

Särskilda konkurrensregler för jord-  
och skogsbruk, med en kommentar  
till Södra- och Sydvedfallen

av Mats Bergman, Umeå universitet

Konkurrensverket juni 1997  
Utredare: Mats Bergman, Umeå universitet  
ISSN 1401-8438  
AWJ Kunskapsföretaget AB, Nyköping 1997



# Förord

Mats Bergman, docent i nationalekonomi vid Umeå universitet, har på uppdrag av Konkurrensverket gjort en ekonomisk analys av konkurrenslagens särskilda bestämmelser för samverkan inom jord- och skogsbruksområdet.

Konkurrensverket anser att rapporten utgör ett intressant bidrag till diskussionen om dessa bestämmelser. Mats Bergmans arbete har följts av en referensgrupp vid Konkurrensverket, men för de analyser och slutsatser som framförs i rapporten svarar författaren själv.

Stockholm i juni 1997

*Lennart Göranson*  
Chef för Konkurrensverkets utredningsavdelning



# Innehållsförteckning

<b>1</b>	<b>Särskilda konkurrensregler för jord- och skogsbruk</b>	<b>8</b>
1.1	Bakgrund	8
1.2	Kooperativa företags beteende	10
1.3	Kooperativ samverkan och vertikal integration	15
1.4	Federativ samverkan	16
1.5	Empiriska erfarenheter	17
1.6	Förbud mot enhetlig prissättning	19
1.7	Slutsatser	20
<b>2</b>	<b>En kommentar till Södra- och Sydvedfallen</b>	<b>21</b>
2.1	Bakgrund	21
2.2	Virkesmarknaden i Södras verksamhetsområde	22
2.3	Relevant marknad och marknadsandelar	24
2.4	Slutsatser i Södrafallet	29
2.5	Slutsatser i Sydvedfallet	30
	Referenser	31



# 1 Särskilda konkurrensregler för jord- och skogsbruk

## 1.1 Bakgrund

Den nya konkurrenslagen (1993:20), KL, trädde i kraft 1 juli 1993. Den tidigare lagstiftningen byggde på missbruksprincipen, medan den nya konkurrenslagen i stor utsträckning bygger på förbudsprincipen. Enligt Konkurrensverket innebar den nya och skärpta lagstiftningen att lantbrukskooperationen skulle tvingas upphöra med stora delar av sin verksamhet. Detta stred emellertid mot intentionerna med den nya lagen, varför en ändring av konkurrenslagen (Särskilda konkurrensregler för jordbruket, Regeringens proposition 1993/94:210) trädde i kraft 1 juli 1994.

De särskilda konkurrensreglerna för lantbruket undantar *primära* lantbruksföreningar (ekonomiska föreningar) från 6 § KL, vilken förbjuder avtal mellan företag som har till syfte att hindra, begränsa eller snedvrیدا konkurrensen på den svenska marknaden på ett *märkbart* sätt eller om de ger ett sådant resultat. Med avtal jämnställs beslut av en sammanslutning av företag och samordnade förfaranden. Undantaget gäller för produktion, insamling, förädling och försäljning av jord-, trädgårds- och skogsbruksprodukter, och för inköp av varor och tjänster att användas i jord- och skogsbruk. Undantaget gäller dock *inte* om lantbruksföreningens medlemmars fria rörlighet på marknaden begränsas, eller om försäljningspriser mellan medlemmarna och tredje man direkt eller indirekt fastställs. Om föreningen svarar för vidareförsäljning av varor som produceras hos medlemmarna gäller undantaget endast om inte konkurrensen på marknaden hindras, begränsas eller snedvrیدs i *väsentlig* omfattning. En viktig tolkningsfråga kan därför bli vilken grad av vidareförädling som krävs för att produktionen ska anses äga rum hos föreningen.

Konkurrensen anses (som en tumregel) påverkas i väsentlig omfattning om föreningens marknadsandel på den relevanta marknaden är större än 25 procent (Prop. 1993/94:210, s. 60). Om föreningens verksamhet balanserar marknadsmakten hos en stor köpare med stark eller dominerande ställning kan dock en högre marknadsandel tillåtas. Utanför jordbrukssektorn blir 6 § KL tillämplig redan när konkurrensen påverkas på ett märkbart sätt: med detta menas att marknadsandelen överstiger 10 procent, eller 15 procent om inget av de företag avtalet rör omsätter mer än 10 miljoner kronor per år. Om något av företagens omsättning överstiger 200 miljoner kronor tillåts ingen samverkan.

Inom EU-rätten motsvaras den svenska konkurrenslagen framför allt av artiklarna 85 och 86 i Romfördraget, och de särskilda konkurrensreglerna för lantbruket motsvaras i viss mån av EU:s förordning nr 26/62. Den



svenska lagstiftningen följer i stort EU:s lagstiftning. Vad gäller lantbruksföreningar är den svenska lagstiftningen mer detaljerad, och avviker på några punkter från EU:s (Wahl, 1995, och Azelius och Remnelid, 1996). För det första omfattar det svenska undantaget också skogsbruk. För det andra gäller det svenska undantaget inte federativ samverkan; inom EU-rätten görs ingen distinktion mellan primär och federativ samverkan. För det tredje gäller det svenska undantaget inte när medlemmarnas fria rörlighet begränsas; EU-rätten tillåter i större utsträckning att medlemmarnas rörlighet begränsas. För det fjärde gäller det svenska undantaget också inköpskooperativ, medan undantaget i EU-rätten endast gäller producerande och säljande kooperativ. För det femte omfattar den svenska undantaget endast ekonomiska föreningar, medan inom EU också andra associationsformer undantas.

Från lantbrukskooperationens sida önskar man naturligtvis att den svenska lagstiftningen anpassas till EU:s lagstiftning i de fall den senare ger mer långtgående undantag. Detta gäller föreningarnas rätt att begränsa medlemmarnas rörlighet, val av associationsform och rätten för förhandlingskooperativ att verka. Nämnade inskränkningar i lantbrukskooperationens verksamhet tycks idag inte vålla allt för stor upprördhet, även om några experter och sakkunniga i SOU 1995:117 anser att dessa inskränkningar kan hämma föreningarnas effektivitet. På 60- och 70-talen innehöll föreningarnas stadgar ofta bestämmelser som försvårade medlemmarnas rörlighet, men dessa bestämmelser angreps med viss framgång redan av (dåvarande) NO med stöd av den förra konkurrenslagen (Prop 1993/94:210, s. 43-44).

Vad som däremot har blivit kraftigt kritiserat från lantbrukskooperationens sida är dels förbudet mot federativ samverkan, dels förbudet mot pris-samverkan vid vidareförsäljning av varor som producerats hos medlemmarna på marknader där föreningens marknadsandel överstiger 25 procent. Den senare frågan har fått särskild aktualitet i och med det s.k. Södrafallet (Konkurrensverket, dnr 443/95). Södra Skogsägarna (ekonomisk förening) köper sågtimmer och massaved från sina medlemmar; massaveden används i huvudsak i de egna anläggningarna, medan sågtimret i huvudsak säljs till privata sågverk. Därvid överstiger Södras andel av sågtimmermarknaden troligen 25 procent, beroende på hur relevant marknad definieras. Enligt Konkurrensverket gäller detsamma för massavedsmarknaden. Av detta skäl har Konkurrensverket ålagt Södra att upphöra med att fastställa priser på sågtimmer och massaved som säljs genom föreningen till tredje man.

Ett närliggande fall är det s.k. Sydvedfallet (Konkurrensverket, dnr 1231/93). Sydved ägs gemensamt av Munksjö, MoDo och Stora, och köper för sina ägares räkning i huvudsak massaved och flis. Därtill köper man betydande kvantiteter sågtimmer, som i huvudsak säljs vidare till privata sågverk. Eftersom Sydved inte är en lant/skogsbruksförening, och eftersom medlemsföretagen är stora, gäller konkurrenslagens regel att de

samverkande företagens marknadsandel inte får överstiga 10 procent. Med en rimlig definition av relevant marknad är Sydveds andel större än så. Bl a av detta skäl har Konkurrensverket avslagit Sydveds ansökan om icke-ingripandebesked (20 § KL). Man finner inte heller att man kan bevilja undantag från 6 § KL, enligt 8 § KL, eftersom inget av de fyra villkoren som krävs för undantag anses uppfyllt.

## 1.2 Kooperativa företags beteende

Om ett företag uppnår monopolställning, eller näst intill, så kan man förmoda att det företaget kommer att utnyttja sin marknadsmakt till att höja priset utöver den prisnivå som skulle uppstå på en konkurrensmarknad. Detta leder till två icke önskvärda effekter. För det första kommer konsumenterna att reagera genom att köpa en mindre kvantitet än de skulle ha gjort på en konkurrensmarknad. Detta minskar samhällets totala nytta, genom att ett antal lönsamma transaktioner inte kommer till stånd. För det andra kommer monolets vinst att stiga, på bekostnad av konsumenternas nytta, eller konsumentöverskottet. Detta är normalt negativt ur fördelningssynpunkt. Ytterligare en negativ effekt av monopol är att detta erfarenhetsmässigt kommer att ådra sig högre kostnader, i första hand därför att kostnadspressen är mycket svagare ("X-ineffektivitet"), men kanske också för att det krävs dyr lobbyverksamhet för att få behålla monopolställningen.

Monopolproblem kan uppstå i flera led i en produktionskedja. Exempelvis kan man tänka sig att ett tillverkande monopol säljer till ett stort antal konkurrerande detaljister. Dessa kan dock i sin tur ha monopol på var sin liten geografisk marknad. Det tillverkande monolet kommer att pressa upp priset, och därmed kostnaderna, för detaljisterna. Dessa kommer sedan att pressa upp priset ytterligare. Den sammanlagda effekten kommer ur konsumenternas och samhällets synvinkel att bli mer negativ än om ett enda monopol står för både tillverkning och detaljistsäljning, eftersom det slutliga priset blir högre i det förra fallet. Även monopolisternas sammanlagda vinst blir lägre vid en sådan kedja av monopol. Fenomenet kallas för "dubbel marginalisering". Den samhällsekonomiskt optimala lösningen är givetvis att det inte finns monopol i något led. Generellt sett är det bättre ju färre led av monopol en produktionskedja innehåller. I detta avseende spelar det inte så stor roll om monolet är ett säljarmonopol, eller ett köparmonopol (ett monopson). Ett företag kan tänkas ha både monopol- och monopsonställning: detta är ungefär likvärdigt med att vi har två monopol i produktionskedjan.

De problem som diskuterats ovan framträder normalt tydligast när företaget har absolut monopol, och avtar i takt med att det dominerande företags marknadsandel minskar. Olika förhållanden i olika branscher kan dock göra det mer eller mindre lätt för flera företag att koordinera sitt beteende, dvs. att bilda en (formell eller informell) kartell, och därmed uppnå samma pris som ett monopolföretag.

Det finns skäl att tro att kooperativ kan ha en positiv inverkan på konkurrensen. I litteraturen om kooperativ brukar detta förklaras som följer.<sup>1</sup> Jordbruk är till sin natur en verksamhet som effektivast kan bedrivas i liten skala,<sup>2</sup> oftast som ett familjejordbruk. Förädling av livsmedel är däremot en industriell verksamhet som effektivast kan bedrivas i tämligen stor skala. På grund av skillnaderna i mest effektiva skala (storlek) kan den enskilde jordbrukaren normalt inte integrera framåt, dvs. börja förädla sina jordbruksprodukter, och livsmedelsindustrin kan av samma skäl inte heller integrera bakåt, dvs. börja bedriva jordbruk. Därtill kommer att jordbruksprodukter normalt är tunga i förhållande till sitt värde och/eller är ömtåliga, varför transporterna inte kan bli alltför långa.<sup>3</sup> Detta leder till att den enskilde jordbrukaren ofta är hänvisad till en enda köpare inom rimligt avstånd. Dessutom kräver produktion av en viss typ av jordbruksprodukter normalt ganska omfattande och *specifika* investeringar. Att en investering är specifik kan exemplifieras med en svinfarmare, som måste bygga ett svinstall, vilket inte har något stort värde om produktionen måste ställas om till spannmål. Detta gör den enskilde jordbrukaren ännu mer beroende av köparen av hans produkter. Sammantaget leder dessa förhållanden till att det tenderar att uppstå livsmedelsindustrier med monopsonställning gentemot jordbrukarna.

Lösningen på detta dilemma är att jordbrukarna tillåts integrera framåt, genom att kooperativt bygga upp en industri för förädling av livsmedel. Därmed försvinner, i bästa fall, ett monopol i kedjan. Antag att förädlingsindustrin, i frånvaro av kooperativ verksamhet, skulle ha monopson gentemot jordbrukarna och monopol gentemot konsumenterna. Om en kooperativ förädlingsindustri byggs upp med monopol gentemot konsumenterna, så har en kedja med två monopol bytts mot en kedja med ett monopol; om förädlingsindustrin möter konkurrens i konsumentledet har vi gått från ett monopol till inget. I båda fallen ökar samhällets nytta. Om däremot den kooperativa verksamheten eliminerar monopsonställningen gentemot jordbrukarna, men istället introducerar en monopolställning gentemot konsumenterna (t.ex. genom federativ samverkan), så kan det tyckas att inte mycket är vunnet.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Se t.ex. SOU 1995:117, särskilt bilaga 3 av Richard J. Sexton och bilaga 4 av Olof Bolin.

<sup>2</sup> Detta innebär inte att små jordbruk är effektivare än stora vid en jämförelse mellan de idag verksamma jordbrukarna. Vad som avses är att även de stora jordbruken är små som företag betraktat. Enligt Jordbruksstatistisk årsbok omfattar medeljordbruket (bland jordbruk med minst 2 ha åker) drygt 30 ha åker. Anställd arbetskraft svarar endast för 30 procent av antalet arbetstimmar. Drygt halva ytan brukas av jordbruk större än 50 ha. Även bland dessa relativt stora jordbruk görs mer än hälften av den totala arbetsinsatsen av ägarfamiljen.

<sup>3</sup> Detta avser framför allt transporten från jordbrukaren till nästa förädlingsled. Som bekant förekommer ju en avsevärd internationell handel med livsmedel, men detta förutsätter en transportteknologi som inte står den enskilde jordbrukaren till buds.

<sup>4</sup> I SOU 1995:117 framförs kooperativets förmåga att sänka transaktionskostnaderna som ett självständigt skäl för att tillåta kooperativt samarbete. Det är visserligen korrekt att

Emellertid finns det ytterligare ett skäl till att kooperativ kan verka konkurrensbefrämjande. Ett kooperativ har mycket mindre möjligheter än ett vanligt monopol att begränsa volymen: kan volymen inte begränsas är det svårt att höja priset. Antag ändå att ett kooperativt monopol försöker höja konsumentpriset. Detta leder till minskad försäljningsvolym, men högre intäkter. De högre intäkterna måste i ett kooperativ antingen investeras i verksamheten eller användas till att höja ersättningen till medlemmarna. Det är rimligt att anta att en betydande del till slut når medlemmarna i form av ett högre pris, vilket kommer att öka medlemmarnas leveranser. Ökade leveranser och minskad avsättning kommer att tvinga kooperativet till a) tvångsmässiga reduktioner i medlemmarnas leveranser, b) försäljning av överskottet på andra marknader, t.ex. exportmarknaden eller c) återställa priserna till de nivåer som skulle råda på en konkurrensmarknad.

Föreningslagen begränsar kooperativets möjligheter att vägra att ta emot de kvantiteter medlemmarna önskar leverera (SOU 1995:117, s. 315, och Ds 1994:42). Den demokratiska processen inom kooperativet verkar i samma riktning, varför utväg a) i många fall är mindre framkomlig. Ett kooperativ kan dock under en period begränsa medlemmarnas leveranser, även om detta i längden torde vara omöjligt, i synnerhet som medlemmarna i huvudsak är fria att leverera till andra köpare än kooperativet.<sup>5</sup> Två omständigheter som underlättar kapacitetsbegränsningar är emellertid värda att nämna. För det första blir det lättare för kooperativet att vägra att ta emot allt det medlemmarna önskar leverera om produkten har god hållbarhet. Här föreligger betydande skillnader: växande skog kan utan större förluster lagras i årtal, medan råmjölk måste säljas tämligen omedelbart. För det andra kan utbudet hållas tillbaka om ersättningen till medlemmarna görs "ogenomskinlig", t.ex. genom att den delvis utgår som tilläggs- och efterlikvider. Antag exempelvis att efterfrågan på virke är god. Skogsägarföreningen annonserar ett relativt lågt pris till sina medlemmar, men lovar att kompensera dem i efterhand, med tilläggs- och efterlikvider, om föreningen själv lyckas sälja virket till ett högt pris. I den mån skogsägarna inte kan förutsäga det slutliga priset, så kommer utbudet att bli lägre än det kunde ha blivit. Därmed uppnår föreningen både ett högt pris på skogsråvaran, och en måttlig avverkningsnivå.

---

transaktionskostnader i många fall blir lägre om en viss ekonomisk aktivitet försiggår *inom* ett företag, istället för *mellan* företag - detta är skälet till att vi har företag. Däremot finns det inget som talar för att kooperativ generellt har en större förmåga att sänka transaktionskostnaderna än aktiebolag. Att kooperativ är en lämplig associationsform för att reducera transaktionskostnaderna inom just jordbrukssektorn sammanhänger med de förhållanden som just redogjorts för ovan; i vissa andra branscher är kooperativ en *olämplig* associationsform för att uppnå lägre transaktionskostnader. I frånvaro av transaktionskostnader skulle varken aktiebolag eller kooperativ behövas, inte på jordbruksmarknaden och inte på någon annan marknad heller.

<sup>5</sup> Det sistnämnda gäller givetvis inte ett kooperativ som uppnått en 100-procentig monopolställning, vilket t.ex. mejerikooperativen nästan gjort. Det finns också skäl att tro att kooperativ med större lätthet kan uppnå en monopolställning; se nedan.

Ett alternativt sätt att begränsa utbudet skulle kunna vara att begränsa antalet medlemmar, men detta är inte en metod som normalt används. Om utbudet inte kan begränsas, så är kooperativet tvunget att sälja på andra marknader, eller att återställa priserna till de samhällsekonomiskt effektiva nivåerna.

Låt oss därför se på kooperativets möjligheter att sälja på andra marknader, dvs. att prisdiskriminera mellan två (eller fler) marknader. Vid fri konkurrens sätts priset lika på alla marknader, och lika med marginalkostnaden. För ett monopol är marginalintäkten relevant.<sup>6</sup> Ett vanligt monopol kommer att sätta marginalintäkten lika på alla marknader, och lika med marginalkostnaden. Ett kooperativt monopol kommer också att sätta marginalintäkten lika på alla marknader, men måste nu också ta hänsyn till hur medlemmarna reagerar. Det kooperativa monopolet kommer att tvingas sätta sådana priser att den "ekonomiska vinsten" blir noll (den redovisade vinsten kommer normalt att vara positiv, vilket krävs för att kunna genomföra investeringar). Ett kooperativt monopol kommer alltså att sätta lägre priser än ett vanligt monopol - i själva verket kommer man i *genomsnitt* att sätta ungefär de priser som gäller på en konkurrensmarknad. Däremot kommer man att prisdiskriminera, så att priset blir högre på de marknader där priskänsligheten är låg (konsumtionsmjölk, färsk frukt och färska grönsaker, spannmål för humankonsumtion, och mer allmänt mat för inhemsk konsumtion) än där priskänsligheten är hög (ost, smör, torrmjolk, frysta grönsaker och fryst frukt, spannmål för utfodring av djur och mat för export).<sup>7 8</sup> Trots att genomsnittspriset inte ändras nämnvärt kan den snedvridande effekten, och välfärdsförlusten, av prisdiskrimineringen bli betydande. Exempelvis kan det löna sig för ett mejerimonopol att sätta ett mycket högt inhemskt pris på mjölk, samtidigt som man exporterar torrmjölkspulver och smör med betydande förluster. Om staten (eller EU) dessutom betalar exportsubventioner förvärras situationen ytterligare. När kooperativets möjligheter till prisdiskriminering är tillräckligt stora kan ett vanligt monopol faktiskt vara att föredra. (Se Bergman, 1994 b och 1997.)

---

<sup>6</sup> Med marginalintäkt menas den påverkan på ett företags intäkter som uppstår då försäljningen ökar med en enhet. Denna påverkan har två motverkande komponenter: en direkt, vilken är lika med priset på den marginella enheten, och en indirekt, som uppstår därigenom att företaget måste sänka priset något litet på alla enheter för att uppnå denna ökade försäljning. Marginalintäkten är med andra ord lägre än försäljningspriset, såvida inte efterfrågan är oändligt priskänslig.

<sup>7</sup> Exempelen är hämtade från SOU 1995:117, s. 44.

<sup>8</sup> Ett kooperativ som säljer på två marknader, och som har marknadsmakt på den ena, men inte på den andra, kommer att sätta höga priser på den förra marknaden, och låga på den senare. Detta förefaller att vara en rimlig beskrivning av virkesmarknaden: skogsägarföreningarna kan utöva marknadsmakt gentemot sågverken, och ta ut ett högt pris på sågtimmer. Däremot tvingas föreningarna att ta ett relativt lågt pris på massaved, främst därför att de stora skogsbolagen är en stark motpart, men också, i Södras fall, därför att man själv använder massaved vid massatillverkning. Angående prisdiskriminering mellan marknaden för råvaran och en marknad för en vidareförädlad produkt - se nästa avsnitt.

Om ett kooperativt monopols möjligheter till prisdiskriminering däremot är begränsade, så kommer kooperativet att välja priser som ligger tämligen nära de som skulle uppstå på en konkurrensmarknad - givet att det inte kan bestämma vilka kvantiteter medlemmarna levererar.

Det finns också skäl att tro att kooperativ kommer att ha lättare att uppnå en monopolställning än andra företag. Ett skäl till detta är att ett kooperativ kan växa genom att medlemmar frivilligt ansluter sig. Ett annat skäl är att kooperativet tenderar att sätta lägre priser än andra företag, vilket gör kooperativet ovanligt "aggressivt" i striden om marknadsandelar. Dessutom har lantbruksföreningarna tidigare tillåtit samverka federativt.

Sextons (1995) och Bolins (1995) analyser av lantbruksföreningarnas effekter på konkurrensituationen leder dem till slutsatser som i stort överensstämmer med dem som dragits i detta avsnitt. Emellertid betonar de i större utsträckning Kooperationens gynnsamma inverkan på konkurrensförhållandena, och berör endast mycket summariskt de negativa effekterna. I Sextons fall beror detta kanske på att hans analys i stor utsträckning bygger på amerikanska erfarenheter - i USA är ju Kooperationen mycket svagare än i Sverige. I bilaga 5 till SOU 1995:117 presenterar Fölster en betydligt mer kritisk analys av effekten av kooperativ samverkan. Fölster betonar framför allt att starka kooperativ kan fungera som ett inträdeshinder för andra företag i en bransch.

Bolin (ibid) innehåller dessutom en analys av hur kooperativ samverkan kan uppstå, medan Sexton (ibid) utförligt redogör för Kooperationens roll när internationell handel förekommer. Sextons slutsats är att ökad internationell handel i de flesta fall gör det svårare för lantbruksföreningarna att utöva marknadsstyrka, men i vissa fall kan det omvända gälla. Bolin (ibid, s 431) visar, slutligen, att det under speciella omständigheter kan finnas situationer när endast kooperativ samverkan kan garantera att en samhällsnyttig produktion alls kommer till stånd.

Analysen av kooperativa företags beteende kan sammanfattas som följer. Kooperativa företag kan motverka den marknadsstyrka som annars kan uppstå hos den råvaruförädlande industrin gentemot lantbruket. Dessutom har kooperativa företag svårare än andra företag att exploatera en stark marknadsställning, eftersom de kooperativa företagen har svårt att begränsa produktionsvolymen. En sådan strävan hos ett kooperativ underlättas dock om råvaran är billig att lagra (som t.ex. skog) och om priserna kan göras ogenomskinliga (t.ex. genom tilläggs- och efterlikvider). Man kan också misstänka att kooperativa företag lättare uppnår en monopolställning. Kooperativets möjligheter att exploatera en monopolställning blir dessutom större om det kan prisdiskriminera mellan marknader med olika priskänslighet (t.ex. mellan marknaderna för konsumtionsmjölk och torrmjölk), eller mellan marknader där det har olika grad av marknadsstyrka (t.ex. mellan sågtimmer- och massavedsmarknaderna).

### 1.3 Kooperativ samverkan och vertikal integration

Vertikal integration kan ske endera uppåt (bakåt) eller nedåt (framåt). Integration uppåt innebär att ett företag bestämmer sig för att *göra* en rå- eller insatsvara, istället för att *köpa* den; integration nedåt innebär att företaget *använder*, eller vidareförädlar, sina egna produkter, istället för att *sälja* dem. När det gäller kooperativ samverkan kan man tala om integration bakåt också då kooperativet gemensamt köper in råvarorna (maskiner, konstgödsel, utsäde m.m.). Detta kallas för inköpskooperativ. På samma sätt sker integration framåt då produkterna säljs gemensamt utan att vidareförädlas (ägg, frukt och grönsaker, sågtimmer och massaved, m.m.). Följaktligen kallas detta för försäljningskooperativ.

Konkurrenslagen ser mer välvilligt på integrerade kooperativ med egen vidareförädling, än på försäljningskooperativ. Ett rent försäljningskooperativ tillåts sätta enhetliga priser om marknadsandelen maximalt uppgår till 25 procent (eller mer, om föreningen balanserar en annan stark aktör på marknaden). En lantbruksförening som däremot vidareförädlar produkterna tillåts inneha en marknadsandel på ända upp till 100 procent. Denna distinktion i lagstiftningen har givetvis sin grund i de faktiska förhållandena: det är omöjligt för ett mejeri att låta priset på den färdiga mjölken bero på mjölkbondens identitet; en massafabrik kan inte ha skilda priser på massa tillverkad av träd från olika skogsägare. Däremot är det på inget sätt uppenbart att skadan av konkurrensbegränsningen skulle bli mindre för att kooperativet är integrerat - snarare kan det vara tvärt om. Den negativa effekten av kooperativets marknadsstyrka uppstår ju genom att det kan prisdiskriminera mellan olika marknader, och denna möjlighet blir inte mindre genom vertikal integration. Tvärt om kan vertikal integration med vidareförädling vara ett medel att åstadkomma prisdiskriminering. Ett mjölkförsäljningskooperativ skulle få svårt att upprätthålla en prisskillnad mellan den råa mjölken som säljs för förädling till konsumtionsmjölk, och den som säljs för förädling till smör och torrmjök.<sup>9</sup> Om däremot förädlingen sker i egen regi blir prisdiskrimineringen mer oproblematiserad. Visserligen kvarstår hotet att ett privat företag som köper direkt från jordbrukarna specialiserar sig på den vara där priselasticiteten är låg, dvs. där kooperativets marginaler är höga, men detta torde ändå vara lättare att motverka. Ytterligare ett skäl talar för att ett försäljningskooperativ kan vara att föredra framför ett producerande kooperativ, nämligen risken för X-ineffektivitet. I ett försäljningskooperativ finns helt enkelt mindre verksamhet som kan uppvisa X-ineffektivitet.

Trots detta, så är det ändå självklart att kooperativ måste tillåtas att vidareförädla sina produkter, för såvitt man inte helt vill förbjuda kooperativ verksamhet. I många fall torde det vara omöjligt för kooperativ att alls

---

<sup>9</sup> I USA uppnås just detta genom ett av staten sanktionerat system för klassificering av mjölk: endast mjölk av klassen "class I" får säljas som konsumtionsmjölk.

bedriva verksamhet, om detta inte får förädla den aktuella jord/skogsbruksprodukten. Om detta inte tilläts skulle man därför äventyra den positiva effekten av kooperativ verksamhet: att eliminera ett eller flera monopolled i förädlingskedjan mellan jordbrukare (skogsbrukare) och konsumenter.

Det kooperativa företagandets akilleshäl är kapitalanskaffningen. Normalt byggs kapitalet upp genom att vinsten hålls kvar - därför kan man inte snabbt öka det egna kapitalet vid stora investeringsbehov. Detta är däremot, genom emissioner, möjligt för aktiebolag. Inom skogsägarrörelsen har man stött på stora problem när man försökt bygga upp en egen massa-industri. Idag är det bara en av skogsägarföreningarna, Södra, som tillverkar massa. Det är symptomatiskt att Södra, i motsats till alla andra stora svenska skogsbolag, inte integrerat vidare till (en ännu mer kapitalkrävande) papperstillverkning. Däremot driver alla skogsägarföreningar sågverk, trots att konkurrensen är mycket intensivare på sågtimmermarknaden än på massavedsmarknaden.

#### 1.4 Federativ samverkan

Som nämnts förbjuder svenska konkurrenslagstiftning, i motsats till EU-rätten, federativ samverkan mellan kooperativ. Detta förefaller vara helt rimlig: i debatten har inte framkommit något väsentligt skäl för varför federativ samverkan skulle bidra till ekonomisk effektivitet. Om federativ samverkan skulle tillåtas föreligger däremot en uppenbar risk att ett nytt monopolled tillkommer: mellan tillverkaren/det federativa kooperativet och konsumenterna. Därmed har den kooperativa samverkan måhända eliminerat ett monopolled (mellan jordbrukare och tillverkare), men skapat ett nytt. Från lantbrukskooperationen framförs ibland synpunkten att kooperativ diskrimineras i förhållande till aktiebolag - om federativ samverkan tilläts skulle vi ha ett klart fall av diskriminering åt andra hållet. Som bekant förbjuder 6 § KL samverkan av den aktuella typen mellan aktiebolag.

#### 1.5 Empiriska erfarenheter

Mycket av den empiriska forskningen kring kooperativ har fokuserats på frågan om kooperativ är mindre, eller möjligen mer, effektiva än andra företag. Så finner t.ex. Porter och Scully (1987) att amerikanska mejerikooperativ är ungefär 25 procent *mindre* effektiva än andra mejerier. Hollas och Stansell (1988) kommer fram till att elproduktion i kooperativt ägda kraftverk är något mindre effektiv än elproduktion i privata kraftverk. Sexton och Iskow (1993) invänder mot Porter och Scullys slutsatser, både med teoretiska argument och med stöd från en översikt av tidigare litteratur. Sammantaget ger den refererade litteraturen inget stöd för hypotesen att kooperativa företag skulle vara mindre effektiva, men inte heller för den att de skulle vara mer effektiva, än andra företag. Det är värt att



påpeka att om kooperativ vore särskilt framgångsrika med att sänka transaktionskostnaderna, så skulle detta rimligen yttra sig i en hög uppmätt effektivitet. Sett i isolering är inte heller frågan om kooperativens relativa effektivitet egentligen särskilt intressant: om kooperativen vore mer effektiva än andra företag, så skulle de med tiden växa sig allt starkare; om kooperativ verksamhet är ineffektiv, så skulle den försvinna.

Däremot kan kooperativ verksamhets relativa effektivitet vara av intresse, om det är så att kooperativ har en särskilt god förmåga att tillskansa sig en monopolställning - generellt eller i vissa branscher. Denna frågeställning har, mig veterligen, inte belysts empiriskt. En teoretisk analys finns dock i Bergman (1997). Där argumenteras för att kooperativ av två skäl har en sådan förmåga. För det första är kooperativ, av de skäl som diskuterades i slutet av avsnitt 2, mer benägna att sätta priser i närheten av de pris som skulle uppstå på en konkurrensmarknad. Därmed blir kooperativ mer "aggressiva", och tenderar, genom lägre priser, att ta marknadsandelar från andra företag. För det andra förhindrar inte konkurrenslagstiftningen kooperativ från att växa, genom att medlemmar ansluter sig. En liknande "fusionsprocess" skulle inte tillåtas mellan vanliga företag. Detta gäller i synnerhet om konkurrenslagstiftningen tillåter federativ samverkan.

En transaktionskostnadsanalys betonar att kooperativ blir framgångsrika i vissa branscher, nämligen när förhållandena är sådana att kooperativ är särskilt väl lämpade att sänka transaktionskostnaderna. Att detta förefaller gälla för förädling av jordbruksprodukter framgår av tabell 1.

**Tabell 1 Kooperativens sammanlagda marknadsandel i procent per land och livsmedelsgrupp, tidigt 1990-tal.<sup>10</sup>**

	Spannmål	Slakt	Mejeri	Frukt och grönsaker	Virke
Danmark	69	93	95	18	n/a
Finland	50-55	68	94	(15)	27
Frankrike	75	60	52	30	n/a
Norge	n/a	76	99	55 resp. 31	70
Tyskland	52	50	75	n/a	n/a
Nederländerna	60	39	84	70	n/a
Sverige	75	76	99	15	25
USA	låg (5)	låg (5)	80	medium (50)	n/a

En fråga med beröring till det ovanstående, som faktiskt har studerats empiriskt, om än i liten utsträckning, är den om hur kooperativ prissätter. Bergman (1997) redovisar resultat från en tvärsnittsstudie, där den beroende variabeln är prisenivån för en viss livsmedelsgrupp i ett visst land, och där förklaringsvariablerna är kooperationens andel och nettoexportandelen för motsvarande livsmedelsgrupp och land. Resultaten tyder på att när kooperationens marknadsandel ökar, så faller priset. De skattade parametrarna kan tolkas så att när ett kooperativ uppnår en 100-procentig marknadsandel blir priset 40 procent lägre än om inget kooperativ finns på marknaden.<sup>11</sup> Lika förvånande visar det sig att priset blir högre, när nettoexportandelen ökar. Exempelvis skulle man förvänta sig att ett land som Nederländerna, som exporterar mycket kött, skulle ha relativt låga inhemska köttpriser, eftersom man rimligen har komparativa fördelar i köttproduktion. I själva verket är de holländska köttpriserna ganska höga. Denna effekt återfinns i de skattade parametrarna, men effekten är inte signifikant. En förklaring kan vara att kooperativen har större möjlighet att

<sup>10</sup> Källor: SOU 1995:117, Sexton (1986), Rogers och Sexton (1994), Ollila (1989) och personsamtal med Lantbrukssamverkets Felleskontor, Oslo, och Finn Coop Pellervo, Helsingfors. Tabellen är hämtad från Bergman (1997) och reviderad. Siffrorna för USA är mina gissningar, baserade på uppgifter om kooperationens andel för ett stort antal enskilda produkter. Uppgiften för frukt och grönsaker i Finland är beräknad som ett genomsnitt av kooperationens marknadsandel för fem *grönsaker*.

<sup>11</sup> Ett 95-procentigt konfidensintervall sträcker sig dock mellan 15 och 55, respektive 5 och 85 procent i två olika modeller.

prisdiskriminera mellan marknader när exporten är stor; utan möjlighet till prisdiskriminering kommer ju ett kooperativ inte att verka prishöjande. Två amerikanska studier ger ytterligare stöd för hypotesen att kooperativ tenderar att sätta låga priser: Wills (1985) finner att detta gäller för livsmedel som säljs under kooperativa varumärken, medan Haller (1993) rapporterar att kooperativa mejerier som sålde keso satte lägre priser än privatägda mejerier, och att deras närvaro på marknaden dessutom hade en allmänt prisdämpande effekt.

## 1.6 Förbud mot enhetlig prissättning

Förbudet mot enhetlig prissättning har redan berörts i avsnitt 3. Uppenbarligen måste kooperativ tillåtas använda enhetliga priser när varorna vidareförädlas; frågan är om och i vilken utsträckning detta ska vara tillåtet när varorna inte förädlas vidare. Syftet med det speciella undantaget i KL synes vara att ge lantbruksföreningarna möjlighet att motverka den monopsonställning som annars lätt skulle kunna uppstå - detta p.g.a. de speciella omständigheter som gäller för de agrara näringarna. Om kooperativ verksamhet eliminerar ett monopson är detta till nytta för jord/skogsbrukarna, liksom för samhället som helhet. Å andra sidan kan ett nytt monopol uppstå, om lantbruksföreningarnas rätt till samverkan inte begränsas. Därför finns en rad begränsningar: mot federativ samverkan, mot stadgar som hindrar medlemmarnas fria rörlighet, och mot prissamverkan för produkter som inte förädlas av föreningen.

Det har ovan argumenterats för att risken för en *skadlig* verkan av kooperativ samverkan snarare är mindre då kooperativet är ett rent försäljningskooperativ, eftersom möjligheterna till prisdiskriminering då är mindre. Samtidigt är *fördelarna* av kooperativ samverkan små, om köparna är många och små - då finns ingen monopsonmakt att eliminera. Om däremot köparna är få och stora, så kan kooperativet fylla en positiv funktion. Undantaget för lantbrukets primärföreningar synes väga dessa två motstridiga effekter mot varandra på ett välbalanserat sätt. Lantbruksföreningarna ges generellt ett större utrymme för ren prissamverkan: upp till 25 procents marknadsandel, jämfört med 10, eller maximalt 15, procent för andra företag. Om föreningarna möter stora köpare med stark eller dominerande ställning får marknadsandelen vara ännu högre (Prop. 1993/94:210, s. 60).

Nackdelen med att inte tillåta prissamverkan är att detta kan driva en lantbruksförening att integrera vertikalt, även i en situation när föreningen egentligen inte har någon speciell kompetens för detta. Exempelvis kan man tänka sig att en skogsägarförening som inte får tillämpa enhetliga priser på sågtimmer kommer att välja att utvidga sin sågverksrörelse, och därigenom sänka sin andel av marknaden för *avsaluvirke*. En sådan utveckling är varken till gagn för de privata sågverken eller för samhället som helhet, eftersom privata sågverk i många fall antagligen är effektivare än skogsägarföreningens sågar, eller i varje fall anpassar sig smidigare till

marknadens krav. Enligt argumentationen ovan uppstår ju den skadliga effekten av ett starkt kooperativ genom att detta kan prisdiskriminera mellan flera marknader, och möjligheterna till detta blir bara större om integrationen drivs längre. En möjlig lösning runt detta dilemma är att beräkna marknadsandelen utifrån den totala försäljningen av massaved och sågtimmer, alltså även inklusive det virke som sågas i den egna industrin. Därmed skulle konkurrenslagen förbjuda prissamverkan på av föreningen oförädlad virke, om marknadsandelen, inklusive egen förädling, överstiger 25 procent, medan inga hinder läggs för vidareförädlingen. En sådan tolkning av KL förefaller rimlig, och är för övrigt i linje med argumentationen i Konkurrensverkets beslut i Södrafallet.

## 1.7 Slutsatser

Ska en lantbruksförening, inklusive dess medlemmar, ses som ett företag ("den ekonomiska enhetens princip")? Eller ska medlemmarna betraktas som självständiga företag, vilka gemensamt äger en förening ("ett dotterbolag"), men där varje enskild medlem inte kan utöva kontroll över föreningen? Om det förre gäller, så bör konkurrensrätten behandla lantbruksföreningar på samma sätt som den behandlar t.ex. aktiebolag; om det senare gäller, så bör undantag beviljas endast när befogat. I Ds 1994:42 (s. 36-42) utreds denna fråga ur juridisk synvinkel. Man finner att den ekonomiska enhetens princip inte kan omfatta förhållandet mellan medlemmar och föreningen, och normalt inte heller den federativa samverkan mellan föreningarna. Ur en ekonomisk synvinkel kan man invända att ett kooperativ i många fall är mer gynnsamt för konkurrensen än ett annat företag i samma ställning och med samma marknadsandelar. Ett rimligare synsätt är dock att utforma lagen så att konkurrensen och samhällsnyttan gynnas i så stor utsträckning som möjligt. Eftersom rätten för lantbruksföreningarna att samverka åstadkommit genom ett undantag från den generella lagstiftningen, så finns inget skäl att göra det mer generöst än vad det behöver vara för att uppfylla sitt goda syfte. Blir legalundantaget allt för generöst öppnar man istället för de negativa effekter som kan följa av kooperativ samverkan. Bland dessa kan nämnas att kooperativ antagligen lättare kan uppnå en dominerande ställning. Även om ett kooperativ har mindre benägenhet att exploatera en monopolställning, så finns det negativa följder av en sådan: ökad X-ineffektivitet och risk för misshandling av knappa resurser genom prisdiskriminering.

Lagstiftningens nuvarande utformning tycks väga dessa effekter mot varandra på ett välbalanserat sätt. Speciellt är det värt att framhålla att KL ger ett utvidgat utrymme för prissamverkan inom lantbruksföreningar när motparten är stark; att utsträcka denna rättighet också till de fall där motparten är svag synes omotiverat.

## 2 En kommentar till Södra- och Sydvedfallen

### 2.1 Bakgrund

I kapitel 1 nämndes att Konkurrensverket ålagt Södra att upphöra med att fastställa priser på sågtimmer och massaved som säljs genom föreningen till tredje man, och att man avslagit Sydveds ansökan om icke-ingripande-besked och om undantag från 6 § KL.

Södra skogsägarna är en ekonomisk förening, som ägs av drygt 30 000 medlemmar. Inom verksamhetsområdet, som omfattar större delen av Götaland, äger medlemmarna 37 procent av skogsmarken. År 1994 tog föreningen emot nästan 6 miljoner kubikmeter ( $m^3$  fub) virke, och omsatte 6.3 miljarder kronor (Konkurrensverket, dnr 443/95). Massa-rörelsen omsatte 3.7 miljarder kronor, och sågverksrörelsen 750 miljoner kronor (Affärsvärlden nr 5, 1996). Året därpå hade omsättningen stigit till 8 miljarder kronor, framför allt beroende på stigande massapriser (Skogen nr 4, 1996). MoDo och AssiDomän omsätter nästan tre gånger så mycket som Södra, SCA och Stora omsätter 7-8 gånger så mycket, medan Munksjö är ungefär lika stort som Södra. En stor del av dessa bolags omsättning ligger dock i utländska dotterbolag.

Ett nyligen avslutat investeringsprogram på 4.5 miljarder kronor har höjt Södras kapacitet att tillverka pappersmassa vid de tre stora anläggningarna Mönsterås, Värö och Mörrum från 1 till 1.3 miljoner ton. Södras andel av massatillverkningen i Sverige ligger kring 10 procent; de fyra stora skogsbolagen står var och en för mellan 15 och 35 procent av den totala tillverkningen. Att omsättningen i dessa bolag är oproportionerligt mycket större beror framför allt på att de har drivit den vertikala integrationen längre, men också på verksamhet utomlands. Södra tillverkar inget papper, medan de stora bolagen använder huvuddelen av sin massaproduktion själva. Därför står Södra för mellan en tredjedel och hälften av tillverkningen av avsalumassa i Sverige.

Sydved bildades 1978 för att gemensamt anskaffa virke till ägarföretagen. Idag ägs Sydved till lika delar av MoDo, Munksjö och Stora. Företaget omsätter cirka 2.5 miljarder kronor, vilket motsvarar köp av 6 miljoner  $m^3$  fub. Inom verksamhetsområdet, som är något större än Södras verksamhetsområde, svarar Sydved för 80 procent av ägarföretagens virkesanskaffning.

## 2.2 Virkesmarknaden i Södras verksamhetsområde

Södra köper drygt hälften av den massaved som avverkas inom det egna verksamhetsområdet, och drygt en tredjedel av sågtimret. Eftersom endast en mindre del av sågtimret förbrukas i de egna sågverken så säljer man det mesta av timret till fristående sågverk, s.k. köpsågverk. Innan utbyggnaden av kapaciteten för produktion av massa hade man dessutom ett litet överskott av massaved, vilket såldes till de stora skogsbolagen, i första hand genom Sydved. (Även fortsättningsvis sker dock en byteshandel, där Södra säljer granmassaved till Sydved och köper tallmassaved.) En för- enklad bild av massaveds- och sågtimmermarknaderna visas i figur 1 och 2. Härvid har Sydveds inköp schablonmässigt räknats om till att mot-svara inköpen inom Södras verksamhetsområde. Det framgår att Södras andel av *inköp* av massaved är ungefär 50 procent, eller 55 procent om skogsbolagens avverkning av egen skog räknas bort. På motsvarande sätt är Sydveds andel i det *primära* ledet, dvs. vid köp direkt från skogsägaren/ utlandet knappt 40 procent, eller 30 procent om den egna avverkningen räknas bort. Därtill kommer att Sydved köper betydande kvantiteter från framför allt sågverken, och, åtminstone tidigare, i viss utsträckning också från Södra. Inklusive det *sekundära* ledet blir marknadsandelen 55 procent. I det aktuella rättsfallet är det Södras marknadsandel vid *försäljning* av virke som är intressant - denna fråga behandlas utförligt i nästa kapitel.

På sågtimmermarknaden köper Södra ungefär 35 procent av den avverkade volymen, och Sydved köper ungefär 15 procent. I figurerna berörs inte det faktum att cirka 40 procent av den sågade volymen blir flis, vilken säljs från sågverken till i första hand Södra och Sydved.

**Figur 1 Schematisk bild av massavedsmarknaden i Södras verksamhetsområde. Procentav total avverkning i området.<sup>12</sup>**

---

<sup>12</sup> Källa: Egna beräkningar utifrån Skogsstatistisk årsbok, Konkurrensverket dnr 443/95 och Konkurrensverket dnr 1231/93. En liknande beskrivning av hela den svenska virkesmarknaden finns i Bergman (1994 a).

Not: Siffrorna i tabellen avser år 1995 och är avrundade uppskattningar. Figurerna är i vissa fall en avsevärd förenkling av det verkliga förhållandet. Till exempel framgår inte sågverkens försäljning av massaved till Södra. Vidare är de sammanjämkade från parternas delvis motstridiga uppgifter, och omräknade till att endast omfatta Södras verksamhetsområde. Enskilda sifferuppgifter kan därför vara något för höga eller något för låga.

**Figur 2 Schematisk bild av sågtimmermarknaden i Södras verksamhetsområde. Procent av total avverkning i området.**

### 2.3 Relevant marknad och marknadsandelar

För lantbruksföreningar är rätten till prissamverkan begränsad vid *försäljning* av varor som inte bearbetas i föreningen, om konkurrensen hindras, begränsas eller snedvrids i väsentlig omfattning. Marknadsandelen tillåts alltså vara högst 25 procent. För andra bolagstyper gäller att prissamverkan varken får ske vid inköp eller försäljning, om konkurrensen hindras, begränsas eller snedvrids märkbart. När de samverkande bolagen är stora (en omsättning över 200 miljoner kronor) innebär detta att all samverkan är förbjuden; för mindre bolag tillåts en marknadsandel på högst 10 procent av marknaden (15 procent för de allra minsta företagen).



Det förefaller rimligt att betrakta sågtimmer och massaved som producerade hos medlemmarna. Visserligen utgör avverkning och transport en icke oväsentlig andel av förädlingsvärdet, mätt vid fabriksgrind, men å andra sidan är detta tjänster som kan utföras av skogsägaren själv, en annan köpare, eller fristående entreprenörer. Att schablonmässigt använda Södras relativt höga andel av förädlingsvärdet som bevis för att sågtimmer och massaved inte produceras hos medlemmarna är ungefär som att hävda att livsmedel produceras hos livsmedelshandlaren.

Det finns ett antal alternativa sätt att definiera marknadsandelar vid försäljning, eftersom en betydande andel av virket köps två gånger, och eftersom de två stora aktörerna på marknaden vidareförädlar i stort sett all massaved, men bara en del av sågtimret. För det första måste man avgränsa den marknad i förhållande till vilken marknadsandelen mäts. En sådan avgränsning har i det här fallet åtminstone tre dimensioner: geografisk, produktmässig och vad gäller typ av transaktion. Det förefaller relativt enkelt att göra en geografisk och produktmässig avgränsning: Södras (Sydveds) verksamhetsområde och massaveds- respektive sågtimmermarknaden. Södras verksamhetsområde har en geografisk utsträckning på cirka 40 mil i nord-sydlig riktning, och 30 mil i ost-västlig riktning; Sydveds verksamhetsområde är något större. Samtidigt transporteras massaved i genomsnitt cirka 10 mil, medan sågtimmer transporteras cirka 6 mil. Vid de genomsnittliga transportsträckorna förädlas virket med 15-20 procent. Huvuddelen av virket fraktas med lastbil. Endast något mer än en tiondel av virket fraktas med järnväg, och då med en medeltransportsträcka på 27 mil. Cirka en tusendel av virket fraktas med inrikes sjöfart. (Konkurrensverket, Dnr 443/95, s. 22 och Skogsstatistisk årsbok.) Virkesflödet mellan de olika landsdelarna är med andra ord mycket litet. Såväl massaindustrin som sågverksindustrin har ju också valt att lokalisera sig nära råvaran, dvs. tämligen jämnt utspritt över hela landet.

När det gäller den produktmässiga avgränsningen är det helt klart att sågtimmer måste anses säljas på en annan marknad än massaved. Massaved kan normalt inte användas för att producera sågade trävaror, även om det finns en liten överlappning mellan den grövsta massaveden och det klenaste sågtimret. Sågtimmer, å andra sidan, kan givetvis rent fysiskt användas för att producera massaved, men prisskillnaden mellan sortimenten - i medeltal 50-125 kronor per m<sup>3</sup> fub (Bergman, 1994 a) - förhindrar att detta görs i någon större utsträckning. Möjligen kan man hävda att massavedsmarknaden inte är en marknad, utan två eller tre marknader: marknaden för granmassaved, marknaden för tallmassaved och kanske också marknaden för lövmassaved. Skälet för detta skulle vara att mekanisk massa och sulfatmassa i huvudsak görs av granmassaved, medan sulfatmassa framför allt tillverkas av tall- och lövmassaved. Mot detta kan invändas att priserna för de två huvudsortimenten, tall och gran, utvecklas nästan identiskt. De större skogsbolagen producerar massa både av gran och av tall, vilket skapar ett starkt samband mellan tall- och granmassamarknaden: skulle priset av någon anledning falla (stiga) på det ena träd-

slaget relativt det andra, så skulle man inom koncernen öka (minska) användning av detta träslag. Slutligen kan man notera att en snävare avgränsning av relevant marknad i detta avseende endast skulle innebära att Södras och Sydveds marknadsandelar blir högre, och alltså skälen att förbjuda prissamverkan starkare.

Med utgångspunkt från typ av transaktion kan man utskilja åtminstone tre sätt att definiera totalmarknad. För det första kan den definieras som allt virke som avverkas (eller förbrukas) i området. För det andra kan den definieras som "avsalumarknaden". I detta fall utgår man från den totala avverknings (eller förbrukningen), men drar därifrån av Södras egen förbrukning av virke från de egna medlemmarna, och Sydveds förbrukning av virke från egna skogar. För det tredje, slutligen, kan marknaden definieras utifrån den slutliga nettoköparens sida. På massavedsmarknaden innebär detta i princip Sydveds förbrukning; på sågtimmermarknaden innebär det köpsågverkens förbrukning.<sup>13</sup>

De tre alternativa definitionerna ovan gäller nämnaren i beräkningen av marknadsandel. Även när det gäller täljaren, dvs. måttet på en aktörs försäljning, finns det alternativa definitioner. Denna kan endera definieras som extern försäljning av virke, eller som summan av extern och intern försäljning. Sammantaget ger detta sex möjligheter, av vilka dock två faller bort.<sup>14</sup> Av tabell 2 och 3 framgår Södras marknadsandel på sågtimmerrespektive massavedsmarknaden, enligt de fyra möjliga alternativen.

**Tabell 2 Södras marknadsandel på sågtimmermarknaden, för olika avgränsningar av marknaden. Siffrorna är hämtade från figur 2.<sup>15</sup>**

	Totalmarknad=		
Södras försäljning=	Allt virke	Avsalumarknaden	Nettoköparens förbrukning
Extern försäljning	$25/100=25\%$	$25/85=29\%$	$25/85=29\%$

<sup>13</sup> Att definiera totalmarknaden som samtliga försäljningar är uppenbart orimligt. Bl. a. skulle detta innebära att en "virkesgrossist" som köpte allt virke och sedan sålde det vidare till slutanvändarna endast skulle få en uppmätt marknadsandel på 50 procent.

<sup>14</sup> De kombinationer som faller bort är när summan av förädlat och oförädlat virke delas med endera avsalumarknadens storlek, eller nettoköparens inköpsvolym. Detta eftersom annars vissa virkesvolymerna skulle anses ingå i aktörens försäljning, men inte i totalmarknaden.

<sup>15</sup> Siffrorna bygger på den förenklade bild av virkesmarknaden som ges i figur 1 och 2. Så uppges t.ex. Södra stå för 25 procent av sågverkens virkesleveranser, inte 29 procent. Det virke som kommer från Sydveds ägares skogar har räknats in i virkesmarknaden.

Extern och intern försäljning	35/100=35%	Ej möjlig	Ej möjlig
-------------------------------	------------	-----------	-----------

**Tabell 3 Södras marknadsandel på massavedsmarknaden, för olika avgränsningar av marknaden. Siffrorna är hämtade från figur 1.**

	Totalmarknad=		
Södras försäljning=	Allt virke	Avsalumarknaden	Nettoköparens förbrukning
Extern försäljning	4/100=4%	4/46=9%	4/55=7%
Extern och intern försäljning	49/100=49%	Ej möjlig	Ej möjlig

Det nedre vänstra alternativet i tabellerna motsvarar vad Konkurrensverket kallar marknadsandel av totalmarknaden (Dnr 443/95, s. 26), medan alternativet i mittenkolumnen motsvarar vad man kallar marknadsandel av avsalumarknaden. De beräknade marknadsandelarna är dock lägre än de Konkurrensverket angivit, främst därför att verket räknat in även medlemmarnas försäljning direkt till tredje man.

Alternativen i den första kolumnen är de enklaste: de ger ett mått på hur stor del av virkesflödet som passerar den egna organisationen och säljs antingen till externa och interna kunder (den undre raden) eller säljs av den egna organisationen till externa kunder (den övre raden). För det förstnämnda av dessa alternativ talar att samverkan om priset sker i det första ledet, vid skogsägarens försäljning av massaved och sågtimmer. Priset är detsamma, oavsett om virket kommer att säljas externt eller internt. Med intern försäljning menas en intern försäljning av obearbetat virke, från inköpsavdelningen till produktionsavdelningen. Med detta synsätt är det naturligt att också inkludera skogsbolagens egna avverkningar. Eftersom syftet med lagen är att förhindra begränsningar och snedvridningar av konkurrensen är detta det mest logiska sättet att definiera marknaden: det har tidigare argumenterats för att möjligheterna till att snedvrida konkurrensen inte minskar om hela eller delar av råvaruvolymen förädlas vidare. För ett företag är det ju inte oväsentligt om dess enda leverantör av en råvara också är en konkurrent på marknaden för den färdiga produkten. Ytterligare ett skäl för att använda detta alternativ är att det är lätt att beräkna. Alternativen i den första kolumnen kan givetvis innebära att summan av alla aktörers marknadsandel överstiger 100 procent, eftersom virket säljs i flera led.

Alternativet i den sista kolumnen bygger på att marknadsandelen ska mäta köparens utsatthet. Antag att en sammanslutning av företag (en "kartell") köper allt virke, och vidareförädlar 90 procent av detta själv. Resterande 10 procent säljs till ett konkurrerande företag. Enligt rad 1, kolumn 1 är kartellens marknadsandel 10 procent; enligt det nedre alternativet i kolumn 1 och enligt den sista kolumnen är den 100 procent.

Det är uppenbart att Sydveds marknadsandel är tillräckligt hög för att påverka på konkurrensen ska vara "märkbar", utom vid extern försäljning av massaved. Detta beror givetvis på att Sydved inte (netto) säljer massaved. Att Sydveds marknadsandelar är alltför höga gäller givetvis i ännu högre grad för inköpen. Södras marknadsandel, med den mest rimliga definitionen, den nedre vänstra, är 50 procent på massavedsmarknaden, och 35 procent på sågtimmermarknaden. I båda fallen överstigs alltså gränsen för "väsentlig" påverkan på konkurrensen. På massavedsmarknaden bör dock detta kunna tolereras, eftersom man endast balanserar en stark motpart. Detta gäller även om Sydved tvingas upphöra med sin verksamhet: MoDo och Stora är var och en för sig flera gånger större än Södra, och Munksjö är ungefär lika stort som Södra. Dessutom ägs Munksjö till cirka 30 procent av ett det irländska skogsbolaget Jefferson Smurfit, vilket i sin tur är ungefär lika stort som AssiDomän. Ytterligare ett skäl för att tolerera prissamverkan på massaved är att de aktuella köparna av massaved i mycket liten utsträckning är beroende av Södras leveranser: enligt tabellen köps endast 7 procent från Södra. Andelen är ännu mindre i förhållande till den totala verksamheten inom MoDo, Munksjö och Stora.

På sågtimmermarknaden ser det annorlunda ut: köparna är många och små, ungefär 150 stycken, varav drygt 100 köper från Södra. Antalet konkurrerande sågverk inom en radie av 10 mil är normalt minst 30 inom Södras verksamhetsområde (SOU 1992:76, underbilaga 3, s 152). Enligt huvudalternativet är Södras marknadsandel 35 procent, men också enligt de andra alternativen är marknadsandelen 25-30 procent (se fotnot 15). Södras dominerande ställning stärks dessutom av att man är en av två dominerande köpare av flis från sågverken. Däremot förefaller det, ur ekonomisk synvinkel, tveksamt att, som Konkurrensverket gör, inkludera medlemmarnas försäljning direkt till externa sågverk i underlaget för Södras marknadsandel.<sup>16</sup> Ur juridisk synvinkel kan man dock finna visst stöd för en sådan tolkning i förarbetena till KL.

---

<sup>16</sup> Likaså är räkneövningen i Södras överklagan (Konkurrensverket, dnr 756/96, s. 15) missvisande och felaktig. Om Södra väljer att köpa massaved motsvarande hela sin förbrukning från andra än sina medlemmar, och istället sälja hela den volym medlemmarna levererat till andra förbrukare, så skulle en virkesvolym motsvarande något mer än hela den nuvarande tillförseln till Södras verksamhetsområde passera genom Södra - dock inte 151 procent. Beroende på hur stor del som därvid skulle importeras måste således även nämnen i beräkningen justeras. Om allt virke som avverkas i och importeras till Södras verksamhetsområde passerar genom Södra, då är det också rimligt att beräkna Södras marknadsandel till 100 procent.

## 2.4 Slutsatser i Södrafallet

I det ovanstående har argumenterats för att Södras marknadsandel på såväl sågtimmermarknaden som på massavedsmarknaden överstiger 25 procent. På sågtimmermarknaden möter man ett stort antal mindre aktörer, på massavedsmarknaden möter man ett fåtal stora företag (som för närvarande samarbetar inom Sydved). Det förefaller också som att de särskilda konkurrensreglerna för lantbruket på ett rimligt sätt väger de positiva och negativa effekterna av kooperativ samverkan mot varandra.

Vad gäller skogsägarföreningar kan man notera att den aktuella råvaran, virket, och marknaden, virkesmarknaden, har sådana egenskaper att nyttan av kooperativ samverkan antagligen är mindre än för de flesta andra lantbruksprodukter. Att växande virke är en extremt hållbar vara, och att det är fullt möjligt för skogsbolag att integrera bakåt, dvs. själv bedriva skogsbruk, talar för att fördelarna med kooperativ samverkan är mindre än på många andra lantbruksmarknader. Systemet med garanti priser och efter- och tilläggslikvider gör det lättare för föreningarna att begränsa utbudet. Föreningarna kan också utöva prisdiskriminering mellan sågtimmer- och massavedsmarknaderna, liksom mellan marknaden för sågtimmer och marknaden för sågade trävaror.

Slutsatsen är trots detta att Södra bör få fortsätta prissamverka vad gäller massaved, men inte vad gäller sågtimmer, såvida en sådan uppdelning är praktiskt möjlig att genomföra. Om så inte bedöms vara fallet bör fördelarna med prissamverkan på massaved vägas mot nackdelarna med prissamverkan på sågtimmer; antagligen väger de senare tyngre.

En tänkbar modell för sågtimmermarknaden är följande. Varje sågverk inom området anger ett bruttointköpspris, som gäller för virke fritt levererat till det egna sågverket, i en offentlig prislista. Skogsägarföreningen förmedlar affären och erhåller en fast kommission från medlemmen, enligt en likaledes offentlig kommissionstariff. Skogsägaren erhåller sågverkets bruttopris, minus skogsägarföreningens kommission och transport- och (eventuell) avverkningskostnad. Virket säljs till det sågverk som anger det, med avdrag för transportkostnaden, högsta inköpspriset. En snarlik modell prövas för närvarande av sågverksföreningen SÅGAB, med verksamhet i Norr- och Västerbotten, samt Örnsköldsvik.

En möjlig risk med modellen är att Södra använder det förhållande att sågverken är beroende av att sälja flis till att tvinga sågverken att sätta ett orimligt högt bruttointköpspris. Å andra sidan motsvarar flisförsäljningen inte mer än 8-9 procent av sågverkens saluvärde, medan virkeskostnaderna motsvarar 60 procent av saluvärdet (Bergman, 1994 a). Dessutom finns en potentiell och, i växande utsträckning, reell konkurrens från biobränslesektorn. För närvarande betingar bränsleflis uppskattningsvis två tredjedelar av priset för flis till massaindustrin. Därtill kommer att ett bruttoprissystem skulle öka genomskinligheten i virkesmarknaden.

## 2.5 Slutsatser i Sydvedfallet

Sydved kan inte på någon av marknaderna anses ha en andel som är mindre än 10 procent, varför icke-ingripandebesked (20 § KL) inte kan komma ifråga. Alternativt yrkar Sydved på undantag enligt 8 § KL, med huvudsakligt argument att samarbetet inom Sydved medför att avverkning, transport och inköpsadministration årligen förbilligas med 200 miljoner kronor. Detta förefaller vara en orimligt stor besparing: räknat på hela Sydveds anskaffning (6 miljoner m<sup>3</sup> fub) innebär det 33 kronor per kubikmeter; räknat per kubikmeter virke som faktiskt använts (4 miljoner m<sup>3</sup> fub) innebär det 50 kronor. Detta kan jämföras med storskogsbrukets genomsnittliga avverkningskostnad i Götaland: 110 kronor per m<sup>3</sup> fub, genomsnittlig transportkostnad: 50 kronor per m<sup>3</sup> fub, och Södras typiska köparprovision (ersättning för inköpsadministration): 20-25 kronor per m<sup>3</sup> fub.<sup>17</sup> Totalt knappt 200 kronor per kubikmeter. Denna totalkostnad bör dessutom reduceras, eftersom Sydved köper en del av sitt virke som leveransvirke, där skogsägaren ju står för avverkningskostnaden. Samarbetet inom Sydved skulle alltså sänka ägarföretagens avverknings-, transport- och inköpskostnader med mer än 25 procent. Även sett som andel av den totala anskaffningskostnaden för virke är den uppgivna kostnadsreduktionen mycket stor: 1994 låg industrins anskaffningskostnad för massaved av tall, gran och björk i intervallet 330-360 kronor. Sydveds anskaffningskostnad skulle med andra ord vara en sjundedel lägre än för andra stora bolag som inte samarbetar i inköpsbolag. Detta är uppenbart orimligt, och går för övrigt att kontrollera genom att begära uppgifter från SCB om olika företags anskaffningskostnader. Man kan för övrigt notera att massa- och pappersindustrin i norra Sverige frivilligt upphörde med det samarbete som tidigare bedrevs inom inköpskartellen Nordsveriges virkesköpare.

Rimligen är den sanna inbesparingen av Sydveds verksamhet marginell eller obefintlig: mycket av den transportoptimering etc. som görs inom Sydved skulle komma till stånd också mellan självständiga bolag. Där emot är risken för försämrad konkurrens på marknaden mycket uppenbar, varför det inte finns något som helst skäl för att bevilja Sydved undantag.

---

<sup>17</sup> Källor: Skogsstatistisk årsbok 1996, s. 244, Konkurrensverket, dnr 443/95, s. 13 och s. 22.

## Referenser

Affärsvärlden nr 5, 1996.

Azelius, R. Och P. Remnelid (1996) The Swedish Competition Rules for the Agricultural Sector, *European Competition Law Review*, 17, 318-321.

Bergman, M. (1994 a) *Konkurrensen på den svenska virkesmarknaden och den nya konkurrenslagen*, Arbetsrapport 187, SLU, Inst för skogsekonomi.

Bergman, M. (1994 b) Producentkooperativ och marknadsmakt, *Ekonomisk Debatt* nr 7, 1994.

Bergman, M. (1997) Antitrust, marketing cooperatives and market power, kommande i *European Journal of Law and Economics*.

Bolin, O. (1995) Vad kan spelteorin lära oss om kooperativ? Bilaga 4 till SOU 1995:117.

Ds 1994:42 *Konkurrensrättens tillämpning på ekonomiska föreningar - några principiella frågeställningar*. Näringsdepartementet, Stockholm.

Fölster, S. (1995) Betydelsen av koncentration och inträdeshinder för konkurrensen inom livsmedelssektorn. Bilaga 5 till SOU 1995:117.

Haller, L.E. (1993) Branded Product Marketing Strategies in the Cottage Cheese Market: Cooperatives Versus Proprietary Firms, i R.W. Cotterill (red.) *Comparative Strategy Analysis in the Food System*, Westview Press, Boulder, Co.

Hollas, D.R. och S.R. Stansell (1988) An Examination of the Effect of Ownership Form on Price Efficiency: Proprietary, Cooperative and Municipal Electric Utilities, *Southern Economic Journal*, 55, 336-359.

*Jordbruksstatistisk årsbok* (1996) SCB, Örebro.

Konkurrensverket (1996) Beslut 1996-06-25, dnr 443/95. Stockholm.

Konkurrensverket (1996) Beslut 1996-06-25, dnr 1231/93. Stockholm.

Konkurrensverket (1996) Överklagan 1996-07-16, dnr 756/96. Stockholm.

Konkurrensverket (1996) Överklagan 1996-07-17, dnr 765/96. Stockholm.

Ollila, P. (1989) Coordination of Supply and Demand in the Dairy Marketing System - with Special Emphasis on the Potential Role of Farmer

Cooperatives as Coordinating Institutions, *Journal of Agricultural Science in Finland*, 61, 135-321.

Porter, P.K. och G.W. Scully (1987) Economic Efficiency in Cooperatives, *Journal of Law and Economics*, 30, 489-512.

Regeringens proposition 1993/94:210 *Särskilda konkurrensregler för lantbruket*. Riksdagen, Stockholm.

Rogers, R.T. och R.J. Sexton (1994) Assessing the Importance of Oligopsony Power in Agricultural Markets, *American Journal of Agricultural Economics*, 76, 1143-1150.

Sexton, R.J. (1986) Cooperatives and the Forces Shaping Agricultural Marketing, *American Journal of Agricultural Economics*, 19, 1167-1172.

Sexton, R.J. (1995) Analysis and Evaluation of Competition Policies Affecting Agricultural Cooperatives. Bilaga 3 till SOU 1995:117.

Sexton, R.J. och J. Iskow (1993) What Do We Know About the Economic Efficiency of Cooperatives: An Evaluative Survey, *Journal of Agricultural Cooperatives*, 8, 15-27.

Skogen, nr 4 1996.

*Skogsstatistisk årsbok* (1996) Skogsstyrelsen, Jönköping.

SOS Industrin 1995, SCB, Örebro.

SOU 1992:76 *Skogspolitik inför 2000-talet*. Betänkande av 1990 års skogspolitiska kommitté. Stockholm.

SOU 1995:117 *Jordbruk och konkurrens - jordbrukets ställning i svensk och europeisk konkurrensrätt*. Jordbruksdepartementet, Stockholm.

Wahl, N (1995) Rättsutlåtande rörande EG-rättens inverkan på den svenska konkurrenslagens tillämplighet inom jordbruksområdet. Bilaga 2 till SOU 1995:117.

Wills, R.L. (1995) Evaluating Price Enhancement by Processing Cooperatives, *American Journal of Agricultural Economics*, 67, 183-192.