0,8**	**1**
Summa	158	87,0	100

Som framgår av tabellen faller mer än halva tillverkningsvärdet för trikåindustrien på företag tillverkande huvudsakligen trikåvaror för damer och barn, främst underkläder och strumpor, medan företag, som huvudsakligen framställa herrtrikåvaror, spela en relativt underordnad roll. Företag med blandad tillverkning, d. v. s. företag, som framställa såväl dam- och barn- som herrtrikåvaror ävensom, ehuru i liten omfattning, andra trikåvaror (skurdukar, trikåväv etc.) svara för icke mindre än en tredjedel av totala tillverkningsvärdet. Däremot äro företag tillverkande antingen underkläder eller strumpor för herrar, damer och barn (delbranscherna 7 och 8) av relativt liten betydelse med hänsyn till både antal och tillverkningsvärde.

3. Utredningens representativitet för olika delbranscher

I nedanstående tabell redovisas utredningens representativitet för olika delbranscher.

Utredningens representativitet torde för trikåindustrien som helhet kunna betraktas som tämligen tillfredsställande med hänsyn till det stora antalet företag i denna industri. Även en tämligen låg svarsprocent ger uppgiftsmaterial från ett *relativt* stort antal företag. De uppgiftslämnande företagens tillverkning utgör närmare tre fjärdedelar av totaltillverkningen och deras antal närmare hälften av samtliga företag. Representativiteten är större för de större företagen. Den försvagning av det statis-

Delbransch	Tillverkningsvärde		Antal företag	
	samtliga företag miljoner kronor	för uppgiftslämnande företag i procent av samtliga företags tillverkningsvärde	samtliga	som lämnat uppgift i procent av samtliga företag
Företag tillverkande huvudsakligen:				
Trikåvaror för damer och barn	**46,6**	**81**	**88**	**60**
1. Underkläder	20,1	73	52	58
2. Strumpor	21,4	88	16	63
3. Trikåytterplagg (jumpers, koftor etc.)	5,1	80	20	65
Herrtrikåvaror	**7,4**	**44**	**36**	**36**
4. Underkläder	3,7	64	17	41
5. Strumpor	1,6	33	13	31
6. Trikåytterplagg (pullovers etc.)	2,1	16	6	33
Herr-, dam- och barntrikåvaror	**3,9**	—	**13**	—
7. Underkläder	0,4	—	5	—
8. Strumpor	3,5	—	8	—
9. **Kombination av 1—6 utom kombinationerna 1+4 och 2+5 (blandad tillverkning)**	**28,3**	**80**	**14**	**50**
10. **Trikåväv**	**0,8**	**23**	**7**	**14**
Summa	87,0	73	158	47

tiska materialet som underrepresentationen av de mindre företagen innebär, kompenseras emellertid i vissa delbranscher i någon utsträckning av det *relativt* stora antalet företag, medan i andra delbranscher analysen starkt försvåras eller omöjliggöres.

Undersökningens representativitet får anses tillfredsställande beträffande den mest betydande gruppen av trikåvaror — trikåvaror för damer och barn. Däremot är svarsprocenten låg för till övriga grupper hörande delbranscher utom i fråga om delbransch 9, företag med blandad tillverkning. Representativiteten för denna delbransch försämras emellertid avsevärt av att ett företag starkt dominerar denna delbransch.

På grund av bristfälliga uppgifter ha icke alla företag, som besvarat den utsända rundfrågan, kunnat medtagas i den *siffermässiga* analysen. Detta framgår av en jämförelse mellan ovanstående tabell och de tabeller, som i första avsnittet av redogörelserna för respektive delbranscher närmare angiva undersökningens representativitet. Även uppgifterna för de företag, vilka visserligen lämnat uppgifter men icke kunnat medtagas i den *siffermässiga* analysen, ha ofta kunnat utnyttjas i analysen i övrigt, såsom också framgår av det följande.

Delbranscherna inom den grupp av företag, som huvudsakligen tillverka trikåvaror för damer och barn, komma i det följande att analyseras tämligen utförligt liksom företag tillverkande huvudsakligen herrunderkläder. Beträffande sistnämnda delbransch ha dock stora svårigheter uppstått på grund av de synnerligen varierande företagsstorlekarna. De största företagen ha sålunda helt måst uteslutas i analysen. Beträffande övriga delbranscher ha på grund av uppgiftsmaterialets bristfällighet endast vissa »observationer» kunnat göras.

4. Delbransch 1: Företag tillverkande huvudsakligen trikåunderkläder för damer och barn

A. Företagens uppdelning på storleksgrupper och undersökningens representativitet för dessa

Av sammanlagt 52 företag med drygt 20 miljoner kronors tillverkningsvärde ha 26 företag med cirka 12 miljoner kronors tillverkningsvärde kunnat medtagas i den siffermässiga analysen. Företagen ha uppdelats i tre storleksgrupper. Av sammanställningen nedan framgår de olika storleksgruppernas andel av totala tillverkningsvärdet och antalet företag samt hur stor andel av totala tillverkningsvärdet och antalet företag, som de siffermässigt analyserade företagen representera.

Storleksgrupp	Samtliga företag				Siffermässigt analyserade företag		
	Tillverkningsvärde per företag milj. kr.	tillverkningsvärde		antal	i procent av samtliga företag		absolut antal
		miljoner kr.	andel i procent		tillverkningsvärde	antal	
1	0,1	1,2	6	18	56	45	8
2	0,3	5,4	27	20	53	50	10
3	0,9	13,5	67	14	70	57	8
1—3	0,4	20,1	100	52	65	50	26

De till delbranschen förda företagens förbrukning av bomullsgarn utgör drygt två tredjedelar av den totala garnförbrukningen, av ullgarn knappt en tiondel samt av natur- och konstsilkegarn ungefär en sjättedel, allt i vikt räknat. De i analysen medtagna företagens totala garnförbrukning utgör ungefär två tredjedelar av hela delbranschens garnförbrukning — eller samma andel som tillverkningsvärdet. Även fördelningen av garnförbrukningen på olika slag av garn är ungefär densamma som för hela

delbranschen. Dock är de i analysen medtagna företagens förbrukning av konstsilke relativt något mindre.

Tillverkningens inriktning på underkläder av ull-, bomulls-, silke- och konstsilkegarn växlar för de olika storleksgrupperna. Företagen i den minsta storleksgruppen förbruka övervägande bomullsgarn men också relativt mycket ullgarn. Företagen i den mellersta storleksgruppen förbruka garn av alla slag i ungefär samma proportioner som samtliga företag i delbranschen. Av konstsilkegarn är dock åtgången förhållandevis ungefär dubbelt så stor som för hela delbranschen. Hälften av de i analysen medtagna tio företagen i mellersta storleksgruppen förbruka huvudsakligen konstsilkegarn och hälften övervägande bomullsgarn. Den större relativa förbrukningen av konstsilkegarn i denna storleksgrupp är alltså icke jämnt fördelad på företagen. I den största storleksgruppen, slutligen, förbruka företagen olika slag av garn i ungefär samma proportioner som samtliga företag. För samtliga företag i denna storleksgrupp utom två utgör förbrukningen av bomullsgarn den vida större delen av totalförbrukningen. Två tredjedelar av hela delbranschens tillverkningsvärde faller på denna storleksgrupp.

Det har icke kunnat konstateras att distributionsstrukturen i någon högre grad påverkas av det i tillverkningen ingående slaget av garn, vilket ju i sin tur inverkar bl. a. på prisläget.

B. Komponenternas storlek för företagen i de olika storleksgrupperna[1]

a) Samvariationen mellan olika komponenter

Vid stigande företagsstorlek ökar antalet kunder, försäljningen per detaljist och grossist, försäljningen per försäljare och, av allt att döma — ehuru säkra uppgifter saknas — varusortimentets storlek men olika hastigt och alla i långsammare takt än tillväxten av företagets storlek. Någon samvariation mellan företagets storlek och försäljningens fördelning på detaljister och grossister eller tillverkningens fördelning på lager, säsong- och efterorder kan däremot icke konstateras.

De relativa förändringarnas storlek för olika komponenter framgår av vidstående diagram och tabell, i vilka komponenternas storlek uttryckts i relativtal med medianvärdet för respektive komponenter i minsta storleksgruppen lika med 100. I bilaga 2 till denna avdelning har återgivits storleken av *samtliga* komponenter i absoluta tal.

[1] *I det följande i detta avsnitt angivna sifferuppgifter avse samtliga medianvärden.* Dock har per företag i hela delbranschen i förekommande fall vägt genomsnitt (vägt aritmetiskt medium) angivits — annars ovägda genomsnittsvärden (t. ex. antal kunder per företag).

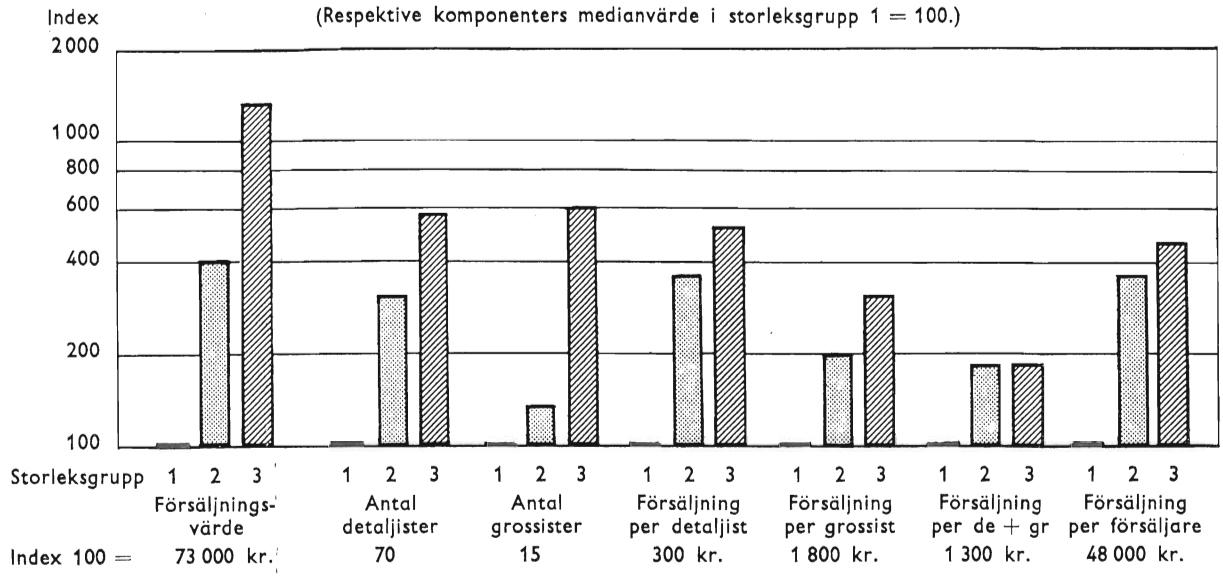


Diagram 48. Distributionsstrukturen för olika stora företag inom trikåindustrien, tillverkande huvudsakligen trikåunderkläder för damer och barn[1]. *1938. Halvlogaritmisk skala.*

[1] Storleken av de olika indextalen framgår av följande tabell:

Komponent	Storleksgrupp		
	1	2	3
Salutillverkningsvärde (»försäljningsvärde»)	**100**	410	1 370
Antal kunder: detaljister	**100**	300	570
grossister	**100**	130	600
Försäljningens storlek per: detaljist	**100**	330	530
grossist	**100**	200	310
detaljist plus grossist	**100**	180	180
Försäljningens storlek per försäljare	**100**	330	(450)

Av särskilt intresse synes vara den skiljaktiga utvecklingen av antalet detaljister och grossister respektive försäljningens storlek per detaljist och grossist. Den mycket betydande minskningen av grossistförsäljningens storlek mellan de båda mindre storleksgrupperna (från 85 till 40 procent av totala försäljningsvärdet) och ungefär motsvarande ökning av detaljistförsäljningens relativa storlek har skett genom en mycket stark stegring av såväl detaljisternas antal som storleken av försäljningen per detaljist medan samtidigt ökningen av antalet grossister varit mycket liten, försäljningen per grossist däremot betydande. Företagen torde ha inriktat försäljningen på antingen ett stort antal och *relativt* stora detaljister och/eller stora sortimentsgrossister i stället för *relativt* små grossister. Utvecklingen mellan de båda större storleksgrupperna karakteriseras återigen främst av en synnerligen betydande ökning av antalet grossister. Antalet relativt stora grossister är begränsat. I avsaknad av uppgifter om varusortimentets storlek kan icke bedömas vilken inverkan förändringarna av varusortimentets storlek haft på försäljningsstrukturen. Att denna även i denna delbransch är betydande, förefaller emellertid vara klart.

b) Komponenterna var för sig

Varuområdet storlek

Uppgifter om varusortimentets storlek för de olika företagen saknas. Antalet tillverkade varuslag ger endast en bild av varuområdets storlek (spridning) och icke av varusortimentets storlek beträffande huvudvaran underkläder. Man synes emellertid kunna förutsätta en viss tendens till ökat varusortiment vid ökad företagsstorlek, ehuru förhållandena torde variera mycket avsevärt mellan olika företag.

Underkläder för damer och barn redovisas i produktionsstatistiken som ett varuslag. I sammanställningen i bilaga 2 och 3 till denna avdelning angivna 2—4 tillverkade varuslag per företag innebär sålunda att flertalet företag i någon utsträckning även tillverka andra varuslag än dam- och barnunderkläder.

Antalet kunder

Antalet kunder är för varje företag så stort att med all sannolikhet intet företag för avsättning av en betydande del av tillverkningen är beroende av en eller enstaka kunder. Det må framhållas att de företag, vilka enligt uppgift sålt hela eller den större delen av tillverkningen till en kund, vanligen till annan verksamhetsgren inom samma ekonomiska enhet, icke medtagits i analysen.

Ehuru antalet kunder per företag givetvis, beroende på försäljningens storlek och dess fördelning på detaljister och grossister, varierar mycket avsevärt, synas dock följande uppgifter angående antalet kunder per företag i olika storleksgrupper giva en ganska god uppfattning om storleksordningen av antalet kunder. Frapperande är det stora antalet kunder även i de små, till minsta storleksgruppen förda, företagen.

	Försäljningsvärdeindex	Detaljist	Grossist
Storleksgrupp 1	**100**	70	15
» 2	410	212	20
» 3	1 370	400	90
» 1—3	(genomsnitt)[1]	208	61

Försäljningens fördelning på olika kundkategorier

Den alldeles övervägande delen av försäljningen sker till detaljister och grossister. Ett företag i den största storleksgruppen exporterar en relativt obetydlig kvantitet.

Utmärkande för samtliga företag utom två är, att av försäljningen till handeln (detaljhandeln plus grossister) minst tre fjärdedelar sker *antingen* till detaljhandeln *eller* till grosshandeln. Den olika procentuella fördelningen av försäljningen på grossister respektive detaljister inom respektive storleksgrupper är sålunda ett uttryck för att flera eller färre företag inom dessa ha tyngdpunkten av sin försäljning förlagd på antingen detaljister eller grossister. Försäljningen till detaljister och grossister synes ske till olika geografiska områden — ibland dock till enstaka, mycket stora detaljister även inom »grossistområdet». I något enstaka fall torde gränsen mellan detaljist- och grossistförsäljning även i viss mån gå efter olika varuslag och varukvantiteter.

Försäljningens procentuella fördelning på detaljister och grossister var:

	Försäljningsvärdeindex	Detaljist	Grossist
Storleksgrupp 1	**100**	8	85
» 2	410	50	40
» 3	1 370	38	63
» 1—3	(genomsnitt)	35	62

Försäljningens storlek per kund i olika kategorier

Försäljningen såväl per detaljist som per grossist ökar vid stigande företagsstorlek. Ökningen är särskilt betydande mellan den minsta och mellersta storleksgruppen. Någon säker tendens att företag med relativt liten försäljning till viss kundkategori skulle ha hög försäljning per kund i denna kategori — och vice versa — kan icke iakttagas.

Försäljningen per kund i 1 000-tal kronor var:

	Försäljningsvärdeindex	Detaljist	Grossist	Detaljist plus grossist
Storleksgrupp 1	**100**	0,3	1,8	1,3
» 2	410	1,0	3,6	2,3
» 3	1 370	1,6	5,6	(2,3)
» 1—3	(genomsnitt)	1,1	5,0	2,2

[1] I detta avsnitts tabeller över storleken av de individuella komponenterna äro de angivna vägda genomsnittsvärdena justerade med hänsyn till den varierande representativiteten i analysen av olika storleksgrupper.

Den i förhållande till huvudvaruområdets storlek för de mindre företagen mycket låga försäljningen per detaljist och även per grossist synes bero av både varusortimentets relativt ringa storlek hos många företag och det stora antalet handelsföretag, som måste sälja denna artikel — ibland i liten utsträckning »vid sidan av» ett huvudsortiment inom ett annat område.

Försäljningens storlek per försäljare

Försäljningens storlek per försäljare synes för denna delbransch påverkas därav att företagens försäljare på grund av varusortimentets ringa storlek och på grund av det förhållandevis ringa belopp, vartill inköpen per distributör och år uppgå, även sälja andra än respektive företags varor eller ha annan »extra-syssla».

En tydlig tendens till starkt ökad försäljning per försäljare vid stigande försäljning per kund kan iakttagas. Försäljningen per försäljare utgjorde i 1 000-tal kronor:

	Försäljningsvärdeindex	Försäljning per försäljare
Storleksgrupp 1	**100**	(48)
» 2	410	160
» 3	1 370	(218)
» 1—3	(genomsnitt)	(288)

Försäljningsområdets storlek

Som är att vänta ökar försäljningsområdets storlek vid ökad företagsstorlek. Samtliga företag i den minsta storleksgruppen med ett redovisat tillverkningsvärde av högst 100 000 kronor sälja endast på lokala marknader, eget län eller egen landsända (närmaste 3—4 länen). Samtliga företag med ett tillverkningsvärde av mer än 100 000 kronor, d. v. s. de fem största företagen i den minsta storleksgruppen, sälja enligt uppgift över hela landet. Fyra företag i den mellersta och ett företag i den största gruppen sälja dock icke på Norrland.

Tillverkningens fördelning på lager, säsong- och efterorder

Lagertillverkningen är för de flesta företagen i alla storleksgrupper relativt obetydlig. Den varierar från 0 till 25 procent av tillverkningsvärdet. En svag tendens till ökad lagertillverkning vid stigande företagsstorlek kan iakttagas i så måtto, att färre av de större än av de mindre företagen ej alls eller endast obetydligt tillverka på lager. Tillverkningen på säsongorder utgör den alldeles övervägande delen av tillverkningen i alla storleksgrupper. Tillverkningen på efterorder är av ungefär samma storleksordning hos flertalet företag och uppgår till 10—20 procent av den totala tillverkningen.

Tillverkningsvärdet på lager, säsong- och efterorder i procent av det totala tillverkningsvärdet var:

	Försäljningsvärdeindex	Lager	Säsongorder	Efterorder
Storleksgrupp 1	**100**	0	75	15
» 2	410	5	75	20
» 3	1 370	8	73	18
» 1—3	(genomsnitt)	10	72	18

C. Jämförelse mellan median- och genomsnittsvärden för respektive komponenter samt dessas storlek för hela delbranschen[1], betraktad som en enhet

I den föregående analysen ha använts medianvärden såsom bästa tillgängliga typtal för angivande av olika komponenters storlek för de *individuella* företagen i respektive storleksgrupper. I syfte att erhålla en uppfattning om snedheten i fördelningen av de individuella värdena av respektive komponenter jämföres nedan de vägda genomsnittsvärdena[2] för respektive komponenter med motsvarande medianvärden. Därjämte lämnas en redogörelse för komponenternas storlek för hela delbranschen, betraktad som en enhet. I sistnämnda fall visas komponenternas storlek av vägda genomsnittsvärden för de komponenter, som äro kvoter, och av summan av komponenternas värden hos de i delbranschen ingående företagen för de komponenter, som icke äro kvoter.

Skillnaderna mellan medianvärden och genomsnittsvärden kunna bero av många förhållanden. Som framgår av kapitel 1, avdelning II, medföra höga extrema värden i en serie högre genomsnittsvärden än medianvärden, låga extrema värden högre median- än genomsnittsvärden. Då såsom förut framhållits, icke sällan ett eller enstaka mycket stora företag i en grupp visa extremt höga värden för vissa komponenter, komma genomsnittsvärdena ofta att ligga högre än medianvärdena. I allmänhet är dock fördelningen av värdena så symmetrisk att några betydande skillnader mellan genomsnitts- och medianvärden för olika komponenter icke uppstå jämfört med skillnaderna mellan värdena för komponenterna i olika grupper av företag.

Som framgår av tabellen på sid. 345 äro företagen i den största storleksgruppen, som svara för två tredjedelar av hela delbranschens tillverkningsvärde, starkare representerade i analysen än företagen i övriga storleksgrupper. Stora företag äro sålunda överrepresenterade inom storleksgruppen.

Hänsyn till denna snedhet i representativiteten har tagits vid beräkningen av vägda genomsnittsvärden för hela delbranschen på så sätt att den absoluta storleken av olika komponenter i den största storleksgruppen

[1] Det är icke möjligt att ge en bild av huru produktions- och distributionsstrukturen skulle se ut om samtliga företag i en storleksgrupp eller i hela delbranschen sammansloges till ett företag. Både produktions- och distributionsstrukturen skulle, åtminstone på längre sikt, ändras väsentligt, då de förändrade konkurrensekonomiska förutsättningarna skulle medföra en helt annorlunda företagspolitik i åtskilliga viktiga avseenden.

[2] I förekommande fall ovägda genomsnittsvärden (t. ex. antal kunder per företag). Ovägt genomsnitt för en komponent visar endast summan av de individuella värdena dividerad med antalet företag och icke — såsom vägda genomsnittsvärden — för kvoter summan av respektive värden för samtliga företag dividerad med varandra. De påverkas emellertid av värdena för samtliga företag i gruppen.

omräknats så att dessa bliva lika stora som de skulle vara vid ungefär samma representativitet som för övriga storleksgrupper.[1] Det visar sig att skillnaderna mellan icke justerade och justerade genomsnittsvärden bliva förhållandevis små. De överstiga icke tio procent utom beträffande försäljningen per försäljare, för vilken det justerade genomsnittsvärdet är närmare tjugo procent större än det icke justerade genomsnittsvärdet.

Skillnaderna mellan medianvärden och vägda genomsnittsvärden äro såväl för de olika storleksgrupperna som för hela delbranschen icke större än att den tidigare på grundval av medianvärden utförda analysen nära överensstämmer med en på grundval av genomsnittsvärden företagen analys.

Enligt en utförd överslagsberäkning tillverka de 52 företagen i denna delbransch cirka 150 olika varuslag. Av dessa utgöra 52 varuslag huvudvaror, underkläder för damer och barn, och övriga varuslag kompletteringsvaror. Sammanlagda antalet detaljistkunder hos samtliga företag i hela delbranschen kan uppskattas till knappt 8 000 eller flera än totala antalet »renodlade» textildetaljaffärer i landet oavsett delbransch. Åtskilliga av dessa torde köpa från mera än ett företag i denna delbransch, men försäljningen från denna är antagligen icke obetydlig även till vissa icke renodlade textilaffärer. Också antalet grossistkunder är mycket stort, ej mindre än knappt 3 000, innebärande att även om samtliga grossister föra de inom delbranschen tillverkade varorna, varje grossist köper från i genomsnitt två till tre företag i denna delbransch.

5. Delbransch 2: Företag tillverkande huvudsakligen dam- och barnstrumpor

A. Företagens uppdelning på storleksgrupper och undersökningens representativitet för dessa

Sexton trikåfabriker med ett sammanlagt tillverkningsvärde av 21 miljoner kronor tillverka huvudsakligen dam- och barnstrumpor. Produktionen av andra varor än strumpor är helt obetydlig i till denna delbransch förda företag. Även företag med blandad tillverkning (delbransch 9) framställa emellertid betydande kvantiteter strumpor.

Nedanstående tabell visar de olika storleksgruppernas andel av totala tillverkningsvärdet och antalet företag samt hur stor andel av totala tillverkningsvärdet och antalet företag de siffermässigt analyserade företagen representera.

[1] Denna »justering» av värdena med hänsyn till snedheten har utförts efter samma metod som tidigare beskrivits i not 1, på sid. 301. Där anförda reservationer gälla även här.

Storleks-grupp	Samtliga företag				Siffermässigt analyserade företag		
	Tillverknings-värde per företag milj. kr.	tillverkningsvärde		antal	i procent av samtliga företag		absolut antal
		miljoner kr.	andel i procent		tillverknings-värde	antal	
0	0,04	0,1	1	3	—	—	—
1	0,4	3,5	16	8	54	50	4
2	3,5	17,8	83	5	94	80	4
0—2	1,3	21,4	100	16	89	50	8

Som framgår av tabellen varierar tillverkningsvärdet avsevärt mellan olika företag. De siffermässigt analyserade företagen äro också ojämnt representerade. Den minsta storleksgruppen, som dock endast svarar för en obetydlig del av totala tillverkningsvärdet, har ej alls kunnat analyseras. I den största storleksgruppen äro de större företagen något överrepresenterade.

Proportionerna mellan förbrukningen av olika slag av garn äro ungefär desamma för de siffermässigt analyserade företagen som för samtliga företag inom delbranschen. I *vikt* räknat utgör förbrukningen av bomullsgarn, kamgarn och silkegarn ungefär vardera en tredjedel av totalförbrukningen.

På grund av det låga antalet företag, som kunnat analyseras och på grund av den relativt stora spridningen mellan värdena för komponenterna hos de individuella företagen kan en mera ingående analys icke utföras. Nedan lämnade uppgifter om storleken av olika komponenter giva dock delvis en god bild av utvecklingstendenserna, emedan skillnaderna mellan storleken av komponenterna i de båda storleksgrupperna äro avsevärda.

B. Komponenternas storlek för företagen i de olika storleksgrupperna[1]

a) *Samvariationen mellan olika komponenter*

Ehuru, som nedan närmare kommer att beröras, de redovisade värdena för åtskilliga komponenter icke kunna anses vara tillfredsställande representativa, synas dock vissa tämligen säkra utvecklingstendenser kunna iakttagas. Försäljningens fördelning på detaljister och grossister förefaller icke variera med företagets storlek, liksom ej heller försäljningens storlek per detaljist. Däremot stiger antalet kunder och försäljningen per grossist vid stigande tillverkningsvärde men avsevärt långsammare än vad till-

[1] *I det följande i detta avsnitt angivna sifferuppgifter avse samtliga medianvärden.* Dock har per företag i hela delbranschen i förekommande fall vägt genomsnitt (vägt aritmetiskt medium) angivits — annars ovägda genomsnittsvärden (t. ex. antal kunder per företag).

verkningsvärdet växer. Försäljningsområdets storlek och tillverkningens fördelning på lager, säsong- och efterorder synes icke variera med företagets storlek.

b) *Komponenterna var för sig*

Varuområdet storlek

Företagen i den mindre storleksgruppen tillverka endast eller praktiskt taget endast strumpor och flertalet företag endast dam- eller barnstrumpor, medan företagen i den större storleksgruppen även framställa små kvantiteter andra varuslag.

Några uppgifter angående varusortimentets storlek för strumpor finnas icke.

Antalet kunder

Antalet kunder är för varje företag så stort att man utan att känna storleksfördelningen mellan dessa, kan utgå ifrån att intet företag för sin avsättning är beroende av en eller ett fåtal kunder. Antalet kunder varierar starkt mellan olika företag. En tydlig tendens till kraftig ökning av antalet kunder vid ökat tillverkningsvärde kan dock iakttagas.

På grund av den starka spridningen mellan antalet kunder äro de i bilagorna 2 och 3 till denna avdelning angivna värdena för antalet kunder icke representativa.

Försäljningens fördelning på olika kundkategorier

Praktiskt taget hela försäljningen hos samtliga analyserade företag sker till detaljister och grossister.

Liksom i fråga om flertalet andra delbranscher inom trikåindustrien kan en markerad tendens till att tyngdpunkten i försäljningen ligger på *antingen* detaljister *eller* grossister iakttagas. På grund av den låga representativiteten kan inte bedömas om större företag i högre grad än små företag sälja till detaljister eller grossister. De i bilagorna 2 och 3 angivna värdena äro icke representativa.

Försäljningens storlek per kund i olika kategorier

Även försäljningens storlek per kund i olika kategorier varierar avsevärt mellan olika företag, dock icke i samma utsträckning som tidigare nämnda komponenter. Försäljningen per kund är åtskilligt större än för samtliga övriga delbranscher inom trikåindustrien. Detta torde bero på det höga inköpsvärdet per konsument och år.

Försäljningen per grossist är genomgående mycket större än per detaljist. Försäljningens storlek per detaljist synes i stort sett vara oberoende av företagets storlek, medan försäljningens storlek per grossist växer vid stigande företagsstorlek.

Nedan angivna siffror angående försäljningens storlek per kund synas angiva den ungefärliga storleksordningen. Försäljningens storlek i 1 000-tal kronor var:

	Försäljningsvärdeindex	Detaljist	Grossist
Storleksgrupp 1	**100**	2,5	18,6
» 2	710	2,2	29,2
» 1—2	(genomsnitt)	2,3	26,0

Försäljningens storlek per försäljare

Försäljningens storlek per försäljare har icke redovisats av de mindre företagen. För de större företagen är den mycket varierande men ligger vanligen vid 400—800 tusen kronor. Att döma av storleken av försäljningen per försäljare sälja försäljarna i denna delbransch i stort sett endast de av de egna företagen tillverkade produkterna.

Försäljningsområdets storlek

Samtliga företag, även de minsta, redovisa försäljning över hela landet.

Tillverkningens fördelning på lager, säsong- och efterorder

Den alldeles övervägande delen av tillverkningen sker på säsongorder. Ett flertal företag ha dock även en icke obetydlig tillverkning på efterorder. Flertalet stora företag redovisa också en begränsad lagertillverkning.

Tillverkningens fördelning på lager, säsong- och efterorder var:

	Försäljningsvärdeindex	Lager	Säsongorder	Efterorder
Storleksgrupp 1	**100**	0	85	10
» 2	710	8	83	10
» 1—2	(genomsnitt)	4	89	7

C. Jämförelse mellan median- och genomsnittsvärden för respektive komponenter samt dessas storlek för hela delbranschen[1], betraktad som en enhet

I den föregående analysen ha använts medianvärden såsom bästa tillgängliga typtal för angivande av olika komponenters storlek för de *individuella* företagen i respektive storleksgrupper. I syfte att erhålla en uppfattning om snedheten i fördelningen av de individuella värdena av respektive komponenter jämföres nedan de vägda genomsnittsvärdena[2] för respektive komponenter med motsvarande medianvärden. Därjämte lämnas en redogörelse för komponenternas storlek för hela delbranschen, betraktad som en enhet. I sistnämnda fall visas komponenternas storlek av vägda genomsnittsvärden för de komponenter, som äro kvoter, och av summan av komponenternas värden hos de i delbranschen ingående företagen för de komponenter, som icke äro kvoter,

Ehuru som framgår av tabellen på sid. 352 de siffermässigt analyserade företagen äro olika representerade i olika storleksgrupper kan man dock på grund av den större storleksgruppens dominerande inflytande — den svarar för icke mindre än 83 procent av hela delbranschens tillverkningsvärde — utgå ifrån att de vägda genomsnittsvärdena för delbranschen ungefärligen överensstämma med de vägda genomsnittsvärdena för stor-

[1] Det är icke möjligt att ge en bild av huru produktions- och distributionsstrukturen skulle se ut om samtliga företag i en storleksgrupp eller i hela delbranschen sammansloges till ett företag. Både produktions- och distributionsstrukturen skulle, åtminstone på längre sikt, ändras väsentligt, då de förändrade konkurrensekonomiska förutsättningarna skulle medföra en helt annorlunda företagspolitik i åtskilliga viktiga avseenden.

[2] I förekommande fall ovägda genomsnittsvärden.

leksgrupp 2. Reservationerna för bristande representativitet för medianvärdena gälla också, och i viss mån i ännu högre grad, för vägda genomsnittsvärden.

Med hänsyn till osäkerheten vid beräkningen av såväl median- som vägda genomsnittsvärden äro avvikelserna mellan dessa förvånansvärt små. De äro dock betydande beträffande antalet kunder och försäljningens fördelning på olika kundkategorier.

De sexton företagen i denna delbransch tillverka tillsammans ungefär 35 varuslag, varav cirka hälften eller 16 varuslag utgöra strumpor för damer och barn, som är samtliga företags huvudvaror. Övriga varuslag äro kompletteringsvaror. Antalet detaljistkunder uppgår enligt den utförda överslagsberäkningen till cirka 4 000 och antalet grossistkunder till ungefär 600. Ehuru antalet kunder i vardera kategorien är betydande, utgör de dock bara hälften av antalet detaljistkunder i föregående delbransch, företag tillverkande huvudsakligen underkläder för damer och barn, och en femtedel av antalet grossistkunder i denna. Skillnaden mellan de två delbranscherna kan synas anmärkningsvärd. Den torde delvis bero på att företagsenheterna genomsnittligt äro avsevärt större i här behandlade delbransch (strumpor), men delvis också möjligen på att detaljhandelsförsäljningen av strumpor för damer och barn är mindre spridd än försäljningen av underkläder. Erinras må dock, att försäljningen av såväl underkläder som strumpor är mycket betydande även hos företag med blandad tillverkning.

6. Delbransch 3: Företag tillverkande huvudsakligen yttertrikåvaror för damer och barn (koftor, jumpers etc.)

A. Företagens uppdelning på storleksgrupper och undersökningens representativitet för dessa

Tjugo företag med ett sammanlagt tillverkningsvärde av ungefär fem miljoner kronor ha förts till denna delbransch. Även företag med blandad tillverkning framställa emellertid yttertrikåvaror för damer och barn, varför till delbransch 3 förda företag endast tillverka en del av inom landet framställd yttertrikå för damer och barn.

De olika företagens tillverkningsvärde varierar starkt. Hälften av samtliga företag äro mycket små med ett tillverkningsvärde understigande 150 000 kronor och ett sammanlagt tillverkningsvärde av endast tre kvarts miljon kronor.

Sammanställningen nedan visar de olika storleksgruppernas andel av totala tillverkningsvärdet och antalet företag samt hur stor andel av totala tillverkningen och antalet företag de siffermässigt analyserade företagen representera.

Storleksgrupp	Samtliga företag				Siffermässigt analyserade företag		
	Tillverkningsvärde per företag milj. kr.	tillverkningsvärde		antal	i procent av samtliga företag		absolut antal
		miljoner kr.	andel i procent		tillverkningsvärde	antal	
1	0,06	0,6	12	9	58	56	5
2	0,2	1,7	33	8	57	50	4
3	0,9	2,8	55	3	—	—	—
1—3	0,25	5,1	100	20	27	45	9

Som framgår av tabellen har någon analys icke kunnat utföras beträffande företagen i den största storleksgruppen, vilka svara för över hälften av tillverkningsvärdet. Även för övriga storleksgrupper är analysens representativitet icke särskilt god.

B. Komponenternas storlek för företagen i de olika storleksgrupperna[1]

Någon samvariation mellan försäljningens fördelning på detaljister och grossister och företagets storlek eller andra komponenter kan icke konstateras. Antalet kunder och försäljningen per försäljare synes stiga minst lika hastigt som företagets storlek (tillverkningsvärdet). Försäljningens storlek per detaljist sjunker och försäljningen per grossist förblir oförändrad vid stigande tillverkningsvärde.

Varuområdets storlek

Uppgifter om varusortimentets storlek saknas. Beträffande varuområdets storlek må nämnas, att flertalet företags produktion är begränsad till två eller tre varuslag (koftor och jumpers). Ett företag i vardera storleksgruppen har dock en relativt blandad tillverkning.

Antalet kunder

Antalet kunder varierar starkt mellan olika företag. Det ökar starkt vid stigande företagsstorlek. Samtliga företag redovisa ett så stort antal kunder, att man utan att känna storleksfördelningen mellan dessa kan utgå ifrån att intet företag för sin avsättning är beroende av en eller ett fåtal kunder.

Försäljningens fördelning på olika kundkategorier

Praktiskt taget hela försäljningen sker till detaljister eller grossister. Företagen sälja övervägande delen av sin tillverkning *antingen* till detaljister *eller* grossister. De i bilaga 2 till denna avdelning redovisade medianvärdena (100 procent av totalförsäljningen till detaljister i den mindre storleksgruppen och 33 procent i den större) äro icke representativa. De visa endast att flera företag i den mindre än i den större storleksgruppen sälja huvudsakligen till detaljister.

[1] *I det följande i detta avsnitt angivna sifferuppgifter avse samtliga medianvärden.* Dock har per företag i hela delbranschen i förekommande fall vägt genomsnitt (vägt aritmetiskt medium) angivits — annars ovägda genomsnittsvärden (t. ex. antal kunder per företag).

Skillnaderna i försäljningens storlek per kund i olika kategorier äro relativt små mellan de individuella företagen. Försäljningen per detaljist är icke oväsentligt mindre i den större storleksgruppen, medan försäljningen per grossist är ungefär lika stor i båda storleksgrupperna. Försäljningens storlek per kund i 1 000-tal kronor var:

Försäljningens storlek pe kund i olika kategorier

	Försäljningsvärdeindex	Detaljist	Grossist
Storleksgrupp 1	**100**	(1,0)	5,0
» 2	300	(0,6)	5,8
» 1—2	(genomsnitt)	(0,6)	5,2

Försäljningens storlek per försäljare är relativt ofullständigt redovisad. En tendens till stegrad försäljning per försäljare vid stigande företagsstorlek kan dock spåras. Försäljningens storlek per försäljare var ungefär tre gånger större i den större än i den mindre storleksgruppen (eller i runt tal 150 respektive 50 tusen kronor).

Försäljningens storlek pe försäljare

Alla företag med undantag för två i den minsta storleksgruppen, som endast sälja lokalt, redovisa försäljning över hela landet, tre dock icke på Norrland.

Försäljningsområdets storlek

Lagertillverkning förekommer i mycket liten omfattning. Den allra största delen av tillverkningen sker på säsongorder men tillverkningen på efterorder är betydande för de större företagen. Variationen mellan tillverkning på lager, säsong- och efterorder för olika företag är icke större än att nedanstående uppgifter utgöra ett gott mått på storleksordningen. Tillverkningsvärdets procentuella fördelning på lager, säsong- och efterorder var:

Tillverkningens fördelning på lager, säsong- och efterorder

	Försäljningsvärdeindex	Lager	Säsongorder	Efterorder
Storleksgrupp 1	**100**	0	90	10
» 2	300	2	63	28
» 1—2	(genomsnitt)	4	75	21

C. Jämförelse mellan median- och genomsnittsvärden för respektive komponenter samt dessas storlek för hela delbranschen[1], betraktad som en enhet

I den föregående analysen ha använts medianvärden såsom bästa tillgängliga typtal för angivande av olika komponenters storlek för de *individuella* företagen i respektive storleksgrupper. I syfte att erhålla en uppfattning om snedheten i fördelningen av de individuella värdena av

[1] Det är icke möjligt att ge en bild av huru produktions- och distributionsstrukturen skulle se ut om samtliga företag i en storleksgrupp eller i hela delbranschen sammansloges till ett företag. Både produktions- och distributionsstrukturen skulle, åtminstone på längre sikt, ändras väsentligt, då de förändrade konkurrensekonomiska förutsättningarna skulle medföra en helt annorlunda företagspolitik i åtskilliga viktiga avseenden.

respektive komponenter jämföres nedan de vägda genomsnittsvärdena[1] för respektive komponenter med motsvarande medianvärden. Därjämte lämnas en redogörelse för komponenternas storlek för hela delbranschen, betraktad som en enhet. I sistnämnda fall visas komponenternas storlek av vägda genomsnittsvärden för de komponenter, som äro kvoter, och av summan av komponenternas värden hos de i delbranschen ingående företagen för de komponenter, som icke äro kvoter.

Genomsnittsvärden kunna icke beräknas för hela denna delbransch utan endast för de två minsta storleksgrupperna, emedan de större företagen med över halva tillverkningen i delbranschen icke kunnat siffermässigt analyseras. Genomsnittsstorleken för de siffermässigt analyserade företagen inom de storleksgrupper, som kunnat bli föremål för en analys, överensstämmer tämligen väl med genomsnittsstorleken för samtliga företag inom respektive storleksgrupper.

Avvikelserna mellan medianvärden och genomsnittsvärden för komponenterna i de båda storleksgrupperna äro betydande. Man erhåller dock på basis av genomsnittsvärdena en bild av strukturen, som någorlunda väl överensstämmer med den bild, som erhålles vid en analys av medianvärdena.

På grund av det bristfälliga statistiska materialet, varigenom bl. a. analys av den mest betydande storleksgruppen av företag omöjliggöres, kan inte ens en synnerligen ungefärlig överslagsberäkning över totalantalet tillverkade varuslag och kunder i olika kategorier utföras.

7. Delbransch 4: Företag tillverkande huvudsakligen herrunderkläder av trikå

A. Företagens uppdelning på storleksgrupper och undersökningens representativitet för dessa

Sjutton företag med ett sammanlagt tillverkningsvärde av nära fyra miljoner kronor tillverka huvudsakligen herrunderkläder av trikå. Liksom beträffande flertalet andra trikåvaror framställas herrunderkläder i betydande omfattning även av företag med blandad tillverkning.

Flertalet företag i denna delbransch äro till alldeles övervägande del inriktade på produktion av herrunderkläder; för två företag utgör dock tillverkningen av herrunderkläder endast två tredjedelar av totala tillverkningsvärdet.

Tabellen nedan visar de olika storleksgruppernas andel av totala tillverkningsvärdet och antalet företag samt hur stor andel av totala tillverkningen och antalet företag de siffermässigt analyserade företagen representera.

[1] I förekommande fall ovägda genomsnittsvärden.

Storleksgrupp	Samtliga företag				Siffermässigt analyserade företag		
	Tillverkningsvärde per företag milj. kr.	tillverkningsvärde		antal	i procent av samtliga företag		absolut antal
		miljoner kr.	andel i procent		tillverkningsvärde	antal	
0	0,07	0,7	18	10	—	—	—
1	0,2	0,6	16	3	100	100	3
2	0,6	2,4	66	4	71	75	3
0—2	0,22	3,7	100	17	63	35	6

Som framgår av tabellen är representativiteten för de siffermässigt analyserade företagen mycket olika för de olika storleksgrupperna. Storleksgrupp 0 med tio företag, svarande för 18 procent av totala tillverkningsvärdet eller 700 tusen kronor, har sålunda ej alls kunnat analyseras. Däremot äro de övriga storleksgrupperna förhållandevis väl representerade men det låga antalet företag medför betydande svårigheter i analysen, vars resultat bör bedömas med mycket stor försiktighet.

B. Komponenternas storlek för företagen i de olika storleksgrupperna[1]

På grund av analysens otillfredsställande representativitet och på grund av den mycket varierande storleken av olika komponenter kan någon tillförlitlig analys av samvariationen mellan olika komponenter icke utföras. En svag tendens kan kanske dock spåras till något ökad storlek för olika komponenter vid stigande tillverkningsvärde. Ökningen är dock, i den mån den är säker, liten i förhållande till stegringen av företagets storlek.

Varuområdet storlek

Uppgifter om varusortimentets storlek för olika företag ha ej kunnat erhållas utan endast om antalet tillverkade varuslag, varuområdets storlek. I produktionsstatistiken redovisas herrunderkläder som ett varuslag. I bilaga 2 till denna avdelning angivna 2—4 tillverkade varuslag per företag i olika storleksgrupper betyder att flertalet företag i någon utsträckning även tillverka andra varuslag än herrunderkläder.

Antalet kunder

Antalet kunder varierar avsevärt mellan olika företag men är för alla företag så stort att man även utan att känna storleksfördelningen mellan kunderna kan utgå från att intet företag för sin avsättning är beroende av en eller ett fåtal kunder.

[1] *I det följande i detta avsnitt angivna sifferuppgifter avse samtliga medianvärden.* Dock har per företag i hela delbranschen i förekommande fall vägt genomsnitt (vägt aritmetiskt medium) angivits — annars ovägda genomsnittsvärden (t. ex. antal kunder per företag).

Försäljningens fördelning på olika kundkategorier

Försäljning förekommer endast till detaljister och grossister. Företagen sälja *antingen* den alldeles övervägande delen av tillverkningen till detaljister *eller* till grossister. Den olika fördelningen av försäljningen till olika kundkategorier i de båda storleksgrupperna innebär därför endast att flera företag i den ena än i den andra storleksgruppen haft övervägande försäljning till endera kundkategorien. De i bilagorna 2 och 3 angivna uppgifterna äro därför icke representativa särskilt om hänsyn tages till det lilla antal företag, som kunnat siffermässigt analyseras.

Försäljningens storlek per kund i olika kategorier

Även försäljningens storlek per kund i olika kategorier varierar mycket avsevärt. Spridningen mellan de olika företagen är ungefär lika stor i båda kategorierna. Försäljningens storlek per detaljist ligger omkring 600 kronor och per grossist omkring 2—4 tusen kronor. De i bilagorna 2 och 3 angivna siffrorna kunna icke anses vara representativa.

Försäljningens storlek per försäljare

Försäljningens storlek per försäljare varierar avsevärt mellan olika företag. En viss tendens till stigande försäljning per försäljare vid stigande företagsstorlek kan iakttagas. Den är ungefär dubbelt så stor i den större storleksgruppen som i den mindre. Försäljningens storlek per försäljare (75 respektive 141 tusen kronor i de båda storleksgrupperna) antyder att, åtminstone i viss utsträckning, försäljarna även sälja andra varor än de av företaget tillverkade eller möjligen ha annan »extra-syssla».

Försäljningsområdets storlek

Samtliga företag redovisa försäljning över hela landet, ett dock icke i Norrland.

Lagertillverkningen är obetydlig. Tillverkningen på säsongorder utgör för samtliga företag två tredjedelar eller mera av tillverkningsvärdet. Tillverkningen på efterorder är icke särskilt betydande men dock avsevärt större än lagertillverkningen.

Tillverkningens fördelning på lager, säsong- och efterorder

Tillverkningsvärdets procentuella fördelning var:

	Försäljningsvärdeindex	Lager	Säsongorder	Efterorder
Storleksgrupp 1.....	**100**	(5)	(65)	(30)
» 2.....	310	5	85	10
» 1—2.....	(genomsnitt)	(10)	(73)	(17)

På grund av att endast ett litet fåtal företag kunnat siffermässigt analyseras, måste uppgiftsmaterialet anses vara synnerligen osäkert. Det är icke möjligt att genom en jämförelse mellan genomsnittsvärden och medianvärden bilda sig någon säker uppfattning om eventuell snedhet i fördelningen av de individuella värdena för de olika komponenterna. De uträknade uppgifterna visa emellertid, att skillnaderna mellan genomsnitts- och medianvärden äro betydande. Uppgiftsmaterialets bristfällighet förhindrar även utförande av ens ungefärliga överslagsberäkningar av antal tillverkade varuslag och antal kunder. Antalet detaljistkunder synes emellertid vara betydande, antagligen betydligt flera än 2 000 och antalet grossistkunder är ungefär 500.

8. Korta observationer beträffande delbranscher, vilka på grund av uppgiftsmaterialets bristfällighet endast delvis kunnat analyseras

Delbransch 5: *Företag tillverkande huvudsakligen herrstrumpor*

Endast fyra företag med någorlunda jämn storleksfördelning ha lämnat uppgifter. Av tretton företag med ett sammanlagt tillverkningsvärde av 1,6 miljoner kronor svara de tio minsta för mindre än en tredjedel av tillverkningsvärdet.

Tre fjärdedelar av försäljningen sker till grossister och återstoden till detaljister med ganska små variationer mellan företagen. Försäljningen per detaljist varierar så avsevärt att ingen typisk siffra kan nämnas; försäljningen per grossist är av storleksordningen två tusen kronor.

Ungefär två tredjedelar av tillverkningen sker på säsongorder, återstoden i ungefär lika stor omfattning på lager och efterorder.

Delbransch 6: *Företag tillverkande huvudsakligen herrytterplagg av trikå*

Endast två mindre företag ha lämnat uppgifter. Av de sex företagen i denna delbransch med ett sammanlagt tillverkningsvärde av 2,1 miljoner kronor svara de tre minsta, ungefär lika stora, företagen för en fjärdedel av totala tillverkningsvärdet; övriga tre alltså för tre fjärdedelar.

Försäljningen synes till större delen ske till detaljister, i övrigt praktiskt taget helt och hållet till grossister. Försäljningen per detaljist respektive grossist är av storleksordningen 400 respektive 800 kronor. Den alldeles övervägande delen av tillverkningen sker på säsongorder.

Delbransch 7: *Företag tillverkande huvudsakligen herr-, dam- och barnunderkläder i kombination*

Endast fem företag av ungefär samma storlek och med ett sammanlagt tillverkningsvärde av drygt 400 tusen kronor tillverka huvudsakligen herr-, dam- och barnunderkläder i kombination. Några uppgifter ha icke kunnat erhållas för denna delbransch.

Delbransch 8: *Företag tillverkande huvudsakligen herr-, dam- och barnstrumpor i kombination*

Av de åtta företagen i denna delbransch med ett sammanlagt tillverkningsvärde av 3,5 miljoner kronor svara de fem minsta för mindre än en tiondel av tillverkningsvärdet. Några uppgifter ha icke erhållits angående denna delbransch.

Delbransch 9: *Företag med blandad tillverkning av trikåvaror*

Fjorton företag med sammanlagt tillverkningsvärde av drygt 28 miljoner kronor ha hänförts till denna delbransch. Sju av företagen med ett tillverkningsvärde av högst 110 tusen kronor ha tillsammans ett tillverkningsvärde av 400 tusen kronor. Av återstående sju företag svarar ett för den övervägande delen av tillverkningsvärdet.

Endast två av de mindre företagen och fyra av de större ha lämnat uppgifter.

De mindre företagen förefalla sälja praktiskt taget uteslutande till grossister. Försäljningen per grossist är av storleksordningen 1 500 kronor. Den övervägande delen av tillverkningen sker på säsongorder.

Bland de större företagen överväger försäljningen till grossister men ett par företag redovisa en relativt betydande försäljning till detaljister. Försäljningen per detaljist varierar mycket avsevärt men understiger i allmänhet ett tusen kronor. Försäljningen per grossist är åtskilliga gånger större.

Den alldeles övervägande delen av tillverkningen sker på säsongorder. Lagertillverkningen är helt obetydlig.

Delbransch 10: *Företag tillverkande huvudsakligen trikåväv*

Av de till denna delbransch förda sju företagen med ett sammanlagt tillverkningsvärde av 0,8 miljoner kronor svara de fyra mindre företagen för endast en femtedel av tillverkningsvärdet. Övriga företag äro ungefär av samma storlek. Uppgiftsmaterialet tillåter i övrigt icke några observationer i denna delbransch.

Bilaga 1 (löpande nr 9).

Företagens produktion är i industrikommissionens statistik fördelad på följande varuslag:

Herrstrumpor
Damstrumpor
Barnstrumpor
Herrunderkläder
Dam- och barnunderkläder
Underkläder, ej spec.
Sockor och vantar (inklusive sportstrumpor)
Tröjor, gensare, herrvästar, slipovers, overalls m. fl. sportartiklar
Koftor, jumpers, damvästar, jackor etc.
Blusar, klänningar och dräkter
Barnöverplagg (byxor, kostymer m. m.)
Badartiklar
Trikåväv (för avsalu)
Diverse (skur-, disk-, putsdukar m. m.)

Uppgifter angående fördelningen av produktionen på andra varuslag än strumpor, underkläder och trikåväv ha icke kunnat erhållas från åtskilliga företag.

Distributionsstrukturen för vissa delbranscher inom trikåindustrien 1938.

Samtliga uppgifter äro medianvärden och avse endast siffermässigt analyserade företag.

Delbransch	Tillverkningsvärde per företag[1] milj. kr.	1 Storleksgrupp	2 Försäljningsvärde Index	3 Antal företag	4 Antal per företag tillverkade varuslag[2]	5 Försäljningsvärdets procentuella fördelning på detaljist	6 grossist	7 Antal kunder per företag[3] detaljist	8 grossist	9 Försäljning per kund[3] 1 000-tal kr. detaljist	10 grossist	11 de + gr	12 Försäljning per försäljare 1 000-tal kronor	13 Tillverkningsvärdets procentuella fördelning på lager	14 säsongorder	15 efterorder
Företag tillverkande huvudsakligen:																
I. **Trikåvaror för damer och barn**																
1. *Underkläder*	0,1	1	**100**	8	2	8	85	70	15	0,3	1,8	1,3	(48)	0	75	15
	0,3	2	410	10	2	50	40	212	20	1,0	3,6	2,3	160	5	75	20
	0,9	3	1 370	8	4	38	63	400	90	1,6	5,6	(2,3)	(218)	8	73	18
2. *Strumpor*	0,4	1	**100**	4	1	(20)	(80)	(30)	(20)	2,5	18,6	.	—	0	85	10
	3,5	2	720	4	3,5	(48)	(53)	(939)	(73)	2,2	29,2	.	696	8	83	10
3. *Ytterplagg (kofter, jumpers etc.)*	0,06	1	**100**	5	1,5	(100)	(0)	35	14	(1,0)	5,0	.	(45)	0	90	10
	0,2	2	300	4	3,5	(33)	(63)	300	28	(0,6)	5,8	.	159	2	63	28
II. **Trikåvaror för herrar**																
4. *Underkläder*	0,2	1	**100**	3	2	(15)	(85)	(268)	(25)	(0,7)	(2,3)	(1,8)	(75)	(5)	(65)	(30)
	0,6	2	310	3	4	(40)	(60)	(583)	(126)	(0,6)	(4,3)	(0,9)	(141)	5	85	10

[1] Alla till respektive storleksgrupper förda företag, ej endast de siffermässigt analyserade.

[2] Vilka varuslag, som avses, framgår av bil. 1 på sid. 362.

[3] Företag, vilka sakna försäljning till viss kategori och därför icke redovisa några kunder i denna kategori, ha uteslutits vid beräkningen av medianvärdet för antal kunder och försäljningen per kund i ifrågavarande kategori.

Distributionsstrukturen för vissa delbranscher inom trikåindustrien 1938.

Samtliga uppgifter äro vägda genomsnitt respektive, i förekommande fall, ovägda genomsnitt.

Delbransch	Tillverkningsvärde per företag[1] milj. kr.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
		Storleksgrupp	Försäljningsvärde Index	Antal företag	Antal per företag tillverkade varuslag[2]	Försäljningsvärdets procentuella fördelning på		Antal kunder per företag[3]		Försäljning per kund 1 000-tal kr.			Försäljning per försäljare 1 000-tal kronor	Tillverkningsvärdets procentuella fördelning på		
						detaljist	grossist	detaljist	grossist	detaljist	grossist	de + gr		lager	säsongorder	efterorder
Företag tillverkande huvudsakligen:																
I. **Trikåvaror för damer och barn**																
1. *Underkläder*	0,4	1—3	justerade[4]	**52**	**2,9**	**35**	**62**	**208**	**61**	**1,1**	**5,0**	**2,2**	**288**	**10**	**72**	**18**
	0,4	1—3		**26**	**3,0**	**35**	**63**	**231**	**66**	**1,2**	**5,4**	**2,3**	**235**	**9**	**71**	**20**
	0,1	1	**100**	8	2,5	29	68	122	36	0,3	1,8	0,8	(53)	7	65	28
	0,3	2	340	10	2,6	38	54	204	41	0,9	4,3	1,7	105	9	73	18
	0,9	3	1 392	8	4,0	35	65	349	129	1,6	6,8	(3,1)	(352)	10	72	18
2. *Strumpor*	1,6	1—2		**8**	**3,0**	**(36)**	**(62)**	**(432)**	**(56)**	**2,3**	**26,0**	.	**1 004**	**4**	**89**	**7**
	0,4	1	**100**	4	1,5	(35)	(45)	(138)	(30)	1,2	9,5	—	—	8	85	7
	3,5	2	904	4	4,5	(36)	(64)	(825)	(90)	2,5	30,2	.	1 004	4	89	7
3. *Ytterplagg (koftor, jumpers etc.)*	0,14	1—2		**9**	**3,6**	**(48)**	**(50)**	**189**	**27**	**(0,6)**	**5,2**	**1,1**	**115**	**4**	**75**	**21**
	0,06	1	**100**	5	3,0	(69)	(31)	134	14	(0,5)	5,0	.	(46)	7	82	11
	0,2	2	286	4	4,3	(39)	(58)	300	35	(0,6)	5,3	.	162	2	71	27
II. **Trikåvaror för herrar**																
4. *Underkläder*	0,4	1—2		**6**	**3,0**	**(40)**	**(60)**	**(425)**	**(72)**	**(0,6)**	**(4,4)**	**(1,3)**	**(139)**	**(10)**	**(73)**	**(17)**
	0,2	1	**100**	3	1,7	(35)	(65)	268	(39)	(0,4)	(3,6)	(1,0)	(67)	(5)	(65)	(30)
	0,6	2	304	3	4,3	(41)	(59)	(583)	(126)	(0,7)	(4,7)	(1,4)	(178)	10	75	15

[1] Alla till respektive storleksgrupper förda företag, ej endast de siffermässigt analyserade.

[2] Vilka varuslag, som avses, framgår av bil. 1 på sid. 362.

[3] Företag, vilka sakna försäljning till viss kategori och därför icke redovisa några kunder i denna kategori, ha uteslutits vid beräkningen av vägda genomsnittet för antal kunder i ifrågavarande kategori.

[4] Genomsnittsvärdena i denna rad äro justerade med hänsyn till den varierande representativiteten i nedan angivna storleksgrupper.

Kap. 8. DEN SVENSKA KONFEKTIONS- OCH SÖMNADSINDUSTRIENS STRUKTUR

I. Sammanfattning

Liksom den svenska trikåindustrien är den svenska konfektions- och sömnadsindustrien synnerligen mångskiftande. Den använda tekniken är dock icke lika olikartad som i trikåindustrien. Alla fabriker utföra tillskärning och sömnad av vävnader, men sömnaden har mycket olika karaktär i olika delar av industrien. Denna tillverkar ett mycket stort antal plagg i ett stort antal material och i ett stort antal storlekar. De tillverkade varornas användningssätt hos konsumenten är synnerligen skiftande liksom strukturen hos den handel, som distribuerar de tillverkade varorna.

Den starka heterogeniteten inom konfektions- och sömnadsindustrien och det mycket stora antalet företag i denna — antalet av kommerskollegium redovisade företag översteg år 1938 500 — medför mycket stora svårigheter att erhålla en någorlunda verklighetstrogen och samtidigt översiktlig bild av konfektions- och sömnadsindustriens struktur. En ytterligare svårighet för analysen har varit att uppgiftsmaterialet icke medgivit en kartläggning av produktionsstrukturen på samma sätt som skett beträffande ylle- och bomullsindustrierna.

Särskilt betänklig är avsaknaden av uppgifter om varusortimentets storlek. Ett tämligen nära samband mellan vissa komponenter i distributionsstrukturen och i produktionsstrukturen, och då särskilt varusortimentets storlek, synes nämligen föreligga — att döma av analysen av ylle- och bomullsindustriernas struktur och diskussioner med branschmän.

Vid samtal med experter inom branschen har framkommit, att varusortimentets storlek otvivelaktigt ökar vid växande företagsstorlek men icke på långt när så hastigt som företagets storlek. Kanske mera än i någon annan textil industri synas, med vissa undantag, de små företagen vara inriktade på en mångsidig tillverkning i korta serier och de stora, särskilt de största, på framställning av relativt standardiserade varor i långa serier. Undantag finnas dock.

Bland de stora men icke de största företagen förefaller det dock som om två olika principer tillämpades vid tillverkningen. Antingen medgivas

inga eller mycket enstaka undantag från standardutförande enligt fabrikens kollektion, som då vanligen är förhållandevis stor, eller inriktar man sig på att efter kundernas önskningar vidtaga de (förhållandevis små) förändringar av utformningen av utförandet enligt den vanligen relativt begränsade kollektionen.

En annan möjlighet till variation av tillverkningen utgör de så kallade måttbeställningarna, vilka hos vissa företag inom den tyngre konfektionen äro av mycket betydande omfattning.

På samma sätt som beträffande övriga textila industriers artiklar ha olika företags tillverkningar ofta olika »karaktär» oavsett kvalitetsskillnaden. Detta förefaller dock icke vara lika utpräglat som inom andra textila industrier, och ett relativt litet antal större konfektionärer synes kunna tillfredsställa en detaljhandlares behov av olika smakriktningar.[1] Integration i någon form med detaljhandeln är också inom den tyngre konfektionen ojämförligt mycket vanligare än inom någon annan textil industri eller del därav.

En stor del av den betydande ökningen av textilvarukonsumtionen[2] under 1930-talet försiggick samtidigt med och tog sig uttryck i en mycket markerad ökning av konsumtionen av konfektionsvaror. Den inhemska produktionen av konfektionsvaror ökade i samma takt som — eller något hastigare än — konsumtionen därav. Behovet av konfektionsvaror täcktes mot slutet av 1930-talet i stort sett helt och hållet av inhemsk produktion utom i fråga om hattar och mössor, av vilka en avsevärd import ägde rum.

Produktionsutvecklingen var mycket olika för olika delar av industrien. Produktionen av tyngre herrkonfektion liksom av skjortor och pyjamas o. dyl. fördubblades i det närmaste under 1930-talet, produktionen av dambeklädnadsartiklar mer än fördubblades, medan t. ex. tillverkningen av arbetskläder steg relativt litet.

En även relativ ökning av tillverkningen i de lägre prislägena synes ha ägt rum.

Produktionsökningen för konfektionsvaror har i stort sett skett samtidigt med en motsvarande ökning av antalet företag — varvid antalet mycket små och antalet stora företag stigit betydligt hastigare än antalet medelstora företag.

Nedan lämnade uppgifter avse år 1938, som synes ha varit ett för den expanderande konfektions- och sömnadsindustrien typiskt år.

[1] I fråga om de i plaggen ingående vävnaderna kan ett stort sortiment tillverkas utan större svårigheter, då vävnadssortimentets storlek påverkar produktionen i konfektionsfabrikerna relativt obetydligt.

[2] Mätt som värdet av inhemsk produktion plus nettoimport vid oförändrade priser under respektive år. Konsumtionen av alla textilvaror avsedda för beklädnad steg under 1930-talet med mer än en tredjedel.

1. Totalproduktionens fördelning på varugrupper och varuslag

På grund av de stora olikheterna mellan de av konfektions- och sömnadsindustrien tillverkade varugrupperna och varuslagen kunna jämförelser mellan produktionens storlek i olika varugrupper och varuslag endast utföras med hjälp av tillverkningsvärdet (salutillverkningsvärdet).

Den totala tillverkningen av konfektions- och sömnadsartiklar uppnådde under år 1938 ett värde av 250 miljoner kronor, varjämte hattar, mössor och vissa specialartiklar framställdes till ett värde av ungefär 25 miljoner kronor. Den utan all jämförelse största varugruppen med ett produktionsvärde av mer än 100 miljoner kronor, varav drygt hälften utgjordes av kompletta kostymer, var herrkonfektionen, d. v. s. kostymer, delar därav och överplagg. Även damkonfektionen var av betydande omfattning. Dess tillverkningsvärde, som till mer än hälften föll på kappor och ulstrar, var omkring 50 miljoner kronor, medan tillverkningsvärdet för all barnkonfektion stannade vid knappt 12 miljoner kronor.

Bland den lättare konfektionen, vars sammanlagda produktionsvärde var cirka 60 miljoner kronor, föll den största delen eller närmare 25 miljoner kronor på skjortor och pyjamas. Efter denna följde korsetter o. dyl. med 8 miljoner kronors tillverkningsvärde, sängkläder, för vilka tillverkningsvärdet var något lägre, samt kravatter, slipsar o. dyl. med ett sammanlagt tillverkningsvärde av drygt 5 miljoner kronor.

Produktionen av arbets- och överdragskläder, som är kvantitativt mycket betydande, hade endast ett värde av ungefär 14 miljoner kronor.

2. Totalproduktionens fördelning på olika grupper av företag

Närmare hälften av tillverkningsvärdet i konfektions- och sömnadsindustrien faller på företag, som huvudsakligen tillverka herrkonfektion d. v. s. kostymer, överplagg o. dyl., och ungefär vardera en sjundedel på företag tillverkande huvudsakligen damkonfektion respektive beklädnadsartiklar (damunderkläder, korsetter, skjortor och pyjamas o. s. v.). Vardera cirka sju procent av industriens totala tillverkningsvärde faller på företag tillverkande huvudsakligen hattar och mössor respektive ett mycket stort antal konfektions- och sömnadsartiklar av olika slag, s. k. blandad tillverkning.

Ehuru ett betydande antal företag finnes inom varje del av industrien spela de stora företagen en mycket betydande roll, dock icke lika stor som inom bomulls- och ylleindustrierna. Av de 70 företag, som huvudsakligen tillverka kostymer och överplagg, svara exempelvis de tolv största företagen för mer än hälften av hela tillverkningen, de 33 minsta för mindre än en tiondel av denna; av 31 företag, som huvudsakligen tillverka dam-

kappor, svara de åtta största för tre fjärdedelar av tillverkningsvärdet, och ungefär samma proportioner föreligga beträffande damklänningar och blusar; av 40 företag, som huvudsakligen framställa skjortor och pyjamas respektive hattar och mössor, svara halva antalet största företag för ungefär 90 procent av hela tillverkningsvärdet. Gränserna mellan industri och hantverk äro emellertid mycket svåra att draga, särskilt beträffande de tre sistnämnda delbranscherna.

Företagens storlek varierar också avsevärt mellan olika delbranscher och minskar, då delbranschens storlek (totala tillverkningsvärdet) minskar.

3. Differentieringen av företagens produktion

Om differentieringen av företagens produktion mätes efter storleken av produktionen per varuslag, d. v. s. artiklar med samma men relativt stora användningsområde såsom manskostymer, gosskostymer, skjortor och pyjamas, visar det sig, att det stora flertalet företag med den övervägande delen av totalproduktionen ha en tämligen specialiserad tillverkning. De allra flesta företagen inom t. ex. herrkonfektionsbranschen framställa två à tre varuslag till 90 procent av tillverkningsvärdet, medan inom damkonfektionsbranschen det stora flertalet företag framställa ett eller ett litet fåtal varuslag till 80 procent av tillverkningsvärdet. Ett antal stora företag med mycket blandad tillverkning finnes dock. Företag, som ha blandad tillverkning av herrkonfektion, svara sålunda för ej mindre än en sjättedel av hela tillverkningsvärdet för herrkonfektion och företag, vilka redovisa en blandad tillverkning av varjehanda slag av konfektions- och sömnadsartiklar, redovisa ungefärligen lika stort tillverkningsvärde eller sju procent av tillverkningsvärdet inom hela konfektions- och sömnadsindustrien.

4. Varusortimentets storlek och tillverkningsseriernas längd

I fråga om produktionens uppdelning på modeller saknas direkta uppgifter men att döma av uttalanden av branschexperter liksom av ett studium av antal tillverkade mönster i ylle- och bomullsindustrierna och dessa industriers försäljningsstruktur, förefaller antalet använda vävnadsmönster och -kvaliteter vara mycket betydande. Detta synes stiga vid stigande företagsstorlek men i långsammare takt. Antalet tillverkade plagg per modell (alltså oavsett vävnadsmönstret) torde variera starkt mellan olika företag beroende på olika försäljningspolitik. En tendens till ökning av antalet plagg per modell vid stigande företagsstorlek synes finnas.

5. Tillverkningens fördelning på olika orderslag och på olika delar av året

Lagertillverkningen är över huvud taget obetydlig utom i fråga om företag tillverkande skjortor och pyjamas respektive arbetskläder, för vilka den utgör en sjättedel respektive en tredjedel av hela tillverkningsvärdet. Tillverkningen på säsongorder uppgår i stort sett till tre fjärdedelar av hela tillverkningsvärdet: något mera för lättare konfektionsartiklar med undantag för nyssnämnda delbranscher och något mindre för tyngre konfektionsartiklar.

Tillverkningen av tyngre konfektion på säsongorder är betydligt lägre för höga prislägen, där tillverkningen på efterorder, varav antagligen en betydande del utgöres av s. k. måttkonfektion, i stället är avsevärd, ungefär 40 procent av hela tillverkningen. Tillverkningen på efterorder uppgår i övrigt till ungefär en femtedel av hela tillverkningsvärdet utom beträffande skjortor och pyjamas samt arbetskläder, där den är avsevärt mindre. Troligen är, i likhet med herrkonfektion, tillverkningen på efterorder relativt högre vid höga prislägen. Det statistiska materialet är emellertid för litet för att detta skall kunna konstateras.

Uppgifterna angående tillverkningens fördelning under olika delar av året äro schematiska och därtill mycket bristfälliga.[1] Belastningsvariationerna synas växla starkt såväl mellan olika delbranscher som inom samma delbransch. I fråga om herrkonfektion förefalla belastningsvariationerna under olika delar av året vara relativt begränsade för flertalet företag och mindre för stora än för medelstora och små företag. Som ä att vänta är tillverkningen, mätt i värde, större under den största tillverkningsmånaden på hösten än på våren. Tillverkningsvärdet under den största tillverkningsmånaden under våren synes utgöra något sådant som en tiondel av det årliga tillverkningsvärdet, tillverkningsvärdet under största tillverkningsmånaden på hösten mellan en åttondel och en niondel. Belastningsvariationerna äro således relativt små trots lagertillverkningens ringa storlek.

Leveranserna äro icke utpräglat ojämnare fördelade under året än tillverkningen.

Uppgiftsmaterialet är mycket otillfredsställande för övriga delar av konfektions- och sömnadsindustrien. Man kan emellertid iakttaga ungefär samma tendenser för tyngre och lättare damkonfektion, barnkonfektion ävensom för skjortor och pyjamas samt hattar och mössor som för herrkonfektion. Belastningens variationer under året synas dock i allmänhet vara något större och framför allt mera växlande mellan olika företag.

[1] På grund av uppgiftsmaterialets bristfällighet ha belastningsvariationerna endast kunnat analyseras tämligen ytligt och ha endast berörts här.

köp från inhemska tillverkare. Uppgiftsmaterialet är dock mycket litet och bristfälligt beträffande denna delbransch.

I fråga om företag tillverkande hattar etc. är tendensen omkastad. De små företagen importera icke mindre än hälften av sina råvaror, de stora endast drygt en tiondel, de små företagen inköpa vardera en fjärdedel av råvarorna från inhemska grossister och tillverkare, medan de stora företagen inköpa fyra femtedelar av råvarorna från inhemska tillverkare. Den större importen hos de små företagen torde delvis bero på att dessa inköpa halvfabrikat i större utsträckning än de stora företagen.

Beträffande företag tillverkande skjortor och pyjamas kan en relativt större import iakttagas hos de små företagen, som anskaffa ungefär hälften av sina råvaror genom import och hälften genom inköp från inhemska tillverkare. Motsvarande siffror för de medelstora och stora företagen i denna grupp är en femtedel och fyra femtedelar. Orsaken till den större importen hos de små företagen torde delvis vara att dessas tillverkning är mera inriktad på specialiteter och på högre prislägen än flertalet stora företags. En reservation för uppgiftsmaterialets tillförlitlighet måste emellertid göras.

8. Antal kunder och försäljningens storlek per kund och per försäljare

Både försäljningens storlek per kund och antalet kunder varierar för företag tillverkande olika huvudslag av konfektionsartiklar beroende dels på distributionsapparatens (handelns) utformning, vilken i sin tur påverkas bl. a. av konsumtionsvanorna, och dels på konsumtionsvanorna i och för sig. Därjämte varierar försäljningen per kund med en rad komponenter i strukturen.

Försäljningen per kund minskar liksom företagens genomsnittsstorlek vid sjunkande totalt konsumtionsvärde för varuslaget eller gruppen av varuslag i fråga (minskande varuområde). Försäljningen per detaljist uppgår exempelvis endast till 300—600 kronor för hattar och mössor respektive hängslen och kravatter, men till 4 000—5 000 kronor för damklänningar, 3 000—11 000 kronor för damkappor och 2 000—15 000 kronor för herrkostymer. Även om dessa typtal äro i hög grad ungefärliga, synas de dock visa en klar tendens.

Inom varje grupp av företag kan en tendens till avsevärt ökad försäljning per kund vid ökad företagsstorlek iakttagas. Ökningen av försäljningen per kund är i själva verket för de mera betydande delbranscherna utom damklänningar, skjortor och pyjamas samt hattar och mössor mycket stark och betydligt starkare än ökningen av antalet kunder. Någon minskad stegringstakt för försäljningen per kund även vid starkt stigande företagsstorlek kan icke iakttagas. Ökat motstånd vid ianspråktagande av större del av marknaden kan därför icke konstateras på samma

sätt som i fråga om ylle- och bomullsindustriernas försäljning av vävnader.

Även försäljningen per försäljare stiger ungefär i oförändrad takt även vid en stark stegring av företagets storlek — ungefär parallellt med försäljningen per kund.

Ehuru enstaka företags andel av marknaden icke är särskilt betydande, är det dock anmärkningsvärt att försäljningen per kund respektive per försäljare kan stiga så starkt vid stigande företagsstorlek — den är oftast åtskilliga gånger större för de stora än för de små företagen. Denna tendens kan iakttagas för nästan alla delbranscher i textil- och beklädnadsindustrien men är särskilt utpräglad inom den »egentliga konfektionsindustrien». Frågan är huruvida icke denna utveckling måste ses mot bakgrunden av att företagen öka sin tillverkning vid ökade avsättningsmöjligheter, som kan sägas ha utgjort en primär utvecklingsfaktor. Skulle i stället ökningen av tillverkningen varit det primära — man har först ökat kapaciteten och sedan sökt anpassa försäljningen därefter — synes man med hänsyn till marknadens trots allt begränsade storlek kunna vänta en minskning av försäljningen per kund (eller minskning av stegringstakten) vid stigande företagsstorlek — särskilt som varusortimentets tillväxt synes vara relativt måttlig. En större försäljning skulle nämligen nödvändiggöra dennas »utspridning» till ett större antal och därmed mindre kunder — antalet stora kunder är begränsat — och även till stora kunder, som endast köpa en del av sortimentet. I viss mån motsäges emellertid denna hypotes av det faktum att inom beklädnadsindustrien, till skillnad från ylle- och bomullsindustrierna, ökningen av totalproduktionen i stor utsträckning skett genom en ökning av antalet företag och endast i mindre grad genom ökning av produktionen per företag.[1] I själva verket torde konsumtionen av många viktiga grupper av konfektionsartiklar ha stigit så hastigt under 1930-talet att de »äldre» fabrikerna i stor utsträckning inriktat sig på att tillfredsställa den av konsumtionsökningen föranledda ökade efterfrågan från de »gamla kunderna». Nya fabriker ha i stället i stor utsträckning sålt till nya kunder (nystartade butiker eller butiker som börjat sälja en viss grupp konfektionsvaror). Härigenom ha skillnaderna i försäljningens storlek per kund snarast accentuerats mellan fabriker av olika storlek (och ålder). Både de gamla fabrikerna och de gamla kunderna ha haft de relativt största expansionsmöjligheterna.

Som redan framhållits ökar inom flertalet delbranscher försäljningens storlek per kund mycket hastigt — betydligt snabbare än antalet kunder — vid växande företagsstorlek. Då samtidigt skillnaderna i storlek mellan företagen i samma delbransch ofta äro mycket betydande, föreligga synnerligen stora variationer i försäljningens storlek per kund. Medianföretaget i den minsta storleksgruppen i delbranschen kostymer

[1] Se härom vidare avsnitt 15 i kapitel 4.

och överplagg redovisade sålunda en försäljning per detaljist av mindre än 2 000 kronor men i den största storleksgruppen inemot 15 000 kronor. Samtidigt steg antalet kunder från 120 till ungefär 350. Inom delbranschen företag tillverkande huvudsakligen damkappor steg försäljningen per detaljist från cirka 3 000 kronor till cirka 11 000 kronor, samtidigt som antalet kunder ungefär fördubblades eller från närmare 100 till närmare 200. Lägsta försäljningen per detaljist och samtidigt det största antalet kunder visade företag, som huvudsakligen sälja hattar och mössor. Försäljningen per detaljist varierade mellan 300 och 700 kronor, antalet kunder mellan 150 och 1 000.

Försäljningen per försäljare varierar med försäljningen per kund men ofta icke i lika hög grad. I den största delbranschen, företag tillverkande kostymer och överplagg, varierade den t. ex. från mindre än 200 000 kronor i den minsta storleksgruppen till omkring 1 miljon kronor i den största storleksgruppen. Försäljningen per försäljare var relativt liten i flera delbranscher. Minst var den i delbranschen företag tillverkande hattar och mössor, där den låg mellan ungefär 50 000 och närmare 200 000 kronor, och minst i förhållande till försäljningens storlek per kund i delbranschen företag tillverkande huvudsakligen damklänningar.

Över huvud taget förefaller antalet kunder per försäljare vara lågt och vanligen, som är att vänta, minska, då försäljningen per kund ökar. I den största delbranschen uppgick sålunda antal kunder per försäljare till 150 i den minsta storleksgruppen men endast till ungefär 80 i de största storleksgrupperna.

Det sammanlagda antalet detaljistkunder för samtliga företag är mycket stort i flera delbranscher. I den största av dessa, företag framställande huvudsakligen kostymer och överplagg, uppgick totala antalet detaljister till närmare 15 000. Även om en viss del av produktionen i denna delbransch försäljes till ett stort antal detaljister, vilka icke äro renodlade konfektionsaffärer, är det uppenbart, att i genomsnitt varje konfektionsaffär samtidigt köper från åtskilliga konfektionsfabriker i denna delbransch. Antalet detaljaffärer, som huvudsakligen föra huvudvarorna inom denna delbransch, överstiger sålunda sannolikt icke 1 000. Även inom många andra delbranscher är det sammanlagda antalet kunder mycket stort. Det uppgick exempelvis i delbransch 11, bestående av 40 företag tillverkande huvudsakligen skjortor och pyjamas, till 10 000 detaljister och närmare 1 000 grossister.

9. Produktionens storlek per arbetaretimme

På grund av den heterogena produktionen inom industrien äro svårigheterna att mäta produktionens storlek per arbetaretimme mycket stora. Ett försök har dock gjorts i fråga om manskostymer, damkappor och dam-

klänningar. Det visar sig att någon tydlig samvariation mellan företagens storlek och produktionen per arbetaretimme icke kan konstateras. Dock visa samtliga mycket stora företag, tillverkande huvudsakligen manskostymer respektive damkappor, betydligt högre produktion per arbetaretimme än flertalet små företag. Några små företag förefalla emellertid ha lika hög produktion per arbetaretimme som de stora företagen. Variationen i produktionen per arbetaretimme mellan olika företag är relativt betydande. Den ligger ungefär femtio procent högre för företag med hög än med låg produktion per arbetaretimme i fråga om manskostymer och hundra procent i fråga om damkappor.

Företag, vilka huvudsakligen tillverka damklänningar, redovisa från tre till sju arbetaretimmar per plagg. Något samband mellan produktionen per arbetaretimme och företagets storlek kan över huvud taget icke iakttagas; däremot en nära parallellitet mellan tillverkningsvärde och antal arbetaretimmar per plagg.

Den olika arbetsåtgången vid tillverkning av här behandlade plagg synes ganska mycket bero på olikheterna i utförandet särskilt i fråga om klänningar. Uppgiftsmaterialet har icke medgivit någon kartläggning av dessa olikheter, som endast delvis framgå av variationerna i tillverkningsvärdet per plagg.

II. Konfektions- och sömnadsindustriens utveckling under 1930-talet[1]

1. Produktion och import

Produktionen av alla slag av konfektionsartiklar ökade mycket starkt under 1930-talet. Stegringen av produktionen var betydligt större än för vävnader. En icke obetydlig förskjutning av konsumtionen av textilvaror mot konfektionsvaror ägde rum.

Någorlunda detaljerad redovisning av produktionen finnes först från och med 1931. Tillverkningsvärdet för såväl herr-, dam- och barnkon-

[1] Samtliga i denna avdelning lämnade uppgifter äro hämtade ur kommerskollegii officiella statistik samt den av socialstyrelsen publicerade »Lönestatistisk Årsbok». Någorlunda detaljerad produktionsstatistik, som dock även denna är tämligen schematisk, finnes först från år 1931, och uppgifter om import och export finnas endast uttryckta i vikt och värde och äro alltså synnerligen schematiska. På grund av utrikeshandelns mycket ringa storlek på detta område försämrar dock detta icke möjligheterna att överblicka utvecklingen alltför mycket. Av större betydelse äro de synnerligen stora svårigheterna att erhålla en uppfattning om vad förändringar i kvaliteter och utföranden av i statistiken angivna varuslag betyda liksom att få ett ens ungefärligt mått på storleken av den totala produktionen på grund av dennas betydande heterogenitet i flera avseenden.

fektion som övrig konfektion visade någon uppgång mellan 1929 och 1930 men sjönk under 1931 ned till ungefär samma nivå som 1929. Samtidigt inträffade emellertid en viss sänkning av priserna på textilvaror. Delposten beklädnad i levnadskostnadsindex sjönk sålunda med fem procent. I vilken omfattning *fabriks*priserna på konfektions- och sömnadsindustriens artiklar föllo kan icke bedömas men troligen var prisfallet större än vad levnadskostnadsindex visar för detaljhandelspriserna. Partiprisindex sjönk sålunda för *alla* konsumtionsvaror mellan 1929—1931 med drygt tjugo procent, medan generalindexet för levnadskostnaderna endast sjönk med ungefär åtta procent. Om man antager att fabrikspriserna på konfektionsartiklar sjönk med ungefär en tiondel, skulle produktionen av konfektions- och sömnadsartiklar, i kvantiteter räknat, 1931 ligga på i runt tal tio procents högre nivå än 1929.

Som framgår av nedanstående tabell ökade produktionen av viktigare konfektionsartiklar mycket väsentligt under perioden 1931—1939[1] men ökningen var mycket olika för olika artiklar. Det må framhållas att en jämförelse mellan värdeökningen och kvantitetsökningen icke visar prisutvecklingen, då värdeökningen påverkas av såväl prisförändringar som av förändringar i kvalitet o. dyl.

Varuslag	Procentuell ökning av produktionen 1931—1939	
	kvantitet (st.)	värde
Herrkonfektion (huvudsakligen »tyngre»)	.	**85**
Kostymer	120	96
Överplagg	34	51
Udda plagg	190	294
Arbets- och överdragskläder	28	10
Damkonfektion	.	**110**
Kappor, ulstrar	126	62
Blusar, klänningar, överdragskläder m. m.	230	190
Skjortor och pyjamas	**80**	**111**

Produktionen av hattar och mössor etc. steg under 1930-talet relativt obetydligt.

Importen av konfektionsartiklar spelar förhållandevis liten roll. Nettoimportvärdet för konfektionsartiklar utgjorde under 1939 mindre än en tiondel av värdet av nettoimporten plus inhemska produktionen därav. Nästan hela importen utgjordes av annat än yllekonfektion. Införseln av hattar, mössor o. dyl. var mycket betydande. Den utgjorde mot slutet av 1930-talet ungefär två tredjedelar av den inhemska tillverkningen, i värde räknat.

[1] Se också nästa sida, sista stycket.

2. Produktionens storlek per arbetsställe och per arbetaretimme samt arbetskraftens sammansättning

Den starka produktionsökningen har försiggått samtidigt med en betydande stegring av antalet företag och antalet arbetsställen. Antal arbetsställen såväl som antal företag ökade ungefär i samma takt som totalproduktionen. Det är emellertid omöjligt att erhålla några säkra uppgifter härom, emedan endast företag utöver en viss storlek redovisas i kommerskollegii statistik. Detta torde vara av väsentlig betydelse, emedan antalet företag vid »redovisningsgränsen» synes vara stort. I nästa avdelning (III) beröres närmare utvecklingen av företagsstorlekarna under 1930-talet.

Ett försök har gjorts att utröna inverkan av företagets ålder på företagets storlek genom att jämföra tillverkningsvärdet för företag med ungefär samma produktionsinriktning men av olika ålder. Det visar sig emellertid att ingen tydlig samvariation föreligger för de företag, som kunnat undersökas, d. v. s. med huvudsaklig tillverkning av kostymer och överplagg, skjortor och pyjamas respektive damklänningar.

Det må dock framhållas att av de företag, vilka enligt uppgift började sin verksamhet 1928 eller senare, 46 företag år 1938 hade ett tillverkningsvärde understigande och endast fem ett tillverkningsvärde överstigande miljonen, medan av företag, vilkas verksamhet startades före 1928, 35 företag under 1938 hade ett tillverkningsvärde understigande och 24 ett tillverkningsvärde överstigande miljonen. Tendensen var ungefär densamma för vardera av de tre grupperna av undersökta företag.

På grund av tidigare berörda brister i redovisningen böra starka reservationer göras mot den utförda analysen. Den synes dock visa att äldre företag i viss utsträckning äro större än yngre företag men att en betydande del av produktionsökningen under 1930-talet uppkommit genom startandet av nya företag. Understrykas bör också att stora felmöjligheter kunna föreligga vid mätandet av företagets ålder, emedan uppgifter härom kunna avse det år företaget ombildades eller någon annan enbart formell förändring vidtagits.

På grund av såväl det stora antalet hemarbetare, vilket starkt försvårar uppskattningen av antalet arbetaretimmar, som svårigheterna att mäta produktionens storlek är det icke möjligt att utföra någon mera noggrann beräkning av förändringarna av produktionens storlek per arbetaretimme.

Kommerskollegium har i Kommersiella meddelanden publicerat uppgifter om sömnadsindustriens produktionsvärde under olika år i 1935 års priser. Detta steg med 54 procent under perioden 1931—1935 och med 124 procent under perioden 1931—1939. Totalantalet arbetaretimmar, beräknat med ledning av kommerskollegii uppgifter såsom summan av antal

timmar för egentliga fabriksarbetare och övriga arbetare samt antal hemarbetare multiplicerat med tusen, steg under perioden 1931—1935 med 41 procent och under perioden 1931—1939 med 89 procent. En icke oväsentlig starkare ökning av produktionen än av antalet arbetaretimmar har alltså enligt dessa uppgifter ägt rum särskilt under senare hälften av 1930-talet.

Några mera betydande förändringar i arbetskraftens sammansättning[1] ha icke ägt rum i fråga om egentliga fabriksarbetare. Under hela perioden utgjorde antalet vuxna kvinnliga arbetare cirka 85 procent av samtliga egentliga fabriksarbetare. Antalet arbetare under 18 år sjönk något, och antalet vuxna manliga arbetare steg i motsvarande grad. En betydande tillväxt av antalet hemarbetare redovisas. Antalet av övriga arbetare utförda timmar mer än fördubblades men utgjorde dock 1939 icke mera än tre procent av samtliga arbetaretimmar.

Ehuru sålunda i stort sett inga mera betydande förändringar i arbetskraftens sammansättning ägt rum, är dock siffermaterialet i övrigt så osäkert att uppskattningen av »produktivitetens» utveckling icke skall pressas för hårt. Dels måste av naturliga skäl alla omräkningar av produktionsvärden under olika år till ett visst års priser bliva ganska ungefärliga mått på den producerade kvantitetens utveckling under en period med stark ökning av produktionen och stora förändringar i dennas sammansättning. Dels måste beräkningen av antalet hemarbetaretimmar nödvändigtvis bliva mycket approximativ. Redovisningen av antalet hemarbetare är i och för sig osäker, vartill kommer att antalet arbetstimmar per hemarbetare endast kan gissningsvis uppskattas — det torde variera avsevärt mellan olika delar av industrien liksom under olika tidsperioder. Svårigheterna att jämföra hemarbetaretimmar med fabriksarbetaretimmar äro också synnerligen stora. Några säkrare hållpunkter för det tidigare antagandet att ett »hemarbetareår» motsvarar 1 000 fabriksarbetaretimmar saknas alltså.

Slutligen må också framhållas att ökningen av produktionen per arbetaretimme till en del icke torde framkomma i den statistiska redovisningen,

[1] I industristatistiken (kommerskollegium) redovisas endast antalet timmar för »vid fabrikationen sysselsatta arbetare exklusive hemarbetare» samt för »övriga arbetare». Någon vidare uppdelning på olika arbetarekategorier finnes icke, endast antalet arbetare i dessa.

Förändringar av arbetskraftens sammansättning ha i det följande beskrivits genom angivande av de relativa förändringarna i antalet arbetare i olika kategorier. Då skillnaderna i antalet arbetaretimmar per år och arbetare mellan olika kategorier voro i det närmaste lika stora under hela undersökningsperioden (1929—1939) har totala antalet *arbetaretimmar* i olika kategorier förändrats i samma grad som antalet arbetare. Uppgifter om antalet arbetaretimmar per år för arbetare i olika kategorier ha hämtats ur Lönestatistisk Årsbok. Dessa uppgifter omfatta icke alla företag men synas ha god representativitet. Antalet arbetaretimmar per år är ungefär detsamma för alla arbetarekategorier. För arbetare under 18 år redovisas dock något lägre antal timmar per år.

emedan den ägt rum samtidigt med en förbättring av plaggens utförande, varigenom arbetsåtgången per plagg ökat och därmed även förädlingsvärdets andel av totala tillverkningsvärdet.

I det följande har 1938 valts som undersökningsperiod. Till skillnad från övriga textila industrier inträdde ingen avmattning av produktionen inom konfektions- och sömnadsindustrien under 1938. Den pågående stegringen av totalproduktionen fortsatte, ehuru i långsammare takt än tidigare. 1938 synes emellertid vara ett tämligen typiskt förkrigsår för denna i olika avseenden expanderande industri, vars ökning av den totala produktionen under 1930-talet var större än för någon annan textil industri.

III. Konfektions- och sömnadsfabrikernas (arbetsställenas) fördelning på storleksgrupper efter antal arbetare åren 1930, 1935 och 1940

Kommerskollegium publicerar vart femte år i »Industri» uppgifter om dels antal arbetsställen i olika storleksgrupper, mätt efter antal arbetare, och dels antal arbetare vid de till olika storleksgrupper hörande arbetsställena. På basis av dessa uppgifter lämnas nedan en kort redogörelse för storleksfördelningen mellan arbetsställen inom konfektions- och sömnadsindustrien utom hatt- och mössfabriker åren 1930, 1935 och 1940. Såvitt kunnat utrönas har klassificeringen av företagen utförts efter samma grunder under hela perioden. Jämförelser mellan olika tidpunkter torde därför ge en relativt tillfredsställande bild av utvecklingen.

I antalet arbetare ha även s. k. övriga arbetare, d. v. s. transport-, lagerarbetare o. dyl. inräknats, däremot icke hemarbetare, vilka utgöra ett betydande antal. Endast arbetsställen utöver en viss storlek ha medtagits, varigenom de små företagens betydelse underskattas. Då gränsen mellan industri och hantverk är mycket flytande i denna industri, är det omöjligt att uppskatta huru mycket. De företag, som bedriva tillverkning i industriell skala men icke medtagits i statistiken, synas knappast svara för någon mera betydande andel av hela produktionen.[1] Det relativa antalet hemarbetare har minskat starkt under perioden.

[1] Kommerskollegii statistik omfattar i fråga om konfektionsfabriker och »ej särskilt nämnda sömnadsfabriker» endast företag med minst 50 000 kronors årligt tillverkningsvärde eller minst 10 arbetare, och i fråga om övriga till konfektions- och sömnadsindustrien hörande »delindustrier» företag med minst 15 000 kronors tillverkningsvärde eller 4 000 kronors intjänt förädlingslön eller minst 10 arbetare. Ett icke obetydligt antal små företag, oftast på gränsen till hantverk, falla därför utanför statistiken och behandlas heller icke i denna utredning.

Enligt företagsräkningen 1931 utgjorde omsättningen hos företag med högst tio personer sysselsatta, vilket endast undantagsvis synes ha inneburit ett högre årligt tillverkningsvärde än 50 000 kronor, 1—4 $^1/_2$ procent av totalomsättningen i olika delar av konfektions- och sömnads-

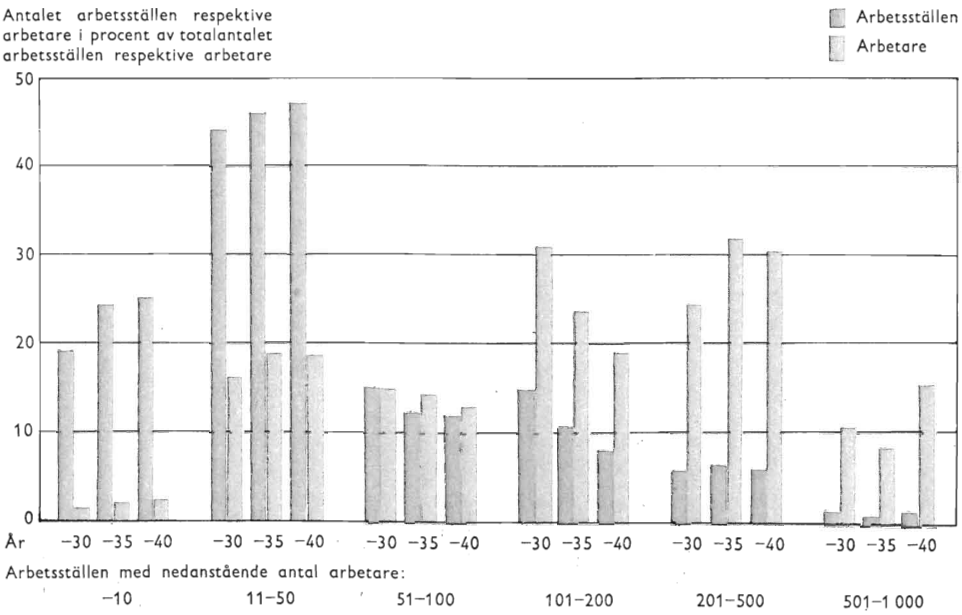


Diagram 49. Antalet arbetsställen och antalet arbetare fördelat på arbetsställen av olika storlek (mätt efter antal sysselsatta arbetare) inom beklädnadsindustrien i procent av totalantal arbetsställen respektive arbetare åren 1930, 1935 och 1940.

Som tidigare omtalats har beklädnadsindustrien expanderat mycket snabbt under 1930-talet. Det redovisade antalet arbetare fördubblades mellan åren 1930 och 1940. Antalet arbetsställen mer än fördubblades. Antalet arbetare per arbetsställe sjönk avsevärt mellan 1930 och 1935, trots den mycket stora ökningen av totalantalet arbetare, men har sedan varit ungefär oförändrat:

	1930	1935	1940
Antal arbetsställen	219	356	508
Antal arbetare	15 317	21 553	31 443
Antal arbetare per arbetsställe	70	61	62

industrien. Flertalet företag i denna storleksklass torde emellertid närmast driva hantverksrörelse och ha redovisats såsom hantverk, vilket är av betydande omfattning.

Industrikommissionen utlämnade 1943 inköpslicenser för vävnader för tillverkning av annat än individuellt beställda plagg till bl. a. cirka 750 »konfektions- och sömnadsfabriker» samt 30 »korsettfabriker». 256 respektive 14 företag av samma typ äro upptagna i kommerskollegii statistik enligt ovan angivna grunder. Även om förhållandena förändrats åtskilligt mellan 1938 och 1943 giva dock de stora skillnaderna i antalet redovisade företag en god uppfattning om det synnerligen stora antalet små företag, vilka icke äro representerade i denna utredning. Deras *konfektions*tillverkning synes emellertid vara relativt obetydlig.

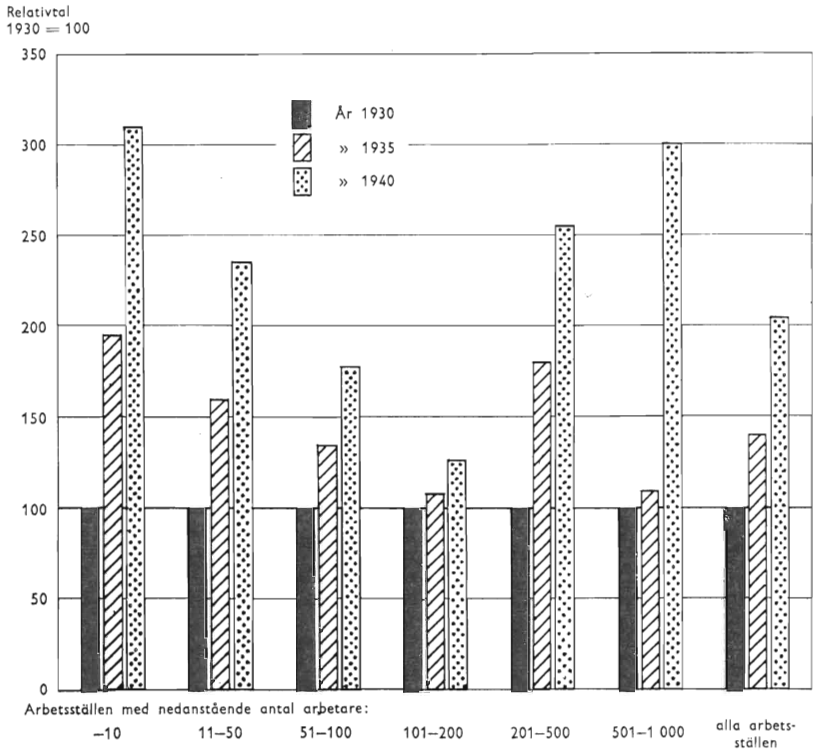


Diagram 50. Antalet arbetare vid arbetsställen av olika storlek (mätt efter antal sysselsatta arbetare) inom beklädnadsindustrien åren 1935 och 1940 i jämförelse med år 1930.

Relativtal: 1930 = 100.

Av diagram på sid. 377 framgår att arbetsställena äro av mycket olika storlek. Antalet arbetsställen med högst 50 arbetare utgjorde cirka två tredjedelar av totalantalet arbetsställen — något mindre 1930 och något mera 1940. Samtidigt uppgick antalet arbetare sysselsatta vid dessa arbetsställen till ej mera än en femtedel av hela antalet arbetare. Den mest betydande storleksgruppen arbetsställen i fråga om antalet arbetare utgjordes av arbetsställen med 201—500 arbetare, men även den närmast mindre storleksgruppen (101—200 arbetare) var betydande. Den senares betydelse har dock starkt minskat. De mycket stora arbetsställena, med mer än 500 arbetare, voro mycket få och ej särskilt betydande med hänsyn till antalet arbetare. Deras betydelse har dock vuxit mycket starkt.

Förskjutningen mellan de olika storleksgrupperna av arbetsställen är, som framgår av diagrammet, ganska betydande för de större storleksgrupperna. De minsta storleksgruppernas relativa betydelse har vuxit något. En fallande tendens såväl i antal arbetsställen som i antal arbetare räknat kan iakttagas för de båda mellersta storleksgrupperna. Den

är emellertid ganska svag för den mindre av dessa men mycket stark för den större. De två största storleksgrupperna av arbetsställen visa en, ehuru icke enhetlig, ökning av sin andel av totalantal arbetare men ungefär oförändrad andel i antal arbetsställen. På grund av det jämförelsevis låga antalet företag i de båda största storleksgrupperna kunna starka huvudsakligen endast redovisningsmässiga förskjutningar inträffa, emedan ett litet fåtal arbetsställen förskjutits från ena till andra sidan klassificeringsgränsen (500/501 arbetare).

För att erhålla en klarare bild av utvecklingen har i vidstående diagram de *relativa* förändringarna av det absoluta antalet arbetare vid arbetsställen, tillhörande olika storleksgrupper, redovisats. Antalet arbetare under år 1930 i respektive storleksgrupper har satts lika med 100 och antalet arbetare 1935 och 1940 angivits i relation därtill.

Som framgår av diagrammet har ökningen av antalet arbetare mellan 1930 och 1940 varit störst för de mindre och de större arbetsställena, medan de medelstora företagens andel i industrien minskat. De större arbetsställena svara för nästan hela ökningen i absoluta tal av antalet arbetare 1935—1940. Även de mindre redovisa emellertid en betydande relativ ökning. Ingen storleksgrupp redovisar minskat antal arbetare. Den storleksgrupp, vars *relativa* betydelse fallit mest (med 101—200 arbetare sysselsatta), har ökat antalet arbetare relativt litet eller med en fjärdedel 1930—1940. Särskilt stark var ökningen 1935—1940 av antalet arbetare i den största storleksgruppen. Detta var 1940 mer än tre gånger så stort som 1930 men svarade dock icke för mer än 16 procent av totalantalet arbetare. Som tidigare framhållits *kunna* de redovisade förändringarna ge en överdriven bild av de verkliga förändringarna.

IV. Konfektions- och sömnadsindustriens distributionsstruktur och något om dennas samband med produktionsstrukturen[1]

Efter en redogörelse för uppgiftsmaterialet, undersökningsperioden, konfektions- och sömnadsfabrikernas uppdelning i delbranscher och undersökningens representativitet för dessa följa analyser av distributionsstrukturen för de olika delbranscherna var för sig.

Varje analys inledes med en kortfattad översikt över storleksfördelningen mellan företagen i delbranschen samt redogörelser för analysens representativitet för olika storleksgrupper av företag och hur stor del av

[1] Kapitel 1 innehåller en kortfattad och kapitel 2 en tämligen utförlig redogörelse för vad som innefattas under distributions- respektive produktionsstrukturen. En mycket starkt koncentrerad sammanfattning återfinnes i kapitel 3.

tillverkningen av huvudvarorna i de olika delbranscherna, som föll på företag inom respektive utom dessa. I den därpå följande analysen av de i distributionsstrukturen för företagen ingående komponenterna beröres även sambandet med produktionsstrukturen i den ringa utsträckning detta varit möjligt. Efter en redogörelse för samvariationen mellan olika komponenter kommenteras komponenternas storlek m. m. för de olika storleksgrupperna av företag var för sig eller parvis, då komponenterna stå i särskilt nära beroende av varandra.

Analysen av varje delbransch avslutas med en jämförelse mellan median- och vägda genomsnittsvärden för olika komponenter samt en kortfattad översikt över distributionsstrukturen för hela delbranschen, betraktad som en enhet.

I slutet av denna avdelning återfinnas vissa observationer om huvudsakligen försäljningsvägarna i ett antal delbranscher, vilka på grund av uppgiftsmaterialets otillräcklighet icke kunnat analyseras i övrigt.

1. Uppgiftsmaterialet

Undersökningen bygger huvudsakligen på svar erhållna vid en rundfråga avseende förhållandena 1938, företagen med stöd av de textila organisationerna. Därjämte ha vissa uppgifter ur kommerskollegii produktionsstatistik utnyttjats — främst för kompletteringar av uppgiftsmaterialet vid grupperingen av företagen. De använda frågeformulären ha avtryckts i appendix 1. Undersökningens representativitet behandlas i samband med den följande analysen.

Avdelning II i kapitel 1 innehåller en redogörelse för de statistiska metoderna och huru dessa måst anpassas efter de ibland bristfälliga uppgifterna, det ofta begränsade antalet jämförbara företag, som över huvud taget existerar, samt kraven på anonymitet.

Uppgifter om varusortimentets storlek för konfektionsindustrien finnas endast i form av uppgifter angående antal tillverkade varuslag i kommerskollegii statistik. Produktionen är emellertid i denna uppdelad på ett i förhållande till produktionens differentiering litet antal — 76 — varuslag.[1] Då huvudvaruområdet för respektive delbranscher vanligen icke omfattar mer än ett eller ett par varuslag enligt den tillgängliga statistiken, visar antalet per företag tillverkade varuslag endast huru många varuslag utanför det för respektive delbranscher angivna varuområdet, som tillverkas. Någon uppfattning om varusortimentets storlek *inom* huvudvaruområdet erhålles alltså icke, då uppgifter saknas om antal modeller etc. av varje varuslag.

[1] I bilaga 3 till denna avdelning återfinnes en förteckning över av kommerskollegium redovisade varuslag.

2. Konfektions- och sömnadsfabrikernas uppdelning i delbranscher

Tillverkningen inom konfektions- och sömnadsindustrien är uppdelad på ett mycket stort antal företag med synnerligen olikartad produktionsinriktning (med hänsyn till de framställda produkternas användningssätt hos den slutlige förbrukaren) och av mycket olika storlek.

Företagen ha efter inriktningen av produktionen med hänsyn till produkternas användning hos den slutlige förbrukaren (konsumenten) uppdelats i olika delbranscher och dessa i sin tur i storleksgrupper. Härigenom ha i varje grupp sammanförts företag, vilkas storlek och produktionsinriktning är i möjligaste mån likartad. I den största delbranschen, företag tillverkande huvudsakligen kostymer och överplagg, ha företagen även uppdelats efter tillverkningens försäljningsvärde per plagg, »prisläge».

Företagen ha hänförts till angivna delbranscher, då enligt erhållna uppgifter den sammanlagda tillverkningen och försäljningen, i kronor räknat, till minst två tredjedelar föll inom det för delbranschen angivna varuområdet. Homogeniteten i de olika delbranscherna och storleksgrupperna varierar naturligt nog ganska avsevärt. Huvudvaruområdets storlek är också olika för olika delbranscher. För det stora flertalet företag utgör produktionen av artiklar inom det för delbranschen angivna huvudvaruområdet avsevärt mera än två tredjedelar av hela tillverkningsvärdet. Delbranscherna i konfektions- och sömnadsindustrien äro betydligt mera renodlade än flertalet delbranscher i bomulls- och ylleindustrierna.

De olika delbranscherna samt antalet företag och dessas sammanlagda tillverkningsvärde framgår av tabellen på nästa sida, som i likhet med hela avdelning IV avser förhållandena under år 1938. För överskådlighetens skull ha delbranscherna sammanförts till ett mindre antal huvudgrupper, vilka betecknats med stora bokstäver, medan delbranscherna numrerats med arabiska siffror.

Uppställningen innefattar såväl »rena» industriföretag som sådana ägda av grosshandelsföretag[1] men icke — även stora — beställningsskrädderier.

Företag tillverkande huvudsakligen herrkonfektion, d. v. s. främst kostymer och överplagg men också arbetskläder samt gummi- och oljekappor, svara för närmare hälften av hela industriens tillverkningsvärde och en fjärdedel av antalet företag. Företag tillverkande huvudsakligen damkonfektion respektive beklädnadsartiklar (skjortor, pyjamas, underkläder o. dyl.) ha vardera ett tillverkningsvärde uppgående till cirka en sjundedel av hela industriens tillverkningsvärde samt en sjundedel respektive en femtedel av totalantalet företag. I övrigt må framhållas det mycket stora antal små företag, som huvudsakligen framställa hattar och mössor

[1] Se härom vidare appendix 2.

Företag som huvudsakligen tillverka — »huvudvaruområde» —	Antal företag	Tillverkningsvärde miljoner kr.	Tillverkningsvärde i procent av hela industriens tillverkningsvärde
A. Herrkonfektion	**120**	**120,2**	**47**
1. Kostymer och överplagg, varav	71	81,5	32
lågt prisläge	(29)	(31,9)	(13)
mellanprisläge	(21)	(28,5)	(11)
högt prisläge	(21)	(21,1)	(8)
2. Arbetskläder	17	15,9	6
3. Gummi- och oljekappor	6	1,2	1
4. Kombination av 1—3	26	21,6	8
B. Damkonfektion	**70**	**39,7**	**15 ½**
5. Kappor	31	24,1	9 ½
6. Klänningar och blusar	29	13,2	5
7. Kombination av 5—6	10	2,4	1
C. 8. Barnkonfektion	**10**	**6,1**	**2**
D. Beklädnadsartiklar	**90**	**37,4**	**15**
9. Damunderkläder	9	2,5	1
10. Korsetter	14	7,9	3
11. Skjortor och pyjamas	41	20,4	8
12. Hängslen	6	1,4	1
13. Kravatter	16	4,5	2
14. Kombination av 9—13	4	0,7	0
E. Sömnadsartiklar	**62**	**14,0**	**5 ½**
15. Madrasser	17	5,9	2
16. Tält, flaggor, presenningar etc.	26	3,9	1 ½
17. Broderiartiklar	10	2,8	1
18. Kombination av 15—17	9	1,4	1
F. Hattar och mössor	**65**	**18,1**	**7**
19. Herrhattar och -mössor	26	7,0	3
20. Hattar och mössor för damer och barn	28	7,6	3
21. Kombination av 19—20	11	3,5	1
G. 22. Kombination av A—F	**18**	**17,2**	**7**
H. 23. Lönsömnad	**66**	**2,7**	**1**
Hela konfektions- och sömnadsindustrien	**501**	**255,4**	**100**

respektive sömnadsartiklar, samt den synnerligen blygsamma storleken hos delbranschen barnkläder. Betydande kvantiteter barnkonfektion i förhållande till den totala tillverkningen därav framställas emellertid också av företag med blandad tillverkning. Ej mindre än 66 företag med ett sammanlagt tillverkningsvärde av endast 2,7 miljoner kronor tillverka huvudsakligen konfektions- och sömnadsartiklar för annans räkning, s. k. lönsömnad.

Utredningens representativitet torde för den egentliga konfektionsindustrien i stort sett kunna betraktas som tämligen tillfredsställande med hänsyn till det stora antalet företag i denna industri.

Som framgår av tabellen äro de stora företagen starkt överrepresenterade i undersökningen. Antalet uppgiftslämnande företag och dessas tillverkningsvärde utgjorde knappt en tredjedel respektive drygt hälften av »samtliga företag»[1] i industrien och dessas tillverkningsvärde. Denna överrepresentativitet gäller för de allra flesta delbranscherna. För flertalet mera betydande delbranscher medför dock denna överrepresentativitet inga oöverstigliga svårigheter i analysen på grund av det stora antalet företag, som möjliggör uppdelning av företagen på i storlekshänseende någorlunda homogena grupper.

På grund av bristfälliga uppgifter ha icke alla företag, som besvarat den utsända rundfrågan, kunnat medtagas i den *siffermässiga* analysen. Detta framgår av en jämförelse mellan föregående tabell och de tabeller, som i första avsnittet av redogörelserna för respektive delbranscher närmare angiva undersökningens representativitet. Även uppgifterna för de företag, vilka visserligen lämnat uppgifter men icke kunnat medtagas i den siffermässiga analysen, ha ofta kunnat utnyttjas i analysen i övrigt.

4. Delbransch 1: Företag tillverkande huvudsakligen kostymer och överplagg

A. Företagens uppdelning på storleksgrupper och undersökningens representativitet för dessa

Av sammanlagt 70 företag i denna delbransch med ett sammanlagt tillverkningsvärde av drygt 80 miljoner kronor ha 27 företag med ett tillverkningsvärde av drygt 50 miljoner kronor kunnat siffermässigt analyseras.

Tillverkningsvärdet för kostymer, sportdräkter, udda kavajer, västar och byxor samt överplagg för herrar — huvudvaruområdet för denna delbransch — var enligt kommerskollegium 101 miljoner kronor. Av företagen i denna delbransch icke tillverkade plagg — cirka en fjärdedel av samtliga efter tillverkningsvärde räknat — faller den alldeles övervägande delen av produktionen på företag med blandad tillverkning av herrkonfektion (delbransch 4) samt med blandad tillverkning av alla slag av konfektion (delbransch 22). Tillverkningsvärdet för dessa delbranscher var 21,6 respektive 17,2 miljoner kronor eller tillsammans drygt

[1] Se härom också not på sid. 376.

en och en halv gånger tillverkningsvärdet för de till här behandlade delbranschs huvudvaruområde hänförliga artiklar, vilka icke framställdes av företagen i delbranschen.

Nedanstående tabell visar de olika storleksgruppernas andel av totala tillverkningsvärdet och antalet företag samt hur stor andel av totala tillverkningen och antalet företag de siffermässigt analyserade företagen representera.

Storleksgrupp	Samtliga företag				Siffermässigt analyserade företag		
	Tillverkningsvärde per företag miljoner kr.	tillverkningsvärde		antal	i procent av samtliga företag		absolut antal
		miljoner kr.	andel i procent		tillverkningsvärde	antal	
1	0,2	6,5	8	33	21	15	5
2	0,7	11,1	14	15	51	53	8
3	1,8	17,5	21	10	73	70	7
4	3,9	46,4	57	12	68	58	7
1—4	1,2	81,5	100	70	63	39	27

Som framgår av tabellen utgör produktionen hos företagen i den största storleksgruppen över hälften av hela tillverkningsvärdet. Även de mindre företagens andel av totala tillverkningsvärdet är emellertid betydande.

I den siffermässiga analysen äro de större företagen överrepresenterade i alla storleksgrupper utom storleksgrupp 2 men icke i någon högre grad.

En uppdelning av företagen har även gjorts efter prisläge, ehuru då icke helt samma uppdelning på storleksgrupper kunnat genomföras. En viss samvariation mellan företagsstorlek och prisläge förekommer för de analyserade företagen. I den minsta storleksgruppen finnes sålunda i den siffermässiga analysen huvudsakligen företag tillhörande den lägsta prislägesgruppen, medan i de tre större storleksgrupperna företag från samtliga tre prislägesgrupper väga ungefär lika tungt. Den minsta storleksgruppen är således i fråga om prisläget icke jämförbar med övriga storleksgrupper. Som senare kommer att visas innebär detta att försäljningens storlek per kund och per försäljare redovisas lägre i den siffermässiga analysen än vad den skulle vara, om den minsta storleksgruppen varit sammansatt av företag med samma prislägen som företagen i övriga storleksgrupper.

B. Komponenternas storlek för företagen i olika storleks- och prislägesgrupper[1]

a) *Samvariationen mellan olika komponenter*

En jämförelse mellan de fyra storleksgrupperna visar vid växande företagsstorlek en genomgående ökning av antalet kunder, försäljningen per kund och försäljningens storlek per försäljare men en minskning av antalet kunder per försäljare. Ökningen av antalet kunder är avsevärt långsammare än ökningen av såväl försäljningen per kund som försäljningen per försäljare. Skillnaden i stegringstakten accentueras emellertid av den minsta storleksgruppens bristfälliga representativitet med avseende på prisläget. Även med beaktande härav kan dock icke någon avmattning av stegringstakten hos storleken av försäljningen per kund och per försäljare vid växande företagsstorlek iakttagas ens när företagen blivit mycket stora.

De relativa förändringarnas storlek för olika komponenter framgår av nedanstående diagram och tabell, i vilka komponenterna uttryckts i relativtal. I bilaga 1 till denna avdelning har angivits storleken av samtliga komponenter i absoluta tal.

Det är med hänsyn till det snabbt avtagande antalet detaljister, då dessas storlek ökar[2], anmärkningsvärt att försäljningen per kund kan öka starkt vid stigande försäljning per företag. En större försäljning synes skola nödvändiggöra dennas utspridning på flera och mindre kunder respektive till stora kunder, som endast köpa en del av sortimentet. Förklaringen till att ändå försäljningen per kund stiger synes vara dels att även de mycket stora företagen endast täcka en mycket liten del av marknadens behov och dels att försäljningsmöjligheterna i första hand dirige-

[1] *I det följande i detta avsnitt angivna sifferuppgifter avse samtliga medianvärden.* Dock har per företag i hela delbranschen i förekommande fall vägt genomsnitt (vägt aritmetiskt medium) angivits — annars ovägda genomsnittsvärden (t. ex. antal kunder per företag).

Ovägt genomsnitt för en komponent visar endast summan av de individuella värdena dividerad med antalet företag och icke — såsom vägda genomsnittsvärden — för kvoter summan av respektive värden för samtliga företag dividerade med varandra. Det påverkas emellertid av värdena för samtliga företag i gruppen.

Medianen är lika med värdet av den mittersta enheten i en serie, där enheterna äro ordnade i storleksföljd. Vid jämnt antal enheter är den lika med summan av de två mittersta enheterna dividerad med två. Medianen påverkas alltså icke av extrema värden. Summan av medianerna för procentuella andelar behöver icke — i motsats till aritmetiska media — vara lika med 100. Medianvärdena av olika komponenter äro icke lika med de individuella värdena för det företag, som med avseende på tillverkningsvärdet är medianföretag, men kunna givetvis ibland överensstämma med dessa.

I detta avsnitts tabeller över storleken av de individuella komponenterna äro de angivna genomsnittsvärdena justerade med hänsyn till den varierande representativiteten i analysen av olika storleksgrupper.

[2] Se härom kapitel 9.

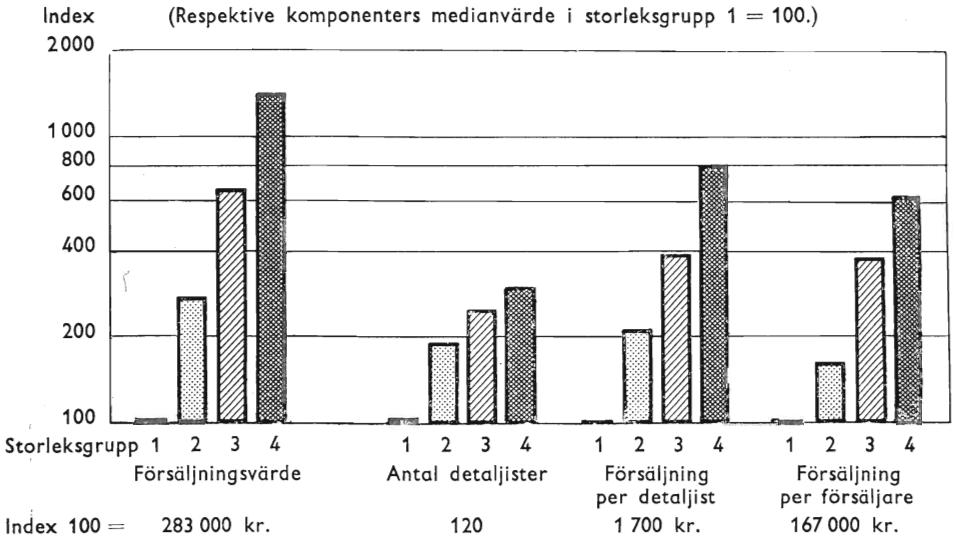


Diagram 51. Distributionsstrukturen för olika stora företag inom konfektions- och sömnadsindustrien, tillverkande huvudsakligen kostymer och överplagg[1]. 1938. Halvlogaritmisk skala.

[1] Storleken av de olika indextalen framgår av följande tabell:

Komponent	Storleksgrupp			
	1	2	3	4
Salutillverkningsvärde (»försäljningsvärde»)	**100**	270	680	1 450
Antal kunder: detaljister	**100**	190	250	300
Försäljningens storlek per: detaljist	**100**	210	390	800
försäljare	**100**	160	380	620
Antal kunder per försäljare	**100**	60	(40)	(50)

rat utvecklingen. Vid ökade avsättningsmöjligheter utökas produktionsmöjligheterna — icke tvärtom. På grund av den starka stegringen av konsumtionsefterfrågan har de »gamla» kundernas (detaljisternas) omsättning — och därmed köpförmåga — ökat väsentligt även under relativt korta tidsperioder. I själva verket har från branschen uppgivits att företag, även större, icke sällan haft i stort sett samma kunder under hela 1930-talet och att försäljningsökningen skett genom att existerande kunders inköp vuxit.[1]

b) *Komponenterna var för sig*

1) Olika storleksgrupper

Varuområdets och varusortimentets storlek

Några uppgifter om varusortimentets storlek ha icke erhållits. Antalet varuslag som framställas visar endast varusortimentets spridning. Det låga antalet tillverkade varuslag per företag visar att endast undantagsvis andra varuslag än kostymer och överplagg tillverkas. Övriga varuslag äro vanligen udda byxor och udda kavajer. I allmänhet framställas såväl herr- som gosskostymer.

Att döma av av ylleväveriernas produktionsstruktur och uttalande av fackmän förefaller antalet modeller etc. att stiga, då företagets storlek växer men avsevärt långsammare än denna — även tillverkningsserierna förlängas. Förhållandena torde variera betydligt från företag till företag.

Antalet kunder

Antalet kunder per företag är i samtliga storleksgrupper, även i den minsta, så stort att man utan att känna storleksfördelningen mellan kunderna dock kan utgå från att intet företag för sin avsättning är beroende av en eller ett fåtal kunder.

Antalet detaljister, som utgöra i det närmaste samtliga kunder, var för de olika storleksgrupperna:

	Försäljningsvärdeindex	Detaljister
Storleksgrupp 1	**100**	120
» 2	270	225
» 3	680	300
» 4	1 450	354
» 1—4	(genomsnitt)	189

Försäljningens fördelning på olika kundkategorier

Praktiskt taget hela försäljningen gick till detaljister. Uppgifter om försäljningens fördelning på detaljister av olika typ och med olika »beroendeförhållanden» saknas. För åtskilliga företag torde en ganska betydande mer eller mindre fast integration med detaljhandeln föreligga.

Försäljningens storlek per kund

Liksom antalet kunder stiger försäljningens storlek per kund mycket avsevärt vid stigande tillverkningsvärde. Spridningen mellan försäljningen per kund är mycket liten för företagen inom de olika storleksgrupperna. Försäljningens storlek i 1 000-tal kronor var:

[1] Se även avsnitt 17 i kapitel 4.

	Försäljningsvärde-index	Försäljning per kund
Storleksgrupp 1	**100**	1,7
» 2	270	3,6
» 3	680	6,7
» 4	1 450	13,6
» 1—4	(genomsnitt)	6,6

Försäljningens storlek per försäljare

Uppgifterna angående storleken av försäljningen per försäljare influeras i denna delbransch synnerligen väsentligt av i vilken omfattning andra än försäljare deltaga i försäljningsarbetet. I allmänhet synes detta förekomma i inte så liten utsträckning. Bl. a. deltaga ofta företagens chefer i betydande grad i försäljningsarbetet. Då därtill antalet försäljare per företag är mycket lågt bliva uppgifterna om försäljningens storlek per försäljare ganska osäkra. En tydlig tendens till starkt stigande försäljning per försäljare vid stigande företagsstorlek kan dock iakttagas.

Försäljningens storlek per försäljare i 1 000-tal kronor var:

	Försäljningsvärde-index	Försäljning per försäljare
Storleksgrupp 1	**100**	167
» 2	270	259
» 3	680	635
» 4	1 450	1 028
» 1—4	(genomsnitt)	654

Antalet kunder per försäljare

Antalet kunder per försäljare varierar relativt litet för företag av olika storlek utom för de minsta företagen, vilka redovisa ungefär dubbelt så många kunder per försäljare.

Antalet kunder per försäljare var:

	Försäljningsvärdeindex	Antal kunder
Storleksgrupp 1	**100**	150
» 2	270	82
» 3	680	(67)
» 4	1 450	(80)
» 1—4	(genomsnitt)	(97)

Försäljningsområdets storlek

I stort sett redovisa alla företag försäljning över hela landet utom Norrland. I den minsta storleksgruppen sälja dock två företag endast inom de närmaste tre—fyra länen. Två företag i storleksgrupp 2 redovisa försäljning över hela landet utom Norrland; övriga — liksom samtliga företag i de två största storleksgrupperna — över hela landet.

Tillverkningens fördelning på lager, säsong- och efterorder

Tillverkningens fördelning på lager, säsong- och efterorder varierar relativt litet mellan olika företag. Ungefär tre fjärdedelar av tillverkningen sker på säsongorder och återstoden på efterorder.

Tillverkningsvärdets procentuella fördelning på de tre orderslagen var:

	Försäljningsvärdeindex	Lager	Säsongorder	Efterorder
Storleksgrupp 1	**100**	1	75	20
» 2	270	0	79	20
» 3	680	0	76	28
» 4	1 450	5	68	25
» 1—4	(genomsnitt)	5	67	28

2) Olika prislägesgrupper

Företagen i denna delbransch ha efter det genomsnittliga tillverkningsvärdet för kostymer indelats i tre prislägesgrupper efter tillverkningsvärdet per kostym, varvid 33—55 kronor betecknats som lågt, 56—64 kronor som medel- och 65— kronor som högt prisläge.[1] Då tillverkningen av kostymer utgör den övervägande delen av hela tillverkningen och prisläget för överplagg visar en nära samvariation med prisläget för kostymer för de individuella företagen, har grupperingen av företagen i prislägesgrupper helt utförts efter tillverkningsvärdet per kostym. Tyvärr har det icke varit möjligt att i sin tur inom varje prislägesgrupp uppdela företagen i samma storleksgrupper som tidigare.

Tabellen nedan visar för de tre prislägesgrupperna olika storleksgruppers andel av totala tillverkningsvärdet och antalet företag samt hur stor andel av totala tillverkningsvärdet och antalet företag de siffermässigt analyserade företagen representera.

Som framgår av tabellen är tillverkningsvärdet ungefär lika stort för de båda lägre prislägesgrupperna men avsevärt mindre för den högre. Storleksfördelningen mellan företagen är ungefärligen densamma för samtliga prislägesgrupper. Den minsta storleksgruppen i de två lägre prislägesgrupperna är relativt otillfredsställande representerad i analysen — de stora företagen äro starkt överrepresenterade. Den minsta storleksgruppen i den högsta prislägesgruppen har ej alls kunnat analyseras.

På grund av denna snedhet i representativiteten och på grund av det låga antalet företag är det icke möjligt att göra några noggrannare jämförelser mellan de tre prislägesgrupperna.

Av intresse är emellertid att konstatera hur försäljningen per kund i motsvarande storleksgrupper är ungefär av samma storleksordning i de två lägre prislägesgrupperna, medan i den högsta prislägesgruppen försäljningen per kund är förhållandevis mycket stor för de mindre företagen men för de större företagen ungefär lika stor som för företag av samma storlek inom övriga prislägesgrupper. Beträffande försäljningens storlek per försäljare kan ungefär samma tendens konstateras. Uppgifterna om försäljningens storlek per försäljare äro dock knappast representativa för den högsta prislägesgruppen.

[1] Med ledning av kommerskollegii industristatistik.

Storleks-grupp	Tillverknings-värde per företag miljoner kr.	Samtliga företag			Siffermässigt analyserade företag		
		tillverkningsvärde		antal	i procent av samtliga företag		absolut antal
		miljoner kr.	andel i procent		tillverknings-värde	antal	
Lågt prisläge							
1	0,15	1,7	5	11	45	27	3
2	0,6	5,2	17	9	30	33	3
3	2,8	24,9	78	9	64	56	5
1—3	1,1	31,8	100	29	57	38	11
Mellanprisläge							
1	—	—	—	—	—	—	—
2	0,4	5,4	19	14	52	29	4
3	3,8	23,1	81	6	74	67	4
1—3	1,4	28,5	100	20	70	40	8
Högt prisläge							
1	0,14	1,1	5	8	—	—	—
2	0,8	5,5	26	7	54	43	3
3	2,4	14,5	69	6	68	67	4
1—3	1,0	21,1	100	21	61	33	7

I fråga om tillverkningens fördelning på lager, säsong- och efterorder kan en tydlig stegring av tillverkningen på efterorder konstateras för företagen i den högsta prislägesgruppen. Siffermaterialets spridning är dock så stor att man icke skall pressa uppgifterna för hårt, särskilt icke i fråga om den högsta prislägesgruppen.

I fråga om försäljningsområdets storlek kan ingen olikartad tendens konstateras för de olika prislägesgrupperna. I den lägsta prislägesgruppen återfinnas dock förhållandevis flera små företag, vilka — som tidigare framhållits — ofta ha ett geografiskt tämligen begränsat försäljningsområde.

Medianvärdena för respektive komponenter ha angivits i bilaga 1 till denna avdelning.

C. Jämförelse mellan median- och genomsnittsvärden för respektive komponenter samt dessas storlek för hela delbranschen[1], betraktad som en enhet

I den föregående analysen ha använts medianvärden såsom bästa tillgängliga typtal för angivande av olika komponenters storlek för de *indi-*

[1] Det är icke möjligt att ge en bild av huru produktions- och distributionsstrukturen skulle se ut om samtliga företag i en storleksgrupp eller i hela delbranschen sammansloges till ett före-

viduella företagen i respektive storleksgrupper. I syfte att erhålla en uppfattning om snedheten i fördelningen av de individuella värdena av respektive komponenter jämföres nedan de vägda genomsnittsvärdena[1] för respektive komponenter med motsvarande medianvärden. Därjämte lämnas en redogörelse för komponenternas storlek för hela delbranschen, betraktad som en enhet. I sistnämnda fall visas komponenternas storlek av vägda genomsnittsvärden för de komponenter, som äro kvoter, och av summan av komponenternas värden hos de i delbranschen ingående företagen för de komponenter, som icke äro kvoter.

Skillnaderna mellan medianvärden och genomsnittsvärden kunna bero av många förhållanden. Som framgår av kapitel 1, avdelning II, medföra höga extrema värden i en serie högre genomsnitts- än medianvärden, låga extrema värden högre median- än genomsnittsvärden. Då såsom förut framhållits, icke sällan ett eller enstaka mycket stora företag i en grupp visa extremt höga värden för vissa komponenter, komma genomsnittsvärdena ofta att ligga högre än medianvärdena. I allmänhet är dock fördelningen av värdena så symmetrisk att några betydande skillnader mellan genomsnitts- och medianvärden för olika komponenter icke uppstå jämfört med skillnaderna mellan värdena för komponenter i olika grupper av företag.

Som framgår av tabellen på sid. 385 är de siffermässigt analyserade företagens andel av samtliga företags tillverkningsvärde och antal ungefär lika stor i respektive storleksgrupper. De i bilaga 2 till denna avdelning angivna vägda genomsnittsvärdena för respektive storleksgrupper äro därför i den meningen representativa att de bygga på företag av ungefär genomsnittlig storlek. Däremot inverkar den varierande representativiteten för olika storleksgrupper på genomsnittsvärdenas representativitet för *hela* delbranschen.

Storleksgrupp 1, som svarar för åtta procent av delbranschens tillverkningsvärde, har sålunda endast en tredjedel så hög representativitet i analysen som de större storleksgrupperna och storleksgrupp 2 har icke obetydligt lägre representativitet än storleksgrupperna 3 och 4. Hänsyn till denna snedhet i representativiteten har tagits vid beräkningen av de vägda genomsnittsvärdena för hela delbranschen på så sätt att den absoluta storleken av olika komponenter i respektive storleksgrupper omräknats så att dessa bliva av den storlek de skulle varit vid 100-procentig representa-

tag. Både produktions- och distributionsstrukturen skulle, åtminstone på längre sikt, ändras väsentligt, då de förändrade konkurrensekonomiska förutsättningarna skulle medföra en helt annorlunda företagspolitik i åtskilliga viktiga avseenden.

[1] I förekommande fall ovägda genomsnittsvärden (t. ex. antal kunder per företag). Ovägt genomsnitt för en komponent visar endast summan av de individuella värdena dividerad med antalet företag och icke — såsom vägda genomsnittsvärden — för kvoter summan av respektive värden för samtliga företag dividerade med varandra. De påverkas emellertid av värdena för samtliga företag i gruppen.

tivitet under vissa förutsättningar.[1] På grundval av dessa »uppräknade» uppgifter ha sedan vägda genomsnittsvärden och övriga totalvärden för hela delbranschen (justerade värden) beräknats.

Skillnaderna mellan de justerade och icke justerade vägda genomsnittsvärdena äro relativt betydande. Som är att vänta äro de justerade genomsnittsvärdena icke obetydligt lägre för antal kunder samt försäljning per kund och per försäljare, emedan dessa komponenter äro avsevärt mindre i de mindre storleksgrupperna, vilka genom justeringen får ökad tyngd.

Skillnaderna mellan medianvärden och vägda genomsnittsvärden inom de olika storleksgrupperna äro förhållandevis små. De äro endast undantagsvis av högre storleksordning än tio procent och i intet fall så stora att icke en tämligen god överensstämmelse föreligger mellan de på grundval av medianvärden och genomsnittsvärden utförda analyserna.

I fråga om prislägesgrupperna äro skillnaderna mellan medianvärden och vägda genomsnittsvärden för komponenter i olika storleksgrupper något större än i fråga om delbranschen utan uppdelning på prislägesgrupper.

De sjuttio företagen i denna delbransch framställde drygt 400 varuslag, av vilka nästan hälften föll på de 33 företagen i den minsta storleksgruppen, vars andel i totala tillverkningsvärdet icke uppnådde en tiondel. Det sammanlagda antalet detaljistkunder i hela delbranschen var av storleksordningen 14 000. Antalet detaljistkunder var ungefär lika i de tre mindre storleksgrupperna, något större i den största. De tolv företagen i denna redovisade mer än 4 000 detaljistkunder.

I förhållande till antalet »renodlade» konfektionsaffärer är antalet detaljistkunder mycket stort. Som framgår av kapitel 9 synes antalet detaljaffärer, som huvudsakligen försälja herrkonfektion och herrekiperingsartiklar, icke överstiga 1 000 och antalet detaljaffärer, för vilka tyngdpunk-

[1] En redogörelse för hur olika komponenters värden för en delbransch justerats med hänsyn till den för olika storleksgrupper inom delbranschen varierande representativiteten återfinnes i not på sid. 301. På grund av den inom här behandlade delbransch ovanligt framträdande ojämna representativiteten *inom* vissa storleksgrupper för siffermässigt analyserade företag i förhållande till samtliga företag inom storleksgruppen, må här nämnas hur komponenternas värden justerats med hänsyn härtill.

Då inom en storleksgrupp de siffermässigt analyserade företagens medelstorlek avviker (mera väsentligt) från medelstorleken för samtliga företag i storleksgruppen ha vid beräkningen av komponenternas storlek *för hela delbranschen* dessas storlek justerats på följande sätt. De komponenter, som icke avse belopp, ha vägts med hänsyn till antalet företag och de, som avse belopp, med hänsyn till tillverkningsvärde. De komponenter, som äro kvoter, ha därpå beräknats med hjälp av de på nyssnämnda sätt erhållna värdena för täljare och nämnare. På detta sätt har t. ex. försäljningens storlek per kund justerats genom multiplikation med kvoten av representativitetstalet för antal företag och tillverkningsvärde. Inverkan på komponenternas storlek för delbranschen av den ojämna representativiteten inom olika storleksgrupper har över lag visat sig vara liten. De förutsättningar justeringen bygger på synas vara de rimligast tänkbara med hänsyn till den observerade samvariationen mellan olika komponenter etc.

ten i försäljningen låg på herr- och damkonfektionsvaror i kombination, mellan 100 och 200. Därutöver försäljes emellertid huvudvarorna i denna delbransch dels i varuhus o. dyl., som dock äro mycket fåtaliga, och dels i viss utsträckning i affärer, som huvudsakligen sälja annat än textilvaror, t. ex. sportaffärer o. dyl. Också andra textila detaljaffärer än konfektionsaffärerna torde icke sällan sälja herrkonfektionsartiklar, ehuru i liten utsträckning.

Även om hänsyn tages till att många olika delar av textildetaljhandeln sälja av företagen i denna delbransch tillverkade varor, synes det dock vara uppenbart, att de renodlade herrkonfektionsaffärerna i allmänhet köpa från ett flertal företag i denna delbransch. Antalet detaljistkunder i de två största storleksgrupperna uppgår sålunda till icke mindre än ungefär 7 000, och försäljningen torde till större delen ske till specialaffärer att döma bl. a. av den höga försäljningen per försäljare och även per kund. Antalet specialaffärer synes samtidigt icke vara större än 1 000. Om företagen i de två största storleksgrupperna enbart sålde till specialaffärerna skulle alltså var och en av dessa i genomsnitt köpa från ungefär sju konfektionsfabriker inom denna delbransch.

5. Delbransch 5: Företag tillverkande huvudsakligen damkappor

A. Företagens uppdelning på storleksgrupper och undersökningens representativitet för dessa

Av 31 företag med cirka 24 miljoner kronors tillverkningsvärde, vilka huvudsakligen tillverka damkappor, har ej mera än en fjärdedel av antalet företag med sextio procent av tillverkningsvärdet kunnat siffermässigt analyseras. Antal företag, som lämnat delvis fullständiga uppgifter är dock avsevärt större eller drygt fyrtio procent av totalantalet med tre fjärdedelar av totala tillverkningsvärdet. De större företagen äro alltså starkt överrepresenterade.

Tillverkningen är icke lika renodlad som beträffande kostymer och överplagg. Tillverkningen av damkappor utgör dock för varje företag minst två tredjedelar av tillverkningsvärdet.

Tillverkningsvärdet för damkappor utgjorde enligt kommerskollegium 27,3 miljoner kronor, varav företagen i denna delbransch svara för cirka tre fjärdedelar. Återstoden av tillverkningen av damkappor torde till största delen falla på företag med huvudsaklig tillverkning av damkappor, klänningar och blusar (delbransch 7) samt med blandad konfektionstillverkning (delbransch 22). Tillverkningsvärdet för dessa delbranscher var 2,4 respektive 17,2 miljoner kronor. Produktionen i sistnämnda delbransch utgöres emellertid huvudsakligen av herrkonfektion.

Tabellen nedan visar de olika storleksgruppernas andel av totala till-

verkningsvärdet och antalet företag samt hur stor andel av totala tillverkningen och antalet företag som de siffermässigt analyserade företagen representera.

Storleksgrupp	Samtliga företag				Siffermässigt analyserade företag		
	Tillverkningsvärde per företag miljoner kr.	tillverkningsvärde		antal	i procent av samtliga företag		absolut antal
		miljoner kr.	andel i procent		tillverkningsvärde	antal	
1	0,25	5,7	24	23	40	17	4
2	2,3	18,4	76	8	66	50	4
1—2	0,8	24,1	100	31	60	26	8

Som framgår av tabellen faller icke mindre än tre fjärdedelar av hela tillverkningsvärdet men endast en fjärdedel av antalet företag på den större storleksgruppen. Företagen i den större storleksgruppen ha genomsnittligt ungefär tio gånger högre tillverkningsvärde. För de i den siffermässiga analysen medtagna företagen äro skillnaderna i tillverkningsvärde icke så stora, men detta är dock i genomsnitt ungefär fem gånger större i storleksgrupp 2 än i storleksgrupp 1.

B. Komponenternas storlek för företagen i de olika storleksgrupperna[1]

På grund av det statistiska materialets begränsade tillförlitlighet kunna några närmare jämförelser mellan storleken av olika komponenter icke göras. Dock må framhållas den betydligt större försäljningen per kund och per försäljare i den större storleksgruppen än i den mindre. Variationen i övriga komponenters storlek är relativt måttlig i förhållande till variationen i företagsstorlekarna.

Antalet kunder m. m.

Antalet kunder är för varje företag så stort att man utan att känna storleksfördelningen mellan kunderna kan utgå från att intet företag för större delen av sin avsättning är beroende av en eller ett fåtal kunder. Det redovisade antalet kunder är icke representativt, men en relativt svag tendens till stigande antal kunder vid stigande företagsstorlek kan dock iakttagas. Antalet kunder i respektive storleksgrupper var cirka 100 respektive 200.

Samtliga företag sälja uteslutande till detaljister.

[1] *I det följande i detta avsnitt angivna sifferuppgifter avse samtliga medianvärden.* Dock har per företag i hela delbranschen i förekommande fall vägt genomsnitt (vägt aritmetiskt medium) angivits — annars ovägda genomsnittsvärden (t. ex. antal kunder per företag).

Försäljningens storlek per detaljist är av ungefär samma storleksordning som för motsvarande stora företag inom delbransch 1, kostymer och överplagg. Den växer, liksom i delbransch 1, hastigt med företagets storlek. Den var av storleksordningen tre respektive tio tusen kronor i de båda storleksgrupperna. Försäljningens storlek pe kund

Försäljningens storlek per försäljare, för vilka samma reservationer böra göras som i fråga om delbransch 1 — den påverkas alltså starkt av i vilken omfattning andra än försäljare deltaga i försäljningsarbetet — stiger likaledes starkt vid stigande företagsstorlek, ehuru icke så kraftigt som försäljningen per kund. Försäljningens storlek per försäljare är för den mindre storleksgruppen av ungefär samma storleksordning som för motsvarande storleksgrupp i delbransch 1 men avsevärt mindre i den större storleksgruppen. Den uppgick till ungefär 200 och 600 tusen kronor i de båda storleksgrupperna. Försäljningens storlek pe försäljare

Antalet kunder per försäljare visar icke någon ökning vid stigande tillverkningsvärde. Antalet kunder per försäljare är — liksom antalet kunder — frapperande lågt: i runt tal endast 50. Antalet kunder per försäljare

Försäljningsområdets storlek

Samtliga företag sälja över hela landet, ett dock icke på Norrland.

Tillverkning på lager, säsong- och efterorder

Ungefär tre fjärdedelar av hela tillverkningen sker på säsongorder. Återstoden på efterorder. Lagertillverkningen är helt obetydlig.

C. Jämförelse mellan median- och genomsnittsvärden för respektive komponenter

I den föregående analysen ha använts medianvärden såsom bästa tillgängliga typtal för angivande av olika komponenters storlek för de *individuella* företagen i respektive storleksgrupper. I syfte att erhålla en uppfattning om snedheten i fördelningen av de individuella värdena av respektive komponenter jämföres nedan de vägda genomsnittsvärdena[1] för respektive komponenter med motsvarande medianvärden.

Ehuru representativiteten är ganska ojämn och de större företagen överrepresenterade i båda storleksgrupperna, har på grund av det statistiska materialets osäkerhet försök icke gjorts att justera de vägda genomsnittsvärdena med hänsyn till snedheten i representativiteten.

Justerade genomsnittsvärden skulle över lag ligga något lägre än de icke justerade såväl för respektive storleksgrupper som för hela delbranschen.

Skillnaderna mellan medianvärden och vägda genomsnittsvärden för komponenterna i respektive storleksgrupper äro ganska avsevärda. Trots att skillnaderna mellan vägda genomsnittsvärden och medianvärden äro betydande, erhålles dock i stora drag samma bild av strukturen vid en analys på grundval av båda dessa slag av värden. Skillnaderna i de olika

[1] I förekommande fall ovägda genomsnittsvärden (t. ex. antal kunder per företag).

komponenternas storlek i respektive storleksgrupper äro nämligen stora i förhållande till spridningen inom storleksgrupperna. Framhållas må dock att antalet kunder per försäljare, som ökar något från storleksgrupp 1 till storleksgrupp 2 enligt medianvärdena i stället minskar något enligt de vägda genomsnittsvärdena.

Till sist må beträffande denna delbransch en särskilt stark reservation göras för den statistiska tillförlitligheten av sifferuppgifterna över huvud taget, emedan analysens representativitet är så svag. Detta gäller såväl median- som genomsnittsvärden.

På grund av uppgiftsmaterialets osäkerhet har icke någon överslagsberäkning över sammanlagda antalet varuslag eller antalet kunder i delbranschen utförts. Det är dock tydligt, att antalet detaljistkunder är mycket stort i förhållande till antalet detaljaffärer, som huvudsakligen försälja i delbranschen tillverkade varuslag. Varje specialaffär torde köpa från ett betydande antal konfektionsfabriker.

6. Delbransch 6: Företag tillverkande huvudsakligen damklänningar och blusar

A. Företagens uppdelning på storleksgrupper och undersökningens representativitet för dessa

Tjugosex företag med ett sammanlagt tillverkningsvärde av nära tolv miljoner kronor tillverka huvudsakligen damklänningar och blusar. Åtskilliga företag framställa icke obetydliga mängder andra varuslag. Endast företag, vilkas tillverkningsvärde uppskattningsvis till minst två tredjedelar utgöres av klänningar, blusar o. dyl., ha emellertid förts till denna delbransch.

Tillverkningsvärdet för damklänningar och blusar uppgick enligt kommerskollegium till femton miljoner kronor, varav icke mera än cirka två tredjedelar är att hänföra till företagen i denna delbransch. Återstoden av tillverkningen utföres till största delen av företag tillverkande huvudsakligen damkappor, klänningar och blusar (delbransch 7), skjortor och pyjamas (delbransch 11) samt företag med blandad konfektionstillverkning (delbransch 22). Tillverkningsvärdet för dessa delbranscher var 2,4, 20,4 respektive 17,2 miljoner kronor eller tillsammans ungefär åtta gånger så stort som det tillverkningsvärde för damklänningar och damblusar, som icke faller inom här behandlade delbransch.

Tabellen nedan visar de olika storleksgruppernas andel av totala tillverkningsvärdet och antalet företag samt hur stor andel av totala tillverkningen och antalet företag de siffermässigt analyserade företagen representera.

Storleks-grupp	Samtliga företag				Siffermässigt analyserade företag		
	Tillverknings-värde per företag miljoner kr.	tillverkningsvärde		antal	i procent av samtliga företag		absolut antal
		miljoner kr.	andel i procent		tillverknings värde	antal	
1	0,14	2,6	22	18	33	22	4
2	1,15	9,2	78	8	47	50	4
1—2	0,45	11,8	100	26	44	31	8

Som framgår av tabellen är representativiteten mycket låg för båda storleksgrupperna. Spridningen i siffermaterialet är emellertid relativt måttlig och skillnaderna mellan komponenternas storlek i båda storleksgrupperna avsevärda. Tämligen säkra utvecklingstendenser kunna därför iakttagas.

B. Komponenternas storlek för företagen i de olika storleksgrupperna[1]

Vid stigande tillverkningsvärde ökar antalet kunder i det närmaste lika hastigt som företagets tillverkningsvärde, medan försäljningen per kund undergår en mycket måttlig ökning. Försäljningen per försäljare och antal kunder per försäljare ökar lika mycket och ungefär en tredjedel så hastigt som företagets tillverkningsvärde.

Antalet kunder

Antalet kunder växer förhållandevis hastigt vid växande tillverkningsvärde. I den större storleksgruppen är antalet kunder ej mindre än fem gånger så stort som i den mindre. Antalet kunder är för varje företag så stort att det förefaller osannolikt att något företag för sin avsättning huvudsakligen är beroende av en eller ett fåtal kunder.

Antalet kunder utgjorde i runt tal 50 respektive 250 i de båda storleksgrupperna.

Försäljningens fördelning på olika kundkategorier

Praktiskt taget hela försäljningen i den större och mer än nio tiondelar i den mindre storleksgruppen sker till detaljister. Troligt är att huvudparten av försäljningen till grossister består av varor, som falla utanför delbranschens huvudvaruområde.

Försäljningens storlek per kund

Försäljningens storlek per kund ökar relativt litet mellan de båda storleksgrupperna och utgör fyra respektive drygt fem tusen kronor per kund. Försäljningen per kund är av samma storleksordning som för företag av ungefär motsvarande storlek i delbransch 1, företag tillverkande huvudsakligen kostymer och överplagg.

[1] *I det följande i detta avsnitt angivna sifferuppgifter avse samtliga medianvärden.* Dock har per företag i hela delbranschen i förekommande fall vägt genomsnitt (vägt aritmetiskt medium) angivits — annars ovägda genomsnittsvärden (t. ex. antal kunder per företag).

Försäljningens storlek per försäljare och antalet kunder per försäljare

En säker ehuru ganska svag tendens till ökad försäljning per försäljare liksom ökat antal kunder per försäljare vid ökat tillverkningsvärde kan iakttagas. Båda komponenterna äro ungefär dubbelt så stora i den större som i den mindre storleksgruppen.

Försäljningen per detaljist och per försäljare i 1 000-tal kronor samt antalet kunder per försäljare var:

	Försäljningsvärdeindex	Försäljning per detaljist	Försäljning per försäljare	Antal kunder per försäljare
Storleksgrupp 1	**100**	4,0	151	36
» 2	470	(5,3)	297	65
» 1—2	(genomsnitt)	(5,4)	289	53

Försäljningsområdets storlek

Samtliga företag sälja över hela landet, tre i den mindre storleksgruppen dock icke på Norrland.

Tillverkningens fördelning på lager, säsong- och efterorder

I båda storleksgrupperna utgör tillverkningen på säsongorder den alldeles övervägande delen av totala tillverkningen. Tillverkningen på efterorder är avsevärt större i den mindre storleksgruppen, som också redovisar någon tillverkning på lager.

Den procentuella fördelningen av tillverkningen var på:

	Försäljningsvärdeindex	Lager	Säsongorder	Efterorder
Storleksgrupp 1	**100**	3	75	17
» 2	470	0	90	7
» 1—2	(genomsnitt)	1	86	13

C. Jämförelse mellan median- och genomsnittsvärden för respektive komponenter samt dessas storlek för hela delbranschen[1], betraktad som en enhet

I den föregående analysen ha använts medianvärden såsom bästa tillgängliga typtal för angivande av olika komponenters storlek för de *individuella* företagen i respektive storleksgrupper. I syfte att erhålla en uppfattning om snedheten i fördelningen av de individuella värdena av respektive komponenter jämföres nedan de vägda genomsnittsvärdena[2] för respektive komponenter med motsvarande medianvärden. Därjämte lämnas en redogörelse för komponenternas storlek för hela delbranschen, betraktad som en enhet. I sistnämnda fall visas komponenternas storlek

[1] Det är icke möjligt att ge en bild av huru produktions- och distributionsstrukturen skulle se ut om samtliga företag i en storleksgrupp eller i hela delbranschen sammansloges till ett företag. Både produktions- och distributionsstrukturen skulle, åtminstone på längre sikt, ändras väsentligt, då de förändrade konkurrensekonomiska förutsättningarna skulle medföra en helt annorlunda företagspolitik i åtskilliga viktiga avseenden.

[2] I förekommande fall ovägda genomsnittsvärden (t. ex. antal kunder per företag).

av vägda genomsnittsvärden för de komponenter, som äro kvoter, och av summan av komponenternas värden hos de i delbranschen ingående företagen för de komponenter, som icke äro kvoter.

Denna snedhet i representativiteten inverkar på genomsnittsvärdenas representativitet såväl för respektive storleksgrupper som för delbranschen. Vid jämn representativitet skulle genomsnittsvärdena, liksom också medianvärdena, ligga lägre än vad som nu är fallet särskilt i den mindre storleksgruppen. På grund av det låga antalet företag synes det knappast vara befogat att företaga någon justering av genomsnittsvärdena med hänsyn till representativitetens snedhet.

De vägda genomsnittsvärdena för hela delbranschen skulle likaledes komma att ligga lägre än de redovisade, icke justerade genomsnittsvärdena men troligen icke i någon högre grad.

Skillnaderna mellan medianvärden och vägda genomsnittsvärden för komponenterna i respektive storleksgrupper i denna delbransch äro tämligen små. I stort sett samma bild av strukturen erhålles på grundval av dessa värden.

En överslagsberäkning visar att de tjugosex företagen i denna delbransch tillsammans icke framställa mer än ungefär 100 varuslag, varav tjugosex utgöres av huvudvarorna. Det sammanlagda antalet detaljistkunder i denna delbransch synes ligga mellan 2 000 och 3 000. Då i denna delbransch tillverkade varuslag synes kunna säljas i ett mycket stort antal detaljaffärer, förefaller snarast antalet detaljistkunder förhållandevis lågt. Det bör till sist framhållas, att på grund av den låga representativiteten alla överslagsberäkningar måste bliva synnerligen ungefärliga.

7. Delbransch 11: Företag tillverkande huvudsakligen skjortor och pyjamas

A. Företagens uppdelning på storleksgrupper och undersökningens representativitet för dessa

Ej mindre än 40 företag med ett sammanlagt tillverkningsvärde av drygt 30 miljoner kronor redovisa tillverkning av skjortor och pyjamas till minst två tredjedelar av tillverkningsvärdet. Företagen i denna delbransch äro av mycket olika storlek. Även tillverkningens art torde variera avsevärt. Tyvärr har det icke varit möjligt att skilja mellan produktionen av arbetsskjortor, andra skjortor och pyjamas vilkas försäljningsstruktur också torde vara ganska olikartad.

Produktionen av andra artiklar än skjortor och pyjamas är betydande inom denna delbransch. Tillverkningsvärdet för skjortor och pyjamas uppgick sålunda enligt kommerskollegium till 23,4 miljoner kronor, vilket endast utgör 77 procent av det av företagen i delbranschen redovisade

tillverkningsvärdet. Övriga av företagen i denna delbransch producerade artiklar äro huvudsakligen arbets- och överdragskläder samt klänningar och blusar.

Tabellen nedan visar de olika storleksgruppernas andel av totala tillverkningsvärdet och antalet företag samt hur stor andel av totala tillverkningen och antalet företag de siffermässigt analyserade företagen representera.

Storleksgrupp	Samtliga företag				Siffermässigt analyserade företag		
	Tillverkningsvärde per företag miljoner kr.	tillverkningsvärde		antal	i procent av samtliga företag		absolut antal
		miljoner kr.	andel i procent		tillverkningsvärde	antal	
0	0,08	0,9	3	12	—	—	—
1	0,25	2,8	9	11	42	45	5
2	1,6	26,6	88	17	18	35	6
0—2	0,75	30,3	100	40	19	28	11

Som framgår av tabellen har den minsta storleksgruppen ej alls kunnat analyseras och endast en tredjedel av företagen i den största storleksgruppen. I denna äro de mindre företagen starkt överrepresenterade.

B. Komponenternas storlek för företagen i de olika storleksgrupperna[1]

En jämförelse mellan storleksgrupperna visar en viss stegring av försäljningen per kund och i mindre utsträckning av antalet kunder vid ökat tillverkningsvärde. Det statistiska materialet är så osäkert att några observationer i övrigt icke kunna göras.

Antal kunder

Antalet kunder varierar så starkt mellan olika företag att de i bilaga 1 till denna avdelning redovisade uppgifterna icke äro representativa. Intet företag torde emellertid att döma av antalet kunder, vilkas storleksfördelning icke är känd, vara beroende av en eller ett fåtal kunder för huvuddelen av försäljningen.

Som naturligt är med hänsyn till att denna delbranschs huvudvaror säljas av ett mycket stort antal detaljaffärer, är det sammanlagda antalet kunder mycket stort — mer än 10 000 detaljister och närmare 1 000 grossister.

Försäljningens fördelning på olika kundkategorier

Liksom i fråga om trikåindustrien sälja företagen den alldeles övervägande delen av sin tillverkning *antingen* till detaljister *eller* till grossister. Det stora flertalet företag i den mellersta och flertalet företag i den största storleksgruppen sälja uteslutande eller huvudsakligen till detal-

[1] I det följande i detta avsnitt angivna uppgifter avse medianvärden.

jister. De redovisade uppgifterna i bilaga 1 till denna avdelning återspegla endast detta förhållande och kunna i och för sig icke anses representativa.

Försäljningen per detaljist är icke obetydligt större i den största storleksgruppen. Försäljningen per grossist förefaller vara åtskilliga gånger högre i den största storleksgruppen än i den minsta.

Försäljningens storlek per kund i olika kategorier

Försäljningens storlek per detaljist är den lägsta i konfektions- och sömnadsindustrien för motsvarande stora företag utom i fråga om herrhattar och -mössor.

Storleken av försäljningen per försäljare varierar avsevärt men en tydlig tendens till ökad försäljning per försäljare vid ökad företagsstorlek kan iakttagas. I åtskilliga fall torde försäljningens storlek per försäljare påverkas av att försäljarna även sälja andra än av företaget tillverkade produkter. Beträffande antalet kunder per försäljare kan ingen utvecklingstendens iakttagas.

Försäljningens storlek per försäljare och antal kunder per försäljare

Samtliga företag redovisa försäljning över hela landet.

Försäljningsområdets storlek

Ungefär fyra femtedelar av tillverkningen sker på säsongorder, återstoden på efterorder. Tillverkningen på lager är mycket liten.

Tillverkning på lager, säsong- och efterorder

8. Delbransch 19: Företag tillverkande huvudsakligen herrhattar och -mössor

Tjugoen företag med ett sammanlagt tillverkningsvärde av fem miljoner kronor tillverka huvudsakligen herrhattar och -mössor. Fem företag med ett sammanlagt tillverkningsvärde av ungefär två miljoner kronor idka grossiströrelse och ha därför icke medtagits i denna delbransch.

Företagen i denna delbransch tillverka till alldeles övervägande del mössor. Tillverkningsvärdet för herrmössor uppgick enligt kommerskollegium till 5,1 miljoner kronor, varför största delen av tillverkningen av herrmössor faller på företagen i denna delbransch.

Tabellen nedan visar de olika storleksgruppernas andel av totala tillverkningsvärdet och antalet företag samt hur stor andel av totala tillverkningen och antalet företag de siffermässigt analyserade företagen representera.

Storleksgrupp	Samtliga företag				Siffermässigt analyserade företag		
	Tillverkningsvärde per företag miljoner kr.	tillverkningsvärde		antal	i procent av samtliga företag		absolut antal
		miljoner kr.	andel i procent		tillverkningsvärde	antal	
1	0,05	0,7	14	13	30	31	4
2	0,55	4,4	86	8	60	38	3
1—2	0,24	5,1	100	21	58	33	7

Som framgår av tabellen är analysens representativitet mycket svag för denna delbransch. I bilagorna 1 och 2 till denna avdelning angivna värden illustrera därför endast den mycket ungefärliga storleksordningen av olika komponenter. Till skillnad från redogörelsen för övriga delbranscher skall här icke de olika komponenterna behandlas var för sig, utan endast vissa allmänna observationer göras på grundval av medianvärdena.

Den alldeles övervägande delen av försäljningen sker till detaljister. Antalet detaljister är mycket stort och försäljningen per detaljist är den lägsta, som redovisats i någon delbransch. Den är av storleksordningen 500 kronor med någon ehuru mycket svag tendens till ökning vid stegring av företagets tillverkningsvärde.

Försäljningens storlek per försäljare är, som är att vänta, likaledes mycket låg.

Den alldeles övervägande delen av tillverkningen faller på säsongorder och praktiskt taget hela återstoden på efterorder.

9. Korta observationer beträffande delbranscher, vilka på grund av uppgiftsmaterialets bristfällighet endast delvis kunnat analyseras

Delbransch 2: *Företag tillverkande huvudsakligen arbetskläder*

De fjorton företagen i denna delbransch ha ett sammanlagt tillverkningsvärde av närmare femton miljoner kronor. Storleksfördelningen mellan företagen är synnerligen ojämn. De åtta minsta företagens tillverkningsvärde är tillsammans endast 800 tusen kronor och intet företag har större tillverkningsvärde än 200 tusen kronor. De sex återstående företagen hade ett sammanlagt tillverkningsvärde av drygt fjorton miljoner kronor. Det största företaget av dessa har ej mindre än tio gånger högre tillverkningsvärde än det minsta.

Samtliga företag sälja övervägande till detaljister, vanligen ungefär fyra femtedelar av hela försäljningen, medan återstoden utgör försäljning till grossister och, i relativt obetydlig omfattning, till industrier och allmänna inrättningar.

Försäljningen per detaljist varierar avsevärt men ligger i allmänhet mellan drygt 1 000 och cirka 5 000 kronor. Försäljningen per grossist är ungefär tre gånger så stor. Försäljningen till lanthandeln, som torde ske i mycket små poster, synes helt ombesörjas av grossister. Försäljningen per kund visar en tämligen svag och osäker tendens till stegring vid stigande tillverkningsvärde för företaget.

Samtliga företag redovisa försäljning över hela landet.

Tillverkningen på säsongorder varierar avsevärt, från 40 till 90 procent av totala tillverkningsvärdet. Lagertillverkningen är för flertalet företag

betydande, i runt tal en tredjedel. Tillverkningen på efterorder utgör i allmänhet så mycket som en femtedel av totala tillverkningsvärdet, troligen i huvudsak av andra artiklar än arbetskläder.

Delbransch 3: *Företag tillverkande huvudsakligen gummi- och oljekappor*

I denna delbransch inbegripas icke företag, som visserligen bl. a. tillverka gummi- och oljekappor men som i officiella statistiken hänförts till gummiindustrien. Den sammanlagda tillverkningen för de sex företagen i delbranschen är 1,2 miljoner kronor, medan tillverkningsvärdet för gummikappor och oljekläder enligt den officiella statistiken uppgår till 2,2 miljoner kronor, varav mindre än en miljon rubricerats under konfektions- och sömnadsindustrien, återstoden under gummiindustrien. I genomsnitt utgör alltså tillverkningsvärdet för gummikappor och oljekläder endast två tredjedelar av hela tillverkningsvärdet i här behandlade delbransch.

Fem företag ha lämnat uppgifter. Den alldeles övervägande delen av försäljningen, ungefär fyra femtedelar, sker till detaljister och av återstoden ungefär vardera hälften till grossister och till industriella förbrukare, allmänna inrättningar o. dyl.

Försäljningen per detaljist varierar avsevärt. Den utgör för medianföretaget endast 500 kronor.

Samtliga företag redovisa försäljning över hela landet.

Den alldeles övervägande delen av tillverkningen sker på säsongorder.

Delbransch 4: *Företag tillverkande huvudsakligen blandad herrkonfektion*

Ej mindre än 26 företag ha hänförts till denna delbransch. Det sammanlagda tillverkningsvärdet är 21,6 miljoner kronor. Tillverkningsvärdet för de elva minsta företagen varierar mellan 50 och 180 tusen kronor samt utgör sammanlagt endast drygt en miljon kronor. Åtta företag ha ett tillverkningsvärde mellan 250 och 500 tusen kronor eller sammanlagt närmare 3 miljoner kronor. Återstående sju företag ha ett sammanlagt tillverkningsvärde av ej mindre än 17,5 miljoner kronor eller drygt fyra femtedelar av hela delbranschens tillverkningsvärde. De olika företagens storlek varierar kraftigt i sistnämnda storleksgrupp. Det största företagets tillverkningsvärde är ej mindre än fem gånger större än det minstas.

Uppgifter om distributionsstrukturen ha endast kunnat erhållas för företagen tillhörande den största storleksgruppen. Praktiskt taget hela försäljningen går till detaljister. Försäljningen per detaljist varierar starkt men är för flertalet företag av storleksordningen fyra—sju tusen kronor eller av ungefär samma storleksordning som för företag av motsvarande storlek, vilka tillverka huvudsakligen kostymer och överplagg.

Samtliga företag sälja över hela landet.

Ungefär två tredjedelar av tillverkningen faller på säsongorder, återstoden på efterorder. Lagertillverkningen är helt obetydlig.

Delbransch 7: *Företag med blandad tillverkning av damkonfektion*

Till denna delbransch ha hänförts tio företag med sammanlagt 2,4 miljoner kronors tillverkningsvärde. De sex minsta företagen ha mindre än 100 tusen kronors tillverkningsvärde och tillsammans 400 tusen kronor. De tre största företagen svara för drygt hälften av totala tillverkningsvärdet. På grund av bristfälliga uppgifter kunna några observationer i övrigt icke göras i denna delbransch.

Delbransch 8: *Företag tillverkande barnkonfektion*

Av de tio företagen i denna delbransch med ett sammanlagt tillverkningsvärde av sex miljoner kronor uppnå fyra, ungefär lika stora företag, icke 150 tusen kronors tillverkningsvärde, medan de fyra största företagen svara för drygt två tredjedelar av totala tillverkningsvärdet.

Fyra företag med någorlunda jämn storleksfördelning ha lämnat uppgifter. Samtliga utom ett sälja uteslutande till detaljister. Försäljningen per detaljist varierar så avsevärt att något typtal icke kan erhållas. I genomsnitt uppgår den emellertid till tre tusen kronor.

Samtliga företag sälja över hela landet, ett dock icke på Norrland.

Tre fjärdedelar av tillverkningen sker genomgående på säsongorder och ungefär en femtedel på efterorder. Lagertillverkningen är alltså förhållandevis obetydlig.

Delbranscherna 9 och 10: *Företag tillverkande huvudsakligen damunderkläder respektive korsetter*

Då gränsdragningen mellan dessa tvenne delbranscher är mindre skarp och företagen i fråga om distributionsstrukturen m. m. förefalla vara tämligen likartade, behandlas delbranscherna i ett sammanhang.

De nio företagen, tillverkande huvudsakligen damunderkläder, ha ett sammanlagt tillverkningsvärde av ungefär två och en halv miljoner kronor med tämligen starkt varierande tillverkningsvärde mellan de olika företagen. De fjorton företagen, tillverkande huvudsakligen korsetter, ha ett sammanlagt tillverkningsvärde av närmare åtta miljoner kronor. De sex minsta företagens andel av tillverkningsvärdet utgör mindre än fem procent av totala tillverkningsvärdet, de fyra största företagens andel cirka två tredjedelar. Tillverkningsvärdet varierar sålunda mycket avsevärt mellan olika företag.

Tre företag tillverkande damunderkläder och sex företag tillverkande korsetter ha lämnat uppgifter om distributionsstrukturen, bland de senare huvudsakligen de större företagen.

Fem företag i båda delbranscherna redovisa mer än tre fjärdedelar av totalförsäljningen till detaljister, återstoden till grossister. De två övriga företagen sälja huvudsakligen till grossister.

Försäljningen per detaljist varierar så avsevärt att något typtal icke kan erhållas. Den är emellertid i allmänhet av storleksordningen två till fyra tusen kronor. Någon tendens till ökad försäljning per detaljist vid stigande företagsstorlek kan icke iakttagas, snarare motsatsen.

Samtliga företag sälja enligt uppgift över hela landet, ett dock icke på Norrland.

Den alldeles övervägande delen av tillverkningen sker på säsongorder. Dock finnes i ett par fall en icke obetydlig tillverkning på efterorder.

Delbranscherna 12 och 13: *Företag tillverkande huvudsakligen hängslen respektive kravatter*

Tillverkningen inom dessa delbranscher är synnerligen heterogen. Sex företag av mycket varierande storlek med ett sammanlagt tillverkningsvärde av 1,4 miljoner kronor ha hänförts till delbransch 12 (hängslen) och sexton företag av likaledes mycket varierande storlek och med ett sammanlagt tillverkningsvärde av fyra miljoner kronor till delbransch 13 (kravatter). De nio minsta företagen i sistnämnda delbransch svara ej för mera än en tiondel av hela tillverkningsvärdet.

Endast två företag ha lämnat uppgifter i delbransch 12 (hängslen), fyra mindre och ett större företag i delbransch 13 (kravatter).

Samtliga företag utom ett i sistnämnda delbransch sälja minst två tredjedelar av sin tillverkning direkt till detaljister, återstoden till grossister. Försäljningen per detaljist är av storleksordningen 200 kronor. Försäljningen torde i stor utsträckning ske i kombination med av andra företag tillverkade artiklar.

Samtliga företag, även de minsta, i båda delbranscherna rapportera försäljning över hela landet.

Den alldeles övervägande delen av tillverkningen sker på säsongorder.

Delbransch 14: *Företag med blandad tillverkning av beklädnadsartiklar (delbranscherna 9—13 i kombination)*

Fyra företag med sammanlagt 0,7 miljoner kronors tillverkningsvärde ha hänförts till denna delbransch. På grund av bristande uppgifter kunna inga observationer göras.

Delbransch 15: *Företag tillverkande huvudsakligen madrasser*

Av de sjutton till denna delbransch förda företagen med ett sammanlagt tillverkningsvärde av 5,9 miljoner kronor, ha uppgifter kunnat erhållas från fyra större och ett mindre företag. De åtta minsta företagen uppnå icke 100 tusen kronors tillverkningsvärde och svara sammanlagt för endast en tiondel av totala tillverkningsvärdet, medan de nio större företagen svara för nio tiondelar.

Minst tre fjärdedelar av försäljningen sker till detaljister, återstoden till grossister. Försäljningen per detaljist är av storleksordningen 400—800 kronor.

Samtliga företag sälja enligt uppgift över hela landet.

Tillverkningens fördelning på lager, säsong- och efterorder varierar mycket starkt, men tillverkningen på säsongorder är den vida större.

Delbransch 16: *Företag tillverkande huvudsakligen tält, flaggor, presenningar etc.*

De tjugosex företagen ha ett sammanlagt tillverkningsvärde av närmare fyra miljoner kronor. De sjutton mindre företagen uppnå icke 110 tusen kronors tillverkningsvärde eller sammanlagt en miljon kronor.

På grund av bristfälliga uppgifter kan endast konstateras att försäljningen förefaller till övervägande del ske till detaljister, att försäljningen per detaljist är av storleksordningen 200—500 kronor samt att ungefär tre fjärdedelar av tillverkningen sker på säsongorder.

Givetvis är bilden av denna delbransch mycket ofullständig. Bl. a. har ingen uppfattning kunnat erhållas om omfattningen av uthyrning av presenningar, som lär vara mycket betydande.

Delbransch 17: *Företag tillverkande huvudsakligen broderiartiklar (tapisseriarbeten)*

Tio företag med ett sammanlagt tillverkningsvärde av icke mindre än 2,8 miljoner kronor ha hänförts till denna delbransch. De fyra minsta företagen ha tillsammans ett tillverkningsvärde av ungefär 80 tusen kronor, medan de större företagen ha ett tillverkningsvärde av åtskilliga hundra tusen kronor. De tre största företagen svara för icke mindre än två tredjedelar av totala tillverkningsvärdet. På grund av bristfälligt uppgiftsmaterial kunna inga observationer i övrigt göras beträffande denna delbransch.

Delbransch 18: *Företag tillverkande huvudsakligen madrasser, tält och presenningar*

Nio företag med ett sammanlagt tillverkningsvärde av 1,4 miljoner kronor ha hänförts till denna delbransch. Företagen äro synnerligen heterogena i fråga om produktionsinriktningen och av synnerligen varierande storlek.

Liksom beträffande företag tillverkande huvudsakligen madrasser (delbransch 15) eller huvudsakligen tält, presenningar etc. (delbransch 16) sker den huvudsakliga försäljningen till detaljister. I övrigt kunna icke några observationer göras.

Delbranscherna 20 och 21: *Företag tillverkande huvudsakligen hattar och mössor för damer och barn respektive nyssnämnda artiklar i kombination med herrhattar och -mössor*

Företagen av olika storlek i dessa delbranscher äro av olika karaktär. De mindre företagen torde vara starkt hantverksbetonade, medan de större företagen driva full industriell tillverkning.

Av de tjugoåtta företag med ett sammanlagt tillverkningsvärde av 7,6 miljoner kronor, vilka huvudsakligen tillverka hattar och mössor för damer och barn, ha åtta ett tillverkningsvärde understigande 50 tusen kronor, sex 150 tusen kronor, åtta 500 tusen kronor och sex företag ett tillverkningsvärde överstigande 500 tusen kronor. De sex största företagen svara för drygt hälften av totala tillverkningsvärdet.

De elva företag, som huvudsakligen tillverka hattar och mössor för herrar, damer och barn (delbransch 21), ha ett sammanlagt tillverkningsvärde av 3,5 miljoner kronor. Fyra företag ha ett tillverkningsvärde understigande 50 tusen kronor, fyra 500 tusen kronor och tre högre tillverkningsvärde än 500 tusen kronor. De tre största företagen svara för icke mindre än tre fjärdedelar av totala tillverkningsvärdet.

Uppgifter ha i båda delbranscherna erhållits endast från sammanlagt sex företag, samtliga relativt stora. För båda delbranscherna gäller genomgående att i stort sett hela försäljningen sker till detaljister. Försäljningen per detaljist varierar starkt. Den är av storleksordningen 600—1 200 kronor. Någon samvariation med företagets tillverkningsvärde kan icke konstateras. Företagen sälja över hela landet. Tillverkningen sker till ungefär tre fjärdedelar på säsongorder. Lagertillverkningen är obetydlig.

Delbransch 22: *Företag med blandad tillverkning av ett flertal slag av konfektions-, beklädnads- och sömnadsartiklar*

Till denna delbransch ha hänförts aderton företag med ett sammanlagt tillverkningsvärde av 17,2 miljoner kronor. Samtliga företag äro relativt

stora. Intet företags tillverkningsvärde understiger 200 tusen kronor och hälften av företagen ha ett tillverkningsvärde överstigande en miljon kronor.

Fem företag med ungefärligen jämn storleksfördelning inom delbranschen ha lämnat uppgifter. Som är att vänta sälja dessa företag uteslutande till detaljister. Försäljningen per detaljist visar en tydlig tendens till stegring vid växande tillverkningsvärde och ungefär i samma takt som detta. För medianföretaget utgör den två tusen kronor men är blott en tredjedel så stor för det minsta företaget och ungefär tre gånger så stor för de största företagen. Försäljningens storlek per försäljare varierar icke obetydligt och visar en klar tendens till ökning vid stigande tillverkningsvärde per företag.

Samtliga företag sälja över hela landet, ett dock icke på Norrland.

Drygt tre fjärdedelar av tillverkningen sker på säsongorder. Återstoden nästan helt och hållet på efterorder.

Delbransch 23: *Företag, utförande huvudsakligen lönsömnad*

Till denna delbransch ha förts icke mindre än 66 företag med ett sammanlagt förädlingsvärde av endast 2,7 miljoner kronor. Förädlingsvärdet per företag är därför icke mera än 40 tusen kronor.

Tabellen nedan visar antalet företag i olika storleksgrupper och dessas andel av totalantalet och totala förädlingsvärdet.

Storleksgrupp	Antal företag			Förädlingsvärde	
	Förädlingsvärde per företag (1 000-tal kr.)	absolut	i procent av samtliga	milj. kr.	andel i procent
1	—15	16	24	0,1	4
2	16—25	16	24	0,5	19
3	26—50	15	23	0,3	11
4	51—100	12	18	0,7	26
5	101—	7	11	1,1	40
1—5	41	66	100	2,7	100

Som framgår av tabellen svara även i denna delbransch de stora företagen för en betydande del av tillverkningen (förädlingen). Två tredjedelar av hela förädlingsvärdet faller på mindre än en tredjedel av antalet företag. Betydelsen av små och mycket små företag är dock givetvis mycket större än vad som framgår av ovanstående tabell, emedan — såsom tidigare framhållits — endast företag utöver en viss storlek kunnat medtagas i undersökningen.

Produktions- och distributionsstrukturen för vissa delbranscher inom konfektions- och sömnadsindustrien 1938.

Samtliga uppgifter äro medianvärden och avse endast siffermässigt analyserade företag.

Delbransch	Tillverkningsvärde per företag[1] milj. kr.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
		Storleksgrupp	Försäljningsvärde Index	Antal företag	Antal per företag tillverkade		Försäljningsvärdets procentuella fördelning på		Antal kunder per företag[3]		Försäljning per kund[1] 1 000-tal kr.			Försäljning per försäljare 1 000-tal kr.	Antal kunder per försäljare	Tillverkningsvärdets procentuella fördelning på		
					varugrupper[2]	varuslag[2]	detaljist	grossist	detaljist	grossist	detaljist	grossist	de + gr			lager	säsongorder	efterorder
Företag huvudsakligen tillverkande:																		
1. **Kostymer o. överplagg**																		
Alla prislägen	0,2	1	**100**	5	2	7	100	—	120	—	1,7			167	150	1	75	20
	0,7	2	270	8	1	4	100	—	225	—	3,6			259	82	0	79	20
	1,8	3	680	7	2	7	100	—	300	—	6,7			635	(67)	0	76	28
	3,9	4	1 450	7	2	13	100	—	354	—	13,6			1 028	(80)	5	68	25
Lågt prisläge (33—55 kr. per kostym)	0,2	1	**100**	3	2	7	100	—	150	—	1,7			239	175	2	80	18
	0,6	2	170	3	1	5	100	—	110	—	4,5			336	78	0	75	25
	2,8	3	1 410	5	1	7	100	—	350	—	9,1			796	80	2	76	22
Mellanprisläge (56—64 kr. per kostym)	—	1	—	—	—	—	—	—	—	—	—			—	—	—	—	—
	0,4	2	**100**	4	2	5	100	—	263	—	2,4			247	63	0	83	18
	3,8	3	580	4	2	12	100	—	327	—	14,3			1 024	88	3	74	26
Högt prisläge (65—133 kr. per kostym)	0,14	1	—	—	—	—	—	—	—	—	—			—	—	—	—	—
	0,8	2	**100**	3	1	5	100	—	48	—	19,2			(910)	(99)	0	60	40
	2,4	3	330	4	2	5	100	—	266	—	10,1			(635)	(69)	0	46	37
5. **Damkappor**	0,2	1	**100**	4	2	4	100	—	(84)	—	(2,8)			(209)	(36)	5	73	23
	2,3	2	450	4	1	4	100	—	(170)	—	(10,8)			(560)	(49)	—	72	30
6. **Damklänningar**	0,1	1	**100**	4	1	3	100	0	48	3	4,0			151	36	3	75	17
	1,2	2	470	4	1	3	100	—	257	—	5,3			297	65	0	90	7
11. **Skjortor och pyjamas**	0,3	1	**100**	5	1	1	(100)	(0)	(300)	(13)	0,7	4,3	1,1	97	(108)	0	80	10
	1,6	2	350	6	1	2	(81)	(17)	(413)	(41)	1,5	19,6	1,8	208	(167)	2	88	7
19. **Herrhattar o. -mössor**	0,05	1	**100**	4	1	1	95	5	150	6	0,3	1,5	0,3	52	179	—	90	5
	0,5	2	940	3	2	5	85	10	1 000	15	0,7	9,4	0,8	181	164	3	75	20

[1] Alla till respektive storleksgrupper förda företag, ej endast de siffermässigt analyserade.

[2] Vilka varuslag och varugrupper, som avses, framgår av bilaga 3 på sid. 409.

[3] Företag, vilka sakna försäljning till viss kategori och därför icke redovisa några kunder i denna kategori, ha uteslutits vid beräkningen av medianvärdet för antal kunder och försäljningen per kund i ifrågavarande kategori.

Produktions- och distributionsstrukturen för vissa delbranscher inom konfektions- och sömnadsindustrien 1938.

Samtliga uppgifter äro vägda genomsnitt respektive, i förekommande fall, ovägda genomsnitt.

Delbransch	Tillverkningsvärde per företag[1] milj. kr.	1 Storleksgrupp	2 Försäljningsvärde Index	3 Antal företag	4 Antal per företag tillverkade varugrupper[2]	5 Antal per företag tillverkade varuslag[2]	6 Försäljningsvärdets procentuella fördelning på detaljist	7 Försäljningsvärdets procentuella fördelning på grossist	8 Antal kunder per företag[3] detaljist	9 Antal kunder per företag[3] grossist	10 Försäljning per kund 1 000-tal kr. detaljist	11 Försäljning per kund 1 000-tal kr. grossist	12 Försäljning per kund 1 000-tal kr. de + gr	13 Försäljning per försäljare 1 000-tal kr.	14 Antal kunder per försäljare	15 Tillverkningsvärdets procentuella fördelning på lager	16 Tillverkningsvärdets procentuella fördelning på säsongorder	17 Tillverkningsvärdets procentuella fördelning på efterorder
Företag tillverkande huvudsakligen:																		
1. **Kostymer o. överplagg**																		
Alla prislägen	1,2	1—4	justerade[4]	**70**	**1,6**	**6**	**99**		**189**	..	**6,6**			**654**	**97**	**5**	**67**	**28**
	1,2	1—4		**27**	**1,6**	**7**	**100**		**248**	..	**7,8**			**712**	**90**	**5**	**66**	**29**
	0,2	1	**100**	5	1,6	6,0	99		113	..	2,4			215	188	1	77	22
	0,7	2	279	8	1,3	4,8	100		246	..	3,0			275	116	1	73	26
	1,8	3	727	7	1,6	6,4	100		249	..	7,8			607	87	1	65	34
	3,9	4	1 764	7	2,1	10,0	99		370	..	12,5			1 118	101	7	66	27
5. **Damkappor**	0,8	1—2		**8**	**2,0**	**4**	**100**		**220**	..	**8,2**			**460**	**54**	**1**	**72**	**27**
	0,2	1	**100**	4	2,5	5,0	100		(162)	..	(3,5)			219	(66)	6	75	19
	2,3	2	532	4	1,5	3,5	100		(278)	..	(10,9)			606	(56)	—	72	28
6. **Damklänningar**	0,45	1—2		**8**	**1,1**	**3**	**98**	**1**	**138**	**3**	**5,4**			**289**	**53**	**1**	**86**	**13**
	0,1	1	**100**	4	1,0	3	91	9	48	3	4,2			144	32	4	78	18
	1,2	2	602	4	1,2	4	99	—	229	—	5,7			347	61	1	87	12
11. **Skjortor och pyjamas**	1,0	1—2		**11**	**1,3**	**2**	**65**	**35**	**(384)**	**(26)**	**1,1**	**18,6**	**1,6**	**220**	**147**	**15**	**78**	**7**
	0,3	1	**100**	5	1,4	1,8	(90)	(10)	(268)	(13)	0,8	4,6	0,9	98	137	2	82	16
	1,6	2	410	6	1,2	1,7	(60)	(40)	(481)	(35)	1,2	21,9	2,0	261	(157)	17	78	5
19. **Herrhattar o. -mössor**	0,24	1—2		**7**	**1,3**	**3**	**83**	**15**	**542**	**12**	**0,7**	**7,7**	**0,8**	**67**	**189**	**3**	**79**	**18**
	0,05	1	**100**	4	1,3	1,8	92	8	175	6	0,3	1,5	0,3	39	103	—	87	13
	0,5	2	1 474	3	1,7	4,3	82	16	1 033	15	0,7	9,5	0,9	196	225	3	79	18

[1] Alla till respektive storleksgrupper förda företag, ej endast de siffermässigt analyserade.

[2] Vilka varugrupper och varuslag, som avses, framgår av bilaga 3 på sid. 409.

[3] Företag, vilka sakna försäljning till viss kategori och därför icke redovisa några kunder i denna kategori, ha uteslutits vid beräkningen av vägda genomsnittet för antal kunder i ifrågavarande kategori.

[4] Genomsnittsvärdena i denna rad justerade med hänsyn till den varierande representativiteten i nedan angivna storleksgrupper.

Förteckning över varugrupper och varuslag ingående i kommerskollegii statistik

1. Herrkonfektion

Kläder av yllevävnad:
  kostymer
  sportdräkter
  kavajer och jackor
  västar
  byxor
  överplagg (rockar, paletåer, ulstrar, trenchcoats, regnkragar o. dyl.):
    impregnerade
    andra
  arbets- och överdragskläder
  morgonrockar, badrockar o. dyl.
Kläder av bomulls-, linne- o. dyl. vävnader:
  kostymer
  sportdräkter
  kavajer och jackor
  västar
  byxor
  överplagg (rockar, paletåer, ulstrar, trenchcoats, regnkragar o. dyl.)
  arbets- och överdragskläder
  morgonrockar, badrockar o. dyl.
Uniformer och uniformseffekter

2. Damkonfektion

Dräkter
Sportdräkter
Sportbyxor
Jackor
Kappor av impregnerat tyg
Andra kappor och ulstrar
Kjolar
Blusar
Klänningar
Morgonrockar, badrockar o. dyl.
Arbets- och överdragskläder
Förkläden

3. Barnkonfektion

Kostymer
Impregnerade rockar och kappor
Andra rockar och kappor
Klänningar m. m.
Byxor

4. Diverse konfektions- och sömnadsartiklar

Gummikappor
Oljekläder
Benlindor, bälten, skärp, strumpeband o. dyl.
Damasker
Dam- och barnunderkläder:
  av trikåväv
  andra
Hängslen
Korsetter, reformliv, korsettskyddare o. dyl.
Kragar, manschetter och skjortveck
Kravatter, halsdukar, rosetter och slipsar
Skjortor och pyjamas
Broderi- och tapisseriarbeten
Flaggor, standertar och vimplar
Presenningar
Ryggsäckar, skol- och torgväskor m. m.
Segel
Säckar
Sängkläder:
  madrasser, bolstrar, täcken, kuddar o. dyl.
  lakan och örngott
Tält och markiser

5. Lönsömnad

Uppburen bruttoersättning för utförd sömnad åt andra firmor

6. Hattar

Dam- och barnhattar:
  filt- och fälbhattar
  stråhattar
  tyghattar
Herrhattar:
  filt- och fälbhattar
  stråhattar
  tyghattar
Hattstommar, filtstumpar, hattflätor m. m.

7. Mössor

Dam- och barnmössor:
  tygmössor
  pälsmössor
  skinnmössor
Herrmössor:
  tygmössor
  pälsmössor
  skinnmössor

8. Övriga tillverkningar

Förbandsartiklar (bandage, förbandsbomull, gasbindor o. dyl.)
Konstgjorda blommor
Preparerade naturliga växter
Paraplyer och parasoller
Käppar
Rullgardiner
Mekaniska rullgardinskäppar

V. Antal arbetaretimmar och tillverkningsvärde per plagg hos olika stora företag inom konfektionsindustriens tre största delbranscher

1. Undersökningens omfattning och representativitet

Undersökningen omfattar företag, tillverkande huvudsakligen endera av de betydande konfektionsartiklarna manskostymer, damkappor, andra än impregnerade (främst »regnkappor») och damklänningar. För att ernå bästa möjliga jämförbarhet mellan företagen ha endast företag, vilkas tillverkningsvärde till minst åttio procent utgjorts av respektive varuslag, medtagits i undersökningen. Ett avsevärt antal företag med betydande produktion av nämnda artiklar men som dock icke uppgått till åttio procent av tillverkningsvärdet ha icke medtagits i undersökningen. Några företag ha måst uteslutas på grund av bristfälliga uppgifter.

Av 70 företag, vilka huvudsakligen tillverka kostymer och överplagg (delbransch 1), ha endast 31 företag kunnat medtagas i undersökningen; av 31 företag tillverkande huvudsakligen damkappor (delbransch 5) 29 och av 26 företag tillverkande huvudsakligen damklänningar (delbransch 6) 19 företag.

För varje grupp av företag ha uppgjorts tre punktdiagram, utvisande för de olika företagen:

1) antal tillverkade plagg och salutillverkningsvärde per plagg,
2) antal arbetaretimmar per plagg och antal tillverkade plagg samt
3) antal arbetaretimmar per plagg och salutillverkningsvärde per plagg.

Efter diagrammen över respektive delbranscher illustreras genom en tabelluppställning samvariationen mellan antal tillverkade plagg per företag, salutillverkningsvärde per plagg och antal arbetaretimmar per plagg.

Samtliga uppgifter avse år 1938.

Uppgifter angående antal tillverkade plagg samt tillverkningsvärde per plagg ha hämtats direkt ur kommerskollegii statistik. Även antalet arbetaretimmar har beräknats med ledning därav. Totalantalet arbetaretimmar har uppskattats genom att till antalet arbetaretimmar »i driften»

lägga det angivna ungefärliga antalet hemarbetare, multiplicerat med ett uppskattningsvis beräknat genomsnittligt antal timmar per år: för fabriker tillverkande kostymer 1 200, kappor 1 200 och klänningar 1 000. Det sålunda erhållna totalantalet arbetaretimmar har därefter reducerats i förhållande till den andel av hela tillverkningsvärdet, som tillverkningsvärdet för respektive varuslag utgjort. Om ett företag exempelvis redovisat ett tillverkningsvärde för manskostymer utgörande nittio procent av totala tillverkningsvärdet samt 10 000 arbetaretimmar, har antalet arbetaretimmar per manskostym erhållits genom att dividera 9 000 med redovisade antalet manskostymer.

Den här använda metoden för beräkningen av antalet arbetaretimmar är ganska approximativ. Dels torde redovisningen av antalet hemarbetare vara osäker och dels varierar antalet arbetaretimmar per hemarbetare avsevärt liksom dessas »betydelse» i förhållande till antalet fabriksarbetaretimmar. Däremot torde reduktionen av antalet arbetaretimmar i förhållande till de i undersökningen medtagna plaggens andel av totala tillverkningsvärdet icke innebära samma grad av approximation. Dels utgör här undersökta plagg minst åttio procent av den totala tillverkningen (värdet) och dels torde den övriga delen av tillverkningen ha ungefär samma proportioner mellan material- och arbetskostnader som de undersökta plaggen, t. ex. mans- respektive gosskostymer, klänningar respektive blusar.

I den efterföljande analysen ha företag med och utan (eller med synnerligen lågt — även relativt — antal) hemarbetare redovisats var för sig. Någon skillnad i samvariationen mellan olika faktorer för företag med respektive utan hemarbetare kan icke iakttagas, vilket tyder på att något större systematiskt fel icke vidlåder beräkningen av totalantalet arbetaretimmar.

2. Analys av de olika grupperna av företag

A. Företag, vilkas tillverkningsvärde för manskostymer utgör minst åttio procent av totala tillverkningsvärdet

De stora företagen svara för en mycket betydande del av tillverkningen; de sju största för mera än hälften av tillverkningen hos alla i denna undersökning medtagna 31 företag. Storleksfördelningen mellan här undersökta företag är i stort sett densamma som för samtliga till delbranschen kostymer och överplagg hänförliga företag.

Som framgår av diagram 52 på vidstående sida varierar såväl antalet tillverkade plagg per företag som tillverkningsvärdet per plagg mycket avsevärt mellan olika företag. Drygt hälften av företagen ha dock ett tillverkningsvärde per plagg mellan 52 och 62 kronor.

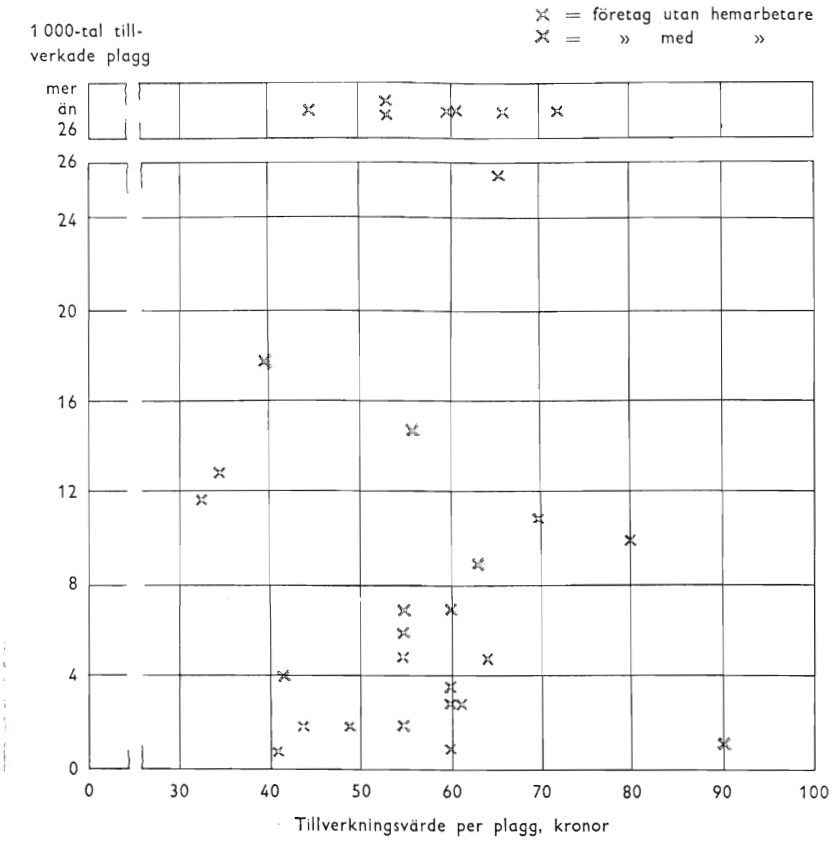


Diagram 52. Antal tillverkade kostymer och tillverkningsvärde per kostym för individuella företag, vilkas hela tillverkningsvärde till minst 80 procent utgöres av kostymer. 1938.

Någon samvariation mellan antalet tillverkade plagg per företag och tillverkningsvärdet per plagg kan icke konstateras i annan mån än att inga mycket stora företag redovisa lågt tillverkningsvärde (under 45 kronor) per plagg.

Någon olikhet i samvariationen mellan antal tillverkade plagg och tillverkningsvärde per plagg för företag med och utan hemarbetare kan icke iakttagas. Antalet hemarbetare är med enstaka undantag relativt obetydligt.

Som framgår av diagram 53 på omstående sida varierar antalet arbetaretimmar per plagg för de i undersökningen behandlade företagen mycket avsevärt. Sju företag ha fjorton eller mindre antal arbetaretimmar per plagg medan åtta företag redovisa tjugo eller flera arbetaretimmar per plagg. Sexton företag ligga mellan dessa värden.

Någon tydlig samvariation mellan antal arbetaretimmar per plagg och antal tillverkade plagg per företag kan inte iakttagas. Dock ha de mycket

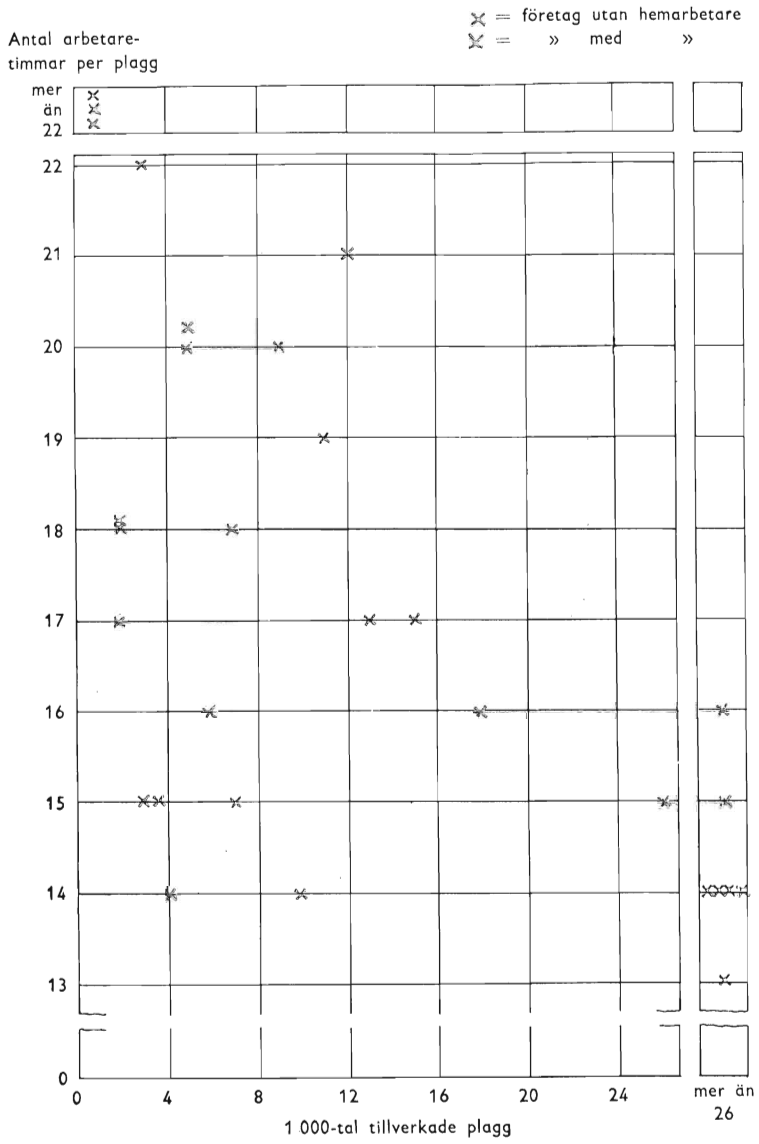


Diagram 53. Antal arbetaretimmar per kostym och antal tillverkade kostymer för individuella företag, vilkas hela tillverkningsvärde till minst 80 procent utgöres av kostymer. 1938.

stora företagen — med en årstillverkning av mer än 26 tusen plagg — icke oväsentligt lägre antal arbetaretimmar per plagg än flertalet mindre företag, medan flertalet företag med mycket högt antal arbetaretimmar per plagg äro mycket små.

Diagram 54 på sid. 415 visar antal arbetaretimmar och tillverkningsvärde per plagg för de i undersökningen behandlade företagen. Som fram-

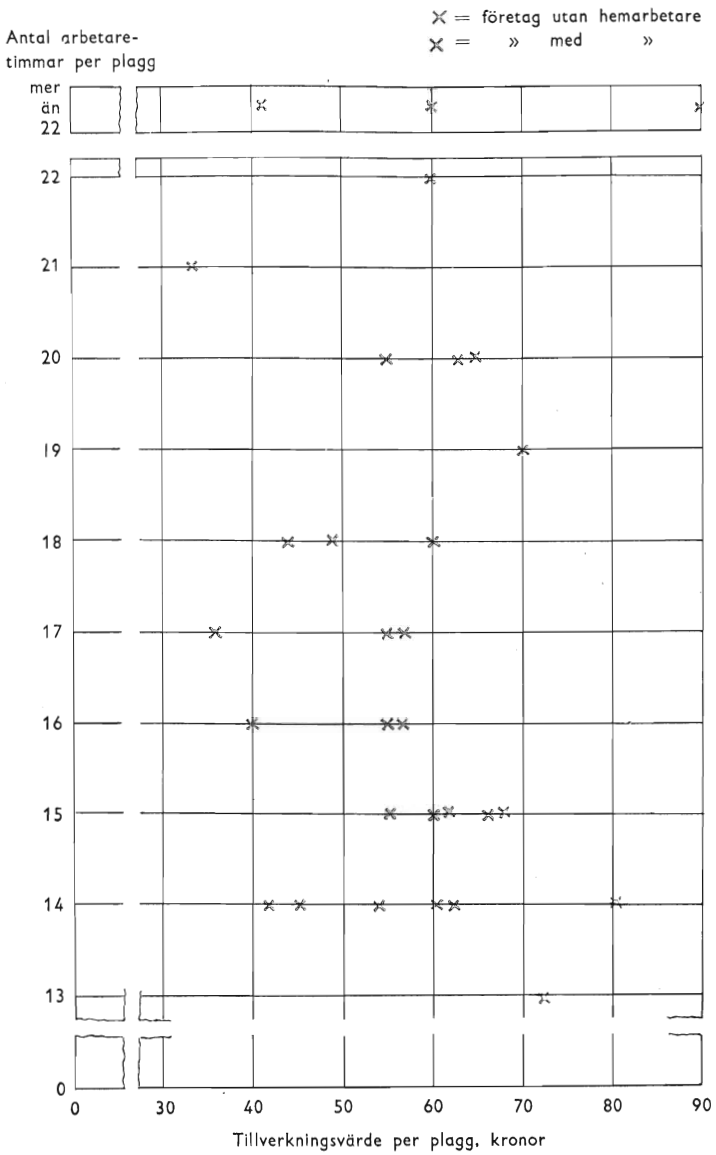


Diagram 54. Antal arbetaretimmar och tillverkningsvärde per kostym för individuella företag, vilkas hela tillverkningsvärde till minst 80 procent utgöres av kostymer. 1938.

går av diagrammet kan över huvud taget icke någon samvariation konstateras mellan antalet arbetaretimmar per plagg och tillverkningsvärdet per plagg. Detta synes annars, i den mån det icke påverkas endast eller till alldeles övervägande del av i plagget ingående material utan även av utförandet, skola öka vid stigande antal arbetaretimmar per plagg.

Antalet arbetaretimmar per plagg påverkas givetvis inte endast av före-

tagens tillverkningseffektivitet utan också av skillnader i utförandet av de tillverkade plaggen. Uppgiftsmaterialet medgiver icke en redovisning av dessa skillnader i utförande. De framkomma endast delvis i storleken av tillverkningsvärdet per plagg, som i stor utsträckning påverkas av priset på i plaggen ingående vävnader.

Någon tydligare samvariation har, som tidigare visats, icke kunnat iakttagas mellan vardera två av faktorerna antal tillverkade plagg, tillverkningsvärde per plagg och antal arbetaretimmar per plagg. Det skulle dock kunna tänkas att ett samband förelåge mellan alla tre faktorerna. Företag med ungefär lika stort tillverkningsvärde per plagg respektive antal tillverkade plagg skulle visa liknande antal arbetaretimmar per plagg. Ej heller något sådant samband kan konstateras i annan mån än att, såsom tidigare framhållits, de mycket stora företagen ha ett icke oväsentligt lägre antal arbetaretimmar per plagg än flertalet övriga. Särskilt frapperande är den stora spridningen mellan antalet arbetaretimmar per plagg även hos företag, för vilka både tillverkningen och tillverkningsvärdet per plagg är av samma storleksordning. Detta framgår av nedanstående tabell, i vars »rutor» angivits antal arbetaretimmar per plagg för de olika företagen, fördelade dels efter tillverkningsvärde per plagg och dels efter antal tillverkade plagg.[1]

Tillverkningsvärde per plagg, kronor	1 000-tal tillverkade plagg		
	—6	7—18	19—
—50	14, 18, 18, 23	17, 21	14, 16
51—65	15, 15, 16, 16 20, 20, 22, 22	15, 17, 18, 20	14, 14, 14, 15
66—	14, 23	17, 19	12, 15, 15

B. Företag, vilkas tillverkningsvärde för damkappor utgör minst åttio procent av totala tillverkningsvärdet

Såväl antalet tillverkade plagg som tillverkningsvärdet per plagg varierar mycket avsevärt mellan företagen. Som framgår av diagram 55 på vidstående sida tillverka fem företag 30 000 eller flera plagg, medan icke mindre än fjorton företag tillverka så litet som mindre än 4 000 plagg. Endast fyra företag tillverka mellan 10 000 och 30 000 plagg.

Tillverkningsvärdet per plagg är mycket olika för olika företag. Endast

[1] Av tabellen framgår t. ex. att de fyra företag, som tillverkade högst 6 000 plagg under 1938 *och* vars tillverkningsvärde per plagg högst uppgick till 50 kronor, redovisade 14, 18, 18 respektive 23 arbetaretimmar per plagg. (»Rutan» överst till vänster.)

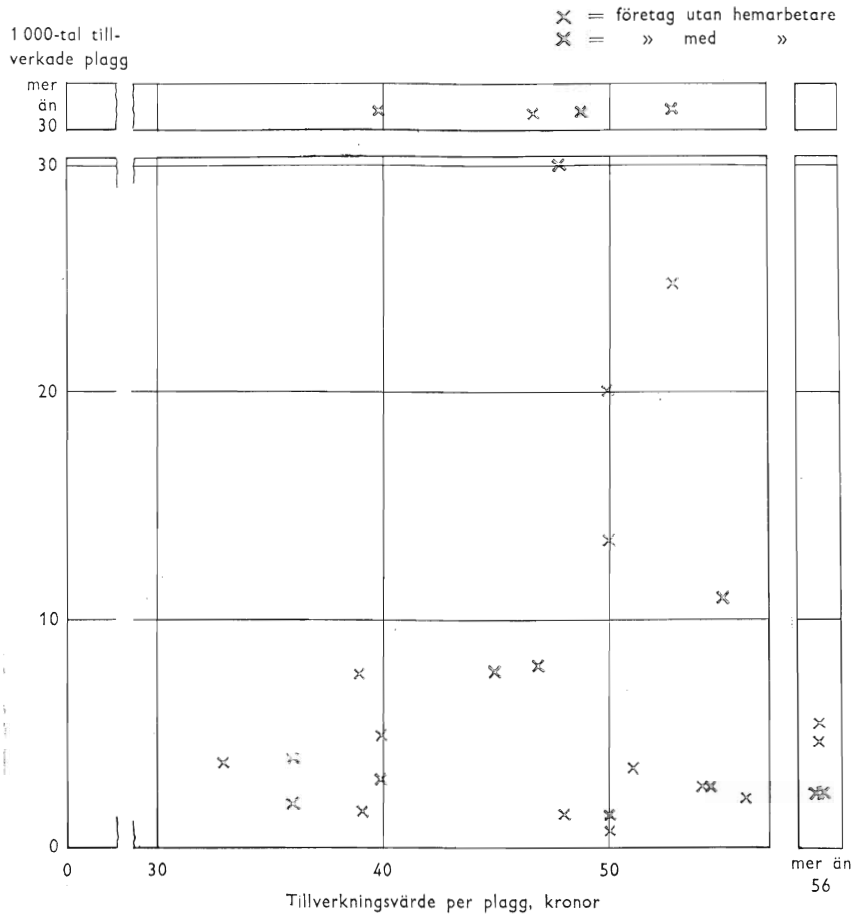


Diagram 55. Antal tillverkade damkappor och tillverkningsvärde per damkappa för individuella företag, vilkas tillverkningsvärde till minst 80 procent utgöres av damkappor. 1938.

ett av de största företagen har ett lägre tillverkningsvärde än 40 kronor per plagg, medan sju mindre företag underskrida denna siffra. Fyra mindre företag visa ett förhållandevis högt tillverkningsvärde, mer än 56 kronor per plagg. Endast sex företag, varav dock tre mycket stora, ha ett tillverkningsvärde överstigande 40 och understigande 50 kronor per plagg.

Någon samvariation mellan antal tillverkade plagg och tillverkningsvärde per plagg kan icke konstateras. Ej heller mellan antal arbetaretimmar per plagg och antal tillverkade plagg kan någon närmare samvariation iakttagas. Dock gäller, liksom i fråga om manskostymer, att de största företagen ha ett förhållandevis lågt antal arbetaretimmar per plagg och endast små företag mycket högt antal arbetaretimmar per plagg. Förhållandet är dock ej lika utpräglat som beträffande manskostymer.

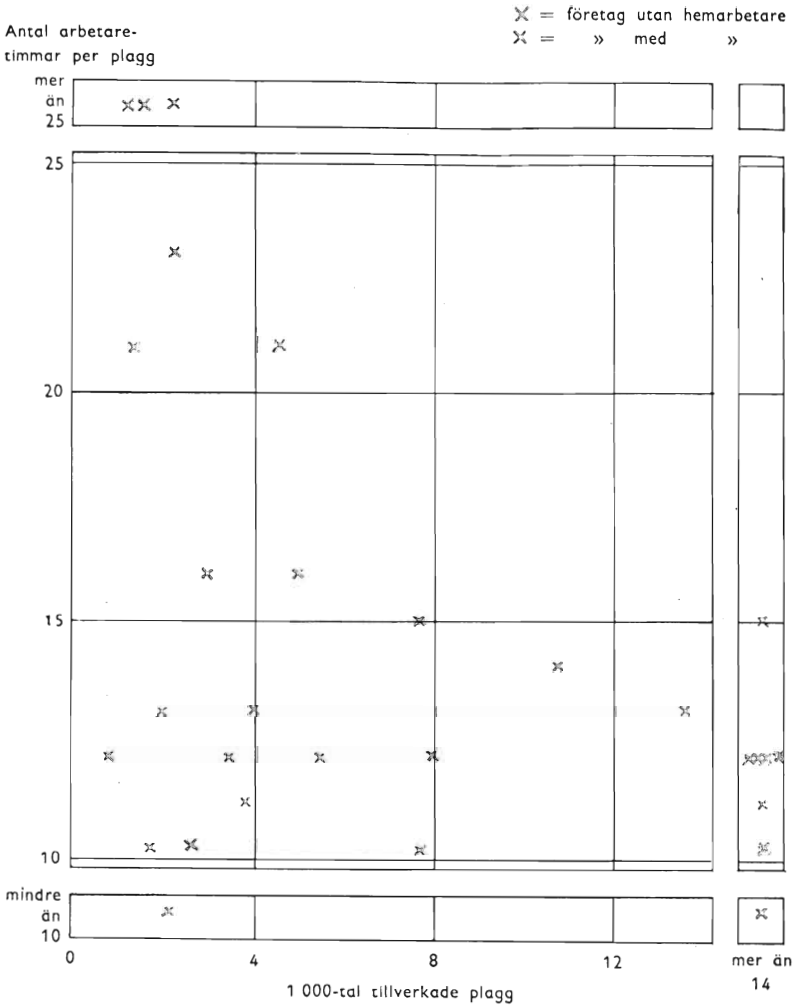


Diagram 56. Antal arbetaretimmar per damkappa och antalet tillverkade damkappor för individuella företag, vilkas hela tillverkningsvärde till minst 80 procent utgöres av damkappor. 1938.

Antalet arbetaretimmar per plagg och antal tillverkade plagg framgår av diagram 56 ovan.

Som framgår av diagram 57 på sid. 419 över antalet arbetaretimmar per plagg och tillverkningsvärdet per plagg finnes ej någon samvariation mellan dessa tvenne faktorer. En stark koncentration av företag kan iakttagas kring cirka 12 arbetaretimmar och 50 kronors tillverkningsvärde per plagg.

Ehuru ett betydande antal företag redovisa ett relativt avsevärt antal hemarbetare, torde dock inte tidigare påtalade svårigheter vid beräkningen

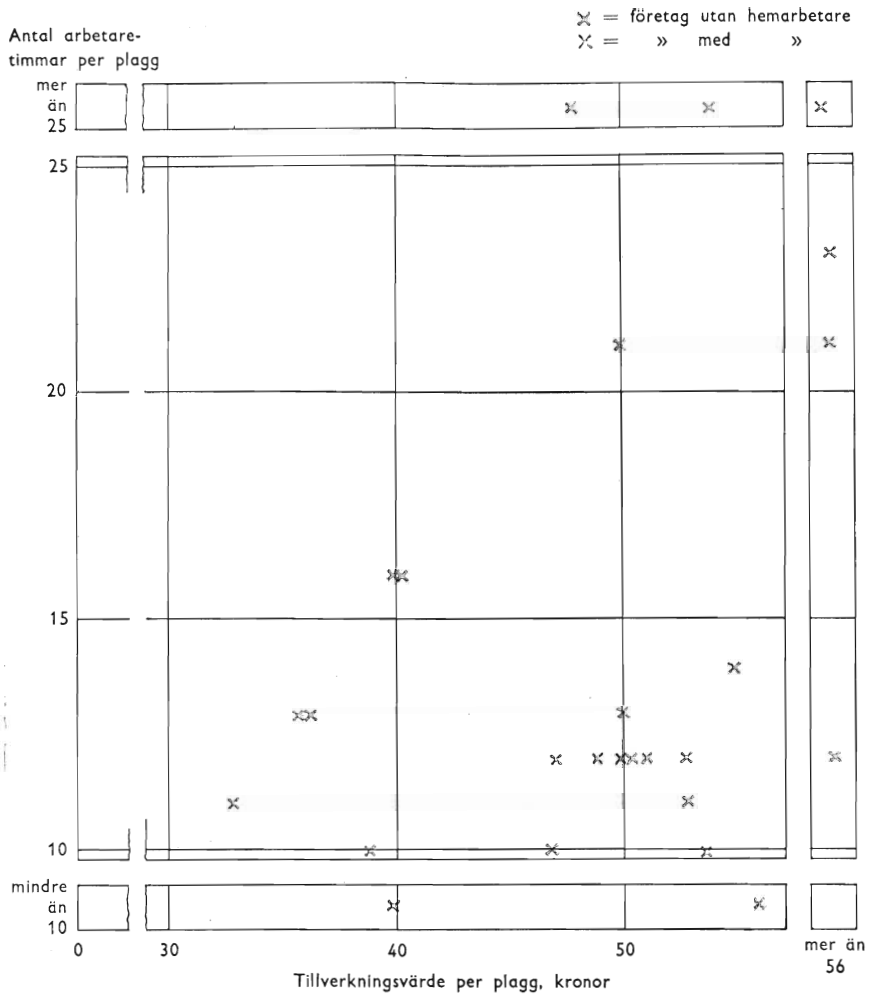


Diagram 57. Antal arbetaretimmar och tillverkningsvärde per tillverkad damkappa för individuella företag, vilkas hela tillverkningsvärde till minst 80 procent utgöres av damkappor. 1938.

av antalet hemarbetaretimmar i förhållande till fabriksarbetaretimmar i någon högre grad ha äventyrat den bild man erhåller av samvariationen mellan antalet arbetaretimmar per plagg och andra faktorer. Även vid ett studium icke endast av företag med och utan hemarbetare utan även av företag med förhållandevis mycket litet antal hemarbetare kan icke någon av det relativa antalet hemarbetare beroende tendens iakttagas.

Någon samvariation kan lika litet som mellan vardera två faktorer konstateras mellan samtliga tre faktorer, antal tillverkade plagg, tillverkningsvärde per plagg och antal arbetaretimmar per plagg.

I rutorna i nedanstående tabell har angivits antal arbetaretimmar per plagg för de olika företagen, fördelade dels efter tillverkningsvärde per plagg och dels efter antal tillverkade plagg.

Spridningen mellan de individuella uppgifterna är, som synes, för flera grupper av företag mycket stor. Skillnaderna i utförande, som icke behöva medföra motsvarande skillnader i tillverkningsvärde per plagg, äro emellertid också stora mellan olika företag.

Tillverkningsvärde per plagg, kronor	1 000-tal tillverkade plagg		
	—4	4—11	11—
—46	10, 11, 13, 16	12, 12, 21, 23, 30	9, 10, 27, 33
47—52	10, 13, 15, 16	12, 12	12, 14, 21
52—	—	10, 12, 12, 13, 15	—

C. Företag, vilkas tillverkningsvärde för damklänningar utgör minst åttio procent av totala tillverkningsvärdet

Som framgår av diagram 58 varierar i denna grupp tillverkningsvärdet per plagg ännu mera mellan olika företag än inom tidigare behandlade grupper av företag. Detta synes naturligt med hänsyn till den mycket stora olikhet både i fråga om tygkvaliteter — och därmed priser — och utförande, som kan vara utmärkande för damklänningar. Uppenbarligen lider analysen i detta avsnitt av ännu större svagheter än i de föregående på grund av omöjligheten att på grund av uppgiftsmaterialets bristfällighet taga hänsyn till en mycket stor del av existerande skillnader i utförande, vilka starkt påverka arbetsåtgången vid framställning av plaggen.

Fyra företag ha ett tillverkningsvärde av 10 kronor eller lägre och tre företag mer än 30 kronor per plagg. Företag med ännu högre tillverkningsvärde per plagg ha uteslutits, då dessa företag icke ansetts vara jämförbara med övriga företag, emedan de legat på gränsen till hantverk. Var gränsen skall dragas är i stort sett en smaksak. Det tillgängliga uppgiftsmaterialet medgiver inte någon rationell gränsdragning — om en gräns över huvud finnes.

Antalet tillverkade plagg per företag växlar starkt. Åtta företag framställa mindre än 12 000 plagg, sju mer än 28 000 plagg, medan endast fyra företag redovisa en tillverkning mellan 12 och 28 tusen plagg.

Någon tydlig samvariation mellan antalet tillverkade plagg och tillverkningsvärdet per plagg kan ej konstateras. Dock ha de relativt små företagen samtliga ett tillverkningsvärde per plagg mellan tio och tjugo kronor, medan halva antalet större företag ha ett tillverkningsvärde per plagg överstigande tjugo kronor.

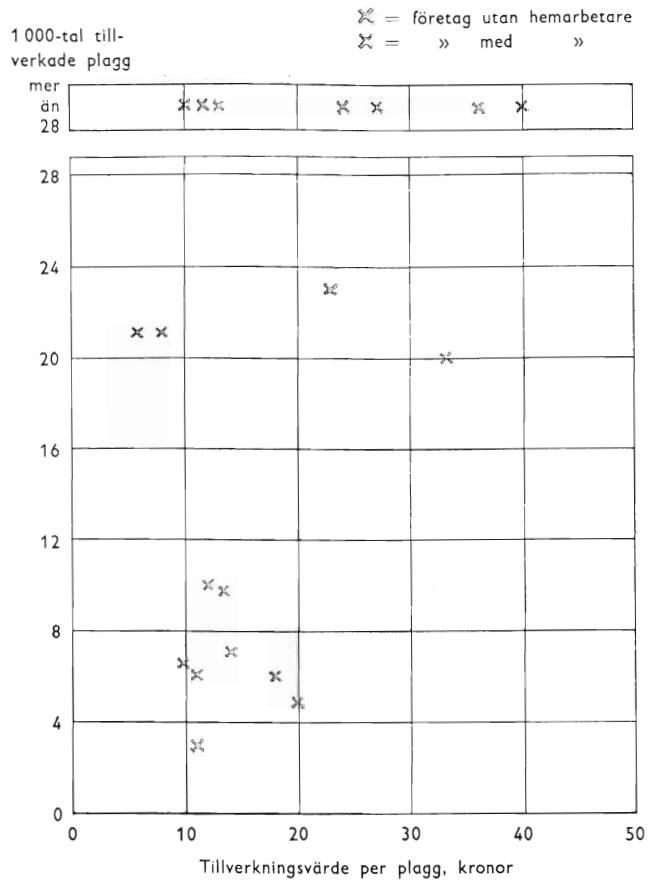


Diagram 58. Antal tillverkade damklänningar och tillverkningsvärde per damklänning för individuella företag, vilkas hela tillverkningsvärde till minst 80 procent utgöres av damklänningar. 1938.

Någon skillnad i berörda hänseenden mellan företag med och utan hemarbetare kan icke iakttagas.

Diagram 59 visar antal arbetaretimmar per plagg och antal tillverkade plagg för de olika företagen. Som framgår av diagrammet varierar antal arbetaretimmar per plagg i hög grad, från ungefär tre till ungefär nio timmar. De stora skillnaderna mellan olika företag i fråga om antalet arbetaretimmar per plagg synas till mycket avsevärd del bero på stora olikheter i utförandet. Härpå tyder bl. a. att antalet arbetaretimmar per plagg stiger starkt vid ökat tillverkningsvärde per plagg.

Någon samvariation mellan antal arbetaretimmar och antal tillverkade plagg kan icke iakttagas.

En tydlig samvariation kan däremot konstateras mellan antal arbetare-

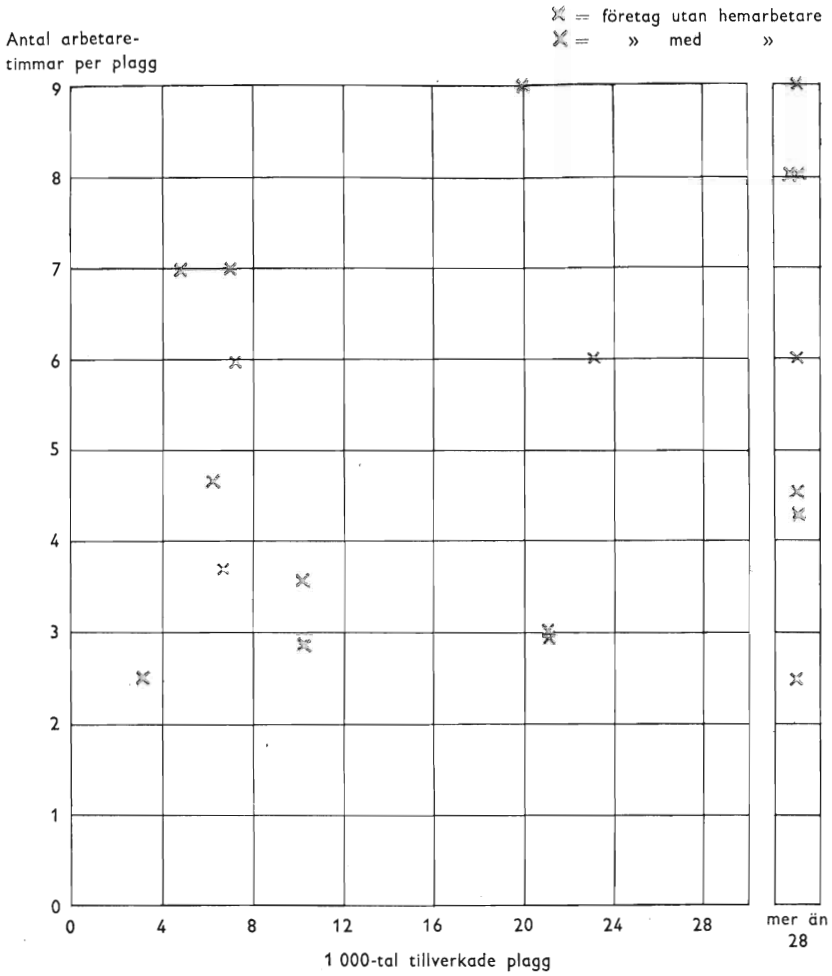


Diagram 59. Antal arbetaretimmar per damklänning och antal tillverkade damklänningar för individuella företag, vilkas hela tillverkningsvärde till minst 80 procent utgöres av damklänningar. 1938.

timmar per plagg och tillverkningsvärde per plagg. Som framgår av diagram 60 är detta samband utpräglat både i fråga om företag, som sysselsätta hemarbetare, och företag, vilka sakna sådana. Antalet hemarbetare är relativt stort.

Den mycket starka stegringen i antalet arbetaretimmar per plagg i förhållande till tillverkningsvärdet per plagg beror säkerligen därav, att en positiv korrelation föreligger mellan priset på ingående råvaror (tyger) och »kvaliteten» i utförande. Ju dyrare tyger, ju dyrare utförande — i stort sett. Använda kalkylsystem torde förstärka denna parallellitet.

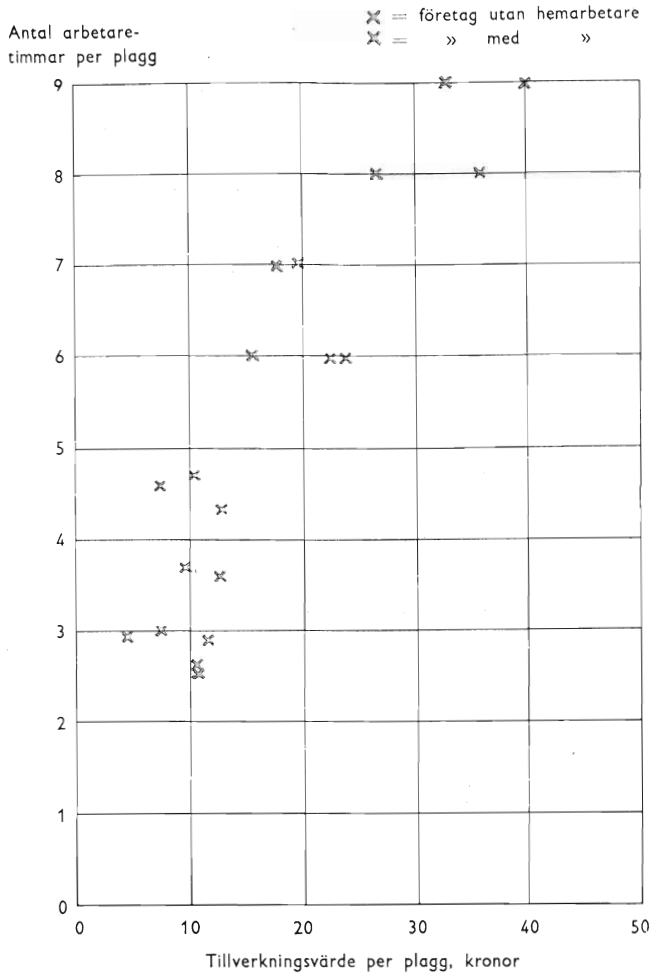


Diagram 60. Antal arbetaretimmar och tillverkningsvärde per tillverkad damklänning för individuella företag, vilkas hela tillverkningsvärde till minst 80 procent utgöres av damklänningar. 1938.

Den nära samvariationen mellan antal arbetaretimmar och tillverkningsvärde per plagg jämte den snabba stegringen av antal arbetaretimmar per plagg vid stigande tillverkningsvärde per plagg synes visa att utförandet av plaggen är så olika, att det redovisade antalet arbetaretimmar per plagg för olika företag till alldeles övervägande del påverkas av plaggens utförande och icke av företagens »effektivitet».

En uppdelning av företagen efter såväl antal tillverkade plagg som tillverkningsvärde per plagg visar också endast den mycket starka samvariationen mellan antalet arbetaretimmar och tillverkningsvärdet per plagg.

Det är därför icke möjligt att bedöma sambandet i denna delbransch mellan företagens storlek, tillverkningsvärde per plagg och antal arbetaretimmar per plagg. Av visst intresse synes dock vara att observera den synnerligen stora spridningen mellan olika företag av samtliga nyssnämnda komponenter. Här behandlade delbransch torde vara en av de mest heterogena inom hela konfektions- och sömnadsindustrien.

Med detta kapitel har analysen av de textila industriernas produktions- och distributionsstruktur avslutats. De textila industriernas, delbranschernas, storleksgruppernas och företagens struktur påverkas emellertid — som berörts i många sammanhang — av marknadens struktur, d. v. s. för väverier huvudsakligen beklädnadsindustrien och grosshandelns struktur, för trikåindustrien gross- och detaljhandelns struktur samt för beklädnadsindustrien detaljhandelns struktur. Analysen behöver därför kompletteras med en undersökning av åtminstone vissa delar av grosshandelns och detaljhandelns struktur, om vilken vissa fakta lämnas i följande kapitel.

Strukturen såväl inom de textila industrierna som textilhandeln står, direkt eller indirekt, under inflytande av konsumtionen. För denna lämnas redogörelse efter nästa kapitel.

Kap. 9. VISSA FAKTA OM TEXTILHANDELNS STRUKTUR

Något om betydelsen av olika företagstyper och olika stora företag i handeln med textila halv- och helfabrikat samt i textilhantverket

I olika sammanhang har i denna utredning framhållits det inflytande på de textila industriernas struktur, som textilhandelns struktur utövar, och vice versa. Av särskilt stort intresse för bedömande av de textila industriernas struktur synes vara betydelsen av handeln med olika varugrupper — inom olika varuområden — samt betydelsen av olika stora företag.

Detta kapitel lämnar kortfattat och utan anspråk på fullständighet några uppgifter om främst betydelsen av olika typer av företag och olika stora företag i textilhandeln.[1]

I. Uppgiftsmaterialet

I 1931 års företagsräkning[2] har, fördelat på vissa delbranscher och storleksgrupper inom dessa, redovisats bl. a. antal företag år 1930, antal sysselsatta personer september 1931 samt omsättningens storlek under kalenderåret 1930 eller därmed närmast sammanfallande räkenskapsår. Varje företag har hänförts till den delbransch,[3] inom vilken det bedrivit sin huvudsakliga verksamhet. I den mån verksamhet bedrivits i betydande omfattning inom mer än en delbransch har i fråga om vanliga kom-

[1] En undersökning av textilhandelns struktur utföres, såsom redan nämnts i inledningen, av professor G. Törnqvist med biträde av amanuensen T. Paulsson Frenckner. Då undersökningen ännu inte slutförts, ha uppgifter från denna icke kunnat utnyttjas.

[2] *1931 års företagsräkning*, verkställd av kommerskollegium, Statistiska Meddelanden, Ser. A. Band IV: 10, Stockholm 1935.

[3] Benämningen delbransch har använts i analogi med utredningen i övrigt. Till skillnad från denna har däremot i detta kapitel, i likhet med företagsräkningen, genomgående arbetsställe, alltså lokalt avgränsad enhet, kallats företag, även om — såsom dock endast sällan torde vara fallet — flera arbetsställen skulle drivas som en ekonomisk enhet och sålunda enligt den tidigare använda terminologien tillsammans skulle räknats som ett företag.

binationer, t. ex. herrskrädderi samt handel med herrkonfektion m. m., kombinationen redovisats såsom särskild verksamhetsgren, delbransch.

Med företag avses i företagsräkningen varje fristående »arbetsställe». En detaljhandelsfirma med från butiksrörelsen avskilt huvudkontor och fem filialer räknas exempelvis som sex företag. Med omsättning förstås i fråga om industri och hantverk »försäljningsvärde, rabatter avdragna, av varor av egen produktion» och när det gäller handel »försäljningsvärde, rabatter avdragna, av varor, varmed handel bedrivits, även i agentur och kommission». Vid utförande av reparationer avses med omsättning »intjänad bruttoersättning för utförda arbeten och tjänster, inberäknat av företagen tillsläppta materialier och andra omkostnader». Med företag, för vilka redovisas 0 sysselsatta personer, menas företag, hos vilka ingen person haft sin huvudsakliga verksamhet.

Ur *här aktuella* synpunkter lida de av företagsräkningen lämnade uppgifterna av åtskilliga brister. De allvarligaste synas vara dels att uppgifterna äro föråldrade och dels att uppdelningen på olika typer av företag omöjliggör en konsekvent uppdelning av företagen efter funktioner. En med hänsyn till utredningen om de textila industriernas struktur allvarlig olägenhet är vidare att företagsräkningen icke behandlar ekonomiska enheter utan lokala enheter. Trots dessa brister synes dock ett återgivande av vissa uppgifter ur företagsräkningen kunna giva en viss, om än ungefärlig, uppfattning om betydelsen av olika typer av »företag» och olika stora företag — åtminstone i textildetaljhandeln och textilhantverket.

II. Grosshandeln med textila halv- och helfabrikat

Textilgrosshandeln kan icke tillnärmelsevis renodlas i den publicerade företagsräkningen. Den redovisas såsom partihandel och verksamhet av partihandelskaraktär tillsammans med agenturverksamhet under tre samlingsrubriker: industri och hantverk i kombination med annan näring, partihandel och verksamhet av partihandelskaraktär samt detaljhandel även i kombination med partihandel. Den övervägande delen av grosshandeln med textilvaror synes emellertid falla under samlingsrubriken partihandel och verksamhet av partihandelskaraktär.

I företagsräkningens tabell 8 redovisas under ovan nämnda samlingsrubrik företag med huvudsaklig omsättning av dels hattar, mössor, pälsverk samt handskar och dels garn, vävnader samt beklädnads- och sömnadsvaror, ej särskilt nämnda. I den första gruppen sålde inalles 75 företag för i det närmaste 20 miljoner kronor, i den andra gruppen 822 företag för drygt 400 miljoner kronor.[1]

[1] Även under gruppen 232 »Spånadsämnen, lump, skrot, säckar och dyl.» återfinnas åtskilliga textilgrossister och -agenter (i synnerhet ull- och bomullsagenter). Likaså förekommer ett antal

Antalet till den andra och helt dominerande gruppen hörande företag och dessas omsättning redovisas i följande tabell för olika storleksgrupper av företag, mätt efter antal sysselsatta personer, dels i absoluta tal och dels i procent av totalantalet företag respektive totalomsättningen[1]:

	Företag med nedanstående antal sysselsatta personer							
	0	1	2—3	4—5	6—10	11—50	51—200	Samtliga företag
Antal företag	32	293	212	100	97	79	9	822
Antal företag i procent av samtliga	3,9	35,6	25,8	12,2	11,8	9,6	1,1	100,0
Antal företag i procent av samtliga – ackumulerade tal[2]	*3,9*	*39,5*	*65,3*	*77,5*	*89,3*	*98,9*	*100,0*	*100,0*
Omsättning, milj. kr.	2,0	42,5	79,9	55,1	69,5	108,1	50,5	407,6
Omsättning i procent av total omsättning	0,5	10,4	19,6	13,5	17,1	26,5	12,4	100,0
Omsättning i procent av total omsättning – ackumulerade tal[2]	*0,5*	*10,9*	*30,5*	*44,0*	*61,1*	*87,6*	*100,0*	*100,0*
Omsättning per företag, 1 000 kr.	63	145	377	551	716	1 368	5 611	496

Av tabellen framgår att de relativt stora företagen, vilka utgöra ett absolut sett stort antal, svarade för en avsevärd del av omsättningen samtidigt som det stora antalet relativt små företag även äro av stor betydelse. De 11 procent största företagen — inalles 88 och med en genomsnittsomsättning av 1,8 miljoner kronor — uppnådde sålunda nästan 40 procent av totalomsättningen, medan de 65 procent minsta företagen — inalles 537 med högst tre personer sysselsatta och med en genomsnittsomsättning av 230 tusen kronor — svarade för 30 procent av totalomsättningen. Av denna föll, slutligen, knappt en tredjedel på 197 medelstora företag — med 4—10 personer sysselsatta och med en omsättning per företag av 630 tusen kronor.

Som tidigare framhållits innefattas i ovan behandlade företag även »renodlade» agenturföretag men däremot icke grossist- eller agenturföretag, som även bedriva tillverkning, liksom inte heller detaljhandelsföretag, vilka även idka partihandel i någon form. I ett på basis av Affärsekonomiska Forskningsinstitutets bearbetning av företagsräkningens pri-

företag med huvudsakligen textilvaruförsäljning i grupp 233 »Blandade varuslag och varuslag, ej särskilt nämnda». Det är emellertid ogörligt, att utan tillgång till primärmaterialet renodla de företag, som sysslat med textilhandel inom dessa grupper.

[1] Direkt ur företagsräkningen, a. a., tabell 8, grupp 228, sid. 235, eller uträknat på grundval av där lämnade uppgifter.

[2] I denna rad ha siffrorna i föregående rad adderats kolumn för kolumn: 3,9 + 35,6 = 39,5; *39,5* + 25,8 = *65,3* etc.; 0,5 + 10,4 = 10,9; 10,9 + 19,6 = 30,5 etc.

märmaterial utfört seminariearbete[1] har bl. a. olika stora företags betydelse inom gross- och agenturhandeln beräknats var för sig. Undersökningen omfattar drygt 90 procent av omsättningen och knappt 80 procent av antalet i ovanstående tabell medtagna företag. Den visar, att endast något mer än hälften av totalomsättningen föll på renodlade grossistföretag, mer än fyra tiondelar på renodlade agenturföretag och något mer än en tjugondel på företag, som drevo både grossist- och agenturverksamhet.

De statistiska genomsnitts- och spridningstalen för omsättningen hos de renodlade 255 grossist- och 352 agenturföretagen voro[2]:

	Aritm. medium	Median	Kvartiler[3]	
			1:sta	3:dje
Grossister	728,3	145	35	850
Agenter.....	482,5	275	85	650

Tabellen visar i *stora drag* samma huvudtendens i fråga om företagens storleksfördelning som kan observeras i den tidigare med ledning av den publicerade företagsräkningen sammanställda tabellen. De stora grossistföretagens betydelse accentueras dock tämligen starkt, medan motsatsen gäller beträffande agenturföretagen. Ungefär en fjärdedel av antalet grosshandelsföretag synes svara för uppåt tre fjärdedelar av totala grosshandelsomsättningen. På grund av det mycket stora antalet företag är dock omsättningen per företag relativt liten.

Omsättningen hos de 58 företagen med partihandelsverksamhet i kombination med industri och hantverk uppgick inalles till 39 miljoner kronor.[4] Omsättningen per företag var i stort sett densamma som för övriga redovisade grossistföretag.

I det av Westerlund utförda seminariearbetet övervärderas av flera orsaker de stora grossistföretagens betydelse. Dels äro de företag, som icke medtagits i undersökningen, belägna på små orter — och företagens storlek förefaller minska vid sjunkande samhällsstorlek — och dels omfattar undersökningen icke[5] den partihandelsverksamhet, som bedrives i kombination med detaljhandelsverksamhet. Denna torde vara av mycket

[1] Undersökningen är utförd av civilekonom Harald Westerlund och framlades i stencilerad form vid Handelshögskolan i Stockholm vinterterminen 1945 som företagsekonomiskt seminarium med titeln: *En undersökning av textilgrossisters och textilagenters verksamhet i Sverige.*

[2] Ur Westerlund, a. a., tabell 4.

[3] Första kvartilen innebär att en fjärdedel av företagen hade en omsättning understigande detta värde och tredje kvartilen att en fjärdedel av företagen hade en omsättning överstigande detta värde.

[4] Ur Westerlund, a. a., tabell 3.

[5] Liksom ej heller tabellen på föregående sida.

mindre omfattning, per företag räknat, än i fråga om företag, som specialiserat sig på partihandelsrörelse.

Ovanstående med nödvändighet ofullständiga och ungefärliga skiss av betydelsen av olika stora företag inom grosshandeln med textila halv- och helfabrikat avser förhållandena under 1930. Under 1930-talet ha säkerligen stora förändringar inträffat. Den avsevärt ökade totala omsättningen av textilvaror i landet torde i och för sig snarare ha medfört en ökning än en minskning av grossistföretagens storlek. Samtidigt torde såväl frammarschen för konfektions- och sömnadsindustrien — vilken till största delen köper direkt från fabrikerna och säljer direkt till detaljhandeln — som försäljningspolitiken hos övriga textila industrier på grund av anpassningens tröghet ha medfört en tendens till minskning av företagsstorleken inom textilgrosshandeln med halv- och i synnerhet helfabrikat. Hur starka dessa utvecklingstendenser i olika riktningar varit liksom vilka andra utvecklingstendenser, som förekommit, är icke känt. Den bild av olika stora grossistföretags betydelse, som här erhållits, torde emellertid i stort sett och i stora drag korrekt visa läget även mot slutet av 1930-talet.

III. Textildetaljhandeln och textilhantverket

1. Den »egentliga textildetaljhandeln»

Försäljningen inom det som i dagligt tal kallas för textildetaljhandeln (»egentliga textildetaljhandeln»), d. v. s. inom detaljhandelsföretag, vilka huvudsakligast sälja textilvaror, uppgick under år 1930 enligt företagsräkningen till 415 miljoner kronor. En — troligen obetydlig — del av denna försäljning har haft »partihandelskaraktär» men torde gissningsvis ungefärligen motsvaras av försäljning av »detaljhandelskaraktär» inom partihandeln.

Antal företag, omsättning och antal sysselsatta m. m. inom olika delbranscher av den egentliga textildetaljhandeln redovisas i omstående ur företagsräkningen hämtade tabell.

Som framgår av tabellen utgjorde inom den egentliga textilhandeln omsättningen hos företag, som huvudsakligen sälja de »traditionella manufakturvarorna» närmare hälften av totala omsättningen. Företag säljande huvudsakligen konfektionsvaror intogo andra platsen och företag med i statistiken icke särskilt specificerat varusortiment — troligen kombinationer av varusortimenten i flera delbranscher — den tredje. Omsättningen per företag varierade starkt mellan olika delbranscher: från närmare 150 tusen kronor om året för »kombinerade» affärer och heminred-

Detaljhandel, även i kombination med partihandel, säljande huvudsakligen[1]	Antal företag	Omsättning milj. kr.	Antal sysselsatta	Omsättning per företag 1 000 kr.	Antal sysselsatta per företag	Omsättning per sysselsatt 1 000 kr.
267 Garn, vävnader, trikå- o. vitvaror, sybehör o. dyl.	3 880	186,5	10 390	48	2,7	18,0
275 Textil- o. beklädnadsvaror i div. komb. ej särskilt nämnda	640	87,1	4 282	136	6,7	20,3
272 Herrkonf. o. herrekiperingsartiklar	849	69,3	2 825	82	3,3	24,5
273 Dam- o. barnkonf.varor	412	36,3	2 271	88	5,5	16,0
269 Mattor, möbeltyger, gardiner, sängkläder o. dyl.	97	14,2	549	147	5,7	25,9
274 Herr- o. damkonf.varor i komb.....	133	13,7	555	103	4,2	24,7
270 Herrhattar o. -mössor..	127	3,5	290	28	2,3	12,1
268 Tapisserivaror, mönster m. m.	153	3,4	392	22	2,6	8,6
271 Damhattar o. andra modevaror	97	1,5	184	15 1/2	1,9	8,2
Summa	6 388	415,5	21 738	65	3,4	19,1

ningsaffärer till 80—100 tusen kronor för konfektionsaffärer och ungefär 50 tusen för de »traditionella» manufakturaffärerna ned till omkring 20 tusen kronor för affärer, som sålde specialsortiment med relativt liten total försäljning på marknaden.

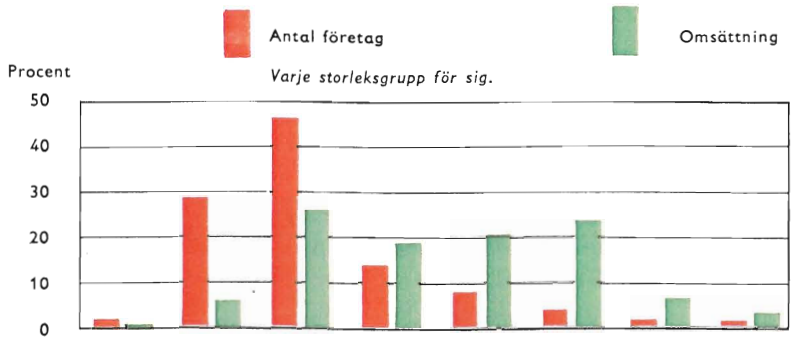
Även omsättningen per sysselsatt, som i genomsnitt för alla delbranscherna uppgick till drygt 19 tusen kronor, varierade starkt mellan de olika delbranscherna, ehuru icke lika kraftigt som omsättningen per företag. I allmänhet redovisade delbranscher med relativt hög omsättning per företag också relativt hög omsättning per sysselsatt person.

Inom varje delbransch varierade såväl storleken av företagens omsättning, som, ehuru icke på långt när lika starkt, omsättningen per sysselsatt person. Stigande omsättning per företag synes vanligen påverka omsättningen per sysselsatt person i stigande riktning, ehuru relativt svagt, tills företagen blivit relativt mycket stora, varefter omsättningen per sysselsatt sjunker.

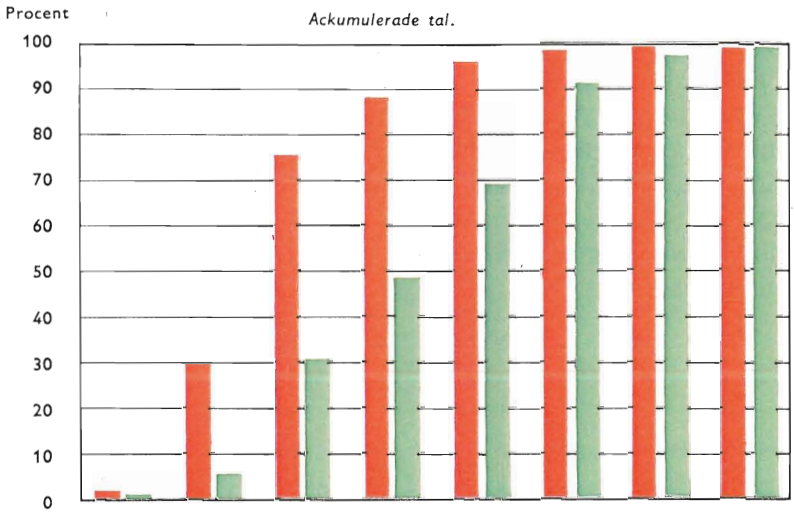
De olika stora företagens betydelse framgår av vidstående kombinerade diagram och tabeller.[2] Först visas de olika storleksgrupperna av företag (efter antalet i företagen sysselsatta personer) var för sig; därefter ackumulerade tal med början från den minsta storleksgruppen.

[1] De framför de olika varugrupperna angivna numren överensstämma med dem, som angivits i företagsräkningens tabell 8, ur vilken uppgifterna äro hämtade. Företagsräkningen, a. a., sid. 238—239.

[2] Utarbetade på grundval av uppgifter från företagsräkningen, a. a., tabell 8, sid. 238—239.



Företag med vidstående antal sysselsatta:	0	1	2—3	4—5	6—10	11—50	51—200	201—500
Antal företag:	74	1 813	2 935	858	488	205	13	2
Omsättning milj. kr.	0.4	22.4	105.7	74.9	84.0	94.5	23.6	9.9
Omsättning per företag, 1 000 kr.	5	12	36	87	172	461	1 817	4 974
Antal sysselsatta	—	1 813	6 873	3 725	3 572	3 774	1 330	651
Omsättning per sysselsatt person, 1 000 kr.	—	12.4	15.4	20.1	23.5	25.0	17.8	15.3



Företag med vidstående antal sysselsatta:	0	0—1	0—3	0—5	0—10	0—50	0—200	0—500
Antal företag:	74	1 887	4 822	5 680	6 168	6 373	6 386	6 388
Omsättning milj. kr.	0.4	22.8	128.5	203.4	287.4	381.9	405.5	415.5
Omsättning per företag, 1 000 kr.	5	12	27	36	47	60	64	65
Antal sysselsatta	—	1 813	8 686	12 411	15 983	19 757	21 087	21 738
Omsättning per sysselsatt person, 1 000 kr.	—	12.6	14.8	16.4	18.0	19.3	19.2	19.1

Diagram 61. Procentuell fördelning av antalet företag och omsättningen på olika stora företag.

Som framgår av diagrammen och tabellerna dominerade de små företagen såväl antalet företag som, ehuru naturligtvis i mindre utsträckning, den totala omsättningen. Tre fjärdedelar av antalet företag hade t. ex. tre eller färre sysselsatta, och halva omsättningen föll på företag med fem eller färre personer sysselsatta. Omsättningen per företag med 4—5 personer sysselsatta utgjorde icke mer än 87 tusen kronor. Om till nyssnämnda storleksgruppers omsättning lägges omsättningen i närmast större storleksgrupp — med 6—10 personer sysselsatta och med en genomsnittsomsättning av 172 tusen kronor — stiger den sammanlagda omsättningen till mer än två tredjedelar av totalomsättningen och sammanlagda antalet företag till mer än 95 procent av totalantalet.

2. Detaljhandelsförsäljning av textilvaror utanför den egentliga textildetaljhandeln

Textilvaror försäljas till slutliga förbrukare i stor omfattning även utanför den egentliga textildetaljhandeln. I själva verket synes försäljningen inom denna icke utgöra mycket mera än hälften av den totala textilvaruförsäljningen till slutliga förbrukare.

De med hänsyn till försäljningens storlek viktigaste typerna av detaljhandel utanför den egentliga textildetaljhandeln synas vara diverse-, lant- och skeppshandeln, allmänna varuhus, enhetsprisaffärer och liknande samt postorder- och efterkravsaffärer. Antal företag, omsättning (för samtliga varor — textilvaror och andra) etc. inom dessa typer av detaljhandel var enligt företagsräkningen[1]:

	Antal företag	Omsättning milj. kr.	Antal sysselsatta	Omsättning per företag 1 000 kr.	Antal sysselsatta per företag	Omsättning per sysselsatt 1 000 kr.
284 Diverse-, lant- o. skeppshandel	15 596	868,3	33 757	56	2,2	25,7
282 Allmänna varuhus	9	64,1	3 803	7 119	422,6	16,8
283 Enhetsprisaffärer, varumagasin, basarer o. dyl.	308	25,1	1 821	82	5,9	13,8
287 Postorder- och efterkravsaffärer	100	18,6	663	186	6,6	28,1
Summa	16 013	976,1	40 044	61	2,5	24,4

Hur stor del av ovan redovisade omsättning, som utgjordes av textilvaror, kan icke avgöras. Det torde vara en betydande del av varuhusens, enhetspris- och postorderaffärernas omsättning men säkerligen endast en

[1] Ur företagsräkningen, a. a., tabell 8, sid. 239—240.

liten del av omsättningen inom diverse-, lant- och skeppshandeln. I det följande har gissningsvis antagits att sextio procent av omsättningen i de tre senare typerna av detaljhandel utgjordes av textilvaror. En ungefärlig uppfattning om storleksordningen av försäljningen av textilvaror inom diverse-, lant- och skeppshandeln m. m. har vidare kunnat erhållas på följande sätt.

Som förut visats fanns enligt företagsräkningen 6 388 affärer, som sålde enbart eller huvudsakligen textilvaror.[1] Vid ransoneringens ikraftträdande redovisade inalles cirka 36 000 detaljhandelsföretag lager av ransonerade textilvaror i någon omfattning. Drygt 80 procent av dessa deklarerade lager på mindre än 10 000 poäng. Om man räknar med att dessa mindre detaljhandlare omsatte lagret av textilvaror en gång om året och vidare att de omsatta varorna kostade det antal kronor per poäng, som erhålles vid en genomgång av poängtalen för och de med hänsyn till prisstegringen uppskattningsvis justerade priserna på de billigare priskontrollerade manufakturvarorna samt strumpor, skulle i genomsnitt omsättningen av textilvaror i dessa butiker varit av storleksordningen 2 500—4 000 kronor per år. Hit torde därför kunna hänföras endast en mycket liten del av den egentliga textildetaljhandeln men däremot i stort sett hela diverse-, lant- och skeppshandeln *samt* företag, vilka tillhöra andra branscher än textilbranschen men även sälja textilvaror, d. v. s. huvudsakligen sko-, sport- och sjukvårdsaffärer samt turisthotell. Därjämte torde gårdfarihandeln — enligt företagsräkningen drygt 600 företag — samt möjligen någon liten del av de hantverkare, vilka även sälja andra varor än de av dem själva tillverkade, innefattas i här behandlade företag. Inalles skulle omsättningen hos dessa små men många företag (försäljningsställen) varit av storleksordningen 100—150 miljoner kronor.

3. Textilvaruhantverket

Förutom av detaljhandeln försäljas textilvaror (eller reparation av sådana) till slutliga förbrukare av hantverket. I företagsräkningen har detta uppdelats på olika delbranscher dels under samlingsrubriken »industri och hantverk ej i kombination med annan näring» och dels under samlingsrubriken »industri och hantverk i kombination med annan näring». Skillnaden mellan de tvenne huvudgrupperna framgår av den avsevärda skillnaden i omsättningen per sysselsatt person. Denna uppgick exempelvis för »herrskrädderier ej i kombination med annan näring» till 3 100 kronor per år och för »herrskrädderier samt handel med herrkonfektion m. m.» till 11 700 kronor per år. För jämförelsens skull må nämnas, att omsättningen per sysselsatt för »herrkonfektion och herrekiperingsartiklar» under

[1] Se tabell på sid. 430.

samlingsrubriken »detaljhandel även i kombination med partihandel» var 24 500 kronor.

Tabellen nedan visar antal företag, omsättning m. m. inom hantverk ej i kombination med annan näring.[1] I syfte att såvitt möjligt eliminera företag, som bedriva industriell rörelse och icke sälja tillverkade produkter direkt till konsumenterna, ha företag med mer än tio personer sysselsatta uteslutits.

Industri o. hantverk ej i kombination med annan näring (endast företag med högst tio personer sysselsatta)	Antal företag	Omsättning milj. kr.	Antal sysselsatta	Omsättning per företag 1 000 kr.	Antal sysselsatta per företag	Omsättning per sysselsatt 1 000 kr.
120 Herrskrädderier	6 011	31,8	11 340	5	1,9	2,8
121 Herr- o. damskrädderier i kombination	139	1,5	421	11	3,0	3,5
122 Damskrädderier o. syateljéer	875	5,7	3 161	6	3,6	1,8
123 Sömmerskor	5 591	4,0	6 304	1	1,1	0,6
124 Tillverkning o. reparation av hattar o. mössor	75	0,5	145	7	1,9	3,6
Summa	12 691	43,5	21 371	3	1,7	2,0

I stort sett hela den i tabellen redovisade omsättningen torde utgöras av försäljning till slutliga förbrukare. Som framgår av tabellen är textilvaruomsättningen per företag inom dessa grupper mycket liten.

Övrig hantverksmässig rörelse redovisas av företagsräkningen i kombination med »tillverkning» eller »handel». Endast en del av den redovisade omsättningen utgöres därför av försäljning till slutliga förbrukare. I syfte att såvitt möjligt söka eliminera företag, vilka bedriva industriell rörelse och icke sälja produktionen direkt till konsumenterna, ha, liksom beträffande föregående grupp, företag med mer än tio personer sysselsatta uteslutits. Omsättningen hos de medtagna företagen, för vilka antal företag, omsättningens storlek m. m. redovisas i nedanstående tabell[2], utgjorde en fjärdedel av omsättningen hos samtliga företag inom denna grupp. En del av den redovisade omsättningen utgjordes säkerligen av försäljning till andra än slutliga förbrukare. Denna del av försäljningen kan emellertid kanske anses motsvara försäljningen till slutliga förbrukare hos företag med mer än tio personer sysselsatta. Man synes därför gissningsvis kunna våga antaga, att försäljningen till slutliga förbrukare från i tabellen angivna delbranscher var av storleksordningen sjuttiofem miljoner kronor.

[1] Ur företagsräkningen, a. a., tabell 8, sid. 226.

[2] Ur företagsräkningen, a. a., tabell 8, sid. 231—232.

Industri och hantverk i kombination med annan näring (endast företag med högst tio personer sysselsatta)	Antal företag	Omsättning milj. kr.	Antal sysselsatta	Omsättning per företag 1 000 kr.	Antal sysselsatta per företag	Omsättning per sysselsatt 1 000 kr.
189 Tillverkn. av och handel med trikåvaror o. dyl...	163	4,8	613	29	3,8	7,8
190 Konfektionsvarutillverkning samt handel med manufaktur- och beklädn.varor.....	30	1,7	174	56	5,8	9,6
191 Herrskrädderi samt handel med herrkonfektion m. m.....	449	18,2	1 854	41	4,1	9,8
192 Damskrädderi samt handel med damkonfektion m. m.....	334	11,4	1 408	34	4,2	8,1
193 Tillverkn. av samt handel med sömnadsvaror, textil, hemslöjd o. dyl.	306	6,7	1 016	22	3,3	6,6
194 Tillverkn. o. mont. av samt handel med hattar, mössor m. m.....	1 569	30,5	4 514	20	2,9	6,8
Summa	2 851	73,3	9 579	26	3,4	7,6

Som framgår av tabellen är omsättningen per företag över lag mycket liten.

4. Fördelningen av textilvaruförsäljningen till slutliga förbrukare på olika typer av handel och hantverk

Under de förutsättningar och med de förbehåll, som tidigare angivits, skulle i mycket stora drag försäljningen av textilvaror till slutliga förbrukare under år 1930 fördela sig på olika typer av handel och hantverk på följande sätt. Det behöver knappast framhållas att siffrorna måste vara ytterst ungefärliga.

	Miljoner kronor
1. Egentliga textildetaljhandeln	415
2. Diverse-, lant- och skeppshandeln, skohandeln etc. samt gårdfarihandeln	100—150
3. Allmänna varuhus, enhetspris-, postorder- och efterkravsaffärer	65
4. Hantverk icke i kombination med handel	45
5. Hantverk i kombination med handel	75
Summa	700—750

Konsumtionens storlek kan på grundval av i kapitel 10 omnämnda beräkningar uppskattas varit av storleksordningen 775 miljoner kronor under 1930, alltså 25—75 miljoner kronor mera än ovan angivna försäljning till slutliga förbrukare. Skillnaden torde huvudsakligen vara hänförlig till den mycket stora osäkerhet, som måste vidlåda beräkningarna. Ganska säkert är det för 1930 uppskattade konsumtionsvärdet något för högt, då hänsyn icke tagits till den lagerökning inom handeln, som alltid torde äga rum mot slutet av en högkonjunkturperiod. Samtidigt torde den i företagsräkningen redovisade omsättningen av textilvaror i detaljhandeln och hantverket icke vara fullständig, bl. a. emedan det icke är möjligt att uppskatta storleken av försäljningen genom samtliga, även obetydliga, distributionsformer. Exempelvis må nämnas, att icke företagsräkningen men väl konsumtionsberäkningen innefattar viss konsumtion av textilvaror, framställd av egen råvara t. ex. spinning av garn av »egen» ull. Även felkällor, som förstora skillnaden mellan den uppskattade storleken av försäljningen till slutliga förbrukare och av konsumtionen, synas emellertid finnas. Sålunda har icke hänsyn till eventuell försäljning mellan detaljhandelsföretag eller mellan dessa och hantverk kunnat tagas, varigenom dubbelräkningar av omsättningen förekomma.

5. Försäljningen till slutliga förbrukare efter år 1930

Sedan 1930 har konsumtionen av textilvaror stigit avsevärt — till 1939 med mer än en tredjedel i kvantiteter räknat. Vilka förändringar av strukturen hos distributionsorganen för försäljning till slutliga förbrukare som denna starka konsumtionsökning medfört kan icke redovisas. Uppenbart synes vara, att de s. k. enhetsprisaffärernas omsättning stigit mycket kraftigt, men att ökningen absolut sett dock torde varit av liten omfattning i jämförelse med omsättningsökningen för hela textildetaljhandeln. En åtminstone relativ minskning av lanthandelns omsättning av textilvaror torde vidare bl. a. på grund av de förbättrade kommunikationerna ha ägt rum. En stegring av omsättningen per detaljhandelsföretag förefaller mera sannolik än motsatsen.

Vad som synes vara ganska säkert är emellertid, att de förändringar i textildetaljhandelns struktur, som förekommit, icke varit så stora, att den bild av de små företagsenheternas stora betydelse och av textildetaljhandelns mångskiftande natur, som skisserats i detta kapitel, icke skulle återge de verkliga förhållandena vid 1930-talets slut tämligen väl — och för övrigt även vid det andra världskrigets slut.

Kap. 10. DEN SVENSKA KONSUMTIONEN AV TEXTILVAROR[1]

I. Sammanfattning

Konsumtionsvolymen för textilvaror har under 1930-talet — efter en relativt måttlig avmattning under depressionen — ökat starkt för att efter krigsutbrottet sjunka något under 1935 års nivå. Konsumtionsvolymen, som för alla textilvaror under 1930-talets konjunkturcykel ökade med mer än en tredjedel, steg 1931—1939 för textila beklädnadsvaror med cirka 45 procent, för textila heminredningsartiklar något mera. Den sjönk 1939—1942 med ungefär en fjärdedel för båda grupperna av textilvaror. Denna relativt starka minskning av konsumtionen innebar dock icke någon sänkning, i varje fall icke någon väsentlig sådan, av konsumtionsstandarden för beklädnadsvaror. För bibehållande av 1939 års konsumtionsstandard beträffande textila beklädnadsvaror synes en konsumtionsvolym av ungefär samma storlek som under 1935 erfordras. Någon mera betydande konsumtionsreserv skulle alltså icke ha uppkommit under kriget. I fråga om heminredningsartiklar torde dock en relativt betydande sådan ha vuxit fram huvudsakligen på grund av den starka familjebildningen under kriget.

En analys av konsumtionsvolymen för textila beklädnadsvaror, realinkomster för privatpersoner minus direkta skatter samt prisnivån på textilvaror jämförd med allmänna konsumtionsprisnivån förefaller visa ett

[1] Föreliggande kapitel utgör en lätt omarbetning av en av författaren i samband med en inom Industriens Utredningsinstitut utförd undersökning angående industriens sysselsättning efter kriget utarbetad, opublicerad promemoria. Denna fullbordades för mer än 1 1/2 år sedan.

Trots att så lång tid förflutit sedan promemorian avslutades har det icke varit möjligt att föra den deskriptiva analysen av konsumtionens utveckling längre fram i tiden. Storleken av inköpen av textilvaror under olika tidsperioder har nämligen under kriget så starkt påverkats av dessas belägenhet under ransoneringsperioderna att någorlunda säkra uppgifter om konsumtionsvolymen endast kunna erhållas för hela ransoneringsperioder. Tillgängliga uppgifter om storleken av textilvarukonsumtionen och konsumenternas inkomster synas emellertid icke giva någon anledning att antaga att den faktiska utvecklingen föranlett några förändringar av här dragna slutsatser angående sambandet mellan textilvarukonsumtionen och inkomstvolymen m. m.

nära samband mellan dessa tre faktorer. Konsumtionen av beklädnadsvaror av alla slag synes för de stora konsumentgrupperna variera direkt i proportion med realinkomsterna minus direkta skatter vid oförändrat relativt prisläge för beklädnadsvaror. Efterfrågans inkomstelasticitet — på kort och på lång sikt — förefaller liksom efterfrågans priselasticitet vara ungefär normal. Detta innebär *dels* att konsumenternas utgifter för inköp av textilvaror för beklädnadsändamål vid måttliga förändringar av inkomsterna minus direkta skatter utgöra en oförändrad *andel* av dessa — konsumenternas klädinköp och inkomster minus skatter variera i samma proportion — och *dels* att en prisförändring (inom rimliga gränser) på kläder medför en lika stor förändring av de av konsumenterna inköpta kvantiteterna därav fast i motsatt riktning — om priserna stiga med exempelvis en tiondel sjunka de inköpta kvantiteterna med en tiondel.[1]

För alla slag av familjehushåll i tätorter med upp till 8 000 (förkrigs)-kronors inkomst — men också i genomsnitt för hela befolkningen — synes utgifterna för textila beklädnadsvaror uppgå till en tiondel av inkomsterna minus direkta skatter.

Det förefaller mycket sannolikt att konsumtionen av textila beklädnadsartiklar kommer att variera i proportion med realinkomsterna minus direkta skatter även om dessa skulle stiga starkt. På mycket lång sikt — mer än tio år — kunna dock förändringar i befolkningens åldersammansättning samt fördelning på landsbygd och tätorter tänkas komma att påverka den »genomsnittliga» inkomstelasticiteten ganska avsevärt.

II. Konsumtionsvolymen för textilvaror[2] 1931—1943

1. Beräkningen av konsumtionsvolymen

På grund av den stora mångfalden textilvaror av olika slag kan storleken av konsumtionen av textilvaror icke mätas »direkt» i kvantiteter. Konsumtionsvolymen under olika år har i stället beräknats såsom konsumtionsvärdet (»konsumenternas inköpssumma») vid oförändrade priser.[3]

Konsumtionsvärdet har antagits överensstämma med inhemsk produktion plus import minus export av textila helfabrikat under respektive år. Egentligen har alltså storleken av de under respektive år föreliggande tillskotten av textilvaror till den svenska marknaden beräknats. Den verkliga

[1] På grund av bristfälligheter i det statistiska materialet, framför allt för beräkningen av priselasticiteten, kunna dock felmarginalerna vara betydande.

[2] Med textilvaror avses nedan, då ej uttryckligen annorlunda sägs, textilvaror för »civil» beklädnad, alltså icke textilvaror för industriella eller militära ändamål eller för heminredning.

[3] F. Kristensson: *Social Årsbok 1940*, sid. 58 ff., för åren 1931—1939. *Konjunkturläget våren 1941*, sid. 41 ff., för åren 1935—1939 och 1940/41. — E. Thuresson: *Meddelande från Konjunkturinstitutet B: 2*, sid. 109 ff., för 1941 och 1942.

konsumtionen kan förete större eller mindre avvikelser från den sålunda beräknade, beroende på lagerförändringar hos olika led av produktionen eller handeln.[1] Vid en lagerökning kommer för hög konsumtion att redovisas; vid en lagerminskning motsatsen. Under normala år torde denna felkälla, vad gäller lagerförändringar hos handeln och industrien[2], sakna större betydelse.

Under 1933—1939 har på grund av textilhandelns expansion någon lagerökning troligen ägt rum under flertalet år — under 1939 även som förberedelse för ett hotande krig. Under 1941 och troligen även under 1940 synes däremot en viss lagerminskning ha inträffat och under 1942 återigen någon, ehuru relativt obetydlig, lagerökning. Lagerförändringarna torde i det stora hela ha varit av underordnad betydelse i förhållande till konsumtionens storlek.

Förändringarna i konsumtionen av textilvaror registreras även av förändringarna i textildetaljhandelns omsättning enligt Affärsekonomiska Forskningsinstitutets (AEF) omsättningsrapporter. För åren 1931—1937 finnas i stort sett endast uppgifter för Stockholm och Göteborg, vilka knappast torde vara representativa för utvecklingen i hela landet. Från och med 1938 bygga omsättningssiffrorna på uppgifter från företag i hela landet, ehuru de stora städerna, särskilt Stockholm, äro starkt överrepresenterade, framför allt under tidigare år. Då det icke varit möjligt att på ett tillförlitligt sätt justera siffrorna med hänsyn till denna överrepresentation, ha dessa använts oförändrade. Under 1931—1937 har omsättningen beräknats såsom det aritmetiska mediet av medianförsäljningen i Stockholm och Göteborg.

Den i AEF:s omsättningsrapporter redovisade försäljningen i textildetaljhandeln skiljer sig under vissa år väsentligt från den beräknade totala konsumtionen av textilvaror. Orsaken härtill torde huvudsakligen vara nyss nämnda förhållande att AEF:s omsättningsrapporter i alltför stor utsträckning bygga på textilvaruförsäljningen i storstäderna, vilken t. ex. säkerligen fått vidkännas en betydligt kraftigare försäljningsminsk-

[1] Beräkningen av konsumtionsvärdet för bl. a. textilvaror har enligt denna metod utförts av Erik Lindahl och Hans Lundberg och publicerats i Ekonomisk Tidskrift 1938: 1, sid. 1.

[2] Den redovisade konsumtionsvolymen kan givetvis avvika från den »verkliga konsumtionen» (löpande förbrukningen hos konsumenterna) även på grund av förändringar i konsumenternas lagerhållning.

Det behöver icke särskilt framhållas, att beräkningen av konsumtionsvolymen oavsett lagerförändringar på grund av brister i det statistiska uppgiftsmaterialet måste bliva ganska osäker — framför allt i absoluta tal. Bland de bristfälligheter i uppgiftsmaterialet, som särskilt kunna inverka menligt på möjligheten att följa konsumtionsutvecklingen under en längre tidsperiod, må nämnas frånvaron av tillförlitligare uppgifter angående värdet av hantverkets tillverkning och uppdelningen under olika år av importen och inhemska produktionen av vävnader i s. k. metervaror (d. v. s. vävnader, vilka säljas såsom sådana i detaljhandeln) och »råvaror för konfektionsfabriker».

ning under krigsåren än landet i övrigt — särskilt landsbygden. En viss skillnad i den redovisade omsättningsutvecklingen kan också bero därpå, att AEF:s omsättningsrapporter icke taga hänsyn till den omsättningsökning, som uppkommer genom försäljning i nystartade affärer. Denna torde vara utan betydelse under år 1940 och senare, men haft en viss betydelse under 1930-talet. Slutligen må nämnas, att AEF:s omsättningsrapporter — men icke den beräknade totala konsumtionen av textilvaror — innefatta s. k. heminredningsartiklar (inklusive vitvaror). Försäljningen av heminredningsartiklar synes under 1930-talet ha stigit och efter 1939 ha sjunkit något snabbare än försäljningen av övriga textilvaror.

Tidigare nämnda uppgifter avse konsumtionens respektive detaljhandelsförsäljningens *värde*. För att erhålla ett mått på konsumtions*volymens* storlek har under olika år hänsyn tagits till prisförändringar genom att dividera uppgifterna om konsumtionsvärde respektive värdet av textildetaljhandelns försäljning under olika år med riksbankens konsumtionsprisindex för kläder under motsvarande år. På detta sätt kommer konsumtionsvärdet under olika år att uttryckas i oförändrade priser i den mån indexet korrekt redovisar den faktiska prisförändringen.

I normala tider, då prisfluktuationerna äro små, torde indexet väl angiva den verkliga prisutvecklingen för textilvaror, medan dess representativitet under krigsåren med starka prisstegringar och betydande förändringar av konsumtionens inriktning är mindre tillfredsställande. Allmänt torde kunna sägas, att konsumtionsprisindexet något överskattar prisstegringarnas storlek[1], emedan vid beräkning av indexet icke i full utsträckning hänsyn tagits till förändringar i konsumtionens inriktning. Man synes nämligen kunna förutsätta, att en viss anpassning av konsumtionen äger rum bl. a. efter olika starka prisstegringar på olika varor.

2. Konsumtionsvolymens utveckling under 1931—1943

A. Totalt

Som framgår av diagram 1 nedan stiger konsumtionsvolymen för textilvaror mycket hastigt under 1930-talet. Konsumtionsvolymen under åren 1937—1939 ligger ungefär 35 procent högre än under åren 1931—1933. Efter 1939, för vilket år, som tidigare framhållits, den redovisade konsumtionsvolymen är något för hög, har denna sjunkit mycket starkt: under 1940 med 15 procent och under 1941 med åtminstone 25 procent jämfört med 1939. Nedgången fortsatte under 1942, då konsumtionsvolymen uppgick till knappt 70 procent av 1939 års. Under första halvåret 1943 — sista tredjedelen av textilransoneringsperioden — steg

[1] Under undersökningsperioden ha prisförändringarna huvudsakligen utgjorts av prisstegringar.

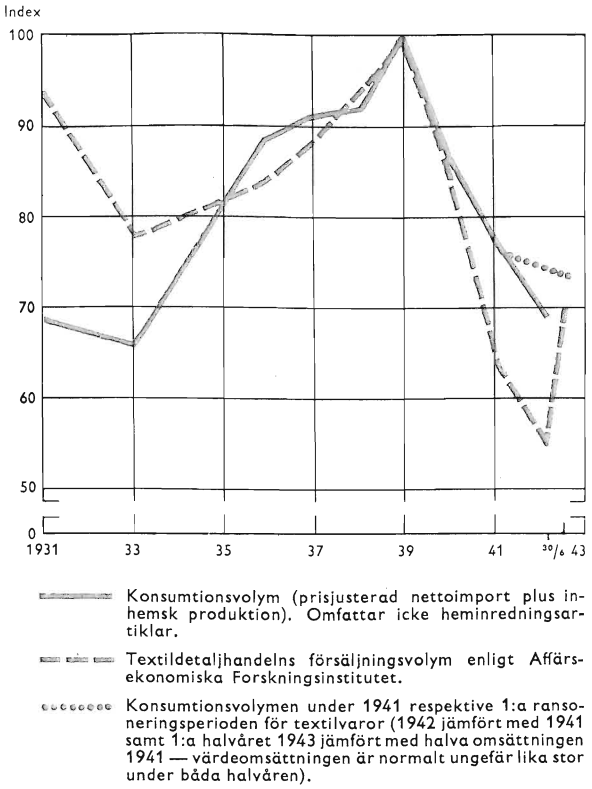


Diagram 62. Konsumtionsvolymen (konsumtionsvärdet vid oförändrade priser) för textilvaror under åren 1931—30/6 1943.

Index: 1939 = 100.

emellertid konsumtionsvolymen åter, att döma av AEF:s omsättningsrapporter, så mycket att man kan räkna med att konsumtionsvolymen under hela första ransoneringsperioden, år 1942 och första halvåret 1943, endast var obetydligt lägre än den, som motsvarar 1941 års konsumtionsnivå. På sid. 445 återfinnas uppgifter angående detaljhandelsförsäljningsvolymens storlek under första ransoneringsperioden och delar därav jämfört med försäljningsvolymen under 1941. Efter 1943 har konsumtionsvolymen legat på en något högre nivå än under första ransoneringsperioden och efter hand fått en svagt stigande tendens.

Det må erinras, att med konsumtionsvolymen avses konsumtionsvärdet vid oförändrade priser. En viss ökning av konsumtionsvolymen behöver alltså icke betyda en lika stor ökning av »kvantiteten» beklädnadsartiklar utan kan i stället innebära — och har delvis inneburit — att konsumtionen övergått till mera »förädlade» textilvaror, exempelvis från vävnader till konfektionsplagg. En sådan förskjutning av konsumtionen redovisas alltså som en ökning av konsumtionsvolymen.

Konsumtionsutvecklingen för textilvaror jämföres i avdelning III, avsnitt 2 med konsumtionsutvecklingen för andra betydande konsumtionsvarugrupper.

B. Förändringar av konsumtionens inriktning

a) *1931—1939*

Konsumtionsökningen under 1931—1939, liksom under 1933—1939, var icke lika stor för alla slag av beklädnadsartiklar. Sålunda ökade konsumtionen av större klädesplagg, såsom kostymer och kappor, samt av »lättare» konfektionsvaror utom arbets- och överdragskläder avsevärt mera än genomsnittligt. En förskjutning av konsumtionen av vävnader (klänningstyger) och trikåvaror mot sådana av silke eller konstsilke ägde rum. Konsumtionen av dessa varor mer än fördubblades under 1933—1939.

Tabellen nedan visar konsumtionsstegringen (inhemsk produktion plus nettoimport) för viktigare grupper av textilvaror under 1931—1939 och 1933—1939, d. v. s. från lågkonjunkturens botten till högkonjunkturens topp. Även den redovisade ökningen av konsumtionen 1931—1939 är större än den, som i verkligheten inträffade under 1930-talet, dels emedan 1931 för textil*industriens* del var mest utpräglade lågkonjunkturåret, och dels emedan under 1939 hela inhemska produktionen och importen icke konsumerades utan i stället en lagerökning, till vilken hänsyn icke kunnat tagas, ägde rum. Specificerade siffror föreligga emellertid icke för tidigare år. I den redovisade konsumtionsstegringen för vävnader ha även de i konfektionen förbrukade vävnaderna medräknats; däremot givetvis icke vid beräkningen av respektive varugruppers ungefärliga andel av totalkonsumtionen av textilvaror. Vävnadernas andel av hela textilvarukonsumtionen, vilken i och för sig endast är en synnerligen grov uppskattning, avser alltså endast de vävnader, som säljas direkt till allmänheten eller till hantverket, s. k. metervaror.

I tabellen ingå icke hattar och mössor, handelsgarn, pälsvaror och skräddarsydda plagg, vilka 1939 uppskattats svara för respektive 4, 4, 8 och 10 procent av totala konsumtionsvärdet.

Ifråga om konfektions- och sömnadsartiklar har endast angivits ökningen av den inhemska produktionen, uttryckt i styck respektive värde. Importen av andra konfektionerade artiklar än skjortor och pyjamas torde emellertid ha varit tämligen obetydlig. För övriga varugrupper angives stegringen av konsumtionen (inhemsk produktion plus nettoimport) i vikt räknat. Härvid är särskilt att märka, att såväl vävnader som trikåvaror blivit lättare under 1930-talet, varför konsumtionsökningen i meter respektive styck synes vara avsevärt större än den här redovisade.

Enligt konsumtionsberäkningarna har den totala konsumtionsvolymen för beklädnadsartiklar 1931—1939 stigit med cirka 45 procent. Då pris-

Konsumtionsutvecklingen för viktigare textilvarugrupper 1931—1939 och 1933—1939

	Ungefärlig värdemässig, procentuell andel av totala konsumtionen 1939	Procentuell ökning			
		1931—1939		1933—1939	
		Kvantitet	Värde	Kvantitet	Värde
Yllevävnader (utom maskinfilt etc.)	*6*	*47*	*45*	*51*	*64*
Bomulls-, hel- och halvsiden- samt konstsilke- och cellullvävnader	*14*	*56*	*65*	*59*	*72*
bomullsvävnader	(9)	42	37	46	41
hel- och halvsiden-, konstsilke- och cellullvävnader	(5)	296	157	265	189
Konfektion (huvudsakligen tyngre)	*27*				
Herrkonfektion		—	85	—	94
kostymer		120	96	137	115
överplagg		34	51	58	50
udda plagg		190	294	61	141
Damkonfektion		—	110	—	105
kappor, ulstrar		126	62	117	86
blusar, klänningar m. m.		230	190	195	152
Arbetskläder	*3*	*28*	*10*	*37*	*53*
Skjortor och pyjamas	*7*	*80*	*111*	*59*	*92*
Trikåvaror	*17*	*44*	*63*	*42*	*67*
av ull	(6)	46	50	40	37
av annat material	(11)	42	70	44	89
(av bomull)		82	80	44	70
(av natur- och konstsilke)		136	217	112	155

stegringen uppgick till ungefär 8 procent utgjorde ökningen av konsumtionsvärdet cirka 55 procent. Under 1933—1939 ökade konsumtionsvärdet med ungefär 65 procent.

Försäljningen av vävnader såsom metervara till allmänheten och hantverkare (skräddare o. d.) har ökat väsentligt långsammare än försäljningen av vävnader till konfektions- och sömnadsfabriker. Dessas andel av totalförbrukningen av yllevävnader synes under 1930-talet ha stigit från drygt hälften till ungefär tre fjärdedelar; av övriga beklädnadsvävnader från kanske en tredjedel till knappt hälften.

En jämförelse mellan värdeökningen och kvantitetsökningen visar icke prisstegringens storlek, då värdeökningen påverkas icke endast av prisförändringar utan även av förändringar i kvaliteten (exempelvis minskad vikt per plagg eller meter vävnad eller andra ändringar av utförandet) och förskjutningar mellan olika material och olika varuslag inom samma varugrupp.

Nettoimporten av yllevävnader sjönk avsevärt 1931—1933 men steg därefter betydligt hastigare än den inhemska produktionen och utgjorde

1939 ungefär en fjärdedel av denna. Nettoinförseln av bomullsvävnader undergick samma utveckling, ehuru importens nedgång i början av 1930-talet och uppsvinget därefter var mera markerat.

Nettoimporten av konfektionsartiklar ökade såväl kvantitativt (ton) som värdemässigt ungefär 10 procent 1933—1939 men minskade 1931—1939 kvantitativt med 35—40 procent och värdemässigt med närmare 30 procent. Nettoimporten av trikåvaror minskade 1933—1939 kvantitativt (ton) med drygt 11 procent men ökade värdemässigt med 25 procent, medan 1931—1939 nettoimporten minskade kraftigt både kvantitativt och värdemässigt eller med 50 respektive 35 procent.[1] Nettoimportvärdet för konfektionsartiklar utgjorde 1939 mindre än en tiondel av värdet av nettoimporten plus produktionen och för trikåvaror ungefär en niondel.

b) *1940—1943*

Under 1940 inträffade inga större förändringar för försäljningens inriktning på olika grupper av textilvaror i jämförelse med förkrigstiden.[2] Dock minskade försäljningen av herrkonfektion och heminredningsartiklar mer än genomsnittligt.

Under 1941 kan en viss nedgång i försäljningen av herrkonfektion konstateras, vilket torde bero på beredskapsinkallelserna. Under år 1942 utvecklade sig försäljningen av olika grupper av textilvaror mycket olika. Som framgår av vidstående tabell var försäljningen av metervaror, särskilt vitvaror, avsevärt mindre än under 1941, medan försäljningen av heminredningsartiklar exklusive vitvaror synes ha hållit sig bättre uppe än den totala försäljningen av textilvaror. Detta var i än större utsträckning fallet i fråga om dam- och barnkonfektion.

Som tidigare sagts ökade under första halvåret 1943 försäljningen av textilvaror mycket kraftigt, säkerligen beroende på att allmänheten dels kommit underfund med att textilransonerna icke voro så små som man först antagit och dels på att man mot slutet av ransoneringsperioden vågade utnyttja kuponginnehavet. Försäljningens stegring var starkast för de slag av textilvaror, som tidigare fått vidkännas den största försäljningsminskningen.

För att erhålla en uppfattning om storleken av försäljningen under första ransoneringsperioden i förhållande till försäljningen under 1941, har i näst sista kolumnen i tabellen nedan angivits försäljningens storlek för olika slag av textilvaror under första halvåret 1943 jämfört med försäljningen under 1941. Verkan av prisstegringen har därvid eliminerats.

[1] Importen av textilvaror (icke råvaror) sjönk mycket avsevärt efter guldmyntfotens upphävande och devalveringen av den svenska valutan mot slutet av 1931.

[2] Detta framgår såväl av konsumtionsvolym-beräkningarna som av AEF:s omsättningsrapporter.

Den verkliga och prisjusterade värdeomsättningens förändringar i textildetaljhandeln under 1942 jämfört med 1941 samt 1:a och 2:a kvartalet 1943 jämfört med motsvarande kvartal 1942 ävensom under första ransoneringsperioden jämfört med 1941

Enligt AEF:s omsättningsrapporter (medianvärden) och Riksbankens konsumtionsprisindex, delindex kläder

	Varugrupp	1942 jämfört med 1941		*1:a kvart. 1943 jämfört med 1:a kvartalet 1942.*	*2:a kvart. 1943 jämfört med 2:a kvartalet 1942.*	Prisjusterade omsättningen (»volymen») under 1:a halvåret 1943 i procent av försäljningsvolymen under *hela* år 1941	Den prisjusterade omsättningen (»volymen») $^{1}/_{1}$ 1942 —$^{30}/_{6}$ 1943 1941 = 100[1]
		Procentuell för ändring av värdeomsättningen	Prisjusterad omsättning (»volymen») 1941 = 100	Procentuell för ändring av värdeomsättningen	Procentuell för ändring av värdeomsättningen		
1.	Vitvaror	— 29	63	+ 67	+ 56	50	(112)
2.	Övriga metervaror	— 6		+ 47	+ 37	55—60	
(1+2) 3.	*Metervaror och linne, sammanlagt*	*— 10*	*80*	*+ 47*	*+ 39*	*55*	*135*
4.	Gardiner, sybehör, garneringar, småartiklar	+ 12		+ 20	+ 23	60	
5.	Linoleum och vaxduk	+ 1		— 13	+ 3	40	
6.	Övriga heminredningsartiklar	+ 4		+ 53	+ 38	65	
(4+6) 7.	*Heminredningsartiklar, sammanlagt*	*+ 8*	*96*	*+ 46*	*+ 36*	*65*	*160*
(3+7) 8.	**Manufaktur, totalt**	**— 1**	**88**	**+ 32**	**+ 33**	**55—60**	**145**
9.	Dam- och barnklänningar, blusar	+ 16		+ 63	+ 45	75	
10.	Dam- och barnkappor och -dräkter	+ 15		+ 54	+ 39	70	
(9+10) 11.	*Dam- och barnkonfektion, sammanlagt*	*+ 13*	*100*	*+ 54*	*+ 41*	*70*	*170*
12.	Dam- och barnekipering	+ 4		+ 39	+ 33	60	
(11+12) 13.	**Dam- och barnartiklar, totalt**	**+ 9**	**96**	**+ 46**	**+ 39**	**65**	**160**
14.	Herr- och gosskonfektion	— 2		+ 42	+ 43	60	
15.	Herr- och gosskrädderi	— 12		+ 6	+ 23	45	
16.	Herr- och gossekipering	+ 7		+ 35	+ 48	65	
(14—16) 17.	**Herr- och gossartiklar, totalt**	**+ 3**	**91**	**+ 32**	**+ 51**	**60—65**	**155**
	Samtliga textilvaror	— 2	87	+ 38	+ 40	59	146
	Procentuell prisstegring, alla textilvaror	13		11	7		

[1] Vid samma »nivå» för omsättningsvolymen under 1/1 1942—30/6 1943 (1:a ransoneringsperioden) som under 1941 blir alltså index = = 150 ($1\,^{1}/_{2} \times 100$).

Att döma av AEF:s uppgifter angående försäljningen av textilvaror under olika månader skulle försäljningsvärdet vara ungefär lika stort under första och andra halvåret. Däremot är försäljningen av heminredningsartiklar avsevärt större under 2:a än under 1:a halvåret (oktoberflyttningarna).

Ehuru denna beräkning givetvis är mycket ungefärlig, torde dock kunna sägas, att konsumtionsvolymen för textilvaror under första ransoneringsperioden endast var något lägre än den, som svarade mot 1941 års nivå. Därjämte kan man draga den slutsatsen, att förändringarna i konsumtionens inriktning icke varit särskilt betydande. Konsumtionen av metervaror och linne synes ligga ungefär tio procent under 1941 års nivå, vilket till största delen beror på att försäljningen av vitvaror minskade avsevärt på grund av minskad tillgång. Försäljningen av heminredningsartiklar, d. v. s. gardiner, möbeltyger etc., ökade något liksom försäljningen av dam- och barnkonfektion under det att försäljningen av herr- och gossartiklar förblev ungefär oförändrad.

III. Sambandet mellan konsumtionsvolymen för textilvaror, inkomster och prisnivå

1. Inkomstelasticiteten och beräkningen av dennas storlek

En undersökning av efterfrågans inkomstelasticitet (»inkomstelasticiteten») för textilvaror har till syfte att belysa huru allmänhetens inköp (konsumtionen) av textilvaror påverkas av inkomsternas storlek. I vilken utsträckning medföra förändringar av inkomsterna förändringar av textilvarukonsumtionen?

Vid en analys av efterfrågans inkomstelasticitet skiljer man mellan »utgiftselasticitet» och »kvantitetselasticitet», allteftersom storleken av konsumenternas utgifter *för* respektive konsumerade kvantiteter (kg, styck etc.) *av* en viss vara eller varugrupp jämföres med inkomsternas storlek. Som tidigare framhållits kan man mäta storleken av konsumtionen av textilvaror endast genom att beräkna konsumtionsvärdet, d. v. s. utgifterna för konsumenternas inköp. I det följande behandlas alltså »utgiftselasticiteten». Fråga är för övrigt, om kvantitetselasticiteten skulle kunna beräknas på ett förnuftigt sätt eller få en rimlig innebörd.

Om man beräknar inkomstelasticiteten genom att jämföra förändringarna av textilvarukonsumtionen med förändringarna av inkomsterna under olika tidsperioder, erhålles en inkomstelasticitet av annan innebörd än då inkomstelasticiteten beräknas genom en jämförelse av storleken av textilvarukonsumtionen och disponibla inkomster inom olika hushåll under samma tidsperiod. I det förra fallet erhålles närmast en korttidselasticitet, i det senare närmast en långtidselasticitet. Vid en beräkning av inkomstelasticiteten med utgångspunkt från tidsserier får man nämligen en bild av hur konsumtionen förändras vid en förändring av inkomsten (och ev. andra faktorer), korttidselasticitet, medan beräkningen av inkomstelasticiteten på grundval av uppgifter från hushållsbudgetunder-

sökningar visar inkomstens användning (här för inköp av textilvaror) vid en mera stabil inkomstnivå, långtidselasticitet. De strukturella förändringarna äro avsevärt mindre framträdande vid beräkningen av långtidselasticiteten. Det är mycket svårt att avgöra, i vilken utsträckning beträffande textilvaror långtidselasticiteten skiljer sig från korttidselasticiteten. Som påpekas av Wold (se nedan) är efterfrågans anpassning till förändrade pris- och inkomstförhållanden tidskrävande dels av »psykologiska» skäl (konsumtionsvanorna äro mer eller mindre trögrörliga), dels av »objektiva» skäl (hyreskontrakt löpa på ett år, varför en anpassning av bostaden endast kan ske på längre sikt etc.). I det stora hela torde konsumtionsvanorna beträffande kläder vara trögrörliga, vilket skulle medföra en lägre korttids- än långtidselasticitet.[1] En tendens i motsatt riktning, som kan ha stor betydelse, är emellertid det förhållandet, att anskaffningen av kläder för att uppnå en viss standard är betydligt större än den löpande anskaffning, som behövs för att underhålla den en gång uppnådda standarden.

Med inkomstelasticitet — närmast korttidselasticitet — avses ökningen (respektive minskningen) av allmänhetens inköp av textilvaror i relation till inkomsternas stegring (respektive minskning). Om t. ex. inkomsterna stiga med tio procent och inköpen av textilvaror likaledes med tio procent är inkomstelasticiteten lika med 1 (s. k. »normal»); stiga inköpen exempelvis endast med fem procent är inkomstelasticiteten 0,5 och stiga de med så mycket som femton procent är denna 1,5 o. s. v.

Ett annat sätt att uttrycka inkomstelasticiteten — närmast långtidselasticiteten — är att beräkna, hur stor del av inkomsten, som användes för inköp av textilvaror. Skulle exempelvis »utgiftsprocenten» för textilvaror (d. v. s. utgifterna för textilvaror i procent av inkomsten under en viss tidsperiod) inom ett normalhushåll vara densamma vare sig hushållet har en inkomst av 3 000, 5 000 eller 8 000 kronor per år, är tydligen inkomstelasticiteten för textilvaror »normal» för normalhushåll inom dessa inkomstgränser. Inköpen av textilvaror variera i samma proportion som inkomsten.

En uppfattning om inkomstelasticitetens storlek för textilvaror har erhållits genom att jämföra utvecklingen av den totala konsumtionen av textilvaror under åren 1931—1943 med inkomsternas utveckling under motsvarande år och genom ett studium av utgifterna för beklädnadsartiklar inom ett antal hushåll, tillhörande olika inkomst- och socialklasser.

Privatpersoners inkomster med avdrag för direkta skatter, d. v. s. det belopp, som står till konsumenternas förfogande för inköp av varor och tjänster samt för sparande, torde vara det inkomstbegrepp, som när-

[1] I H. Wold, *Efterfrågan på jordbruksprodukter och dess känslighet för pris- och inkomstförändringar*, SOU 1940: 16, sid. 65 ff. och sid. 83 ff. återfinnes en diskussion av här berörda förhållanden.

mast är av intresse vid bedömning av hur förändringar i inkomsten påverka förändringarna av efterfrågan på textilvaror. Möjligheten att köpa varor och tjänster påverkas emellertid både av inkomsternas storlek i kronor räknat och av priserna på det som köpes. För att eliminera verkan av prisförändringar ha *realinkomsterna* beräknats genom att dividera inkomsterna i kronor under olika år med riksbankens konsumtionsprisindex för motsvarande år. I konsumtionsprisindexet är även inräknat alla konsumtionsskatter, varför hänsyn tagits till dessas inverkan på köpförmågan.[1]

2. Utvecklingen av uppskattade totala realinkomster för privatpersoner minus direkta skatter och totala textilvarukonsumtionen 1931—1943

Som framgår av diagram 63 sjönk konsumtionsvolymen för textilvaror från 1931 till 1933 betydligt mindre än vad inkomsterna för privatpersoner minskade eller med tre respektive elva procent[2], medan under åren 1933—1939 konsumtionsvolymen för textilvaror steg något mera än inkomsterna eller med 49 respektive 42 procent. Den starkare stegringen av textilvarukonsumtionen är nästan helt hänförlig till perioden 1933—1935. Under 1935—1939 var ökningen av textilvarukonsumtionen och inkomsterna i det närmaste lika stor, ehuru konjunkturavmattningen under 1938 dämpade stegringstakten för textilvarukonsumtionen avsevärt mera än stegringstakten för av privatpersoner redovisade inkomster.[3]

Konsumtionsstegringen för inventarier var under 1930-talet betydligt starkare än för textilvaror men ungefär densamma för textilvaror och samtliga industriella konsumtionsvaror. Konsumtionen av födo- och njutningsämnen steg förhållandevis litet, vilket är ganska naturligt med hänsyn till utgångsläget.

Den långsamma sänkningen av konsumtionsvolymen 1931—1933 i jämförelse med sänkningen av inkomsterna torde icke ha varit så utpräglad som siffrorna antyda. De här uppskattade inkomsterna torde näm-

[1] Se vidare bilaga 1 till detta kapitel.

[2] Nationalinkomsten, beräknad enligt produktionsmetoden, sjönk endast med sex procent.

[3] Det må framhållas att ökningen av konsumtionsvolymen under 1933—1939 på grund av lagerökningar icke varit fullt så stor som här redovisas. Liknande avvikelser förekomma för åren 1939—1942. Se sid. 439. Nämnas må även att detaljhandelsomsättningen av textilvaror i Stockholm och Göteborg enligt AEF:s rapporter visar en betydande stegring under 1938 samtidigt som en betydande produktionsminskning i ylleindustrien ägde rum, vilket antyder att under 1938 en lagerminskning inträffat, varför den verkliga konsumtionen skulle vara större än den redovisade.

Som framgår av kolumn 7 i tabellen till detta kapitels bilaga, sammanföll under 1931—1939 nästan exakt prisutvecklingen för textilvaror med hela konsumtionsprisnivåns utveckling, varför relativa prisförändringar icke inverkat på textilvarukonsumtionen.

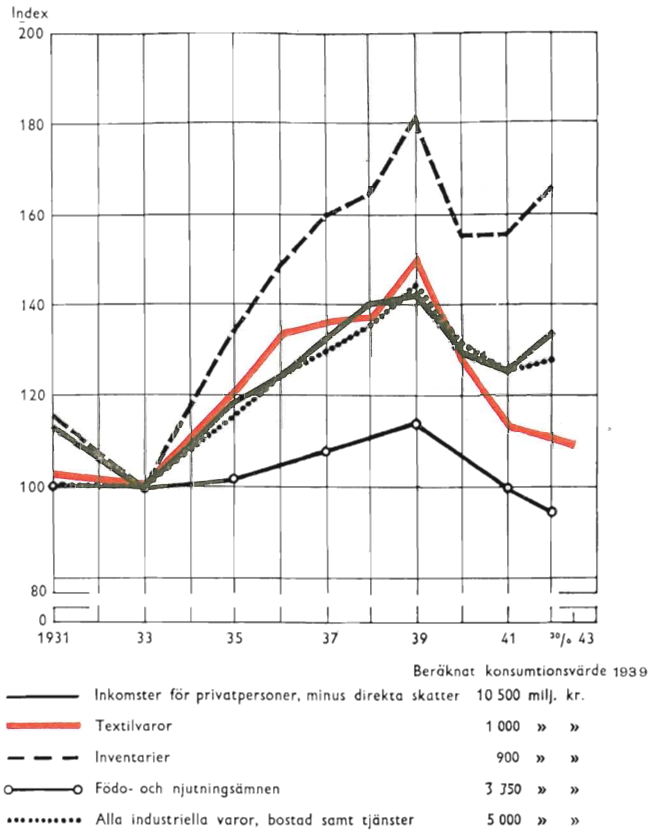


Diagram 63. Konsumtionsvolymen (konsumtionsvärdet vid oförändrade priser) för vissa varugrupper samt realinkomst för privatpersoner minus direkta skatter under 1931–1942. Index: 1933 = 100.

ligen visa en större minskning än de verkliga inkomsterna. Under samma tid sjönk exempelvis nationalinkomsten, beräknad efter »produktionsmetoden», med endast sex procent. Av samma orsaker torde den verkliga stegringen av inkomsterna, framför allt under åren närmast efter depressionen, icke varit fullt så stor som framgår av de uppskattade inkomsterna. Samtidigt kan, som redan antytts, konsumtionsnedgången 1931—1933 på grund av lagerförändringar ha underskattats i beräkningarna.

Under åren 1939—1942 föreligger en anmärkningsvärd parallellitet mellan utvecklingen av inkomsterna och utvecklingen av konsumtionsvolymen för textilvaror, om hänsyn tages till att prisstegringen för textilvaror var väsentligt starkare än för alla andra konsumtionsvaror. Om man antager *dels* att inkomstelasticiteten för textilvaror under 1940—1942 överensstämde med inkomstelasticiteten under senare hälften av 1930-talet, då prisnivån för textilvaror var mycket stabil, och *dels* att efter-

1939 = 100.

År	Uppskattad realinkomst för privatpersoner minus inbetalade direkta skatter	Prisnivån för textilvaror jämfört med prisnivån för alla konsumtionsvaror och tjänster	Konsumtionsvolym för textilvaror	Om inkomst- och priselasticitet = 1, skulle konsumtionsvolymen bliva
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1931	79	100	69	
1933	70	99	67	
Förändring i procent..	— 11	— 1	— 3	— 10*
1933	70	99	67	
1939	100	100	100	
Förändring i procent..	+ 43	+ 1	+ 49,5	+ 42
1935	83	101	81	
1939	100	100	100	
Förändring i procent..	+ 20,5	— 1	+ 23,5	+ 22
1939	100	100	100	
1942	94	123	74	
Förändring i procent..	— 6	+ 23	— 26	— 27
1939	100	100	100	
1940	91	107	85	
Förändring i procent..	— 9	+ 7	— 15	— 15
1940	91	107	85	
1941	88	119	76	
Förändring i procent..	— 3	+ 11	— 10,5	— 13
1941	88	119	76	
1942—$^{30}/_{6}$ 1943*** ...	(93)**	123	74	
Förändring i procent..	+ 6	+ 3,5	— 2,5	+ 2

* Enligt nationalinkomstberäkningen enligt »produktionsmetoden» skulle realinkomstminskningen ha begränsats till 6 procent och den beräknade konsumtionsvolymen för textilvaror skulle ha minskat med 5 procent.

** Uppskattad med ledning av taxeringarna av inkomsterna för år 1942.

*** Första textilransoneringsperioden.

frågans priselasticitet för textilvaror är normal[1], visar det sig, att den utifrån dessa antaganden beräknade utvecklingen av konsumtionsvolymen nära överensstämmer med dennas faktiska utveckling.[2]

[1] Efterfrågans priselasticitet säges vara normal, då de inköpta kvantiteterna minska (öka) så mycket vid en prisstegring (-sänkning) att inköpssumman förblir oförändrad.

Det må nämnas att bl. a. Wold visat att »priselasticiteten för en i efterfrågehänseende fristående vara är tillnärmelsevis lika med dess inkomstelasticitet» och att »priselasticiteten för en vara, som ingår i en substitutionsgrupp, kan väntas vara större än dess inkomstelasticitet». Wold, a. a., sid. 86 ff.

[2] Om en multipel korrelationsberäkning med textilvarukonsumtionen som beroende variabel (Y), realinkomst för privatpersoner minus direkta skatter (X_1) och prisnivån för textilvaror i

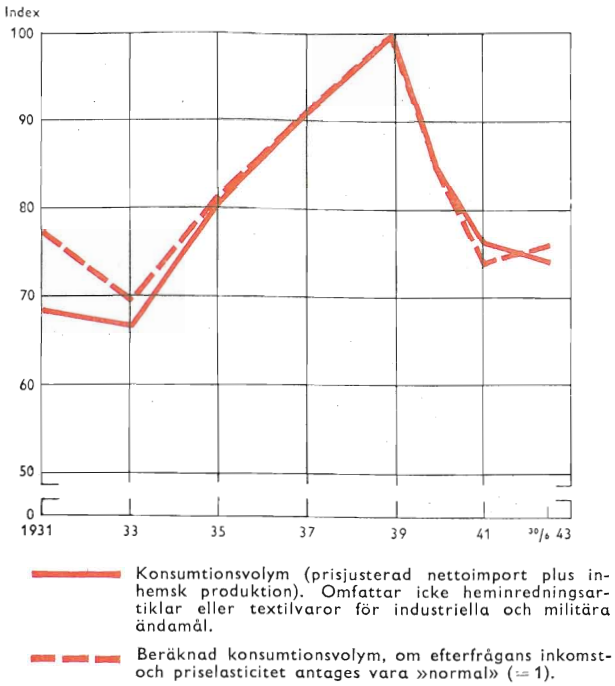


Diagram 64. Faktisk och beräknad konsumtionsvolym för textilvaror 1931—första halvåret 1943. Konsumtionsvolymen (konsumtionsvärdet vid oförändrade priser) för textilvaror under 1931—30/6 1943, faktisk samt beräknad under förutsättning att efterfrågans inkomst- och priselasticitet antages vara »normal» (= 1). Se vidare vidstående tabell (kol. 4 och 5).
Index: 1939 = 100.

I vidstående tabell och diagrammet ovan jämföres den konsumtionsutveckling för textilvaror, som skulle inträffat om textilvaruefterfrågans inkomst- och priselasticitet varit normal (= 1), och den verkliga konsumtionsutvecklingen för textilvaror.

förhållande till prisnivån för alla övriga konsumtionsvaror samt tjänster — prisrelation — (X_2) som oberoende variabler utföres på basis av värdena under 1931—1942 (kol. 5, 4 och 7 i tabellen till detta kapitels bilaga) erhålles följande regressionsekvation.

$$Y = 55{,}2 + X_1 \cdot 1{,}11 + X_2 \cdot - 0{,}67$$

Medelfelet för regressionskoefficienten för $X_1 = 0{,}15$, för $X_2 = 0{,}16$. Korrelationskoefficienten $R = 0{,}95$ och, justerad med hänsyn till det ringa antalet observationer, $\bar{R} = 0{,}93$.

Enligt ekvationen skulle efterfrågans inkomstelasticitet uppgå till $1{,}11 \pm 0{,}15$, och dess priselasticitet till $0{,}67 \pm 0{,}16$. Alldeles oavsett de betydande vanskligheterna vid beräkningen av inkomst- och priselasticiteten med ledning av tidsserier måste det erhållna resultatet rent statistiskt betraktas med mycket stor försiktighet. Förutom det förhållandevis stora medelfelet måste nämligen beaktas det ringa antalet observationer och, framför allt, att prisrelationen varit i det närmaste oförändrad vid sju observationstillfällen för att sedan stiga vid tre observationstillfällen. Beräkningen av textilvarukonsumtionens beroende av prisrelationen måste därför anses särskilt osäker.

Av särskilt intresse är utvecklingen av konsumtionen under första ransoneringsperioden. Som framgår av tabellen[1] sjönk textilvarukonsumtionen med mellan två och tre procent under denna jämfört med år 1941, medan textilvarukonsumtionen vid samma inkomst- och efterfrågeelasticitet som under tidigare år skulle ha stigit med två procent. Skillnaden är alltså ganska liten, särskilt om man beaktar den nedgång av konsumtionen av textilvaror, som betingas av andra faktorer än ransoneringen. Av dessa må framhållas dels allmänhetens benägenhet att vänta med inköp i avvaktan på lägre priser och bättre kvaliteter efter fredsslutet, dels den minskade tillgången på varor, vilken i viss utsträckning, åtminstone bland mera inköpskraftiga kategorier, torde ha medfört mindre benägenhet att köpa textilvaror, och dels också de för många personer långvariga inkallelserna till beredskapstjänst och värnplikt. De beredskapsinkallade torde ofta »såsom civila» varit relativt stora köpare av kläder (yngre, ogifta män med förhållandevis goda inkomster).

3. Storleken av inköpen av kläder inom hushåll med olika inkomstnivåer

A. Inom vissa familjehushåll i städer och tätorter

År 1933 utfördes inom socialstyrelsen en omfattande undersökning av konsumtionsvanorna inom ett stort antal arbetar-, tjänstemanna- och medelklasshushåll.[2] De i undersökningen deltagande hushållen rapporterade varje utgift under ett helt år. Inalles bearbetades räkenskaper från cirka 1 250 hushåll. Undersökningen begränsades till familjehushåll i städer och mindre samhällen och omfattade alltså icke landsbygdens befolkning och icke ogifta. Undersökningen är sålunda icke representativ för hela befolkningen och i viss mån kanske icke heller för de befolkningsgrupper, som analyserats, då förandet av en mycket detaljerad redovisning av alla utgifter och inkomster under ett helt år säkerligen förutsätter mer än genomsnittlig ordentlighet och skötsamhet. Däremot torde valet av undersökningsperiod, vilken ju sammanfaller med depressionen, knappast äventyra representativiteten, emedan de i undersökningen deltagande hushållen ha haft inkomster av stadigvarande karaktär. Konsumtionsnivån har därför antagligen icke pressats ned på grund av depressionen — möjligen motsatsen i någon liten utsträckning.

[1] På sid. 450.

[2] *Levnadsvillkor och hushållsvanor i städer och industriorter omkring år 1933.* Socialstyrelsen, Stockholm 1938.

Utgifterna för kläder och skodon inom olika socialklasser[1]

Socialklass	Antal hushåll	Inkomst pr hushåll med avdrag för direkta skatter	Utgifter för			
			kläder		skodon inkl. reparation	
			kronor	i procent av inkomsten	kronor	i procent av inkomsten
Arbetare	526	3 300	330	10,0	105	3,2
Lägre tjänstemän	524	3 900	405	10,4	115	2,9
Medelklass	195	6 600	680	10,3	145	2,2

Som framgår av följande tabell är den andel av inkomsten, som användes för inköp av kläder, ungefär lika för alla tre socialklasserna, medan den för skodon sjunker vid stigande inkomster. En uppdelning av hushållen i inkomstgrupperna under 3 000 kronor, 3 000—5 000 och över 5 000 kronor om året visar samma resultat. Någon större skillnad finnes ej heller mellan större städer och mindre städer och orter. Detta tyder på att för de undersökta hushållen inkomstelasticiteten för textilvaror ungefär är lika med 1 (»normal»). Man erhåller alltså samma resultat som i analysen av den totala realinkomsten minus direkta skatter och den totala konsumtionsvolymen av textilvaror under olika år.[2]

Denna samstämmighet är anmärkningsvärd, särskilt som de till grund för medeltalen liggande individuella värdena äro symmetriskt fördelade. Detta framgår av omstående diagram. Spridningen är visserligen stor, men detta beror antagligen till avsevärd del på att undersökningsperioden är kort i förhållande till inköpsfrekvensen för större klädesplagg. I genomsnitt inköpas sålunda t. ex. kostymer av den vuxna manliga befolkningen högst vartannat år och överplagg ännu mera sällan.

Siffermaterialet antyder att storleken av inköpen av textilvaror hos här undersökta grupper beror av deras »allmänna standard», d. v. s. inköpen av kläder äro så stora, att deras storlek icke direkt påverkas av ett »fysiskt behovsminimum», vilket däremot i viss mån synes vara fallet i fråga om skodon. Denna observation bekräftas kanske ännu tydligare därav, att inköpen av textilvaror inom hushåll med samma inkomstnivå äro ungefär lika stora vare sig hushållet består av man och hustru eller man och hustru med ett eller flera barn[3] (se tabell nästa sida). Det må även framhållas att möjligheten att anpassa inköpssumman för kläder efter inkomsten är ovanligt stor, emedan kläder ju i stor utsträckning kunna »tillverkas» i hemmen.

[1] Tabellen är sammanställd med ledning av uppgifter från socialstyrelsen, a. a., sid. 44, 80, 82 och 58—59.

[2] Wold har i sitt tidigare angivna arbete bl. a. beräknat inkomstelasticiteten för kläder och skodon inom arbetar- och lägre tjänstemannahushåll till 0,96. Då skodon av allt att döma har lägre inkomstelasticitet än kläder, skulle inkomstelasticiteten för kläder vara högre.

[3] Jfr socialstyrelsen, a. a., sid. 80.

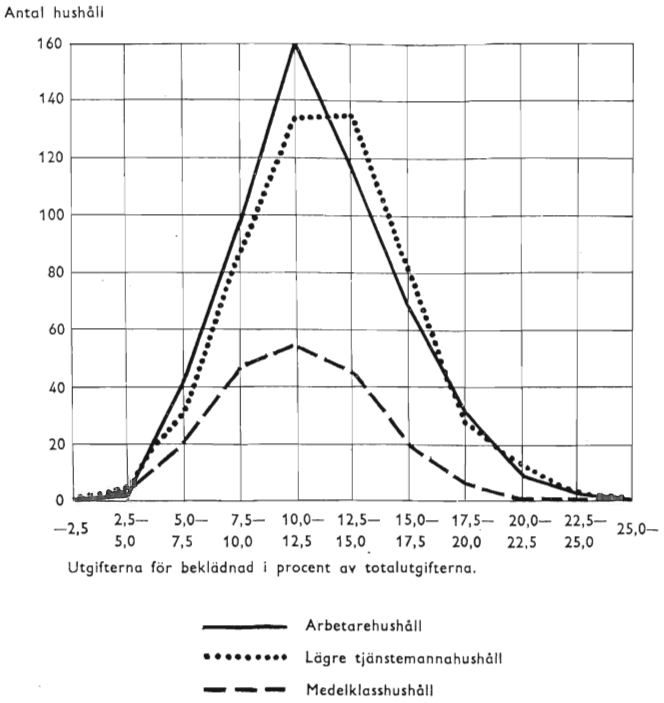


Diagram 65. Utgifterna för beklädnad (kläder och skodon) i procent av totalutgifterna inom olika arbetare-, lägre tjänstemanna- och medelklasshushåll i städer och industriorter omkring år 1933.[1]

Utgifter för kläder och skodon inom olika familjetyper

Familjetyp	Antal familjer	Genomsnittlig inkomst minus direkta skatter	Utgifter i procent av inkomst minus direkta skatter för	
			kläder	skodon
1. Familj utan barn	63	3 548	9,9	1,9
2. » med 1 barn högst 6 år	170	3 939	10,1	2,3
3. » » 2 eller 3 barn högst 6 år	78	3 959	9,1	2,5
4. » » 1 barn 7—15 år	146	3 702	10,2	2,8
5. » » 2—3 barn högst 7—15 år	316	4 200	10,1	3,1
6. » » 4 och flera barn högst 7—15 år	46	4 286	10,1	3,4
7. » » 1 barn över 14 år	47	3 924	9,5	2,4
8. » » 2 eller 3 barn, av vilka minst 1 över 14 år	163	4 200	10,3	2,7
9. » » 4 och flera barn, av vilka minst 1 över 14 år	79	4 631	10,3	3,7

[1] Utarbetat på grundval av socialstyrelsen, a. a., sid. 81.

Tabellen har sammanställts med ledning av detaljerade uppgifter angående inkomster och utgifter för olika familjetyper i tabell 2, sid. 180 ff. i socialstyrelsen, a. a.

Den låga utgiftsprocenten för kläder för familjetyp nr 3 (9,1) är svårförklarlig. För denna familjetyp utgjorde utgiftsprocenten för inkomstkategorierna — 3 000 kronor, 3 000—5 000 kronor samt över 5 000 kronor respektive 9,7, 9,7 och 8,4, medan utgifterna för skor och kläder i procent av inkomsten minus direkta skatter för familjetyperna 1—6 med inkomster över 5 000 kronor utgjorde 11,9, 12,3, *10,3*, 12,1, 12,0 och 12,7.

De beskrivna sambanden mellan utgifter för kläder och inkomster synas i stora drag gälla också för olika slag av kläder. Textilutgifternas fördelning på olika slag av textilvaror förändra sig nämligen relativt obetydligt vid stigande inkomster, vilket framgår av nedanstående ur socialstyrelsens undersökning hämtade tabell. Posterna gångkläder, sömlön och »annat» öka något och posterna underkläder, tyg och garn samt sybehör minska något vid stigande inkomster. (Se tabell nedan.)

Textilutgifternas fördelning på olika huvudgrupper av textilvaror[1]

Varupost	Utgifternas procentuella fördelning		
	Arbetare	Lägre tjänstemän	Medelklasshushåll
Inkomst per hushåll minus direkta skatter	*3 300*	*3 900*	*6 600*
Antal hushåll	*526*	*524*	*195*
Gångkläder	43,9	46,6	47,7
Underkläder	21,1	19,1	18,3
Hattar m. m.	9,3	9,0	9,4
Tyg och garn	14,8	13,3	11,4
Sybehör	3,7	3,2	2,7
Sömlön	3,7	4,6	5,2
Annat	3,5	4,2	5,3
Summa	100,0	100,0	100,0

B. Hela befolkningen

Som framgått av tidigare lämnade uppgifter synes den andel av inkomsten, som användes för inköp av textilvaror, vara av samma storleksordning såväl vid höga som vid låga inkomster och utgör ungefär en tiondel av inkomsterna minus direkta skatter enligt den av socialstyrelsen företagna intensivundersökningen. Det totala konsumtionsvärdet 1933 för kläder, uppskattningsvis beräknat till cirka 625 miljoner kronor, utgör ungefär 10,1 procent av den uppskattade totalinkomsten för privatpersoner minus direkta skatter under samma år.

[1] Tabellen är hämtad ur socialstyrelsen, a. a., sid. 81 nedre tabellen.

Samstämmigheten beträffande utgiftsprocentens storlek bör på grund av de använda siffrornas betydande ungefärlighet icke tagas som utgångspunkt för långt gående slutsatser. Den förefaller dock antyda, att konsumtionsvärdet för textilvaror i relation till inkomsterna för hela svenska folket ligger på samma nivå som för hushåll av den typ, som ingår i socialstyrelsens undersökning, d. v. s. familjehushåll, huvudsakligen med barn, i städer och tätorter. Även för hela övriga delen av befolkningen kan sålunda den genomsnittliga utgiftsprocenten för kläder beräknas vara ungefär tio. Genomsnittet torde framkomma genom en förhållandevis hög utgiftsprocent för ogifta, vuxna personer av båda könen och en förhållandevis låg utgiftsprocent för äldre personer över huvud taget. Familjehushållen på landsbygden torde gissningsvis ha ungefär samma utgiftsprocent som motsvarande hushåll i städerna.

Ovannämnda hypoteser stödjas i viss mån av en av författaren inom industrikommissionen i samarbete med Landsorganisationen företagen undersökning av storleken av klädinnehavet inom olika arbetargrupper — dock endast vuxna personer, gifta och ogifta. Undersökningen begränsades till innehav av »större plagg» och omfattade endast cirka 1 000 manliga arbetare (även lantarbetare) och 1 000 arbetarehustrur eller ogifta kvinnliga arbetare (även inom lantbruket), fördelade på olika åldersgrupper och civilstånd, olika fackförbund, stad och landsbygd samt olika delar av landet. Uppgift inhämtades angående (1) innehav av olika plagg (kostym, byxor, överrock, kappa, klänning etc.) av olika förslitningsgrad (2) tidpunkt för inköp av »sista» plagget av varje slag och (3) familjehushållets sammansättning och sammanlagda inkomst.

Huvudresultaten av undersökningen voro: 1. Såväl storleken av »garderoben» som av inköpen av kläder varierade mycket starkt även inom med avseende på ovannämnda fördelningsgrunder homogena grupper. Detta gällde särskilt kvinnorna. 2. Klädinnehavet, men framför allt inköpen, stego med stigande inkomster. 3. Klädinnehavet, vars storlek beräknats genom hänsynstagande till såväl plaggens »storlek» (1 kostym = 8 poäng, 1 kavaj = 4, 1 väst = 1 och ett par byxor = 3 poäng) som förslitningsgrad, varierade på följande sätt för olika familjetyper med samma bostadsort och ungefärligen samma inkomstnivå:

A. Manliga arbetare. Lägst klädinnehav hade ogifta arbetare under 18 år (i detta fall var dock inkomstnivån lägre än för övriga grupper), därnäst gifta arbetare med 2 eller flera barn. Gifta arbetare utan barn och ogifta arbetare — såväl i åldersgrupperna 18—30 som över 30 år — hade ungefär lika stort klädinnehav och icke obetydligt större än för övriga grupper. Inköpen av kläder (om vilka dock uppgifterna äro bristfälliga) synas i stort sett, om yngsta åldersgruppen undantages, variera mellan olika grupper på samma sätt som klädinnehaven, ehuru mera accentuerat.

B. Kvinnliga arbetare. Något resultat för kvinnliga arbetare under 18 år kunde ej erhållas. Klädinnehavet för gifta med två eller flera barn utgjorde i genomsnitt två tredjedelar av klädinnehavet för gifta utan barn. Inom sistnämnda grupp var »garderoben» icke obetydligt större för åldersgruppen 18—30 år än för gruppen över 30 år. Ogifta 18—30 år, slutligen, hade i det närmaste dubbelt så stor »garderob» som genomsnittet för alla övriga kvinnliga grupper.

Det må framhållas, att här redovisade skillnader i klädinnehavet i verkligheten äro större, då »förslitningsgraden» bedömes subjektivt och säkerligen »hårdare» vid högre klädstandard. Detta synes särskilt gälla kvinnorna. På grund av uppgiftsmaterialets ofullständighet i fråga om tidpunkten för sista inköpet av olika plagg kan emellertid storleken av denna felkälla vid uppskattningen av klädinnehavets storlek ej ens tillnärmelsevis preciseras.

Slutligen må framhållas, att klädinnehavets storlek givetvis icke påverkas endast av inköpens storlek utan även av den individuella förslitningen, klädvården och »kräsenheten».

4. Textilvarukonsumtionen varierar i proportion med inkomsterna även vid stora förändringar av dessa

Av den tidigare utförda analysen av såväl utvecklingen av privatpersoners totala realinkomster minus direkta skatter och totala textilvarukonsumtionen som av klädesutgifternas och inkomsternas storlek inom ett antal familjehushåll framgår, att inkomstelasticiteten för textilvaror är i stort sett »normal», d. v. s. textilvarukonsumtionen varierar i proportion med realinkomsterna minus direkta skatter. Vid en stigande inkomstnivå kan konsumtionen av beklädnadsartiklar väntas komma att öka i ungefär samma takt som inkomsten men icke mera. Textilbranschen får med andra ord »behålla» en oförändrad andel av de stigande inkomsterna men får icke del i det »överskott» av inkomster utöver livsmedelsutgifter, som uppkommer vid stigande inkomster, emedan utgifterna för livsmedel stiga betydligt långsammare än inkomsten. Detta »överskott» disponerades under 1930-talet till stor del för inköp av varaktigt konsumtionskapital såsom möbler, husgeråd, dammsugare, radioapparater etc. ävensom för »inköp» av tjänster av olika slag, t. ex. semesterresor, nöjen och kroppsvård. Under 1935—1939 ökade konsumtionen av »inventarier», textilvaror och födo- och njutningsämnen med respektive 35, 23 och 11 procent (jfr diagram 63 på sid. 449).

Det må i detta sammanhang påpekas att under 1930-talet någon, ehuru liten, del av ökningen av konsumtionsvolymen för textilvaror kan bero av befolkningstillväxten och framför allt av förskjutningar av befolkningssammansättningen mot relativt flera personer i de arbetsföra åldrarna.

Ehuru den totala befolkningstillväxten under senare år som bekant varit relativt obetydlig -- befolkningen ökade endast med 4 procent 1930—1940 -- ha ju betydande förskjutningar av befolkningens sammansättning och lokalisering inträffat, vilka kunna tänkas påverka textilkonsumtionens omfattning oavsett inverkan på denna av inkomstvolymens storlek. De förändringar, som närmast kunna tänkas vara av betydelse, torde vara ökningen av antalet personer i arbetsföra åldrar och av antalet åldringar, inflyttningen till städerna samt ökningen av antalet gifta.

I vilken utsträckning inträdda förskjutningar i befolkningens sammansättning kunnat påverka textilkonsumtionens omfattning är icke möjligt att kvantitativt precisera. Allmänt torde kunna sägas, att två faktorer inverkat höjande på textilvarukonsumtionen, nämligen ökningen av antalet personer i de arbetsföra åldrarna (ökad konsumtion av arbetskläder i vidaste bemärkelse) samt inflyttningen till städerna (eventuell övergång till högre standard — själva övergången kräver förhållandevis mycket stora inköp av textilvaror). Samtidigt torde tvenne faktorer ha inverkat sänkande på textilvarukonsumtionen, nämligen ökningen av antalet personer i de äldre årsklasserna (förslitningen torde minskas avsevärt även oavsett standardsänkningen) samt ökningen av antalet gifta (detta torde särskilt påverka kvinnornas konsumtion).

Hur mycket dessa förändringar av befolkningens sammansättning inverkat på textilvarukonsumtionen är, som nyss sagts, omöjligt att precisera. Ännu omöjligare är det att erhålla någon säkrare uppfattning om i vilken utsträckning flertalet förskjutningar av befolkningens sammansättning påverkar textilvarukonsumtionen *oavsett av förskjutningarna förorsakade förändringar av inkomsterna.*

Klart synes dock vara att på grund av befolkningsutvecklingen den med ledning av utvecklingen under 1930-talet uppskattade inkomstelasticiteten överskattats, ehuru denna felkälla inte torde varit särskilt betydande jämfört med andra sådana.

Det finnes ingen anledning förmoda, att relationen mellan inkomststegring och stegringen av textilvarukonsumtionen skall förändras i någon större utsträckning även vid en förhållandevis starkt höjd allmän inkomstnivå. Denna höjning innebär nämligen i stort sett endast, att stora befolkningsgrupper få sina inkomster höjda upp emot den s. k. medelklassnivån, och textilutgifternas andel av inkomsterna på denna nivå är ungefär densamma som för lägre inkomstnivåer. Konsumtionen av textilvaror hos befolkningsgrupper med högre inkomstnivå än »medelklassnivån» spelar praktiskt taget ingen roll för den totala konsumtionen av textilvaror.

Av antalet deklaranter utgjorde sålunda under 1930 enligt folkräkningen[1] personer med mer än 8 000 kronors inkomst endast cirka två procent och summan av samtliga inkomster under 8 000 kronor utgjorde under 1930 ungefär fyra femtedelar av samtliga inkomster för privatpersoner. I verkligheten utgjorde inkomster respektive inkomsttagare under 8 000 kronor en ännu mycket större del, då i statistiken endast deklarationspliktiga inkomster medtagits.

Ehuru några direkta jämförelser mellan inkomstfördelningen 1930 och 1942 icke kunna göras med ledning av tillgänglig statistik, synes denna dock ganska klart antyda, att under denna period summan av inkomster över 8 000 »förkrigskronor» minskat i förhållande till summan av samtliga inkomster för privatpersoner, om avdrag båda åren göras för de direkta skatterna. På grund av penningvärdets fall torde 12 000 kronor 1942 ungefär motsvara 8 000 kronor 1930.[2] Under 1942 utgjorde summan av samtliga taxerade inkomster av mer än 12 000 kronor knappt en sjundedel av den totala, deklarerade inkomstsumman för privatpersoner och antalet inkomsttagare med mer än 12 000 kronors taxerad inkomst 1,7 procent av samtliga inkomstdeklaranter.[3]

IV. Textilvarukonsumtionens utveckling efter kriget

1. Konsumtionsreservens storlek

I någon utsträckning har nedgången i konsumtionsvolymen på grund av beredskapsinkallelserna motsvarats av en minskning av förslitningen av civila kläder. Även om man förutsätter att de inkallade såsom civila slita dubbelt så mycket kläder som svenska folket i genomsnitt, skulle

[1] S. O. S., *Folkräkningen den 31 dec. 1930 VII: 2*, Sthlm 1937, tab. 11.

[2] Om man beräknar konsumtionsprisnivåns stegring med ledning av levnadskostnadsindex 1930—1931 och Riksbankens konsumtionsprisindex 1931—1942, uppgick denna 1930—1942 till 49 procent.

[3] Enligt Lindahl, E. & Lemne M., *P. M. angående skattetrycket för olika inkomstklasser 1943*, sid. 8. (Bihang D i bilaga till 1944 års statsverksproposition.)

— om i medeltal 175 000 personer varit inkallade — dock »besparingen» endast ha uppgått till cirka fem procent av den »totala förslitningen». Denna minskning av förslitningen torde för övrigt kanske uppvägas av kvalitetsförsämringen.

Minskningen av konsumtionsvolymen synes icke ha medfört en motsvarande försämring av svenska folkets beklädnadsstandard, ehuru det är mycket svårt att närmare precisera innebörden av beklädnadsstandard och beräkna dess nivå. Av konsumtionsvolymberäkningarna för beklädnadsvaror under 1931—1939 framgår, att under 1930-talet anskaffningen av tyngre plagg, vilka ha lång livslängd, stigit hastigare än anskaffningen av lättare plagg. Då konsumtionsvolymen under åren 1932—1934 var något högre än under år 1931, som var ett för konsumenterna gynnsamt år, torde man ha rätt att antaga, att anskaffningen under åren 1931—1934 varit tillräcklig för att bibehålla 1931 års »standard», även om man tager hänsyn till befolkningstillväxten. Inköpen av beklädnadsartiklar utöver 1931—1934 års nivå under åren 1935—1939 skulle alltså i stor utsträckning — en del av konsumtionsökningen har dock berott på befolkningstillväxten — ha inneburit en ökning av konsumenternas innehav av kläder. Om för exemplets skull förutsättes att »garderoben» har en genomsnittlig livslängd av två år hos konsumenterna och att det tillskott av kläder, som medfört en förbättring av standarden, endast utsättes för en tredjedel så stark förslitning som det förutvarande innehavet av kläder, kommer man till det resultatet, att 1935 års konsumtion i stort sett skulle vara tillräcklig för upprätthållande av 1939 års standard.

Innebörden av nedgången i anskaffningen av kläder under 1941—1943 skulle alltså vara, att endast en mycket måttlig standardsänkning inträtt under denna period. Efter 1943 har textilvarukonsumtionen legat på en högre nivå än tidigare krigsår. Någon mera betydande konsumtionsreserv i den meningen att någon större allmän försämring av beklädnadsstandarden (»minskning av garderobernas storlek») ägt rum under krigsåren synes man alltså inte kunna räkna med och därför ej heller med någon betydande ökning av efterfrågan på beklädnadsartiklar för att »fylla ut» eventuella brister i garderoben.

2. Konsumtionens utveckling på kortare sikt

A. Kläder

Man synes kunna förutsätta att en återhämtning och vidare höjning av realinkomsterna kommer att medföra en ungefär lika stor stegring av konsumtionsvolymen för textilvaror. Skulle prissänkningen på textilvaror bliva större än den genomsnittliga prissänkningen, kommer, som tidigare visats, sannolikt en ytterligare konsumtionsstegring för textil-

varor till stånd — troligen i ungefär samma takt som sänkningen av priserna på textilvaror i förhållande till prisnivån för övriga konsumtionsvaror och tjänster. Vid en stegring av nuvarande nivå för realinkomster minus direkta skatter med tio procent och en nedgång av priserna på textilvaror i förhållande till övriga konsumtionsvaror m. m. med tio procent skulle exempelvis konsumtionsvolymen för textilvaror stiga med cirka en femtedel.

I fråga om allmänhetens benägenhet att inköpa textilvaror under tiden närmast efter krigets upphörande synes man utöver vad tidigare sagts kunna räkna med tvenne tendenser i olika riktning. Dels synes allmänheten komma att i viss utsträckning uppskjuta sina inköp av textilvaror i avvaktan på bättre kvaliteter och billigare priser, och dels torde vissa, mindre konsumentkategorier vilja komplettera de brister i »garderoben», som uppkommit på grund av de minskade inköpen under krigsåren. Styrkan av den förra tendensen, som påverkas av hur stor kvalitetsförbättring respektive prissänkning, som allmänheten anser kunna väntas, är mycket svår att bedöma, men torde på jämförelsevis kort sikt kunna bli icke alltför obetydlig. Den senare tendensen, som givetvis huvudsakligen beror på storleken av allmänhetens innehav av kläder, torde bliva av underordnad betydelse.

Slutligen må understrykas att med *konsumtionsvolym* avses konsumtionsvärde vid oförändrade priser på textilvaror av olika slag. En viss höjning av konsumtionsvolymen behöver sålunda icke innebära att avsättningen av antalet meter vävnad eller styck trikåplagg kommer att stiga i motsvarande grad, utan i stället att den industriella förädlingen av textilvaror drives längre, huvudsakligen genom en relativ ökning av konfektionstillverkningen samtidigt som förbrukningen av vävnader etc. stiger, ehuru mindre än den redovisade höjningen av konsumtionsvolymen för textilvaror. Vid en bedömning av textilindustriens sysselsättning måste givetvis också hänsyn tagas till storleken av importen och dennas utveckling.

B. Heminredningsartiklar

I fråga om heminredningsartiklar torde förutsättningarna för en betydande ökning av efterfrågan vara goda tämligen omedelbart efter kriget, om en betydande byggnadsverksamhet kommer igång. En betydande konsumtionsreserv synes nämligen finnas. Antalet giftermål har stigit betydligt, medan hembildningen begränsats av bristen på bostäder, samtidigt som många nygifta, vilka erhållit tillfredsställande bostad, säkerligen icke haft råd — och möjlighet inom ransoneringens ram — att anskaffa en tillfredsställande utrustning. Den relativt låga inköpsvolymen för heminredningsartiklar under senare år synes bekräfta detta.

3. Konsumtionsutvecklingen på längre sikt (»10 år»)

Som tidigare visats kan man vänta att textilvarukonsumtionen kommer att stiga i samma proportion som inkomsterna — även vid en betydande höjning av inkomstnivån. Skulle denna i likhet med 1929—1937, sedan förhållandena stabiliserats, stiga med cirka tre procent om året, innebär detta alltså en betydande successiv stegring av textilvarukonsumtionen.[1] Skulle en prissänkning på textilvaror i förhållande till konsumtionsprisnivån i övrigt inträffa, ökar konsumtionen ytterligare.

Det må emellertid även framhållas, att man på längre sikt synes böra räkna med en viss tendens till minskning av konsumtionen av textilvaror (beklädnadsvaror) på grund av förändringar i befolkningens sammansättning. Antalet gifta kommer nämligen att stiga i förhållande till antalet ogifta. Likaledes kommer som bekant de högre åldersgruppernas andel av hela befolkningen att öka. Den ogifta, vuxna delen av befolkningen har emellertid betydligt högre konsumtion av kläder än gifta personer i samma åldersgrupper, och högre åldersgrupper ha över huvud taget mindre konsumtion av textilvaror än lägre. I genomsnitt för hela befolkningen komma troligen utgifterna för kläder i procent av inkomsterna att sjunka. I vilken utsträckning dessa förskjutningar i befolkningssammansättningen komma att påverka storleken av konsumtionen av textilvaror är emellertid mycket svårt att förutsäga. Det kan också tänkas att införandet av eventuella nya textilmaterial på den svenska marknaden medföra icke oväsentliga ändringar av konsumtionsvanorna. Och på mycket lång sikt äro ju även dessa underkastade förändringar, som kunna ha betydande inflytande på textilvarukonsumtionen. Härvidlag kan ändrad fördelning av befolkningen på tätorter och landsbygd samt på små och stora tätorter komma att spela stor roll.

Bilaga 1 (löpande nr 15).

Angående beräkningen av inkomster m. m.

Nationalinkomsten beräknad enligt »produktionsmetoden» kan sägas mäta värdet av det totala resultatet av produktionen (i vidaste bemärkelse) under en viss period. Nationalinkomstberäkningar ha emellertid icke utförts för senare år än 1939.[2] Efter detta år finnas endast uppskattningar av »total inkomstsumma», vilken icke motsvarar nationalinkomsten.[3]

[1] Vid en årlig inkomststegring med 3 procent (2 procent) öka inkomsterna på 10 år med 34 procent (22 procent).

[2] Beräkningen av nationalinkomsten enligt produktionsmetoden har utförts av aktuarie Einar Dahlgren och publicerats för här aktuella år i Svensk Tidskrift, 1941: 9. I bilaga B till 1941 års statsverksproposition, sid. 5 ff., har lämnats en redogörelse för de av Dahlgren tillämpade beräkningsmetoderna.

[3] Se vidare härom Meddelanden från Konjunkturinstitutet. Ser. B: 2, Stockholm 1943, sid. 9 ff.

Ehuru beräkningar över nationalinkomstens storlek under här aktuella år alltså icke äro tillgängliga och därför någon »kontroll» år från år icke kan utföras av rimligheten i de uppskattningar av inkomsternas storlek, som utförts med utgångspunkt från taxeringarna, synes man dock kunna utgå ifrån, att de på basis av taxeringarna uppskattade inkomsterna för fysiska personer (»privatpersoner») ge en tillfredsställande bild av inkomstutvecklingen för dessa. En jämförelse för ett stort antal år mellan nationalinkomsten och summa uppskattad inkomst enligt taxering till kommunal inkomstskatt visar nämligen en mycket nära parallell utveckling år från år.[1] Man synes därför kunna antaga, att den uppskattade realinkomsten för privatpersoner med avdrag för direkta skatter är ett gott mått på i varje fall utvecklingen av köpkraftens storlek. Inkomsten har omräknats till realinkomst genom division med riksbankens konsumtionsprisindex.

Inkomsterna för privatpersoner (kolumn 4) med avdrag för direkta skatter har beräknats på följande sätt. Under 1930-talet uppgick, med mycket små avvikelser, den med ledning av taxeringarna till kommunalskatt uppskattade totala inkomsten till två tredjedelar av den genom den s. k. produktionsmetoden uppskattade nationalinkomsten (kolumn 2). Då under de förhållandevis »lugna» åren under 1930-talets mitt nationalinkomsten beräknad enligt produktionsmetoden torde giva den riktigaste uppskattningen av den verkliga inkomstens storlek har antagits, att den totala taxerade inkomsten skall ökas med hälften för att erhålla den verkliga inkomsten. Samma proportion har antagits gälla för privatpersoners inkomster och för den totala inkomsten. Från den sålunda erhållna totala inkomsten för privatpersoner ha dragits de under olika år av privatpersoner inbetalade direkta skatterna. Uppgifterna härom angiva storleken av de inbetalade direkta skatterna under olika budgetår. Vid omräkningen till kalenderår har antagits, att under ett visst kalenderår influtit två tredjedelar av de inflytande skatterna under det budgetår, som börjar före detta år, och en tredjedel av skatterna, som influtit under det budgetår, som börjar samma år som kalenderåret i fråga. Omräkningen till kalenderår spelar inte någon större roll utom för åren 1940—1942.

Som framgår av tabellen på sid. 464 var utvecklingen av inkomsterna för privatpersoner med och utan avdrag för direkta skatter (kol. 3 och 4) i det närmaste lika. Detta kan synas förvånansvärt, då de statliga skattesatserna höjts avsevärt, framför allt under kriget, men även under senare delen av 1930-talet. De starkt stigande statsskatterna ha emellertid endast i begränsad utsträckning påverkat stegringstakten för samtliga direkta skatter, emedan kommunalskatterna, som t. o. m. budgetåret

[1] Se härom vidare Meddelanden från Konjunkturinstitutet. Ser. B: 3, Stockholm 1945, sid. 13—15.

1943/44 utgjorde den större delen av de direkta skatterna, stigit förhållandevis långsamt i jämförelse med de totala inkomsternas stegring. Från budgetåret 1934/35 till budgetåret 1940/41 stego sålunda de av privatpersoner inbetalade statsskatterna från 133 till 491 miljoner eller med 270 procent, medan samtliga av privatpersoner inbetalade skatter ökade från 538 till 1 101 miljoner kronor eller med 105 procent. Särskilt under åren 1940—1942 medförde därjämte eftersläpningen vid inbetalningen av direkta skatter på grund av de i kronor räknat starkt stigande inkomsterna, att de inbetalade skatternas andel av de löpande inkomsterna endast steg tämligen sakta. Under år 1940 utgjorde samtliga inbetalade direkta skatter 980 miljoner kronor och den uppskattade inkomsten drygt 11 miljarder kronor, medan under 1942 de inbetalade skatterna beräknas ha stigit till cirka 1 240 miljoner kronor och inkomsterna till knappt 14 $^1/_2$ miljarder kronor, d. v. s. de inbetalade direkta skatterna stego med knappt 30 och inkomsterna med drygt 30 procent. Av privatpersoner inbetalade direkta skatter utgjorde under första hälften av 1930-talet ungefär 7 procent av de uppskattade inkomsterna och stego sedan sakta, så att de under 1941 utgjorde drygt 9 procent av de uppskattade inkomsterna. Under 1942 beräknas, som nyss visats, procenttalet återigen ha sjunkit något. Den hittillsvarande betydelsen av eftersläpningens inverkan på »skatteprocenten» skall dock inte överdrivas. Under 1940 och 1942 utgjorde exempelvis de inbetalade direkta skatterna cirka 8 $^1/_2$ respektive nära 9 procent av inkomsterna och de under de olika åren debiterade skatterna ungefär 9 $^1/_2$ och 10 $^1/_2$ % av inkomsterna.

Index: 1939 = 100.

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
År	Total real nationalinkomst beräknad enligt »produktionsmetoden»	Realinkomst för privatpersoner uppskattad med ledning av taxeringarna till kommunalskatt	Realinkomst för privatpersoner (kol. 3) med avdrag för inbetalade direkta skatter	Konsumtionsvolym för textilvaror		Prisnivån för textilvaror i förhållande till prisnivån för alla övriga konsumtionsvaror samt tjänster[1]	Konsumtionsvolymen för industriella varor, bostad samt tjänster (icke livsmedel). Samma beräkningsmetod som för textilvaror (kol. 5)
				Enligt på sid. 438 omnämnd beräkningsmetod	Enligt AEF:s omsättningsrapport. Angående beräkningen under olika år, se sid. 439		
1931	69	78	79	69	94	100	70
1933	65	70	70	67	78	99	69
1935	77,(5)	82	83	81	82	101	80
1936	84,(5)	86	87	89	84	100	86
1937	93	92	92,(5)	91	88	102	90
1938	95	97	98	92	93	101	94
1939	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**[2]
1940		92	91	85	83	107	91[2]
1941		89	88	76	63	119	87[2]
1942			94	69	55	123	88[2]
1/1 1942—30/6 1943		—	—	74[3]	(72)[4]	—	—

[1] Justerat med hänsyn till klädespostens inverkan på generalindex. Kvoten av Riksbankens konsumtionsprisindex, delindex, kläder och d:o generalindex utom kläder, multiplicerad med 100.

[2] För att icke äventyra möjligheterna till jämförelse har konsumtionen av bostad, lys- och brännoljor, karbidlyse samt bilkostnader, vilka alla påverkats av speciella krisförhållanden, eliminerats.

[3] Beräknat med ledning av Affärsekonomiska Forskningsinstitutets omsättningsrapporter. Se vidare sid. 445.

[4] Endast 1:a halvåret 1943.

APPENDICES

Appendix 1. Vid rundfråga angående distributionsstrukturen och viss del av produktionsstrukturen använda formulär

Frågeformulär angående distributionsstrukturen och viss del av produktionsstrukturen utsändes till samtliga svenska företag, för vilka uppgifter om namn och adress kunde erhållas, tillhörande ylle-, bomulls-, trikå- samt konfektions- och sömnadsindustrierna ävensom till linne- och vissa sidenväverier samt färgerier och beredningsfabriker. Rörande antalet företag av olika slag, som erhöllo respektive besvarade frågeformuläret, se appendix 2.

Formulären äro i stort sett likalydande för samtliga textila industrier. Dock återfinnas vissa frågor angående produktionsstrukturen enbart i formulären för ylle- och bomullsindustrierna. Vidare har storleksgrupperingen av företagen sökt anpassas efter de i respektive industrier relevanta företagsstorlekarna.

Som tidigare framhållits i inledningen, har frågan angående fördelningen av försäljningen på olika varugrupper (fråga 11) utarbetats i samråd med utredningen angående textilhandelns distributionsstruktur och utformats på så sätt att de i sistnämnda utredning angivna varugrupperna överensstämma med visst antal hela varugrupper i frågeformuläret för de textila industrierna. Genom sammanslagning av hela varugrupper i de senare kan sålunda exakt täckning för de i formulären för handeln angivna varugrupperna erhållas.

Det må även här framhållas, att de i frågeformulären för industrien erhållna uppgifterna i stor utsträckning kunnat kompletteras med uppgifter från annat håll, i synnerhet från industrikommissionen och kommerskollegium.

Nedan återgives i förminskad skala frågeformulär för *väverier och spinnerier (utom ylle)* i oavkortat skick, medan *endast de delar av övriga formulär återgivas, vilka, med undantag för branschbeteckningarna (t. ex. yllevävnader, trikåvaror samt konfektions- och sömnadsartiklar), icke överensstämma med frågeformuläret för väverier och spinnerier (utom ylle).*

Formuläret för spinnerier och väverier (utom ylle) utsändes, förutom till bomullsindustrien, även till vissa sidenväverier och linneväverier samt hade följande lydelse.

INDUSTRIENS UTREDNINGSINSTITUT
TEXTILUTREDNINGEN
Telefon 23 57 90 Postfack 1047, Sthlm 16
Ref.: Fröken R. Wiklund

KONFIDENTIELLT.

Insändes i 1 ex. till Industriens Utredningsinstitut senast den 30 maj 1944.

Frågeformulär för väverier och spinnerier (utom ylle)

(även i kombination med annan verksamhet).

(Avseende förhållandena 1938.)

1. Företagets namn: .....
   » adress: .....
   » tel-nr.: .....
   Avdelningskontor i: .....
   Person inom företaget,
   till vilken eventuella förfrågningar kunna ställas .....

2. Vilket år började företagets nuvarande verksamhet? .....

3. Har företaget sedan 1936 undergått några större förändringar såsom sammanslagning med annat företag etc.? .....
   Ja eller Nej
   Om ja, när och vilka? .....
   .....
   .....
   .....
   .....
   .....
   .....
   .....

4. *I det följande önskas i detta formulär svar på frågor rörande förhållandena 1938.* Om på grund av annat bokföringsår eller dylikt uppgifter ej kunna lämnas för kalenderåret 1938, var god angiv vilken härmed närmast överensstämmande tidsperiod (»räkenskapsår») uppgifterna avse:

5. Antal anställda.*

(1) företagsledning, teknisk och kontorspersonal samt arbetsbefäl ....

(2) resande och platsförsäljare ....

(3) övrig försäljningspersonal ....

(4) lager-, packnings- och transportpersonal ....

(5) arbetare och arbeterskor i tillverkningen ....

(6) hemarbetare och -arbeterskor ....

(7) övrig personal ....

Summa .....

6. A. Hur stor var företagets *totala* försäljning under året i 1000-tal kr.? .....
(I totala försäljningen inräknas försäljningen av både textilvaror** och ev. andra varor, om detta förekom, liksom också försäljning såväl av inom företaget tillverkade eller bearbetade varor som i salufärdigt skick utifrån inköpta varor, om detta förekom.)
Om Ni ej önskar uppgiva företagets försäljning, var god angiv med kryss mellan vilka av nedanstående gränser den låg:

(1)	under 50.000 kr. ☐	(7)	2 milj. — 3 milj. kr. ☐
(2)	50.000 — 100.000 kr. ☐	(8)	3 » — 4 » » ☐
(3)	100.000 — 200.000 » ☐	(9)	4 » — 5 » » ☐
(4)	200.000 — 500.000 » ☐	(10)	5 » — 10 » » ☐
(5)	500.000 — 1 milj. » ☐	(11)	10 » — 15 » » ☐
(6)	1 milj. — 2 » » ☐	(12)	över 15 » » ☐

6 B. Hur stor procentuell del av Eder totala försäljning utgjordes av *textilvaror* av alla slag? ..... % (Om Ni endast försålde textilvaror angives 100 %.)

7. (1) Tillverkades inom eget eller nära anslutet företag andra textilvaror än garn och vävnader? .....
Ja eller Nej.

(2) Om ja, vilken eller vilka artiklar tillverkades (exempelvis trikåunderkläder av bomull)?

.....

.....

(3) Hur stor del av det *totala* tillverkningsvärdet (alltså inklusive garn och vävnader***) utgjorde värdet av ovannämnda (fråga 7 (2)) tillverkning? ..... %

* Angående leverans- och tillverkningsmånad se även fråga 14 på sid. 7.

** *Med textilvaror förstås i detta formulär textil- och beklädnadsvaror samt även s. k. heminredningsartiklar däremot icke skodon.*

*** Tillverkningsvärdet för garn och vävnader = tillverkningsvärdet för vävnader + det tillverkade garn som icke ingår i vävnaderna.

8. Hur stor del av Eder totala försäljning (i kronor räknat) av *textilvaror* utgjordes av*:

produkter tillverkade eller bearbetade

(1) inom det egna företaget (även förläggararbeten) .... %

(2) » nära anslutet företag** .... %

produkter, anskaffade i salufärdigt skick, alltså icke tillverkade eller bearbetade inom Edert eller nära anslutet företag

direkt från andra inhemska tillverkare (eller från till dessa nära anslut-

(3) na försäljningsbolag eller agenter) .... %

(4) direkt från inhemska grosshandelsföretag .... %

(5) från utlandet (direkt eller via importagenter) .... %

(6) från annat håll (var god angiv arten) .... %

(7) .... %

Summa 100 %

9. (1) Drev företaget agenturverksamhet i textilvaror? .....
Ja eller Nej.

(2) Om ja, har agenturförsäljningen inräknats i försäljningen enl. punkt 6 B och 8? .....
Ja eller Nej.

(3) Hur stor var agenturförsäljningen i förhållande till den i punkt 6 B och 8 angivna försäljningen? ..... %

10. Hur skedde anskaffningen av råvaror till den egna produktionen (d. v. s. varor, vilka ingå i hos företaget /eller nära anslutet företag/ tillverkade artiklar)? Var god angiv på 5—10 % när, i kronor räknat (beräknat efter anskaffningskostnaderna):

(1) direkt från inhemska tillverkare (eller dessas agenter eller försäljningsbolag) .... %

(2) direkt från inhemska grossister .... %

(3) direkt eller via agent från utlandet (inberäknat tull- och fraktkostnader) ..... %

Summa 100 %

11. Hur fördelade sig Eder totala försäljning av textilvaror, i kronor räknat, mellan nedanstående varugrupper? Var god angiv i därför avsedda cirklar medelst

en etta (1): varugrupp utgörande 100—60 % av totalförsäljningen av textilvaror
» tvåa (2): varje » » 60—30 % » » » »
» trea (3): » » » 30—10 % » » » »
» fyra (4): » » » 10— 2 % » » » »

Var god angiv likaledes i därför avsedda cirklar (kol. 1) medelst en »*femma*» (5) de varugrupper, som blott i mindre utsträckning ingingo i textilvaruomsättningen i kr. räknat (mindre än 2 procent), såvida de inte voro fullständigt betydelselösa i förhållande till storleken av

* Om agenturverksamhet även bedrives, var god jämför punkt 9.

** D. v. s. med gemensam förvaltning och i huvudsak gemensam försäljningsledning. Vad god angiv namnet på här medtaget (eller medtagna) företag: .....

.....

Eder totala försäljning. Om inom de varugrupper, av vilka företaget hade försäljning, denna omfattade i stort sett blott vissa inom gruppen här uppräknade varor (varutyper), var god angiv dessa medelst *understrykning*.

Om Ni är osäker på, till vilken varugrupp någon vara skall räknas, utgå då från det användningssätt, som varan beräknas komma att få, och hänför den till den varugrupp, som har detta användningssätt. Skulle Ni trots detta ej kunna hänföra varan till viss varugrupp, sätt den då under sista gruppen, »övriga varor», med angivande av varans benämning på den därför avsedda raden.

Var god angiv slutligen med kryss i därför avsedda rutor, huruvida Ni sålde varorna i de olika varugrupperna såsom fabrikant (kol. 2) (inom det egna eller nära anslutet företag tillverkade eller bearbetade varor), såsom grossist (kol. 3) eller såsom agent (kol. 4). Skulle Ni sälja varor i en viss varugrupp både som fabrikant och grossist, sättes kryss i rutorna för såväl fabrikant- som grossistförsäljning; skulle försäljning ske även såsom agent, utmärkes detta givetvis genom ett kryss i för agentförsäljning avsedd ruta. Var god sätt kryss även om försäljningen skulle vara liten, dock icke om den var fullständigt betydelselös.

Varugrupp	Försäljningens storlek enligt ovanstående (»1», »2», »3», »4», »5», el. ingen anteckning) (1)	Försäljning såsom fabrikant, d. v. s. av inom eget eller nära anslutet företag tillverkade el. bearbetade varor. (× el. ingen anteckning) (2)	Försäljning såsom grossist (× el. ingen anteckning) (3)	Försäljning såsom agent (× el. ingen anteckning) (4)
(01) a) herrtyger samt damöverplaggs- och dräkttyger	○	□	□	□
(02) b) klännings- och blustyger	○	□	□	□
(03) c) fodervaror och mellanlägg	○	□	□	□
(04) d) skjort-, underkläders-, arbetskläders- och övriga beklädnadstyger	○	□	□	□
(11) e) lakans- och örngottsväv, bolstervars-, badkapps-, handduks- och duktyger samt handdukar och dukar jämte vaxduk	○	□	□	□
(12) f) möbel-, gardin-, rullgardin- och draperityger samt pegamoid och markisväv jämte varor därav, snörmakerier, mattor (ej linoleum-), täcken, filtar och övriga sängutrustningsartiklar utom ovan under c) upptagna	○	□	□	□
(21) g) herrkonfektion (ytterplagg, kostymer och udda plagg, även sportjackor och regnplagg däremot ej skjortor och underkläder m. m.	○	□	□	□
(22) h) gosskonfektion (d:o)	○	□	□	□
(23) i) herrskjortor och kragar, pyjamas och nattskjortor	○	□	□	□
(24) j) herr- och gossekiperingsartiklar, pullovers, slipovers, slipsar, halsdukar och scarves, handskar, vantar, strumpor, sockor, underkläder, badartiklar och övrig herrtrikå samt diverse korta varor för herr- och gossekipering	○	□	□	□
(25) k) herrhattar och -mössor, inkl. pälsmössor, jämte stommar	○	□	□	□

Varugrupp	Försäljningens storlek enligt ovanstående (»1», »2», »3», »4», »5», el. ingen anteckning) (1)	Försäljning såsom fabrikant, d. v. s. av inom eget eller nära anslutet företag tillverkade el. bearbetade varor. (× el. ingen anteckning) (2)	Försäljning såsom grossist (× el. ingen anteckning) (3)	Försäljning såsom agent (× el. ingen anteckning) (4)
(31) l) dam- och flickkonfektion: dräkter, lösa jackor och kjolar samt ytterplagg, även sportjackor och regnplagg	○	□	□	□
(32) m) dam- och flickkonfektion: klänningar, blusar och övriga utom under o) upptagna artiklar	○	□	□	□
(33) n) barnkonfektion och barnekipering: barnkläder, babyartiklar (babyfiltar dock under f))	○	□	□	□
(34) o) damekiperingsartiklar, jumpers, scarves, handskar, vantar, korsetter, damunderkläder, strumpor, sockor, badartiklar samt mössor och huvor jämte div. korta varor ...	○	□	□	□
(35) p) damhattar, capliner och stumpar jämte därtill hörande garneringsartiklar och modevaror	○	□	□	□
(41) q) arbetskläder för män och kvinnor såsom blåkläder, overalls, sval-, skydds- och städrockar samt arbetskläder av skinn (läder)	○	□	□	□
(51) r) sytråd, sy- och brodérsilke, knappar, sybehörsartiklar och band samt isättningar, konstgjorda blommor m. fl. galanterivaror jämte tillbehör för herrhatt-, möss- och pälsvarufabrikationen samt för konfektion (ej foder etc. under c))	○	□	□	□
(52) s) garner och tråd i förpackningar för industriens och hantverkets behov	○	□	□	□
(53) t) stick- och virkgarn av ylle, cellull, bomull och silke	○	□	□	□
(61) u) pälsvaror (ej kragar och andra mindre påsättningar på kappor etc.)	○	□	□	□
(71) v) förbands- och sanitetsartiklar	○	□	□	□
(81) x) övriga textil- och beklädnadsvaror (här upptages dock ej skodon och tofflor, som ej skola ingå i undersökningen), ex.:	○	□	□	□
.....				
.....				
.....				
.....				
.....				

12. A. Varav bestod företagets kundkrets i huvudsak? Var god angiv ungefärliga procenten (på 5 % när) av totala försäljningsvärdet av textilvaror (såväl tillverkade inom eget eller nära anslutet företag som inköpta), som gick direkt till:

	försäljningen av textilvaror		der i varje grupp
(1) detaljhandlare	.....	%	
(2) grosshandlare	.....	%	
(3) sömnadsindustri och annan textilindustri	.....	%	
(4) stat och kommun, andra storförbrukare såsom andra industrier än ovan nämnda, sjukhus, hotell eller dylikt	.....	%	
(5) allmänheten (konsumenterna)	.....	%	
(6) export	.....	%	
övriga kunder (var god angiv arten):			
(7)	.....	%	
(8)	.....	%	
(9)	Summa	100 %	Totalantal kunder av alla slag

12 B. På vad sätt hade företaget vid försäljning av textilvaror huvudsakligen kontakt med sin kundkrets (var god angiv med ett eller flera kryss)?

	Stora kunder*	Små kunder*
(1) genom resor av chefen jämte andra i företaget anställda personer, vilka icke voro anställda som resande eller försäljare	☐	☐
(2) inom företaget anställda resande och platsförsäljare	☐	☐
(3) agenter och liknande i egen regi	☐	☐
(4) katalog	☐	☐
(5) provkollektion	☐	☐
(6) försäljning direkt från företaget till kunder, som icke besökas av resande	☐	☐
annat sätt (var god angiv vilket)		
(7)	☐	☐

13. Inom vilket område sålde företaget — eventuellt genom nära anslutet företag — textilvaror?

Hela landet? .....

Ja eller Nej.

Om försäljningen huvudsakligen ägde rum inom vissa områden, var god angiv speciella städer eller strecka området på bredvidstående kartskiss:

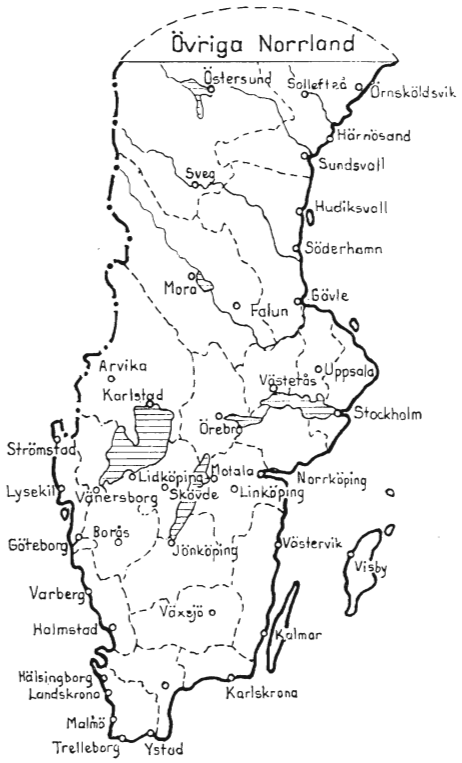
.....

.....

.....

.....

.....



* En fördelning av kunder på »stora» och »små» kan givetvis endast göras ungefärlig. Med »stora» kunder menas här grosshandlare, industrier, stat och kommun, andra storförbrukare samt mycket stora detaljhandlare (varuhus och liknande); med »små» kunder förstås övriga kunder.

14. (Leveransernas respektive tillverkningens storlek mätes i kronor.)
A. Vilka månader voro leveranserna störst

(1) a) under våren? ..... månad, (2) ..... månad
Störst Därnäst störst

(3) b) under hösten? ..... månad, (4) ..... månad
Störst Därnäst störst

B. Vilka månader under året voro leveranserna minst?

(5) ..... månad, (6) ..... månad
Minst Därnäst minst

C. Vilka månader var tillverkningen störst

(1) a) under våren? ..... månad, (2) ..... månad
Störst Därnäst störst

(3) b) under hösten? ..... månad, (4) ..... månad
Störst Därnäst störst

D. Vilka månader under året var tillverkningen minst?

(5) ..... månad, (6) ..... månad
Minst Därnäst minst

E. När inföll semestern? ...../..... — ...../.....

15. A. Ungefär hur stor del av de totala leveranserna under året föll på den största leveransmånaden under

(1) a) våren? ..... %

(2) b) hösten? ..... %

B. Ungefär hur stor del av totala årstillverkningen föll på den största tillverkningsmånaden under

(1) a) våren? ..... %

(2) b) hösten? ..... %

16. Ungefär hur stor del av den totala årstillverkningen utfördes

(1) på lager? .... %

(2) » säsongorder (leveransorder)?.... ..... %

(3) » »efterorder»? .... %

17. Vi vore tacksamma, om Ni här ville lämna de ytterligare uppgifter, som kunna vara av intresse för undersökningen, exempelvis

a) om året 1938 ur någon synpunkt varit onormalt för rörelsen före kriget; om något av svaren på grund av frågans formulering kan anses bliva missvisande beträffande Edert företag m. m. .....

.....

.....

b) om svaren rörande Eder varuanskaffning (fråga 10) eller angående Eder kundkrets (fråga 12 A) icke äro typiska för vissa varugrupper, såsom att försäljningen till en kundkategori nästan uteslutande hänför sig till endast en viss varugrupp eller att anskaffningsvägarna för en betydande varugrupp skilja sig helt från alla övriga varugrupper, som Edert företag inköper .....

.....

.....

c) övriga anmärkningar .....

.....

.....

.....

.....

18. Föreligga numera i nedanstående avseenden några mera betydande skiljaktigheter jämfört med förhållandena 1938?

a) Eder varuanskaffning (fråga 10) .....

.....

.....

.....

.....

b) Fördelningen av Eder försäljning på olika varugrupper (fråga 11) .....

.....

.....

.....

.....

c) Eder kundkrets (fråga 12 A) .....

.....

.....

.....

.....

19. A. Hur många kvaliteter och mönster tillverkade Edert företag av:

	Antal kvaliteter	Antal mönster
1. Klännings-, städrocks- och förklädestyger	.....	.....
2. Skjorttyger	.....	.....
3. Flaneller	.....	.....
4. Övriga beklädnadstyger	.....	.....
5. Möbel-, gardin- och draperityger	.....	.....
6. Övriga heminredningsvävnader	.....	.....
7. Fodervaror	.....	.....

19. B. Ungefär hur stor del av Eder totala tillverkning under 1936—38 av

a) klännings-, städrocks- och förklädestyger b) flaneller utgjordes av	a)	b)
1. tryckta och styckfärgade (el. avsedda att tryckas el. styckfärgas)	..... %	..... %
2. övriga	..... %	..... %
Summa	100 %	100 %

Frågeformuläret för *ullspinnerier och ylleväverier* överensstämde, om man undantar branschbeteckningen, helt med ovan i sin helhet återgivna formulär utom beträffande fråga 19, som hade följande lydelse.

19. Hur många kvaliteter och mönster tillverkade Edert företag *under 1937* av:	Antal kvaliteter	Antal mönster
1. Kostym- och byxtyger		
2. Trenchcoat- och gabardintyger		
3. Alla övriga överplaggstyger		
4. Klänningstyger		
5. Fodervaror, alla slag		
6. Möbel-, gardin- och draperityger		
7. Alla övriga tyger		
8. Filtar, alla slag		

Frågeformulär för *trikåfabriker* innehöll icke fråga 19 men var i övrigt helt lika det tidigare visade fullständiga formuläret — dock naturligtvis med undantag för branschbeteckningen.

I frågeformulär för *konfektions- och sömnadsfabriker* hade frågan angående antalet anställda specificerats i högre grad än i övriga formulär och hade följande lydelse.

5. Antal anställda.[1]

	Antal anställda under:			
	den största leverans-månaden under året	den största tillverk-ningsmåna-den under året	den minsta leverans-månaden under året	den minsta tillverk-ningsmåna-den under året
(1) företagsledning, teknisk och kontorspersonal samt arbetsbefäl				
(2) resande och platsförsäljare				
(3) övrig försäljningspersonal				
(4) lager-, packnings- och transportpersonal				
(5) arbetare och arbeterskor i tillverkningen				
(6) hemarbetare och -arbeterskor				
(7) övrig personal				
(8) Summa				

[1] Angående leverans- och tillverkningsmånad se även fråga 14 på sid. 7.

Grupperingen av storleken av företagens försäljning hade med hänsyn till att företagsstorlekarna i konfektions- och sömnadsindustrien äro mindre än i övriga textila industrier utförts på följande sätt (fråga 6 A).

Om Ni ej önskar uppgiva företagets försäljning, var god angiv med kryss mellan vilka av nedanstående gränser den låg:

(1)	under 50 000 kr. ☐	(6)	1 milj.—2 milj. kr. ☐
(2)	50 000—100 000 kr. ☐	(7)	2 » —3 » » ☐
(3)	100 000—200 000 » ☐	(8)	3 » —4 » » ☐
(4)	200 000—500 000 » ☐	(9)	4 » —5 » » ☐
(5)	500 000—1 milj. » ☐	(0)	över 5 milj. kr. ☐

Även i frågeformulär för konfektions- och sömnadsfabriker saknades fråga 19.

Frågeformulär för *färgerier, tryckerier etc.* har endast utnyttjats för erhållande av vissa uppgifter, nödvändiga för kompletteringar av på andra formulär erhållna uppgifter, samt i vissa fall för uppgörande av nettoavräkningar mellan formellt fristående företag under gemensam ekonomisk ledning, motsvarande de i balanstekniken använda koncernbalanserna.

Även formuläret för färgerier, tryckerier etc. saknade fråga 19. Fråga 6 A och B hade följande lydelse.

6. A. Hur stor var företagets *totala* försäljning inklusive ersättning för utfört arbete i lön för annans räkning under året i 1000-tal kr.? .....
(I »totala försäljningen» inräknas — förutom ovannämnda ersättning för arbete i lön — försäljningen av både textilvaror[1] och ev. andra varor, om detta förekom, liksom också försäljning såväl av inom företaget tillverkade eller bearbetade varor som i salufärdigt skick utifrån inköpta varor, om detta förekom.)
Om Ni ej önskar uppgiva företagets försäljning, var god angiv med kryss mellan vilka av nedanstående gränser den låg:

(1)	under 50 000 kr. ☐	(7)	2 milj.— 3 milj. kr. ☐
(2)	50 000—100 000 kr. ☐	(8)	3 » — 4 » » ☐
(3)	100 000—200 000 » ☐	(9)	4 » — 5 » » ☐
(4)	200 000—500 000 » ☐	(10)	5 » —10 » » ☐
(5)	500 000—1 milj. » ☐	(11)	10 » —15 » » ☐
(6)	1 milj. —2 » » ☐	(12)	över 15 » » ☐

6. B. Hur stor procentuell del av Eder totala försäljning utgjordes av *textilvaror* av alla slag inklusive utfört arbete i lön för annans räkning (avseende textilvaror)? ..... %
(Om ni endast försålde textilvaror angives 100 %.)

[1] *Med textilvaror förstås i detta formulär textil- och beklädnadsvaror samt även s. k. heminredningsartiklar, däremot icke skodon.*

Såsom hjälpmedel vid det statistiska arbetet ha använts olika arbetsformulär, statistikkort för summering och kodifiering av de individuella företagen, formulär för sammandragstabeller, etc. Antalet erforderliga sorteringar och summeringar av uppgifterna var icke tillräckligt stort för att göra en statistisk bearbetning enligt hålkortsmetoden fördelaktigare än en manuell bearbetning, främst emedan antalet uppgifter av olika slag var betydande och hade nödvändiggjort en betydligt mera arbetskrävande och dyrbar kodifiering vid hålkorts- än vid manuell bearbetning.

Appendix 2. Jämförelse mellan antal företag (respektive arbetsställen), antal arbetare och tillverkningsvärde år 1938, redovisat i utredningen angående distributionsstrukturen m. m., å ena, och av kommerskollegium i »Industri», å andra sidan

Utförliga uppgifter om representativiteten hos undersökningen av de textila industriernas produktionsstruktur (utom varusortimentets storlek och tillverkningsseriernas längd) ha lämnats i kapitlen angående respektive industrier. I dessa ha även lämnats vissa uppgifter om representativiteten hos undersökningen av distributionsstrukturen (samt varusortimentets storlek och tillverkningsseriernas längd). En uttömmande bild av representativiteten kräver emellertid vissa kompletterande uppgifter, som lämnas i detta appendix.

Utredningen angående distributionsstrukturen och viss del av produktionsstrukturen bygger på uppgifter erhållna från företagen i form av svar på till företagen utsända frågeformulär, vilka återgivits i appendix 1. För att erhålla namnen på företagen i olika branscher och delar därav har industrikommissionens förteckningar över företag i olika textila industrier, industrikalenderns branschregister, Arbetsgivareföreningens kalender, förteckningar från branschföreningar samt i viss utsträckning telefonkatalogens yrkesregister utnyttjats. I princip har försök gjorts att erhålla uppgifter om samtliga existerande företag i de behandlade textila industrierna. Något urval av ett begränsat antal företag har alltså icke åsyftats främst emedan, såsom framhållits i kapitel 1, antalet i analysen jämförbara företag varit begränsat även om samtliga medtagits.

Trots att ett omfattande adressmaterial genomgåtts, har det icke varit möjligt att erhålla namnen på samtliga företag i respektive industrier. Orsaken härtill har förutom bristfälligheter i föreliggande förteckningar över företagen varit framför allt att inom många textila industrier gränsen mellan industri och hantverk är flytande. Denna svårighet vid gränsdragningen gäller uteslutande de små företagen, om vilka svårigheterna varit störst att erhålla namnuppgifter liksom andra uppgifter, erforderliga för att klassificera företagen. I själva verket torde emellertid icke något mera betydande företag ha blivit utelämnat.

För att erhålla en uppfattning om huru stort antal företag, arbetare samt tillverkningsvärde, som de tillfrågade företagen representera, har i detta appendix antalet företag respektive arbetsställen, antalet arbetare samt tillverkningsvärdet i olika

textila industrier angivits liksom motsvarande uppgifter i den av kommerskollegium publicerade industristatistiken, »Industri», tabell 1. Samtliga uppgifter avse år 1938.

I kommerskollegii statistik medtagas alla industrianläggningar med i regel minst 10 arbetare eller med ett produktionsvärde av minst 15 000 kronor respektive en intjänt förädlingslön av minst 4 000 kronor. För s. k. konfektionsfabriker och ej särskilt nämnda sömnadsfabriker gäller dock att industrianläggningen skall ha ett produktionsvärde av minst 50 000 kronor för att medtagas i industristatistiken.

Den av kommerskollegium tillämpade gränsdragningen mellan industri och hantverk torde för de textila industriernas del i stort sett innebära, att ett antal förhållandevis små företag, vilka enligt gängse begrepp bedrivas i hantverksmässig skala, medtagits i statistiken. Gränsdragningen innebär däremot icke att den produktion av textilvaror, som icke registreras i den officiella statistiken, saknar betydelse. På grund av hantverkets betydande omfång i vissa textila industrier, särskilt trikåindustrien samt konfektions- och sömnadsindustrien, spelar, såsom tidigare framhållits, produktionen av textilvaror utanför industrien och produktionen i hemmen och i hemslöjden en väsentlig roll.

Tabellerna på omstående sidor visa beträffande ylle-, bomulls-, linne-, trikå- samt konfektions- och sömnadsindustrierna antal företag respektive arbetsställen, antal arbetare samt tillverkningsvärde *dels* för de företag, vilka i utredningen angående respektive textila industriers distributionsstruktur grupperats i olika delbranscher och storleksgrupper och *dels* för de arbetsställen, vilka redovisats i kommerskollegii publikation »Industri», tabell 1, år 1938. Uppgifterna för i utredningen grupperade företag ha angivits i kolumn 1 och för av kommerskollegium redovisade arbetsställen i kolumn 2 i respektive tabeller. I kolumn 3 ha för underlättande av jämförelser uppgifterna i kolumn 1 angivits i procent av uppgifterna i kolumn 2. Kolumn 3 visar alltså hur stor del av i »Industri» redovisade antal företag respektive arbetsställen, antal arbetare samt tillverkningsvärde, som i redogörelsen för respektive industriers distributionsstruktur angivna *»samtliga företag»*[1] motsvara.

Representativiteten för den verkställda analysen av distributionsstrukturen och viss del av produktionsstrukturen har i avdelning IV av kapitlen angående respektive textila industrier angivits på två sätt. Dels har angivits antalet företag, vilka över huvud taget lämnat uppgifter enligt utsänt frågeformulär, s. k. uppgiftslämnande företag, och dessas tillverkningsvärde i procent av antalet »samtliga företag» och tillverkningsvärdet för dessa. Dels har antalet företag, som kunnat *siffermässigt analyseras*, och tillverkningsvärdet för dessa angivits i procent av motsvarande uppgifter för »samtliga företag». En fullständig överblick över representativiteten förutsätter tydligen uppgifter om vad »samtliga företag»

[1] Med »samtliga företag» avses samtliga i utredningen medtagna företag, alltså alla företag, som tillställts frågeformulär — vare sig svar erhållits eller ej. »Samtliga företag» ha, som redan sagts, denna benämning i tabellerna i redogörelserna för distributionsstrukturen i respektive industrier (avdelning IV i kapitlen 5—8) och motsvara kolumn 1 i efterföljande tabeller i detta appendix.

innefatta. En god uppfattning härom synes man kunna erhålla av nedanstående jämförelse mellan »samtliga företag» och de i kommerskollegii statistik medtagna företagen.

Representativiteten för *uppgiftslämnande* företag har i respektive kapitel endast meddelats för hela delbranscher, representativiteten för *siffermässigt* analyserade företag däremot även för respektive storleksgrupper av företag inom delbranscherna. Anledningen till att representativiteten uträknats både för uppgiftslämnande företag och siffermässigt analyserade företag är att vissa, ofta ett stort antal, betydelsefulla uppgifter från företag, vilka på grund av i något avseende bristfälliga uppgifter icke kunnat medtagas i den *siffermässiga* analysen, dock kunnat utnyttjas i analysen av distributionsstrukturen i övrigt liksom i analysen av viss del av produktionsstrukturen.

Som framgår av tabellerna på omstående sidor är i samtliga industrier utom konfektions- och sömnadsindustrien antalet i »Industri» redovisade arbetsställen betydligt större än i utredningen redovisade antal företag, medan antal arbetare och tillverkningsvärde är av ungefär samma storlek. Den stora skillnaden i antalet redovisade företag respektive arbetsställen beror på att i utredningen ingående företag ofta omfatta mer än ett arbetsställe. Till *ett* företag ha räknats samtliga arbetsställen med gemensam förvaltning och i huvudsak samma försäljningsledning. Då ett betydande antal företag driva verksamhet vid flera arbetsställen, kommer antalet företag (kolumn 1) att bliva icke obetydligt lägre än antalet arbetsställen (kolumn 2). Såvitt har kunnat utrönas är den relativa skillnaden mellan antalet i utredningen redovisade företag och av kommerskollegium redovisade arbetsställen endast *obetydligt* större än mellan på respektive håll redovisat antal arbetare och tillverkningsvärde, om hänsyn tages till nyssnämnda förhållanden, d. v. s. utredningens företag omvandlas i arbetsställen.

De avvikelser mellan i utredningen och av kommerskollegium redovisade antalet företag respektive arbetsställen, antalet arbetare samt tillverkningsvärdet bero av flera orsaker — förutom vad ovan sagts beträffande skillnaderna mellan antalet redovisade företag och arbetsställen. De sätt, på vilka uppgifter om företagen i respektive industrier kunnat erhållas, och de principer, som därvid varit vägledande, ha inneburit att man i och för sig inte kan vänta och ej heller bör eftersträva en fullständig överensstämmelse mellan i utredningen och av kommerskollegium redovisade företag respektive arbetsställen, antal arbetare och tillverkningsvärde. Skiljaktigheter ha exempelvis kunnat uppstå genom att grupperingen av företagen i olika industrier icke skett på samma sätt i utredningen och i kommerskollegii statistik. I utredningen har sålunda den strängast möjligt genomförda grupperingen av företag efter användningssättet för de av företagen tillverkade produkterna medfört att i vissa, ehuru endast ett litet fåtal, fall en annan gruppering av företagen i olika industrier utförts än av kommerskollegium. För att kunna jämföra antalet i utredningen och av kommerskollegium redovisade företag ha i tabellerna på omstående sidor de i utredningen medtagna företagen såvitt möjligt grupperats i samma undergrupper som i industristatistiken (spinnerier, väverier, kombinerade företag

etc.) trots att denna gruppering icke alltid varit relevant för utredningens syfte. Som framgår av tabellerna äro också skillnaderna mellan de i utredningen och av kommerskollegium redovisade uppgifterna betydligt större för dessa undergrupper var för sig än för hela industrier. Slutligen bör även här framhållas att vissa skillnader, som äro relativt betydelsefulla för de små företagen, uppkommit, emedan det icke varit möjligt att erhålla en fullständig förteckning över företagen — såsom redan framhållits. De större företagen äro därför något överrepresenterade.

I de följande tabellerna komma de olika industrierna att redovisas var för sig. I tabellerna ha uppgifterna om antalet arbetare avrundats till 100-tal och tillverkningsvärdet till miljoner kronor med en decimal.

Ylleindustrien

Industri (uppdelning och rubricering enligt kommerskollegium)	Enligt utredningen	Enligt »Industri» tab. 1	Kolumn 1 i procent av kolumn 2
	1	2	3
Spinnerier, självständiga			
antal företag (kolumn 1) respektive arbetsställen (kolumn 2)	16	22	72,7
antal arbetare (100-tal)	8	9	89,9
tillverkningsvärde (milj. kr.)	10,0	10,6	93,9
Väverier, självständiga			
antal företag (kolumn 1) respektive arbetsställen (kolumn 2)	19	22	86,4
antal arbetare (100-tal)	23	26	88,7
tillverkningsvärde (milj. kr.)	29,2	33,6	86,9
Kombinerade fabriker			
antal företag (kolumn 1) respektive arbetsställen (kolumn 2)	37	48	77,1
antal arbetare (100-tal)	77	76	101,0
tillverkningsvärde (milj. kr.)	65,5	62,1	105,6
Hela ylleindustrien (exklusive schoddyfabriker)			
antal företag (kolumn 1) respektive arbetsställen (kolumn 2)	72	92	78,3
antal arbetare (100-tal)	108	111	97,3
tillverkningsvärde (milj. kr.)	104,7	106,3	98,5

Såsom kombinerade företag synas även fyra maskinfiltfabriker, vilka icke ansetts böra medtagas i utredningen, ingå i kommerskollegii statistik. Antalet arbetare i dessa maskinfiltfabriker har uppskattats till 1 100 och dessas tillverkningsvärde till 10,6 miljoner kr. Uppgifterna angående antal arbetsställen, antal arbetare och tillverkningsvärde för maskinfiltfabrikerna ha icke medtagits i kolumn 1. Kolumn 2

har för ernående av jämförbarhet även renodlats genom att minska de i »Industri» i tabell 1 angivna uppgifterna angående antal arbetsställen och arbetare samt tillverkningsvärde med nyssnämnda motsvarande uppgifter för maskinfiltfabrikerna. Uppgifterna angående schoddyfabriker ha helt uteslutits ur tabellen.

Bomullsindustrien

Industri (uppdelning och rubricering enligt kommerskollegium)	Enligt utredningen	Enligt »Industri» tab. 1	Kolumn 1 i procent av kolumn 2
	1	2	3
Spinnerier, självständiga			
antal företag (kolumn 1) respektive arbetsställen (kolumn 2)	7	10	70,0
antal arbetare (100-tal)	10	16	62,2
tillverkningsvärde (milj. kr.)	8,3	12,4	66,9
Väverier, självständiga			
antal företag (kolumn 1) respektive arbetsställen (kolumn 2)	34	32	106,3
antal arbetare (100-tal)	22	30	74,7
tillverkningsvärde (milj. kr.)	24,0	26,5	90,6
Kombinerade fabriker			
antal företag (kolumn 1) respektive arbetsställen (kolumn 2)	18	21	85,7
antal arbetare (100-tal)	129	130	98,9
tillverkningsvärde (milj. kr.)	111,5	103,8	107,4
Hela bomullsindustrien (exklusive vaddfabriker)			
antal företag (kolumn 1) respektive arbetsställen (kolumn 2)	59	63	93,7
antal arbetare (100-tal)	161	176	91,5
tillverkningsvärde (milj. kr.)	143,8	142,7	100,8

Skillnaden mellan antalet arbetare, redovisade i utredningen och av kommerskollegium, är i bomullsindustrien (och, som senare kommer att framgå, i trikåindustrien) förhållandevis mycket större än mellan motsvarande uppgifter angående tillverkningsvärdet. Detta synes delvis ha sin orsak däri att utredningen icke innefattar de färgerier och beredningsverk, vilka i huvudsak kunnat betraktas som fristående, medan flertalet beredningsverk och färgerier innefattas i arbetareantalet enligt »Industri» tabell 1. För bomullsindustrien spela dessa fristående färgerier och beredningsverk en ganska betydande roll, medan detta icke är fallet i fråga om ylleindustrien eller övriga industrier.

Betydande svårigheter ha uppstått att draga gränsen mellan av kommerskollegium redovisade företag tillhörande bomullsindustrien och företag tillhörande gruppen band- och gardinfabriker samt snörmakerier. I analysen av distributionsstrukturen

för bomullsindustrien och angränsande industrier ha såsom särskild delbransch behandlats 14 företag, tillverkande huvudsakligast band och snörmakerier, med ett sammanlagt tillverkningsvärde av cirka 5,4 miljoner kronor och med cirka 650 arbetare. Dessa företag ha icke inräknats i de i ovanstående tabell i kolumn 1 angivna uppgifterna. Det är emellertid möjligt att ett eller annat av dessa företag av kommerskollegium förts till bomullsindustrien. Emedan denna relativt obetydliga grupp av företag är mycket heterogen med hänsyn till de tillverkade produkternas användningsområde, har det icke ansetts befogat att jämföra antalet ovannämnda företag, liksom antal arbetare och tillverkningsvärde hos dessa, med någon av kommerskollegium redovisad grupp av företag.

Även i fråga om sidenväverier ha svårigheterna att jämföra denna grupp med någon av kommerskollegium redovisad grupp varit så stora att någon jämförelse icke kunnat utföras. Fyra sidenväverier ha medtagits i utredningen. Antalet arbetare hos dessa var cirka 300 och tillverkningsvärdet cirka 6 miljoner kronor.

Linneindustrien

(Linspinnerier, linneväverier och kombinerade linnefabriker.)

	Enligt utredningen	Enligt »Industri» tab. 1	Kolumn 1 i procent av kolumn 2
	1	2	3
Antal företag (kolumn 1) respektive arbetsställen (kolumn 2)	10	11	90,9
Antal arbetare (100-tal)	27	28	95,5
Tillverkningsvärde (milj. kr.)	23,3	22,6	103,3

Samtliga linneväverier och kombinerade linnefabriker redovisas i utredningen och av kommerskollegium. Ett av kommerskollegium som linneväveri redovisat företag har i utredningen hänförts till bomullsväverierna medan ett av kommerskollegium såsom bomullsväveri redovisat företag i utredningen grupperats såsom kombinerad linnefabrik.

Trikåfabriker

	Enligt utredningen	Enligt »Industri» tab. 1	Kolumn 1 i procent av kolumn 2
	1	2	3
Antal företag (kolumn 1) respektive arbetsställen (kolumn 2)	158	190	83,2
Antal arbetare (100-tal)	101	107	93,9
Tillverkningsvärde (milj. kr.)	87,0	88,6	98,2

Konfektions- och sömnadsfabriker

Industri (uppdelning och rubricering enligt kommerskollegium)	Enligt utredningen	Företag i kolumn 1, vilka på grund av integration med grosshandeln icke berörts i utredningen	Enligt »Industri» tab. 1	Kolumn 1 i procent av kolumn 2
	1		2	3
Konfektionsfabriker				
antal företag (kolumn 1) respektive arbetsställen (kolumn 2)	259	23	279	92,8
antal arbetare (100-tal).....	218	15	218	100,3
tillverkningsvärde (milj. kr.)	188,8	10,0	195,3	96,7
Korsettfabriker				
antal företag (kolumn 1) respektive arbetsställen (kolumn 2)	14	—	16	87,5
antal arbetare (100-tal).....	11	—	12	87,8
tillverkningsvärde (milj. kr.)	7,9	—	9,2	86,1
Kravattfabriker				
antal företag (kolumn 1) respektive arbetsställen (kolumn 2)	16	—	17	94,1
antal arbetare (100-tal).....	3	—	4	78,1
tillverkningsvärde (milj. kr.)	4,1	—	4,6	88,4
Markis-, presennings- och dylika fabriker				
antal företag (kolumn 1) respektive arbetsställen (kolumn 2)	26	—	24	108,3
antal arbetare (100-tal).....	3	—	3	102,9
tillverkningsvärde (milj. kr.)	3,9	—	3,8	104,2
Sömnadsfabriker, ej s. n.				
antal företag (kolumn 1) respektive arbetsställen (kolumn 2)	130	—	123	105,7
antal arbetare (100-tal).....	42	—	47	89,6
tillverkningsvärde (milj. kr.)	32,1	—	36,0	88,9
Hatt- och mössfabriker				
antal företag (kolumn 1) respektive arbetsställen (kolumn 2)	65	17	64	101,6
antal arbetare (100-tal).....	26	11	25	104,2
tillverkningsvärde (milj. kr.)	18,1	7,2	17,0	106,7
Hela konfektions- och sömnadsindustrien				
antal företag (kolumn 1) respektive arbetsställen (kolumn 2)	510	40	523	97,3
antal arbetare (100-tal).....	303	26	309	98,3
tillverkningsvärde (milj. kr.)	255,4	17,2	265,9	96,0

Skillnaderna mellan antalet arbetare redovisade i utredningen och av kommerskollegium äro förhållandevis stora i trikåindustrien[1] i jämförelse med motsvarande uppgifter angående tillverkningsvärdet. Orsaken härtill torde i huvudsak vara att ett relativt stort antal små företag med relativt låg produktion per arbetare (bl. a. på grund av deltidsarbete[2]) redovisats av kommerskollegium men icke av utredningen. Det förhållandevis låga antalet i utredningen redovisade företag jämfört med av kommerskollegium redovisat antal arbetsställen beror på att vissa av kommerskollegium såsom trikåfabriker redovisade företag antingen ej alls redovisats i utredningen eller förts till sömnadsindustrien. Även tidigare omtalade förhållande, att samma företag omfattar ett stort antal arbetsställen, har i hög grad medfört att i utredningen redovisat antal företag är mindre än av kommerskollegium redovisat antal arbetsställen.

Ej särskilt nämnda sömnadsfabriker omfatta företag med synnerligen blandad tillverkning av sömnadsartiklar samt företag, vilka uteslutande eller huvudsakligast bedriva lönsömnad.

Svårigheterna att gruppera företagen ha medfört relativt stora skillnader mellan i utredningen och av kommerskollegium redovisade uppgifter för olika undergrupper.

I en särskild kolumn ha angivits de företag inom konfektions- och sömnadsindustrien, vilka endast redovisats i sammandragstabellerna över hela denna industri (avdelning IV, kapitel 8) men i övrigt uteslutits, emedan företagen varit så starkt integrerade med grosshandelsrörelse, att jämförbarhet mellan dessas och övriga företags distributionsstruktur icke ansetts föreligga.

[1] Se tabellen på sid. 482 nederst.

[2] Antalet hemarbetare, som är betydande, redovisas här varken i utredningen eller av kommerskollegium tabell 1.

Förteckning över diagram

1. Utvecklingen

Diagram nr — Sid.

6. Utvecklingen 1924—1939 inom vissa textila industrier (total produktion och produktion per arbetaretimme) 124
15. Faktisk och beräknad konsumtionsvolym för textilvaror 1931—första halvåret 1943 169
16. Konsumtion, inhemsk produktion och nettoimport av ullgarn och yllevävnader 1929—1939 183
17. Den svenska ylleindustriens utveckling 1924—1939, spinnerier — garn .. 186
18. Den svenska ylleindustriens utveckling 1924—1939, väverier — vävnader 187
32. Konsumtion, inhemsk produktion och nettoimport av bomulls-, cellull- och silkegarn samt vävnader därav 1929—1939 257
33. Den svenska bomullsindustriens utveckling 1924—1939, spinnerier — garn 260
34. Den svenska bomullsindustriens utveckling 1924—1939, väverier — vävnader 261
44. Konsumtion, inhemsk produktion och nettoimport av trikåvaror av silke/konstsilke, ull och bomull 1929—1939 334
45. Den svenska trikåindustriens utveckling 1924—1939 336
62. Konsumtionsvolymen (konsumtionsvärdet vid oförändrade priser) för textilvaror under åren 1931—30/6 1943 441
63. Konsumtionsvolymen (konsumtionsvärdet vid oförändrade priser) för vissa varugrupper samt realinkomst för privatpersoner minus direkta skatter under 1931—1942 449
64. Faktisk och beräknad konsumtionsvolym för textilvaror 1931—första halvåret 1943 451

2. Fördelningen av produktionen inom vissa textila industrier på varugrupper och/eller varuslag samt på företag, varugrupper och/eller varuslag

7. Betydelsen av olika långa produktionsserier för vävnader 1936—38 131
23. Produktionen av olika av ylleindustrien tillverkade varuslag i procent av ylleindustriens produktion, båda uttryckta i antal skott, 1936—1938 ... 208
25. Varje tretal företags andel av totalproduktionen av till olika varugrupper hörande varuslag, då företagen ordnats i storleksordning efter storleken av produktionen av till respektive varugrupper hörande varuslag (ylleväverier) 1936—1938 211
38. Produktionen av olika av bomullsindustrien tillverkade varuslag i procent av bomullsindustriens totalproduktion, båda uttryckta i antal skott, 1936—1938 280

Diagram nr Sid.
39. Totala produktionen av vävnader 1936—1938 hos bomullsväverier tillhörande olika storleksgrupper i procent av bomullsväveriernas totala produktion 1936—1938 samt antalet företag i respektive storleksgrupper i procent av totalantalet företag 282
40. Varje tretal företags andel av totalproduktionen av till olika varugrupper hörande varuslag, då företagen ordnats i storleksordning efter storleken av produktionen av till respektive varugrupper hörande varuslag (bomullsväverier). 1936—1938 283
Se också i denna förteckning avsnitt 5 upptagna diagram 26, 36, 37 och 41 angående produktionens differentiering hos respektive yllevävverier, bomullsspinnerier (otvinnat respektive tvinnat garn) och bomullsväverier.

3. Fördelningen av produktionen inom vissa textila industrier på olika stora företag

9. Andelen av totalproduktionen inom vissa textila industrier för varje tretal företag, ordnade efter storleken av sin produktion mot slutet av 1930-talet 141
21. Olika företags andel av totalantalet företag, producerande ullgarn (kam- och kardgarn), samt av totalproduktionen av ullgarn 1937—1938 203
22. Olika stora företags andel av totalantalet företag, producerande kardgarn respektive kamgarn, samt av totalproduktionen av kardgarn respektive kamgarn 1937—1938 204
24. Antalet olika stora företag, tillverkande yllevävnader, filtar och konstsilkeklänningstyger, i procent av totalantalet, samt produktionen hos företagen i respektive storleksgrupper i procent av totalproduktionen av nyssnämnda varugrupper 1936—1938 210
35. Olika stora företags andel av totalproduktionen av bomulls-, vigogne- och cellullgarn 1937 276
46. Antalet arbetsställen och antalet arbetare fördelat på arbetsställen av olika storlek (mätt efter antal sysselsatta arbetare) inom trikåindustrien i procent av totalantalet arbetsställen respektive arbetare åren 1930, 1935 och 1940 339
47. Antalet arbetare vid arbetsställen av olika storlek (mätt efter antal sysselsatta arbetare) inom trikåindustrien åren 1935 och 1940 i jämförelse med 1930 340
49. Antalet arbetsställen och antalet arbetare fördelat på arbetsställen av olika storlek (mätt efter antal sysselsatta arbetare) inom beklädnadsindustrien i procent av totalantal arbetsställen respektive arbetare åren 1930, 1935 och 1940 377
50. Antalet arbetare vid arbetsställen av olika storlek (mätt efter antal sysselsatta arbetare) inom beklädnadsindustrien åren 1935 och 1940 i jämförelse med år 1930 378

4. Samvariationen mellan olika komponenter för företag i vissa delbranscher och storleksgrupper inom dessa

1. Samvariation mellan tillverkningsseriernas längd och försäljningens storlek per kund m. m. vid ren konkurrens 55

Diagram nr Sid.
2. Schematisk beskrivning av produktions- och distributionsstrukturens utformning hos företag och delbranscher inom industrier av typen textil-, beklädnads-, möbel- och skoindustrierna 107/108
12. Tillverknings- och distributionsstrukturen för olika stora företag inom ylleindustrien, tillverkande huvudsakligen herr- och överplaggstyger. 1938 (logaritmiskt kurvdiagram) 158
13. Distributionsstrukturen för olika stora företag inom trikåindustrien, tillverkande huvudsakligen trikåunderkläder för damer och barn 1938 (logaritmiskt kurvdiagram) 159
14. Distributionsstrukturen för olika stora företag inom konfektions- och sömnadsindustrien, tillverkande huvudsakligen kostymer och överplagg 1938 (logaritmiskt kurvdiagram) 159
27. Tillverknings- och distributionsstrukturen för olika stora företag inom ylleindustrien, tillverkande huvudsakligen herr- och överplaggstyger 1938 (halvlogaritmiskt stapeldiagram samt tabell) 222/223
48. Distributionsstrukturen för olika stora företag inom trikåindustrien, tillverkande huvudsakligen trikåunderkläder för damer och barn 1938 (halvlogaritmiskt stapeldiagram samt tabell) 346/347
51. Distributionsstrukturen för olika stora företag inom konfektions- och sömnadsindustrien, tillverkande huvudsakligen kostymer och överplagg 1938 (halvlogaritmiskt stapeldiagram samt tabell) 386/387

5. Storleken av individuella komponenter, enstaka eller parvis

8. Varusortimentets storlek och tillverkningsseriernas längd hos lika stora företag inom den största delbranschen i ylle- respektive bomullsvävnadsindustrien 1938 135
10. Distributionsvägarna mot slutet av 1930-talet (år 1938) i några av de viktigare textila delbranscherna 151
11. Värdet av den på lager samt säsong- och efterorder utförda tillverkningen i procent av totala tillverkningsvärdet mot slutet av 1930-talet (år 1938) inom några viktiga textila delbranscher 153
26. Differentieringen av ylleväveriernas produktion 1936—1938 ..... 212/213
36. Differentieringen av vissa bomullsspinneriers produktion: enkelt (otvinnat) bomulls- och cellullgarn 1937 ..... 276/277
37. Differentieringen av vissa bomullsspinneriers produktion: enkeltvinnat bomulls- och cellullgarn 1937 ..... 278/279
41. Differentieringen av bomullsväveriernas produktion 1936—1938 ..... 284/285

6. Produktionens storlek per arbetaretimme

28. Storleken av produktionen (produktionsskalan) och produktionen per arbetaretimme 1938 för vissa kardgarnsspinnerier 240
29. Storleken av produktionen per arbetaretimme och tillverkningsseriernas längd (antal 1 000 meter vävnad per kvalitet) 1938 för vissa kardgarnsspinnerier, vilkas garn huvudsakligast förbrukas av till samma företag knutet väveri och täcker i det närmaste hela dettas garnbehov 241
30. Storleken av produktionen per arbetaretimme 1938 vid olika stora ylleväverier, tillverkande huvudsakligen herr- och överplaggstyger 244

Diagram nr Sid.
31. Storleken av produktionen per arbetaretimme och tillverkningsseriernas längd (antal 1 000 meter per mönster) för vissa ylleväverier, tillverkande huvudsakligen herr- och överplaggstyger. 1938 245
42. Producerad kvantitet vävnad per arbetaretimme, arbetslön per 10 000 skott samt arbetslön per arbetaretimme hos ett antal bomullsväverier 1936—1938 321
43. Produktionens storlek per arbetaretimme (mätt i antal skott) och tillverkningsseriernas längd (antal meter vävnad per vävt mönster) för vissa bomullsväverier, tillverkande huvudsakligen beklädnadstyger utom blåtwills och fodervaror. 1938 325
53. Antal arbetaretimmar per kostym och antal tillverkade kostymer för individuella företag, vilkas hela tillverkningsvärde till minst 80 procent utgöres av kostymer 1938 414
54. Antal arbetaretimmar och tillverkningsvärde per kostym för individuella företag, vilkas tillverkningsvärde till minst 80 procent utgöres av kostymer 1938 415
56. Antal arbetaretimmar per damkappa och antalet tillverkade damkappor för individuella företag, vilkas hela tillverkningsvärde till minst 80 procent utgöres av damkappor 1938 418
57. Antal arbetaretimmar och tillverkningsvärde per damkappa för individuella företag, vilkas hela tillverkningsvärde till minst 80 procent utgöres av damkappor 1938 419
59. Antal arbetaretimmar per damklänning och antal tillverkade damklänningar för individuella företag, vilkas hela tillverkningsvärde till minst 80 procent utgöres av damklänningar 1938 422
60. Antal arbetaretimmar och tillverkningsvärde per tillverkad damklänning för individuella företag, vilkas hela tillverkningsvärde till minst 80 procent utgöres av damklänningar 1938 423

7. Övriga

3. Företagets efterfrågesituation 70
4. Graden av självförsörjning för textilvaror mot slutet av 1930-talet 117
5. Den de olika tillverknings- och distributionsleden tillfallande ersättningens andel i färdigvarornas detaljhandelspris mot slutet av 1930-talet 119
19. Självförsörjningsgraden för yllevaror 1936—1938 194
20. Integrationsförhållanden inom ylleindustrien (ekonomisk integration) ... 198
52. Antal tillverkade kostymer och tillverkningsvärde per kostym för individuella företag, vilkas hela tillverkningsvärde till minst 80 procent utgöres av kostymer 1938 413
55. Antal tillverkade damkappor och tillverkningsvärde per damkappa för individuella företag, vilkas tillverkningsvärde till minst 80 procent utgöres av damkappor. 1938 417
58. Antal tillverkade damklänningar och tillverkningsvärde per damklänning för individuella företag, vilkas tillverkningsvärde till minst 80 procent utgöres av damklänningar 1938 421
61. Procentuell fördelning av antalet företag och omsättningen på olika stora företag (textildetaljhandeln) 431
65. Utgifterna för beklädnad (kläder och skodon) i procent av totalutgifterna inom olika arbetare-, lägre tjänstemanna- och medelklasshushåll i städer och industriorter omkring 1933 454

Förteckning över bilagor

Löpande nr		Sid
1.	Utvecklingen i absoluta tal 1924—1939 (ylleindustrien)	189
2.	Förteckning över olika slag av yllevävnader m. m. under 1936—1938 i i industrikommissionens statistik samt antal 1 000-tal skott per meter enligt uppgift från branschen	216
3.	Produktions- och distributionsstrukturen för ylleväverier 1938. Medianvärden	236/237
4.	Produktions- och distributionsstrukturen för ylleväverier 1938. Vägda genomsnittsvärden	236/237
5.	Utvecklingen i absoluta tal 1924—1939 (bomullsindustrien)	262
6.	Förteckning över olika slag av bomulls- och cellullvävnader under 1936—1938 i industrikommissionens statistik samt antal 10 000-tal skott per meter enligt uppgift från branschen	288
7.	Produktions- och distributionsstrukturen för bomullsvävnader 1938. Medianvärden	318/319
8.	Produktions- och distributionsstrukturen för bomullsvävnader 1938. Vägda genomsnittsvärden	318/319
9.	Förteckning över varuslag ingående i industrikommissionens statistik (trikåindustrien)	362
10.	Produktions- och distributionsstrukturen för vissa delbranscher inom trikåindustrien 1938. Medianvärden	362/363
11.	Produktions- och distributionsstrukturen för vissa delbranscher inom trikåindustrien 1938. Vägda genomsnittsvärden	362/363
12.	Produktions- och distributionsstrukturen för vissa delbranscher inom konfektions- och sömnadsindustrien 1938. Medianvärden	408/409
13.	Produktions- och distributionsstrukturen för vissa delbranscher inom konfektions- och sömnadsindustrien 1938. Vägda genomsnittsvärden	408/409
14.	Förteckning över varugrupper och varuslag ingående i kommerskollegii statistik (konfektions- och sömnadsindustrien)	409
15.	Angående beräkningen av inkomster m. m.	461

Litteratur

Burns, A. R., *The decline of competition.* New York & Lond. 1936.

Carlson, Sune, *Företagsledning och företagsledare.* Sthm 1945.

Chamberlin, E., *Monopolistic or imperfect competition?* (I: Quarterly journal of economics. 51 (1936/37).)

——, *The theory of monopolistic competition.* 2 ed. Cambr., Mass. 1936. [4 ed. 1942.]

Cowan, D., *Sales analysis from the management standpoint.* Chic. 1938.

Dahlgren, E. & Lindahl, E., *P. M. med vissa beräkningar angående nationalinkomstens storlek.* (Bil. B. till Kungl. Maj:ts prop. till riksdagen ang. statsverkets tillstånd och behov under budgetåret 1941/42.)

Hagström, K.-G., *Bomullsindustriens produktionsförhållanden.* Sthm 1921. (Tull- och traktatkommitténs utredningar och betänkanden. 2.)

——, *Ylleindustriens produktionsförhållanden.* Sthm 1924. (Tull- och traktatkommitténs utredningar och betänkanden. 27.)

Hoover, E. M., jr, *Location theory and the shoe and leather industries.* Cambr., Mass. 1937.

Iveroth, A., *Småindustri och hantverk i Sverige.* Sthm 1943.

Kaldor, N., *Market imperfection and excess capacity.* (I: Economica 1935.)

Kristensson, F., *Konsumtionen av bostad, industriella m. fl. varor samt tjänster under åren 1935—1939 samt 1 juli 1940—30 juni 1941.* (I: Meddelanden från Konjunkturinstitutet. Ser. A: 8. 1941.)

——, *Konsumtionen av industrivaror och tjänster 1931—1940.* (I: Social årsbok 1940. Sthm 1941.)

——, *Om kartläggning av branschstrukturen. 2.* (I: Industriproblem 1943. Utg. av Industriens utredningsinstitut. Sthm 1943.)

Lindahl, E., *Studies in the theory of money and capital.* Lond. 1939.

Lindahl, E. & Lemne, M., *P. M. angående skattetrycket för olika inkomstklasser 1943.* (Bihang D i bilaga till 1944 års statsverksproposition.)

Lindahl, E. & Lundberg, H., *Konsumtionsprisernas utveckling i Sverige 1931—1937.* (I: Ekonomisk tidskrift 1938.)

Lundberg, E., *Inkomstutveckling och köpkraftsöverskott under krigsåren.* (I: Meddelanden från Konjunkturinstitutet. Ser. B: 2. 1943.)

——, *Översikt av inkomst- och konsumtionsläget.* (Meddelanden från Konjunkturinstitutet. Ser. B: 3.)

Murchison, C. T., *Requisites of stabilization in the cotton textile industry.* (I: American economic review. 1933, suppl.)

Nourse, E. G. & Drury, H. B., *Industrial price policies and economic progress.* Wash. 1938.

Nystrom, P. H., *Economics of fashion.* New York 1928.

——, *Fashion merchandising.* New York 1932.

Ohlin, B., *Interregional and international trade.* Cambr., Mass. 1933.

Organiserad samverkan inom svenskt näringsliv. Betänkande avgivet av 1936 års näringsorganisationssakkunniga. Sthm 1940. (SOU. 1940: 35.)

Oxenfeldt, A. R., *New firms and free enterprise.* Wash. 1943.

Robinson, Joan, *The economics of imperfect competition.* Lond. 1933.

Stewart, P. W. & Dewhurst, J. F., *Does distribution cost too much?* 2 ed. New York 1941.

Svennilson, I., *Ekonomisk planering.* Upps. 1938.
——, *Industriarbetets växande avkastning i belysning av svenska erfarenheter.* (I: Studier i ekonomi och historia tillägnade Eli F. Heckscher. Upps. 1944.)
Sveriges officiella statistik. Socialstatistik. *Levnadsvillkor och hushållsvanor i städer och industriorter omkring år 1933.* Sthm 1938.
Thuresson, E., *Konsumtionen av bostad, industriella m. fl. varor samt tjänster.* (I: Meddelanden från Konjunkturinstitutet. Ser. B: 2. 1943.)
Triffin, R., *Monopolistic competition and general equilibrium theory.* Cambr., Mass. 1940.
Törnqvist, G., *Distributionsvägarna i kritisk belysning.* Sthm 1933.
Undersökning av beklädnadshandelns ekonomiska läge åren 1938 och 1940. Sthm 1942. (AEF meddelande. 9.)
Weissman, R. L., *Small business and venture capital.* New York & Lond. 1945.
Vertical integration in the textile industries. By H. S. Davis, G. W. Taylor . . . Wash. 1938.
Westerlund, H., *En undersökning av textilgrossisters och textilagenters verksamhet i Sverige.* Sthm 1945. (Stencil.) (I sammandrag äv. publ. i Affärsekonomi 1946 under tit.: Grossister och agenter inom svensk textilhandel.)
Wold, H., *Efterfrågan på jordbruksprodukter och dess känslighet för pris- och inkomstförändringar.* Sthm 1940. (SOU. 1940: 16.)

Publicerade statistiska källor

Affärsekonomiska forskningsinstitutet vid Handelshögskolan i Stockholm (AEF). Sthm.
Manufaktur- och beklädnadshandelns omsättning för åren 1931—1943. 1931—44. (Stencil.)
Redogörelse för verksamhetsåret 1942—1943. 1943.
Kommersiella meddelanden 1937—1941. Utg. av K. kommerskollegium. Sthm.
Statistiska meddelanden. Ser. A. Bd 4: 10. 1931 års företagsräkning. Verkställd av K. kommerskollegium. Sthm 1935.
Statistisk årsbok för Sverige 1930—1944. Av K. statistiska centralbyrån. Sthm 1930—1944.
Sveriges officiella statistik. Sthm.
Folkräkningen den 31 dec. 1930. 7: avd. 2. Av K. statistiska centralbyrån. 1937.
Handel. Berättelser för åren 1907—1913 och 1923—1942. Av K. kommerskollegium. 1909—1915, 1925—1944.
Industri. Berättelser för åren 1907—1913 och 1923—1942. Av K. kommerskollegium. 1909—1915, 1925—1944.
Levnadsvillkor och hushållsvanor i städer och industriorter omkring år 1933. Av K. socialstyrelsen. 1938.
Lönestatistisk årsbok för Sverige 1936—1938. Av K. socialstyrelsen. 1937—1939.
Sveriges riksbank. *Årsbok* 1935—1942. Sthm 1936—1943.
United States Census of business 1935. *Retail distribution.* 5. (Uppgifterna hämtade ur Stewart, P. W. & Dewhurst, J. F., *a. a.*)

Opublicerade statistiska källor

Dessa ha omnämnts sammanfattningsvis i inledningen och i övrigt i den löpande texten i samband med deras användning.

Summary

The purpose of this summary of »Studies in the structure of the Swedish textile industries» is limited to giving the reader an idea of the analytical approach and a general outline of the investigation pursued. After a translation of the chapter headings (to give a very general and rough outline of the study), there follows a summary of the principal aspects and general results of the analysis of the structure of production and distribution (fairly closely corresponding to chapter 3). A bird's eye view of the structure of production and distribution is given by diagram 2, which together with a description in English is placed after p. 108. The summary does not touch the problem of adjusting satisfactorily theoretical definitions to such definitions as would be usable for the practical analysis, nor anything about statistical methods. Nor is it possible to give an account of the actual results of the statistical investigation of the structure of the more important Swedish textile industries. In order, however, to give a certain idea of the statistical results a translation has been made of the headings, and some other pertinent facts, of all the 65 diagrams included in this book.

The statistical investigation has largely been carried out with the help of information (the base period being 1936—1938) given by the individual enterprises, mostly in the form of replies to questionnaires. All in all some 1 100 enterprises in the woolen and worsted, cotton, hosiery and knitted goods, and garment industries have been covered. The representativity of the investigation varies, but on the whole almost all existing enterprises have been included in the statistical analysis of the structure of production, particularly volume of production and the quantities of various products manufactured by the individual enterprises. With the help of this information the grouping of enterprises has been highly facilitated. The investigation of the structure of distribution and its relation to the structure of production is usually based upon information from some $^3/_4$ of both total number of enterprises and of total production. The representativity varies, of course, in different special sections of industry.

The chapter headings

ch. 1. Definitions and statistical methods applied
ch. 2. The structure of consumption goods industries working chiefly under monopolistic competition

(A mainly theoretical study of the structure of production and distribution in such industries as the textile, garment, shoe and furniture industries)

ch. 3. The structure of production and distribution
(A general summary)

ch. 4. The more important results of the investigation
(Chiefly a summary of the results of the concrete investigation of the structure in the textile and garment industries)

ch. 5. The structure of the Swedish woolen and worsted industry

ch. 6. The structure of the Swedish cotton industry

ch. 7. The structure of the Swedish hosiery and knitted goods industry

ch. 8. The structure of the Swedish garment industry
(Ch:s 5—8 contain the following main sections:
I. Summary II. Development 1929—1939 III. The conditions of production and the structure of production IV. The structure of distribution and the relationships between the structure of distribution and that of production V. Production per man hour and its relation to volume of production and average lot size)

ch. 9. Some facts about the structure of the Swedish textile wholesaling, retailing and handicraft

ch. 10. The Swedish consumption of textile products
(Development 1929—1943, income and price elasticity of demand etc.)

The structure of production and distribution

Each enterprise and each industry can be studied from various points of view. It is possible e. g. to study an enterprise or an industry from the purely technical standpoint — types of machines used, production methods applied etc. — or, e. g., chiefly from a social point of view — in what ways the employees are remunerated, how the hygienic conditions are and what affects them, how the housing problem has been managed, etc.

In this investigation the structure of the more important Swedish textile industries has been looked upon from an economic standpoint in a narrower sense. The aim of the study is to show how the industries and the enterprises within these are constructed in certain ways, which are of significant interest from the economic standpoint. For the economy of production, e. g., the average lot size is very important, because usually it affects the costs of production considerably. The number of different products handled is also important, because the selling costs as well as the selling prices frequently seem to be influenced appreciably by the number of different products handled. By describing facts of this type about an

enterprise or an industry it is possible to get a conception of the organization — or, to use a »technical» expression, construction — of the enterprise and of the industry from the economic point of view.

It is practical to say that the construction — *structure* — of an enterprise or an industry is made up by a number of parts — *components* — the size and character of which vary in different structures. Certain components are chiefly of importance for the production, e. g. average lot sizes, others chiefly for the distribution (marketing), e. g. average sales per customer. The investigation has, however, shown that there is a close relationship between the structure of production and that of distribution, and the border line between them is certainly not a clear and distinct one. The distinction between structure of production and that of distribution has also been used solely for »pedagogical» reasons.

In this investigation the following components of the structure have been analysed. The number of different products handled (and the combination of products) and the average lot size, considered from various view points, have been included as components in the structure of production. On the other hand the number of customers of various types (wholesalers, retailers, etc.), the relative size of sales to various types of customers, the average sales per customer of various types and also per salesman, the average order time (also the relative size of production for stock and on customers' orders), and, finally, the size of the sales territory have been considered as components of the structure of distribution.

Information about the size of the production and sales of the individual enterprises as well as the relative and absolute quantities of various products and groups of products produced has also been collected and utilized in grouping the enterprises. Usually it has been possible, furthermore, to acquire a certain conception about some other components: the average individuality and quality of products manufactured and sold, the channels used when buying raw materials and the types of raw materials used as also the seasonal fluctuations of production and sales. In most cases it has also been possible to calculate the production per man hour.

By using the above mentioned facts the structure of the more important Swedish textile industries, that of special sections within these industries and that of individual enterprises, have been studied and systematically described. The various structures have been compared with each other and the causes of the differences analysed. That »averages» have frequently been used in the definitions is only a matter of expediency. Marginal analysis has been applied to a large extent.

In all comparisons it is necessary to consider the achievements both in production and in distribution. As many achievements can not be measured by the same yardstick because the contributions of man and machine hours etc. necessary for the achievement are not comparable, one must almost

always limit the comparisons of structures in any case to enterprises which manufacture and sell products similar both with respect to the production technique and the use by the consumer (in the physical and functional sense). Enterprises which can be considered similar in both of these respects, »have the same main lines of products», have in this investigation been grouped in the same special section of industry, e. g. enterprises in the woolen industry producing and selling chiefly fabrics for men's suits and overcoats. (The differences of individuality and quality of products have been dealt with chiefly »within» the structure — as variations of components. Only to a limited extent it has been possible to use individuality and quality of products *per se* as a basis for classification.) When analysing certain parts of the structure of production, however, the enterprises have been classified in larger groups with similar technique of production but different in other respects.

According to the size of the production of finished products the enterprises in each special section of industry have been grouped by their approximate size. The structure of the enterprises in these various groups within a certain special section of industry has been analysed. One of the results of the investigation is that the size of the enterprises affects the structure on the whole along the same lines in various special sections of industry, and also that the influence of the size of the enterprise on the structure is considerable. It is, therefore, always necessary to give close attention to the size of enterprises, both absolutely and in relation to the volume of the actual main lines of products on the whole market. The latter is, of course, especially important in such a small market as the Swedish one, in which sales resistance is a rather influential market factor.

The task of the management of an enterprise is to form the structure of production and distribution in the most advantageous way with respect to the aim of the enterprise — usually highest possible net profit while maintaining a certain financial standard, i. e. preserving a proper liquid position, and also with due regard for the well being of the employees. The structure of production and distribution which would be most advantageous depends on a number of *factors*.

First, the structure of production and distribution must be adjusted to the *market factors*, i. e. the size and elasticity as also the stability of users' and distributors' demand etc. *Second*, the possibilities vary of adjusting the structure of production and distribution to each other. They are influenced by many so called B-factors, which on the whole are the same for all enterprises in a special section of industry (»delbransch»). Among B-factors may be mentioned available production and distribution techniques, the size and construction of the market (e. g. number of wholesalers, retailers and other customers of the products in question) as also

the size and density of the potential sales territory, the consumers' requirements on variety, the degree of competition, etc. *Third*, a number of other factors influence the structure directly or by way of the above mentioned factors, e. g. the general economic policy such as taxation and import duty policy. Factors of this type have been called *general economic factors*. Many factors, however, may not be considered as being chiefly economic in character. These have been called *non-economic factors*, e. g. social conditions, tradition, what political developments are expected by the management, etc.

The individual enterprise can affect the components and to some extent also the market factors. The other factors indicated above cannot be influenced by the individual enterprise — or, anyway, only very slowly and to a very small extent. The enterprise, therefore, is trying mainly to adjust the components to the existing factors in order to attain best possible results. The components may — as will be indicated later on — vary between different enterprises in the same special section of industry, while the market as well as the B-factors will on the whole be alike for all the enterprises in the section but vary between different sections. The market factors are largely determined by the B-factors. The general and non-economic factors, finally, are usually nearly the same for a number of special sections of industry (which frequently together form what is popularly called an industry). Some non-economic factors may, however, vary — sometimes even between different enterprises in a section.

The size and make up of the various components influence each other. An enterprise with a certain volume of production cannot increase the number of different products handled without diminishing the average lot size. In the same way there is a relation between the number of customers and the average sales per customer at a given total volume of sales. Many other relationships exist between the components both in the structure of production and that of distribution. There are, however, also many relationships between the components in the structure of production, on the one hand, and those of distribution on the other. E. g. an enterprise of a given size will facilitate production by increasing the average lot size. At the same time, however, marketing will almost always be made more difficult. The increase of the average lot size causes a decrease of the number of different products handled. And it is usually more »difficult» to sell a certain quantity of products in a smaller line than in a larger one (even if both are included in the same main line). *Ceteris paribus*, as the number of different products handled goes down there will usually follow a decrease of the average sales per customer or of average unit price or both. In this and many other ways the structure of production affects the structure of distribution and vice versa.

The structure which an enterprise tries to attain does not depend solely

on the various relevant conditions, e. g. the demand situation, expected to pertain during a certain period of time. The enterprise does not only try to form its structure in such a way, that during a certain period of time, the length of which varies for different enterprises, it may attain highest possible net profit. Attention is also paid to the fact that the measures taken might not produce the intended result. And this risk will be calculated as well as appraised differently by different enterprises. If, as might frequently be the case, the disadvantage of not obtaining »satisfactory» utilization of capacity, should be deemed to be considerable, one is apt to handle a larger number of different products than would usually be necessary in order to attain a certain volume of sales — sometimes also in order to be in a good position to enlarge sales over the long run. For the same reason there seems sometimes to be a tendency to keep a larger number of customers than would produce highest possible net profit. Sometimes the same measure is also taken in order to assure greater stability of demand. One tries to limit the effect on the sales volume of a possible loss of customers.

The historical development can also influence the structure. Among other things, the costs of changing the structure more appreciably might be very high.

When analysing the structure of an industry, or more realistically, a special section thereof, one must not regard this section as one solid unit only (by adding the same components of the various enterprises in the section). It is also necessary to pay attention to the difference in the structure of the individual enterprises within the same section.

A very important component in the structure of a special section of industry is the importance of the enterprises of various sizes included. One must take into consideration how the structures of the individual enterprises may influence each other. As a matter of fact it is sometimes found that the production and distribution of enterprises of various sizes supplement each other.

Besides it is often relevant to consider the influence of imports as well as of the structure of the system of distribution and also that of consumption.

Sometimes several factors or a few of dominating importance are so alike for all enterprises in a special section of industry that the structure of all enterprises will be rather similar. Sometimes, however, that is not the case and several alternative structures may be possible, all appropriate from an economic point of view. In that case there will be large differences between the structures of individual enterprises in a special section of industry despite the fact that these enterprises manufacture and sell rather similar products both with respect to their filling the same needs and their being manufactured by the same technique.

Even if the conditions on the whole are quite similar it is possible to

have different structures of production and distribution, which will still achieve the same or almost the same result. Thus two enterprises of equal size and in the same special section of industry can sometimes pursue different business policies with equal »efficiency». One enterprise may choose to manufacture a small number of different products with a large average lot size and — as would be necessary on a small market — sell the products to a large number of customers. The other enterprise may avail itself of a special market situation more advantageously by manufacturing a larger number of different products and limiting its sales to a smaller number of (larger) customers or obtain higher prices or both. Total costs of production and distribution may be the same in both cases. In another case the relatively high average quality of products and therefore relatively high costs of production may be compensated by a considerably diminished sales resistance.

That there is a mutual adjustment of the structure of production and that of distribution to each other has been exemplified above. Therefore, it is not possible to treat the structure of production and the structure of distribution separately when making a structure analysis. Neither is one allowed to refrain from taking into consideration factors »outside» the structure of the enterprise. The difficulties of measuring, evaluating and comparing the »efficiency» of different special sections of industries are therefore considerable — even more so than in the case of different enterprises within the same section.

While all components in the structure of production and distribution have not been taken into account in this investigation, the most important ones have probably been covered. Because of the scarcity of basic information on some of the great number of problems which should be investigated and answered in order to obtain a good view, the difficulties of making a concrete analysis of a structure are very great, and that of appraising a structure still greater. The more detailed the investigation, the more realistic and valuable will be the results, but to the same extent more details of information must in some way be obtained. The difficulties of collecting information increase, however, very rapidly with the number of detailed questions, and the problem of making the investigation satisfactorily representative grows. For practical reasons the difficulties will soon be insurmountable. Reality is so complicated that the question is not so much how an investigation of the structure *should* be pursued but in what ways it *can* be pursued in view of the insufficiency of detailed information. Sometimes investigations must be much more specialized and limited than the present one in order to give an adequate conception of many structural problems of an industry or part thereof. But in that case the dangers of analytical errors because of the lack of general comprehension of the problem should certainly not be minimized.

List of diagrams

1. Development

No.		Page
6.	Development 1924—1939 within certain textile industries (total output and output per man-hour)	124
15.	Actual and estimated volume of consumption of textile products 1931—first half of 1943	169
16.	Consumption, domestic production and net import of wool yarns and fabrics 1929—1939	183
17.	Development of the Swedish wool industry 1924—1939, spinneries	186
18.	Development of the Swedish wool industry 1924—1939, weaving mills.	187
32.	Consumption, domestic production and net import of cotton, rayon staple fiber and silk yarns, and fabrics thereof 1929—1939	257
33.	Development of the Swedish cotton industry 1924—1939, spinneries	260
34.	Development of the Swedish cotton industry 1924—1939, weaving mills	261
44.	Consumption, domestic production and net import of silk, rayon, wool and cotton hosiery 1929—1939	334
45.	Development of the Swedish hosiery industry 1929—1939	336
62.	Volume of consumption (value of consumption at constant prices) of textile products 1931—first half of 1943	441
63.	Volume of consumption (value of consumption at constant prices) of certain groups of products, and real income of individuals less direct taxes 1931—1942	449
64.	Actual and estimated volume of consumption of textile goods 1931—first half of 1943	451

2. Distribution of production in certain textile industries by enterprises, groups and/or types of products

7.	Importance of different production lot sizes for fabrics 1936—1938	131
23.	Output of various types of products in the wool industry in percent of total production, both expressed in number of sticks, 1936—1938	208
25.	Share of total production of subgroups, consisting each of three enterprises, by groups and types of products. The enterprises have been arranged by size according to the volume of production of the various types of goods in each group of products (wool weaving mills) 1936—1938	211
38.	Cotton industry production of different types of products in percent of total production, both expressed in number of sticks 1936—1938	280
39.	Total production of fabrics 1936—1938 in cotton weaving mills, by groups according to size, in percent of the total output of all cotton weaving mills 1936—1938. Number of enterprises in each group in percent of all enterprises	282

No. Page

40. Share of total production of subgroups, consisting each of three enterprises, by groups and types of products. The enterprises have been arranged by size according to the volume of production of the various types of goods in each product group (cotton weaving mills) 1936—1938 283

Reference is also made to diagrams 26, 36, 37 and 41 in part five of this list concerning the differentiation of the production in wool weaving mills, cotton spinneries (untwisted as well as twisted yarn) and cotton weaving mills.

3. Distribution of production within certain textile industries by enterprises of different sizes

9. Share of total output within certain textile industries of subgroups, consisting each of three enterprises, arranged by size according to the volume of production towards the end of the nineteen thirties 141
21. Proportion of groups of enterprises producing wool yarns to total number of enterprises and to total production 1937—1938 — by sizes 203
22. Proportion of groups of enterprises producing woolen and worsted yarns, respectively, to total number of enterprises and to total production of each type 1937—1938 — by sizes 204
24. Number of enterprises of different sizes, producing wool fabrics, blankets and rayon dress fabrics, in percent of the total number. Production of enterprises by groups according to size, in percent of total production of the above mentioned product groups 1936—1938 210
35. Share in the total output of cotton, waste and rayon staple fiber yarns, in 1937, of enterprises by groups according to size 276
46. Number of factories and workers, distributed by factories of different sizes (by number of workers employed) in percent of all factories and workers respectively, in 1930, 1935 and 1940. Hosiery industry 339
47. Number of workers in factories of different sizes (by number of workers employed) in the hosiery industry in 1935 and 1940 compared to 1930 ... 340
49. Number of factories and workers distributed by factories of different sizes (by number of workers employed) in percent of all factories and workers, respectively, in 1930, 1935 and 1940. Garment industry 377
50. Number of workers in factories of different sizes (by number of workers employed) in the garment industry 1935 and 1940 compared to 1930 ... 378

4. Co-variation of various components of enterprises in certain special sections of industry and subgroups

1. Co-variation of production lot size and size of sales per customer under pure competition 55
2. Production and distribution structure of enterprises and sections of industries in such industries as the textile, garment, furniture and shoe industries 107/108
12. Production and distribution structure of enterprises of different sizes in the wool industry, producing mainly suitings and overcoatings, 1938 (logarithmic diagram) 158

No. Page

13. Distribution structure of enterprises of different sizes in the hosiery industry, producing mainly hosiery underwear for women and children, 1938 (logarithmic diagram) 159
14. Distribution structure of enterprises of different sizes in the garment industry, producing mainly suits and overcoats, 1938 (logarithmic diagram) 159
27. Production and distribution structure of enterprises of different sizes in the wool industry, producing mainly suitings and overcoatings, 1938 (semi-logarithmic staple diagram and table) 222/223
48. Distribution structure of enterprises of different sizes in the hosiery industry, producing mainly hosiery underwear for women and children, 1938 (semi-logarithmic staple diagram and table) 346/347
51. Distribution structure of enterprises of different sizes in the garment industry, producing mainly suits and overcoats, 1938 (semi-logarithmic staple diagram and table) 386/387

5. Size of individual components, singly or in pairs

8. Number of different products handled and production lot sizes in enterprises of different sizes in the principal section of the wool and cotton fabric industry, respectively, 1938 135
10. Channels of distribution towards the end of the nineteen thirties (1938) in some of the principal sections of the textile industry 151
11. Value of production for stock and on customers' orders in percent of total value of production towards the end of the nineteen thirties (1938) in some principal sections of the textile industry 153
26. Differentiation of the production of the wool weaving mills, 1936—1938 212/213
36. Differentiation of the production of certain cotton spinneries: untwisted cotton and rayon staple fiber yarns, 1937 ..... 276/277
37. Differentiation of the production of certain cotton spinneries: twisted cotton and rayon staple fiber yarn, 1937 ..... 278/279
41. Differentiation of the production of the cotton weaving mills, 1936—1938 ..... 284/285

6. Production per manhour

28. Total production and production per man-hour in 1938 in certain woolen spinneries 240
29. Production of woolen yarn per man-hour and production lot sizes (measured in thousands of metres of fabrics per quality) in 1938, in certain woolen spinneries, when the yarn is mainly consumed by weaving mills forming part of the same enterprise 241
30. Production per man-hour in 1938 in wool weaving mills of different sizes producing mainly suitings and overcoatings 244
31. Production per man-hour and production lot sizes (measured in thousands of metres of fabrics per pattern) in certain wool weaving mills producing mainly suitings and overcoatings, 1938 245
42. Production per man-hour, wages per 10 000 sticks, and hourly wages in a number of cotton weaving mills, 1936—1938 321

No. Page

43. Output per man-hour (by number of sticks) and production lot sizes (number of metres of fabrics per pattern) of certain cotton weaving mills, producing mainly clothing fabrics except blue twills and linings, 1938..... 325
53. Number of suits produced and number of man-hours per unit in individual enterprises, where at least 80 percent of the total production consists of suits, 1938..... 414
54. Number of man-hours per unit and unit production value of suits in individual enterprises, where at least 80 percent of the total production consists of suits, 1938..... 415
56. Number of women's coats produced and number of man-hours per unit in individual enterprises where at least 80 percent of the total production consists of women's coats, 1938..... 418
57. Number of man-hours per unit and unit production value of women's coats in individual enterprises, where at least 80 percent of the total production consists of women's coats, 1938..... 419
59. Number of women's dresses produced and number of man-hours per unit in individual enterprises where at least 80 percent of the total production consists of women's dresses, 1938..... 422
60. Number of man-hours per unit and unit production value of women's dresses in individual enterprises, where at least 80 percent of the total production consists of women's dresses, 1938..... 423

7. Others

3. Demand situation of the enterprise..... 70
4. Degree of self-sufficiency of textile products towards the end of the nineteen thirties..... 117
5. Compensation to the various channels of production and distribution in relation to retail prices towards the end of the nineteen thirties..... 119
19. Degree of national self-sufficiency in wool products, 1936—1938..... 194
20. Economic integration within the wool industry..... 198
52. Number of suits produced and unit production value in individual enterprises, where at least 80 percent of the total production consists of suits, 1938..... 413
55. Number of women's coats produced and unit production value in individual enterprises, where at least 80 percent of the total production consists of women's coats, 1938..... 417
58. Number of women's dresses produced and unit production value in individual enterprises, where at least 80 percent of the total production consists of women's dresses, 1938..... 421
61. Percentile distribution of the number of enterprises and sales, by groups of enterprises according to size (textile retailing)..... 431
65. Expenditure for clothing and shoes in percent of total family budget for workers and lower and upper middle class families around 1933..... 454

Translation of some words used in the diagrams

antal	number
antal företag	number of enterprises
arbetare	worker
arbetaretimme	manhour
arbetsställe	factory
bomullsgarn	cotton yarn
efterfrågan	demand
foder	lining
garn	yarn
genomsnitt	average
grupp	group
heminredningsartiklar	home textiles as sheets, curtains and carpets
hushåll	household
inkomster	income
i procent av	as a percentage of, in percent of
kamgarn	worsted yarn
kardgarn	woolen yarn
kläder	clothes
konstsilke	rayon
konsumtion	consumption
och	and
omsättning	total sales
plagg	article of dress as suit, gown and overcoat
procentuell andel	percentile share
producera, tillverka	produce, manufacture
produktionsserie	production lot size (in a wider sense)
skott	stick
spindel	spindle
sysselsatt	employed
tekniska vävnader	fabrics for technical use including sacks
tillverka, producera	manufacture, produce
tillverkningsserie	production lot size (in a narrower sense)
ton	ton (= 1 000 kg = 2 240 lbs)
total produktion	total production
trikåvaror	hosiery
tyg	fabric
ullgarn	woolen and worsted yarn
varuslag	type of product
viktsmängd	quantity
volym	volume
värde	value
vävnad	fabric
vävstol	weaving loom
år	year