

Konkurrensen på bankmarknaden
– betalningsförmedling och villkor
för nya aktörer

Konkurrensverkets rapportserie 1999:2

Konkurrensverket maj 1999

ISSN 1401-8438

AWJ Kunskapsföretaget AB, Nyköping, 1999

Utredningen har genomförts av Mats Bergman (projektledare), Monica Forsberg-Florby, Niklas Kåvius, Rickard Sandin och Åsa Holmgren, i samverkan med Gabriela Guibourg, Riksbanken. För den slutliga redigeringen har Kerstin Lång ansvarat.

Förord

En effektiv banknäring är av central betydelse för samhället. Bankernas kredit- och betalningsförmedlingsfunktioner brukar beskrivas som smörjolan som gör att resten av ekonomin kan fungera. Utvecklingen inom branschen går fort, i synnerhet efter avregleringarna under 1970- och 1980-talen och i och med 1990-talets ökade internationalisering.

Inom många segment av bankmarknaden är konkurrensen synbarligen intensiv, med många nya aktörer, dramatiska förändringar av företagets marknadsandelar och en snabb utveckling av nya produkter och affärsmetoder. Inom andra segment går förändringarna långsammare och de etablerade aktörerna har kunnat bevara eller stärka sin ställning. Detta gäller inte minst för bankverksamhet riktad mot privatpersoner och mindre företag, s.k. retail banking. Förhållandet mellan de nya "nischbanker" som försökt etablera sig på denna marknad och deras främsta konkurrenter, de stora affärsbankerna, har inte alltid varit det bästa.

Mot denna bakgrund och med anledning av Konkurrensverkets många ärenden med anknytning till banksektorn har verket funnit det angeläget att göra en utredning om konkurrensen på bankmarknaden. Det har varit av särskilt intresse att belysa frågan om villkoren för tillgång till den infrastruktur som betalningssystemet utgör. Ett annat motiv för utredningen är Konkurrensverkets uppgift att bevaka utvecklingen på avreglerade marknader.

Det bör understrykas att den analys och de bedömningar som görs i utredningen baseras på ekonomiska överväganden och ekonomisk teori. Utredningen är alltså inte ett direkt utflöde av Konkurrensverkets främsta uppgift, att tillämpa konkurrenslagen.

Under utredningsarbetet har en dialog förts med Finansinspektionen och Riksbanken, vilket på ett värdefullt sätt bidragit till analysen. Ett kapitel har också skrivits i samverkan med Riksbanken. För den slutliga utformningen och slutsatserna svarar dock Konkurrensverket ensamt.

Beskrivningen av marknaden för ”retail banking” och framför allt betalningssystemet bör kunna vara av intresse för dem som följer denna marknad, och analysen kan förhoppningsvis bidra till den fortsatta debatten om villkoren för nya aktörer på denna del av bankmarknaden.

Stockholm i maj 1999

Mats Bergman

Innehållsförteckning

1	Sammanfattning	9
2	Bankmarknaden	17
2.1	Introduktion	17
2.2	Bankernas funktioner och betydelse för samhällsekonomin	18
2.3	Affärsområden och marknadsförutsättningar	22
2.4	Avreglering av bankmarknaden	27
2.5	Förvärv och nyetableringar	29
2.6	Bankernas omsättning och lönsamhet	32
2.7	In- och utträdes hinder	36
2.8	Utvecklingstendenser	39
3	Betalningsförmedling	43
3.1	Kontantuttag	52
3.1.1	Tjänsten kontantuttag	52
3.1.2	Marknadsbeskrivning uttagsautomater	56
3.1.3	Kostnadsstruktur för uttagsautomater och växlar	59
3.1.4	Prissättning av uttags- och växeltjänster	59
3.2	Kortbetalningar	61
3.2.1	Tjänsten kortbetalning	61
3.2.2	Marknadsbeskrivning kontokort	65
3.2.3	Kostnader för kontokortstjänster	70
3.2.4	Prissättning av kontokortstjänster	71
3.3	Girojänster	74
3.3.1	Tjänsten girobetalningar	74
3.3.2	Marknadsbeskrivning girofunktioner	80
3.3.3	Kostnader	88
3.3.4	Prissättning	89
3.4	Vissa system	91
3.4.1	Dataclearing	91
3.4.2	CEKAB	92
3.4.3	RIX	92

3.5	Framtida betalningssystem	94
3.5.1	Telefon- och Internetbanker	94
3.5.2	E-pengar	95
3.5.3	Smarta kort	96
3.5.4	Säkra betalningar över Internet	96
4	Teoretiska utgångspunkter	99
4.1	Monopol och samarbeten (vertikala och horisontella)	99
4.2	Oligopol och fullständig konkurrens	101
4.3	Joint ventures och licensering	101
4.3.1	Joint ventures	101
4.3.2	Licensering	102
4.4	Externa effekter	103
4.5	Nätverksexternaliteter	104
4.6	Skalfördelar i produktionen	105
4.6.1	Economies of scale	105
4.6.2	Skalfördelar och inträdeshinder	106
4.7	Prisdifferentiering och prisdiskriminering	106
5	Ekonomisk analys av nätverk (i samverkan med Gabriela Guibourg, Riksbanken)	109
5.1	Nätverksexternaliteter (skalfördelar i efterfrågan)	109
5.2	Skalfördelar i produktionen	112
5.3	Marknadsstruktur	113
5.4	Konkurrensaspekter	114
5.4.1	Konkurrensbegränsning och marknadsdominans	118
5.4.2	Samhällsekonomiska vinster av samarbete i nätverk	119
5.5	Prissättning i nätverkssystem	120
5.5.1	Prissättning i betalningssystem	121
5.5.2	Prissättning och effektivitet	123
6	Flaskhalsmonopol, exklusivitet och konkurrens	127
6.1	Exklusivitet	127
6.2	Investeringsincitament	129
6.3	Nödvändiga faciliteter och flaskhalsmonopol	130

6.4	Marknadsutestängning	132
6.5	Tillämpning av doktrinen	133
6.6	Diskriminerande priser vid tillträde till nödvändiga faciliteter	136
6.7	Betalningssystem och nödvändiga faciliteter	137
7	Tillträdeskrav på den svenska bankmarknaden	141
7.1	Samarbete, konkurrens och exklusivitet	143
7.2	Nätverk	145
7.3	Konkurrens och incitament. Nödvändiga faciliteter	146
7.4	Kostnader	149
7.5	Prissättning	153
7.6	Sammanfattande bedömning	157
8	Käll- och litteraturförteckning	165
9	Appendix: CRS	175

1 Sammanfattning

Kapitel 2

Sedan bankmarknaden stegvis avreglerades under andra halvan av 1980-talet har ett antal nya aktörer kommit in på marknaden, dels filialer till utländska banker, dels s.k. nischbanker. Dessa nya aktörer har valt att inrikta sig på delvis olika segment av bankmarknaden. De nischbanker som ägs av försäkringsbolag har valt att bedriva en sådan bankverksamhet som, tillsammans med den tidigare verksamheten inom försäkringsbolaget, direkt konkurrerar med den del av de etablerade bankernas verksamhet som är inriktad på hushåll och små och medelstora företag, s.k. retail banking. För en sådan verksamhet är tillgång till betalningssystem, som giro- och kortfunktioner och nätverk av uttagsautomater, av central betydelse. Mot denna bakgrund har det uppstått konflikter mellan de etablerade bankerna och nischbankerna, där de förra hävdar sin rätt till system som de har byggt upp och där de senare anser sig diskriminerade, genom att förvägras att på skäliga villkor få tillgång till gemensamma system.

Parallellt med avregleringen har en koncentration skett inom branschen, där i princip alla medelstora banker köpts upp eller slagits samman, så att numera fyra stora banker –FöreningsSparbanken¹, MeritaNordbanken, Skandinaviska Enskilda Banken (SEB) och Svenska Handelsbanken – tillsammans dominerar marknaden. Dessa har tillsammans 80–85 procent av inlåning och balansomslutning.

Tillgång till betalningssystem är vital för en bank som vill konkurrera på transaktionskontomarknaden (lönekonto- och företagskontomarknaden). Detta är en marknad som kan uppskattas omsätta 3–6 miljarder kronor på privatsidan och ett betydande belopp även på företagssidan. Den främsta betydelsen av denna marknad, ur bankernas synvinkel, är dock att den fungerar som en effektiv kanal för att sälja ett antal värdemässigt än mer betydande produkter, t.ex. bolån och fond- och pensionssparande. Dessa marknader ligger alla inom affärsområdet retail banking, eller bankernas detaljströrelse, vilken i sin tur är universalbankernas

¹ Inbegriper även de fristående sparbankerna.

viktigaste affärsområde vad gäller omsättning och vinst. Totalt kan denna marknad beräknas omsätta 45–50 miljarder kronor och generera vinster på cirka 18 miljarder kronor. Bankernas lönsamhet har historiskt varit mycket hög. Efter de stora förlusterna under bankkrisen i början av 1990-talet finns tecken på att lönsamheten åter stabiliserats på en hög nivå. Det finns indikationer på att inträdeshindren är relativt betydande inom retail banking – t.ex. de höga vinstnivåerna. Mot denna bakgrund är det angeläget att villkoren för tillgång till betalningssystemet ger de bästa förutsättningarna för god konkurrens och incitament till effektivitetshöjning på lång sikt.

Kapitel 3

För att effektivt konkurrera på transaktionskontomarknaden krävs tillgång till funktioner för kontantuttag, girering och kortanvändning (privatpersoner) respektive funktioner för girering (företag). Företagen efterfrågar normalt mer avancerade girofunktioner än privatpersoner. Banker som försöker konkurrera utan dessa funktioner blir endera hänvisade till vissa nischer eller tvingas hålla väsentligt lägre priser än konkurrenterna. I och med att antalet transaktioner är stort blir också en relativt liten kostnadsnackdel per transaktion ett betydande hinder i konkurrensen.

Även om kontantuttag kan göras på bankkontor, sker det stora flertalet uttag i uttagsautomater (s.k. ATM, Automated Teller Machines). Så gott som samtliga uttagsautomater i Sverige har endera haft beteckningen Bankomat eller Minuten. Det förra är ett varumärke som ägs av Bankomatcentralen, BMC, vilken i sin tur ägs av de största etablerade bankerna, med undantag för FöreningsSparbanken. Minuten är ett gemensamt varumärke för FöreningsSparbanken och de kvarvarande egentliga sparbankerna. Varumärket Minuten är dock under avveckling. Det finns cirka 2 400 automater, ungefär lika många av vardera slaget, vilket ungefär motsvarar det totala antalet bankkontor i Sverige. Sedan 1995 har Minuten- och Bankomatsystemen successivt gjorts allt mer kompatibla, så att allt fler kort kan användas i samtliga automater. För att ett kort skall vara användbart i andra automater än de som ägs av kortutgivande bank krävs bilaterala avtal mellan bankerna, avtal som också reglerar prissättningen för denna tjänst mellan bankerna. Alternativt kan en bank få tillgång till uttags-tjänster genom att ansluta sig till ett internationellt kortsystem, t.ex. VISA, och betala de inom VISA framförhandlade s.k. fall-back avgifterna. Dessa ligger på en högre nivå än den bankerna

normalt avtalar med varandra. Utöver tillgång till automater krävs tillgång till en s.k. uttagsväxel, i princip ett data- och kommunikationssystem som överför information mellan automaterna och bankernas kontosystem. Växeln kan ägas av en enskild bank eller gemensamt av flera banker.

Kortbetalningar företer många likheter med kontantuttag i automat. Skillnaden är att den kortläsande terminalen inte lämnar ut kontanter utan i stället registrerar ett belopp för kreditering på näringsidkarens konto. Liksom i ATM-fallet måste en växel hantera kommunikationen mellan terminalen, kortutgivande bank och kortinlösande bank. Transaktionen involverar (upp till) fyra parter: en kortinnehavare, dennes bank, en kortmottagande näringsidkare och slutligen dennes bank.

Överföringar mellan konton kan ske genom girering. I Sverige finns två system för girering, Postgiro och Bankgiro. Det senare ägs gemensamt av bankerna och innebär att betalningar kan ske direkt mellan konton i olika banker. Inom Postgirot kan däremot betalningar bara ske mellan konton inom systemet. I princip förutsätts alltså att såväl betalningsavsändare som betalningsmottagare har konto i Postgirot. I praktiken finns vissa möjligheter till betalningar mellan kontoinnehavare i de båda systemen, i första hand från en avsändare som är kund i en bank som är ansluten till Bankgirot till en mottagare som är kund hos Postgirot. Liksom betalningar med kort innefattar en transaktion genom Bankgirot ofta fyra parter: en avsändare, avsändarens bank, mottagarens bank och en mottagare.

Samtliga system beskrivna ovan är system som ur användarnas synvinkel medför att en (ut)betalning sker, från avsändarens (kortinnehavarens) konto till mottagarens konto eller i form av en kontant utbetalning i en ATM. I och med dessa transaktioner uppstår emellertid fordringar och skulder mellan kontoförande banker. I stor utsträckning kan dessa kvittas mellan bankerna, men de nettoställningar som uppstår kan inte regleras inom de ovan beskrivna systemen. För detta används Riksbankens system RIX.

Kapitel 4

I detta kapitel ges en kortfattad teoretisk beskrivning av ett antal centrala begrepp. Bl.a. behandlas begreppen monopol, joint ventures (gemensamma företag) och licensavgifter, externa effekter, nätverks- och skalfördelar och slutligen prisdifferentiering, pris-

diskriminering och rabatter.

Kapitel 5

Inom vissa branscher har en individs konsumtion en positiv verkan på andra konsumenter, en s.k. positiv extern effekt. Ett speciellt sorts positiv extern effekt är s.k. nätverkseffekter. Värdet av att utnyttja ett nätverk ökar när nätverket växer i storlek. Detta kan ses som en "stordriftsfördel i konsumtionen". Den sammanlagda nyttan för de individuella deltagarna är större när de är anslutna till ett litet antal stora nätverk (möjligen bara ett nätverk) än när de är anslutna till ett större antal mindre nätverk. Nätverkseffekten kan vara direkt. Detta gäller för t.ex. telefon- och faxabonnemang och för girosystem, där deltagarnas individuella nytta direkt beror på nätverkets storlek. Nätverkseffekten kan också vara indirekt. Detta gäller för t.ex. flyg- och datormarknaden och för system av uttagsautomater. Nyttöökningen uppstår här indirekt, genom att ett större antal flygresenärer ökar antalet avgångstider, genom att utbudet av mjukvara blir större när användarna av hårdvaran blir fler, respektive genom att ett större antal innehavare av uttagskort ökar antalet uttagsautomater.

Två eller flera företag kan slå samman sina nätverk, för att därigenom kunna tillhandahålla sina kunder tillgång till ett större nätverk. Genom att "nätverkseffekten" ökar stiger kundernas värdering och företagen kan potentiellt öka sina intäkter. Därtill kan kostnaderna ofta minskas genom att skalfördelar realiserar. Båda dessa effekter är positiva för såväl konsumenter som företag. För företagen finns dock en motverkande, negativ "konkurrenseffekt". När fler företag konkurrerar om att tillhandahålla i princip samma tjänst tenderar priser och vinster att pressas ned. Ekonomisk forskning har visat att när företag med jämnstora kundbaser slår samman sina nätverk kan nätverkseffekten ofta dominera. Om däremot ett litet företag vill ansluta sig till ett stort nätverk tenderar konkurrenseffekten att väga tyngst. Dessa mekanismer kan leda till en situation där stora företag gemensamt bildar ett nätverk, men utestänger mindre konkurrenter, samtidigt som samhällsnyttan skulle gynnas av att också den senare gruppen fick tillgång till nätverket.

Kapitel 6

Äganderätt och immaterialrätt låter normalt företag eller enskilda personer exklusivt förfoga över tillgångar. Detta skapar långsiktigt

goda incitament till investeringar och utvecklingsverksamhet, även om en situation med hårdare konkurrens på kort sikt skulle kunna uppstå genom att exklusiviteten begränsas. En alltför långtgående exklusivitet över unika tillgångar kan dock skapa också långsiktiga incitamentsproblem. Mot denna bakgrund kan tidsbegränsad patenträtt ses. Vad gäller fysiska tillgångar av främst infrastrukturell karaktär, liksom i någon mån immateriella tillgångar, finns en möjlighet för konkurrensvårdande myndigheter att begränsa ett företags exklusivitet. Sådana tillgångar brukar benämnas ”nödvändiga faciliteter”².

En sådan nödvändig facilitet är en funktion eller en infrastruktur, som det är nödvändigt att ha tillgång till för att ett företag skall kunna konkurrera på en angränsande marknad. Som exempel på nödvändiga faciliteter brukar anföras hamnar, kraft- och telenät, flygplatser och vissa mycket stora datasystem, t.ex. för bokning av flygbiljetter. Motsvarande angränsande marknader är då färjetrafik, kraftgenerering och -försäljning, teletrafik respektive flygtrafik. Den nödvändiga faciliteten utgör en ”flaskhals” eller trång sektor som i sig begränsar konkurrensen.

Eftersom kontroll över en nödvändig facilitet är avgörande för konkurrenssituationen på den angränsande marknaden motiverar detta att konkurrenslagstiftningen tillämpas särskilt strikt. Å andra sidan måste denna strikta tillämpning användas sparsamt, för att inte riskera att skada den normala incitamentsstrukturen som bygger på att den som gör en investering också skördar frukterna av denna.

Betalningssystem och andra nätverk företer stora likheter med den typ av naturliga monopol som traditionellt ansetts kunna vara nödvändiga faciliteter. Av olika skäl kan frågan om tillgång till betalningssystemen inte ses som en ren avvägning mellan kortsiktig konkurrensmaximering och långsiktiga investeringsincitament. Tvärtom kan en alltför långtgående exklusivitet leda till att incitamenten till utvecklingen hämmas.

Kapitel 7

Bankerna samarbetar i två sammanhängande avseenden. Dels sker ett samarbete om *utförandet* av ett antal tjänster, framför allt över-

² En alternativ och språkligt möjligen mer korrekt benämning är ”oumbärliga resurser”. I denna utredning används dock uttrycket nödvändiga faciliteter.

föring och processande av information i stora datasystem. Ett sådant samarbete kan vara effektivitetsbefrämjande om det finns stordriftsfördelar i *produktionen*. Dessa ger lägre kostnader, vilket kan få genomslag i lägre priser. Vissa omständigheter talar för att det finns betydande stordriftsfördelar vad gäller produktionen inom betalningssystemen, men att dessa klingar av vid en verksamhetsskala som är väsentligt mindre än motsvarande hela den svenska marknaden. Det sker också ett visst samarbete om kompatibilitet mellan konton, kort och automater. Den senare aspekten är en förutsättning för att positiva nätverkseffekter skall uppstå, dvs. för att realisera stordriftsfördelar i *konsumtionen*.

De samarbeten som förekommer på marknaden för betalningssystem är i viss mening exklusiva, eftersom nyttillträdande aktörer erbjuds mindre förmånliga villkor än etablerade aktörer. Att samarbetena upphör är inte önskvärt; däremot förefaller det önskvärt att minska graden av exklusivitet i de gemensamma systemen. En potentiell risk är att detta förmår systemens ägare att upphöra med samarbetet. En annan potentiell risk är att minskad exklusivitet minskar incitamenten till utveckling och investeringar.

Att mindre, nyetablerade banker bereds tillträde till gemensamma system bedöms inte innebära några nämnvärda nackdelar ur ett incitamentsperspektiv. Det faktum att systemen byggts upp gemensamt stärker ett sådant antagande. En tilltagande uppsplittning av befintliga system skulle kunna ske vad gäller *produktionen*, men detta bör inte medföra några betydande kostnadsnackdelar för de större bankerna. Tvärt om kan detta ge ökade incitament till förbättring av produktionsmetoderna. Däremot bedöms en uppsplittning också vad gäller *kompatibilitet* som osannolik.

För att tillträde för mindre aktörer skall vara meningsfullt krävs att prissättningen är icke-diskriminerande. Detta gäller i synnerhet för gemensamma system. Vad beträffar system med enskilt ägda komponenter (uttagsautomater) kan detta vara en lösning, men det finns andra alternativ. En marknadskonform lösning vore att bankerna sluter fullständigt reciproka avtal om tillgång till uttagsautomater. Detta skulle ge de mindre bankerna likvärdiga möjligheter att få nya automater lönsamma, genom att det potentiella kundunderlaget skulle omfatta också de större bankernas kunder. Därmed skulle nischbankerna kunna sätta upp egna uttagsautomater i större skala och på så sätt bidra till systemets uppbyggnad. Med en sådan lösning skulle troligen bankerna själva kunna finna en rimlig prisnivå för tillgång till varandras automater.

Den analys som presenterats i denna utredning leder till slutsatsen att för att åstadkomma en effektiv konkurrens på bankmarknaden så kan i vissa fall krävas att företag som gemensamt äger och/eller driver betalningssystem ger konkurrerande företag tillträde på icke-diskriminerande villkor. För system med enskilt ägda komponenter kan troligen en tillfredsställande situation uppstå enbart genom att större banker ingår fullt reciproka avtal med mindre banker, enligt avsnitt 7.5.

Dessa slutsatser bör ses i ljuset av att fyra stora banker kontrollerar tillgång till och prissättning av stora delar av det svenska betalningssystemet. Utan tillgång till detta system är det för nyetablerade banker svårt eller omöjligt att konkurrera inom området ”retail banking”, dvs. bankverksamhet riktad mot privatpersoner och mindre företag. Frågan om tillgång till betalningssystemet kan inte analyseras separat för en liten del av betalningssystemet, utan bör ses i ett större sammanhang. På en oligopolistisk marknad, som den svenska bankmarknaden, kan hinder mot inträde leda till en långsammare produktutveckling och en mindre kraftfull kostnadspress. Detta skulle missgynna konsumenterna, men kan även innebära nackdelar för den svenska banknäringen i ett internationellt perspektiv.

2 Bankmarknaden

”Det kommer inte att finnas fyra storbanker om tio år.”, Claes Dahlbäck, VD Investor, Di 4/2 1999.

2.1 Introduktion

Bankerna har en central roll för samhällsekonomin funktionssätt. De tjänster bankerna tillhandahåller underlättar utbytet av varor och tjänster mellan producenter och konsumenter, vilket leder till högre välbefinnande för medborgarna. Detta kan ses som ett bakomliggande skäl till att bankernas verksamhet är föremål för en omfattande lagstiftning och övervakning från myndigheternas sida. Ett annat, mer uttalat skäl är att bankverksamhet uppfattas som mer sårbar och känslig för chocker än många andra näringar, vilket i sin tur bland annat beror på att bankerna direkt samverkar med varandra i mycket större utsträckning än vad konkurrenter gör i andra branscher. Om en större bank fallerar kan detta omedelbart medföra mycket stora konsekvenser för övriga banker. Ett tredje skäl är konsumentskyddsintresset.³

Historiskt sett har bankernas verksamhet i Sverige varit mycket strängt reglerad, inte bara i syfte att garantera banksystemets stabilitet, utan också för att styra bankernas in- och utlåning, räntesättning m.m. i en ”önskvärd” riktning. Under det senaste dryga decenniet har emellertid en omsvängning skett, så att regleringen nu är inriktad på att garantera säkerhet – dels systemsäkerhet, dels individuell säkerhet för insättarna. Däremot har prissättning (räntesättning), fördelning av lån och liknande överlåtits till marknaden.

Avregleringen har också inneburit att ett antal nya aktörer har fått tillträde till marknaden, vilket uppenbarligen har bidragit till den snabba utvecklingen av nya produkter, liksom till en kostnadspress. Såsom ofta är fallet har dock förhållandet mellan nya och redan etablerade aktörer inte alltid varit helt friktionsfritt. De s.k. nischbankerna har hävdats att de etablerade bankerna orättfärdigt utestängt dem från, framför allt, de gemensamma betalnings-

³ Bankerna förfogar direkt över tillgångar som ägs av kunderna, vilket gör kunderna särskilt sårbara.

systemen.⁴ Detta uppges ha skett genom att nischbankerna nekats tillgång till gemensamma system eller endast erhållit tillgång till dessa till oskäligen priser eller på villkor som i övrigt är sämre än de som gäller för de stora bankerna.

Konkurrensverket har till uppgift att främja en effektiv konkurrens, för att därigenom tillförsäkra konsumenterna god service till skäliga kostnader. Konkret sker detta genom att verket tillämpar konkurrenslagen, men också genom att verket lämnar förslag till regeländringar för ökad konkurrens och effektivitet och genom att sprida kunskap om konkurrensförhållanden. En särskild uppgift för verket är att bevaka utvecklingen på avreglerade marknader.

Verket har haft att ta ställning till ett antal ärenden som gäller just betalningssystem och förhållandet mellan nya och etablerade aktörer. Bankmarknaden är också i osedvanligt hög utsträckning beroende av ett antal system som intimt länkar samman marknadens aktörer. Mot bakgrund av detta, och mot bakgrund av de uppgifter verket har att fullgöra, har det framstått som angeläget för Konkurrensverket att genomföra en övergripande översyn och analys av betalningsmarknaden från konkurrenssynpunkt.

Även Finansinspektionen och Riksbanken har nyligen analyserat betalningssystemen.⁵ Eftersom Konkurrensverket primärt skall värna om andra aspekter av samhällsintresset än dessa myndigheter skiljer sig såväl innehållet som i någon mån slutsatserna från deras.

2.2 Bankernas funktioner och betydelse för samhälls-ekonomi

De moderna bankerna utför en rad tjänster för sina kunder. Principiellt kan dessa tjänster uppdelas i två kategorier. För det första utför bankerna en kreditförmedlingsfunktion, genom att samla upp sparande och tillhandahålla krediter, varvid också en riskspridning

⁴ Enkelt uttryckt avses med betalningssystem ett system med rutiner som möjliggör för banker eller andra företag att underlätta betalningar mellan köpare och säljare. Se vidare not 6.

⁵ Konsumenternas rörlighet på den finansiella marknaden, Finansinspektionen, Utvecklingen inom de finansiella företagen och marknaderna, Finansinspektionen, Guibourg, Gabriela, "Effektivitet i betalningssystemet - ett nätverksperspektiv", Penning och valutapolitik, nr 3, Riksbanken, 1998.

sker mellan kreditgivare och kredittagare.⁶ För det andra tillhandahåller bankerna tjänster som underlättar betalningar från köpare till säljare. Genom att en stor del av penningmängden är elektroniskt lagrad, framför allt i form av tillgodohavande på bankkonton, kan en betalning ske till en mycket lägre kostnad än om motsvarande transaktion skulle genomföras med sedlar och mynt. Sedlar och mynt representerar i sig en teknologi som väsentligt sänker transaktionskostnaden i förhållande till en situation där alla affärer genomförs med bytesmedel med inneboende värde, t.ex. guld. Den minst effektiva formen av handel är ren byteshandel.⁷

Bankerna har alltså två grundläggande uppgifter i samhällsekonomin. För det första att utgöra en förmedlande länk mellan individer och företag med sparandeöverskott och individer och företag med kapitalbehov, och därvid fördela riskerna på ett effektivt sätt (kapitalförmedling). För det andra att underlätta betalningar mellan marknadens aktörer och därmed sänka kostnaden för att genomföra en ekonomisk transaktion (betalningsförmedling).⁸

De i Sverige verksamma bankerna, exklusive Riksbanken, hade år 1997 en samlad balansomslutning uppgående till drygt 2 000 miljarder kronor, eller ungefär 125 procent av BNP. Av detta svarade de fyra stora, FöreningsSparbanken, Nordbanken, SEB (Skandinaviska Enskilda Banken) och Svenska Handelsbanken,

⁶ Möjligen är det mer korrekt att se riskspridning som en separat funktion – i synnerhet som derivatmarknadernas utveckling givit allt bättre möjligheter att separera risk från kapitalförsörjning.

⁷ Bankernas inlåning minskar också samhällets kostnader för *produktion* av betalningsmedel. Genom den kreditexpansion inlåningen skapar kan en relativt liten bas av sedlar och mynt bygga upp en mycket större summa "pengar", i form av tillgodohavande och kreditmöjligheter. Denna effekt samverkar med bankernas förmåga att sänka kostnaderna för *användning* av betalningsmedel. Ätminstone för vissa typer av transaktioner är kostnaderna för att betala med betalningsmedel som skapats genom inlåning lägre än kostnaderna för att betala med sedlar och mynt.

⁸ I strikt mening bör begreppet "betalningsförmedling" reserveras för situationer när, exempelvis, en bank förmedlar en betalning från en aktör till en annan. Därmed skulle t.ex. alla kontanta transaktioner exkluderas. I en vidare mening kan även t.ex. tillhandahållande av uttagsautomater betecknas som betalningsförmedling, eftersom uttag normalt leder till att en betalning utförs. Ett mer generellt begrepp är betalningssystem. Enligt Betaltjänstutredningens slutbetänkande (SOU 1995:69) avses med betalningsförmedling "en betalning mellan avsändare och mottagare. Förmedlingen utförs av minst en tredje part. Med tredje part avses varje part med egen rättskapacitet. I förmedlingen ingår att någon tredje part hanterar likviden. Andra aktörer i mellanledet kan ha administrativa uppgifter, såsom att förmedla eller sortera information." En sådan definition omfattar girobetalningar, kortbetalningar med generella kort och uttag i annan än kontoförande bank, dvs. betalningar med minst tre parter. I föreliggande utredning används begreppet, möjligen något oegentligt, också för uttag i kontoförande bank och betalningar med profilerade kort, vilka endast omfattar två parter. Däremot inkluderas inte exempelvis kontanta betalningar. Rent principiellt finns dock Riksbanken med som tredje part i alla betalningar med kontanta medel.

för närmare 90 procent. Det egna kapitalet uppgår till omkring 100 miljarder kronor.⁹ Inlåningen från allmänheten, dvs. inklusive kommuner och icke-finansiella företag, uppgick till drygt 900 miljarder kronor, varav hushållen stod för cirka 400 miljarder kronor. Detta motsvarar cirka 100 000 kronor per hushåll. Utlåningen till allmänheten är totalt sett ungefär lika stor, men utlåningen till hushållen bara cirka 200 miljarder kronor. Därtill kommer bostadsinstitutens utlåning på ungefär 1 000 miljarder kronor, varav cirka hälften till hushållen.¹⁰

Uppskattningsvis 95 procent av alla transaktioner genomförs med kontanta medel, men värdemässigt svarar dessa för blott en tiondel, eller knappt det.¹¹ Totalt uppgår den utestående sedelvolymen till 80 miljarder kronor.¹² Tack vare den s.k. kreditexpansionen är den reella penningmängden betydligt större – med ett vidare mått på penningmängden, M3, innefattande bankinlåning, ungefär tio gånger större. År 1997 gjordes drygt 300 miljoner uttag från någon av de ca 2 400 uttagsautomaterna, 160 miljoner transaktioner med betal/bankkort registrerades, varav flertalet i de nästan 70 000 butiksterminalerna (EFTPOS-terminaler) och gissningsvis ett betydligt större antal transaktioner med kort utgivna av bensinbolag och detaljhandelsföretag.¹³ Kreditkort användes endast 13 miljoner gånger. Antalet girotransaktioner genom bank- och postgirot uppgick däremot till mer än 650 miljoner, varav två tredjedelar var s.k. elektroniska gireringar. Därtill kommer 65 miljoner transaktioner via autogiro.¹⁴ Sammantaget tar bankerna således varje år del i långt mer än en miljard transaktioner som privatpersoner och företag önskar utföra. Värdemässigt torde en helt domi-

⁹ SCB, SOS Banker, 1997.

¹⁰ Statistisk Årsbok 1997, Sveriges Riksbank och Dagens Industri, 7/8/1998.

¹¹ Betalningstjänster, SOU 1995:69, s. 77-78 hänvisar till en tio år gammal svensk studie och en finsk studie av senare datum. En senare uppgift finns refererad i Finansinspektionens rapport (s. 13). VISA anger i sin verksamhetsrapport för 1997 att drygt 90 procent av alla betalningar är kontanta eller genomförs med check. Snellman, Vesala och Humphrey (1999) uppger, baserat på uppgifter från åren 1989-1996, att andelen kontantbetalningar varierar mellan 75 och 90 procent i Finland, Frankrike, Tyskland och Nederländerna.

¹² Statistisk Årsbok 1997, Sveriges Riksbank.

¹³ År 1994 genomfördes nästan dubbelt så många transaktioner med bensinkort och detaljhandelskort som med betal- och bankkort, enligt Statistisk Årsbok 1997, Sveriges Riksbank.

¹⁴ Statistisk Årsbok 1997, Sveriges Riksbank och Finansmarknadsstatistik för maj 1998, Sveriges Riksbank.

nerande del av alla ekonomiska transaktioner passera genom bankernas betalningssystem.

Enligt Riksbanken uppgick den dagliga transaktionsvolymen per bankdag för *betalningsinstrument* (checkar, kreditkort, betalkort, gireringar och autogiro) under 1997 till cirka 30 miljarder kronor.¹⁵ Detta avser transaktioner med avsändare och/eller mottagare utanför den finansiella sektorn. Därtill kommer betalningar med kontanter, betalkort utgivna av detaljhandel och vissa andra transaktioner. Transaktionsvolymen *inom* den finansiella sektorn är minst tio gånger större. RIX-systemet, Riksbankens system för betalningar (*avveckling*) inom den finansiella sektorn, omsätter varje dag mer än 300 miljarder kronor.¹⁶ RIX-systemet är ett system för avveckling av bruttobetalningar mellan bankerna. (Se Tabell 1 och vidare avsnitt 3.4.).

Tabell 1 Antal betalningar och omsatt belopp per bankdag.

Betalningsmetod	Antal	Total omsättning	Genomsnittligt värde
Kontant	20-50 miljoner	1,5-3 mdr kr	60 kr
Betalningssystem	5 miljoner	30 mdr kr	6 000 kr
RIX	1500	300 mdr kronor	200 M kronor
(BNP)		(7 mdr kronor)	

Källor: Enligt noter i texten samt från Statistisk Årsbok, SCB. Antal kontanta transaktioner och omsatt belopp uppskattat, BNP omräknat till BNP per bankdag.

Den finansiella sektorn i sin helhet sysselsätter cirka 80 000 personer, eller 2 procent av samtliga sysselsatta i landet, och står för cirka 6 procent av BNP. Däri innefattas även försäkringsbolag,

¹⁵ Statistisk Årsbok 1997, Riksbanken.

¹⁶ A.a.

som dock står för en mindre del. Det kan noteras att finansiell verksamhet är kapitalintensiv, med ett eget kapital per anställd i storleksordningen 2,5 miljoner kronor, vilket motsvarar de mest kapitalintensiva branscherna inom tillverkningsindustrin.¹⁷

Bankernas betydelse för ekonomins funktionssätt är än viktigare än dessa siffror visar, i och med deras centrala roll för finansiering av ekonomisk verksamhet (utlåning) och för genomförande av affärstransaktioner. I någon mån har bankernas betydelse naggats i kanten av den ökade värdepapperiseringen – som t.ex. kan innebära att stora låntagare vänder sig direkt, eller indirekt, till långivarna – och av den ökade användningen av butikskort.¹⁸ På andra områden har samtidigt bankernas betydelse ökat, t.ex. genom att kontokort används allt mer. Under överskådlig framtid torde bankerna förbli helt avgörande för kredit- och betalningsförmedling.

2.3 Affärsområden och marknadsförutsättningar

Från en mindre teoretisk utgångspunkt kan man säga att banker idag sysslar med ett antal affärsområden, t.ex. bankverksamhet på ”detaljistmarknaden” (retail banking), förmögenhetsförvaltning, investmentbankverksamhet/fondkommissionsrörelse, bankverksamhet riktad mot storföretag, inklusive ränte- och valutahandel och liv- och pensionsförsäkringar.¹⁹ Med en vid tolkning av begreppen kredit- och betalningsförmedling kan samtliga dessa verksamheter klassificeras som endera kreditförmedling eller som betalningsförmedling eller både och. Inom många av dessa affärsområden möter bankerna konkurrens från andra typer av företag och från utländska banker. Exempelvis konkurrerar bankerna med försäkringsbolag, värdepappersbolag och specialiserade kapitalförvaltare på kapitalförvaltningsmarknaden, värdepappersbolag och internationella investmentbanker på investmentbankmarknaden, storbolag, utländska banker och värdepappersbolag på ränte- och valutamarknaden, hypoteksinstitut på bolånemarknaden osv.

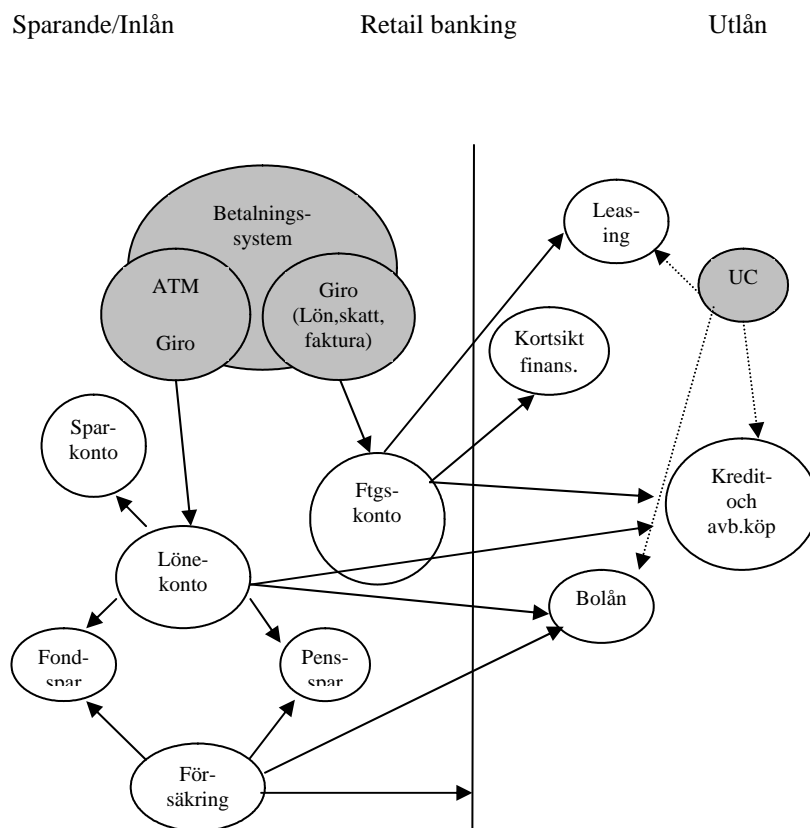
¹⁷ Statistisk Årsbok 1998, SCB; Statistisk Årsbok 1997, Riksbanken; Realkapitalstock och förmögenhet 1980-1995, SCB.

¹⁸ Värdepapperisering, eller ”securization”, innebär exempelvis att stora låntagare erhåller krediter genom att sälja obligationer i eget namn på kapitalmarknaden, istället för att låna i bank.

¹⁹ Denna uppdelning i fem affärsområden är hämtad från SEB:s organisation, som därutöver, efter köpet av TryggHansa, också har en sakförsäkringsrörelse. Andra banker har en delvis annorlunda organisation, i många fall med en mindre tonvikt på försäkringar.

För den här utredningen är retail banking, eller bankverksamhet på detaljistmarknaden, av störst intresse. Inom många segment av denna delmarknad har bankerna varit relativt ostörda av andra aktörer. Mycket av den verksamhet som bedrivs i bankkontoren och vid telefon- och Internetbanker faller inom denna kategori, t.ex. in- och utlåning till privatpersoner och mindre företag, betalningsförmedling via giro och kort, insättningar och uttag. De produkter som säljs är i stor utsträckning standardiserade. Betalningsförmedling är en nyckelfunktion på denna marknad, vilket illustreras i figuren nedan.

Figur 1 **Funktioner, marknader och ”marknadskanaler” inom retail banking**



Inom betalningssystemet tillhandahålls tjänster, vilka krävs för att bankerna skall kunna konkurrera på efterföljande marknader. I figur 1 har några viktiga funktioner markerats med skuggade ringar. De marknader där bankerna säljer tjänster till företag och privatpersoner har markerats med ofyllda ringar. Pilarna från "Betalingssystem" till "Lönekonto" och "Företagskonto" anger

att tillgång till betalningssystemet är en förutsättning för att konkurrera på löne- och företagskontomarknaderna.²⁰ Pilarna från t.ex. lönekontomarknaden till bolånemarknaden illustrerar att närvaro på den förstnämnda marknaden är en god marknadsföringskanal för att nå den senare. Streckade pilar anger något mindre betydelsefulla kanaler för att nå kunderna på en marknad. I den vänstra delen av figuren återfinns sparande/inlåningsmarknaderna, i den högra utlåningsmarknaderna. Ringen UC betecknar funktionen kreditupplysning, t.ex. från företaget Upplysningscentralen.

Utredningen fokuserar på betalningssystemen och kopplingarna till övriga delar av bankernas detaljistmarknad. Betalningssystemet är emellertid inte direkt tillgängligt för privatpersoner och företag. Istället paketerar banker och banknära företag betalningsfunktioner så att de blir användbara för privatpersoner och företag i transaktionskonton eller "lönekonton" och "företagskonton". De viktigaste funktionerna för privatpersoner är kontantuttag, girering och kortbetalningar; för företagen (inklusive myndigheter etc.) är de viktigaste funktionerna ett antal girorutiner, t.ex. för fakturering, leverantörs- och skattebetalningar, löneutbetalningar samt kontokortshanteringen. Tillgång till framför allt girosystemet är nödvändig för att överhuvudtaget konkurrera på transaktionskontomarknaderna. För att vara ett konkurrenskraftigt alternativ på lönekontomarknaden krävs tillgång till samtliga tre funktioner.

Invid cirkeln för lönekonto är cirklar för sparkonto, fondsparande, bolån och pensionssparande inritade. Närvaro på lönekontomarknaden är inte en nödvändig förutsättning för att konkurrera på dessa marknader, men däremot en stor konkurrensfördel. Marginalerna på lönekontomarknaden har pressats av bankernas strävan att vinna marknadsandelar på denna marknad, vilken erbjuder en kanal till andra, mer lönsamma marknader, t.ex. marknaden för fond- och pensionssparande. På bolånemarknaden möter bankerna konkurrens från hypoteksinstitut och försäkringsbolag. Trots att åtminstone de annonserade räntorna ligger betydligt över försäkringsbolagens erbjudna räntor behåller bankerna större delen av marknaden.²¹ På marknaden för fondsparande konkurrerar försäk-

²⁰ I denna utredning avses med "lönekonto" och "företagskonto" transaktionskonton för privatpersoner respektive företag. Med "transaktionskonto" avses båda dessa kontotyper, om det inte av sammanhanget framgår att endast en av kontotyperna avses.

²¹ Den 30/10/1998 var 5-årsräntan för villor i genomsnitt 6,39 % hos FöreningsSparbanken, Nordbanken, SEB och SHB/Stadshypotek, medan Länsförsäkringar, Skandia och WASA i genomsnitt krävde 5,85 % för motsvarande lån.

ringsbolag och fondbolag. De stora bankernas marknadsandel är drygt 85 procent (se avsnitt 2.7 nedan), medan försäkringsbolagen har cirka 6 procent.²² På marknaden för pensionssparande är försäkringsbolagen de främsta konkurrenterna. På marknaderna för spar- och lönekonton har de etablerade bankerna först nyligen mött konkurrens från nya aktörer: de s.k. nischbankerna. Det är förmodligen inte av en slump som ägarna till dessa i stor utsträckning varit just försäkringsbolag. Försäkringsbolagen konkurrerar direkt med bankerna på ett antal delmarknader och har liksom bankerna ett intresse av att kunna marknadsföra t.ex. pensions- och fondsparande till lönekontokunder. Nischbankerna har delvis uppfattats som inriktade på sparkontomarknaden. Till viss del kan detta ha varit ett medvetet val, till viss del har detta blivit resultatet av två omständigheter. För det första har nischbankerna inte haft lika god (och billig) tillgång till betalningsförmedlingsrutiner som de etablerade bankerna, vilket gjort att deras konkurrenskraft på transaktionskontomarknaden inte varit fullgod. För det andra är det ett mycket större steg för en kund att flytta lönekontot än att öppna ett nytt sparkonto. Problemet, ur nischbankernas synvinkel, är att sparkontomarknaden inte på samma sätt som transaktionskontomarknaden är en kanal för att sälja andra, mer lönsamma tjänster.

Marknaden för företagskonton kan uppdelas i konton för mindre och medelstora företag och konton för större företag. De mindre företagen, framför allt säljföretagen, är viktiga för bankernas kortverksamhet (där bankernas inkomster i stor utsträckning kommer från säljföretagens serviceavgifter vid inlösen av köp gjorda med kort) och för tillgång till marknaden för avbetalningsköp. Företagen utnyttjar ofta leasing när maskiner för produktion anskaffas, liksom för finansiering av bilar för företagens anställda. Factoring används av företag som inte kan/vill vänta på att få in pengar från kunder. Marknaderna för avbetalningsköp, leasing och factoring har varit lönsamma för banker och kreditmarknadsbolag. Det är också inom dessa områden de utländska aktörerna i första hand har gått in, i den mån de alls gått in på marknaden för "retail banking". De större företagen har oftast, utöver att man delvis agerar på ovanstående områden, även en stor utrikeshandel, vilket skapar behov av valutahandel. De större företagen kan anlita banken eller till banken närstående bolag för t.ex. fond- eller nyemissioner samt som ombud vid upplåning, genom att banken biträder när ett stort företag emitterar privatobligationer. Därut-

²² Affärsvärlden, nr. 10, 1999.

över är dessa företag naturligtvis intressanta ur den synpunkten att det är arbetsgivaren som skriver avtal med en särskild bank för löneutbetalningar. Även om många av företagets anställda har en annan bank, dit överföringar automatiskt sker, tenderar åtminstone en del av de anställda att välja samma bank som arbetsgivaren.

De etablerade bankernas främsta konkurrent på marknaden för företagskonton är Postgirot. Postgirot har här emellertid en dubbel roll i det att man samtidigt är underleverantör till bankerna av betalningsförmedlingar och konkurrent om att leverera övriga tjänster. Det senare gäller t.ex. administrativt stöd för kund- och leverantörsreskontra och kortsiktig in- och utlåning. Postgirot har dock en smalare bankverksamhet än de stora bankerna.

Inom marknaden för retail banking är betalnings- och kreditförmedling intimt sammanvävda. Bankerna marknadsför normalt paketlösningar som innebär att en inlåningsfunktion och en eller flera betalningsfunktioner enligt kundens val är sammankopplade, t.ex. ett lönekonto med bankomat/minutkort, kontokort, checkar, giromöjligheter och ibland ett mindre kreditutrymme. Däremot tillhandahålls normalt större krediter, t.ex. bolånekrediter, separat, liksom konton för mer långsiktigt sparande. Detsamma gäller annat långsiktigt sparande, såsom fondsparande, liv- och pensionsförsäkringar och annan förmögenhetsförvaltning. Det finns starka kopplingar mellan delmarknaderna, möjligen genom "economies of scope" (se avsnitt 4.4) eller tack vare de "helkundsrabatter" bankerna i allt större utsträckning lanserar.

På motsvarande sätt finns paket för betalningsförmedling och finansiella tjänster till företag. Dessa väljer i större utsträckning än privatpersoner att köpa tjänster från mer än en bank, t.ex. från en av de stora affärsbankerna och från Postgirot Bank.

Traditionellt analyseras bankmarknaden utifrån perspektivet inlåning/sparande och utlåning. Här har istället bankmarknaden analyserats utifrån hur bankerna når köpare av sina tjänster. Transaktionskontot är en nyckel som ger en naturlig tillgång till flera delmarknader, såväl på in- som utlåningssidan (exempelvis fondförvaltning respektive bolånefinansiering). Detta eftersom den bank som har en transaktionskontokund lätt kan marknadsföra dessa kringtjänster och eftersom det för kunden är bekvämt att låta banken dra ett månatligt belopp för att betala för dessa tjänster.

De medel som lånats in kan användas för utlåning till högre ränta. I någon mening finns därför en koppling mellan in- och utlå-

ningsmarknaderna. Emellertid kan inlånade medel enkelt placeras på penning- och obligationsmarknaderna och omvänt kan verksamhet på utlåningsmarknaden finansieras genom upplåning på dessa marknader. Utlåningsmarknaden gäller produkter som billeasing, avbetalningsköp och andra korta krediter, samt bolån och annan långsiktig kreditgivning. När det gäller att nå privatkunder finns kanske den tydligaste kopplingen mellan in- och utlånings- sidan på bolånemarknaden. Företagskunder har normalt behov av ett bredare spektrum av banktjänster än privatpersoner. Dessa behov varierar givetvis med företagets storlek och branschtillhörighet, men generellt torde den bank där ett företag har sin inlåning ha ett försprång vid försäljning av övriga banktjänster till företaget i fråga. Detta kan också gälla i relation till företagets kunder, t.ex. för avbetalningsköp.

2.4 Avreglering av bankmarknaden²³

Staten utövar sitt inflytande över bankmarknaden genom de lagar som riksdagen stiftar, genom de myndigheter som har ansvar för tillsyn och övervakning, t.ex. Finansinspektionen och Riksbanken, samt genom Riksbankens marknadsoperationer. Före avregleringen var tillsynsmyndigheternas befogenhet att direkt påverka bankerna större.

Under 1970- och 80-talen avvecklades kreditregleringen (t.ex. utlåningstak, likviditetskvoter och räntereglering) och valutaregleringen. Drivkrafterna var statens ökade lånebehov, den ökade internationaliseringen av näringslivet och det starkare internationella inflytandet på den svenska finansmarknaden, den internationella avregleringsvågen samt de alltmer uppenbara problem regleringarna medförde.²⁴

År 1986 genomfördes en lagändring som gav utländska banker möjlighet att erhålla oktroj för bankverksamhet i Sverige. Den tidigare behovsprövningen för nya banker ersattes med en möjlighet för staten att stoppa nyetablering när det fanns risk för överetablering. Några år senare, 1990, avskaffades också denna möjlighet till behovsprövning. Mellan 1920-talet och 1982 startades ingen ny affärsbank i Sverige.

²³ Detta avsnitt bygger på Ingves och Blåvarg, "Statens förändrade roll på finansmarknaderna".

²⁴ A.a., s 166.

I och med avregleringen ökade behovet av lagstiftning som syftar till att garantera stabiliteten i banksystemet (t.ex. genom skärpta kapitaltäckningsregler), till förbättrad informationstillgänglighet och konsumentskydd (t.ex. insättningsgarantin), liksom till ökad effektivitet och konkurrens. Nya finansiella tekniker medförde också ett behov av särskilda funktions- eller produktregler. En strävan har varit att harmonisera den svenska lagstiftningen med den inom EU, en annan att harmonisera lagstiftningen mellan olika, närliggande marknader, främst för att befrämja konkurrensneutraliteten och en tredje att öppna den svenska marknaden för internationell konkurrens (och att tillåta svenska banker att konkurrera utomlands)

I början av 1990-talet genomfördes två betydelsefulla ändringar i lagstiftningen, vilka bidragit till ökad konkurrens på det finansiella området. Enligt 2 kap. 6 a § bankrörelselagen (1987:617), som trädde i kraft den 1 augusti 1991, får en bank, efter regeringens eller Finansinspektionens godkännande, förvärva aktier eller andelar i försäkringsföretag. För att förvärvet skall godkännas krävs dock ett organisatoriskt motiv och en långsiktig affärsstrategi.

Samtidigt gavs försäkringsbolag möjlighet att förvärva företag som bedriver finansiell verksamhet, enligt bl.a. 7 kap. 17 a § försäkringsrörelselagen (1982:713). Enligt denna bestämmelse får försäkringsbolag förvärva aktier eller andelar i företag som driver finansiell verksamhet, utöver fem procent av röstetalet, med regeringens eller Finansinspektionens godkännande. För tillstånd krävs bl.a. att förvärvet ingår som ett led i organisationen av verksamheten.²⁵

2.5 Förvärv och nyetableringar

I början av 1970-talet slogs Skandinaviska Banken samman med Stockholms Enskilda Bank, under namnet Skandinaviska Enskilda Banken (SE-banken, numera SEB). Fusionsprocessen uppfattades som besvärlig, vilket kanske var ett av skälen till att nästa större fusion dröjde till 1990, då Handelsbanken köpte Skånska Banken, privatägda Nordbanken köptes av statliga PK-banken och Göta-banken bildade en konstellation (Gota Bank) genom fusion med

²⁵ Ds 1990:57, s. 35. I en nylig dom från EG-domstolen förklaras femprocentsregeln strida mot aktuella EG-direktiv.

Skaraborgsbanken och Wermlandsbanken.²⁶

Gota Bank köpte senare Bohusbanken och Svea Banken, men i spåren av den finansiella krisen i början av decenniet övertogs Gota Bank av Nordbanken år 1994. År 1991 bildade elva av de största sparbankerna Sparbanksgruppen AB, vilken 1993 ombildades till Sparbanken Sverige som då också kom att inkludera Sparbankernas Bank. Våren 1997, då Sparbanken Sverige gick samman med Föreningsbanken till FöreningsSparbanken, fanns 87 fristående sparbanker. FöreningsSparbanken är, liksom t.ex. Nordbanken, SEB och Handelsbanken, ett aktiebolag, men bedrevs fram till 1993 som en ”sparbank”²⁷. Detta är en särskild företagsform, som närmast kan liknas vid en stiftelse. Skillnaden mellan en sparbank och ett bankaktiebolag består bland annat i att enligt lag skall sparbanken bedriva sin verksamhet utan rätt för stiftaren eller annan att få del av vinsten (Sparbankslag 1987:619). Verksamheten skall vidare avse ett visst begränsat område. En sparbanks styrelse utses av bankens huvudmän, vilka i sin tur till hälften tillsätts av kommuner och landsting.²⁸

År 1997 köptes Stadshypotek, inklusive Stadshypotek Bank, av Handelsbanken, Föreningsbanken fusionerades med Sparbanken Sverige, Nordbanken med den finska Merita Bank, Den Danske Bank köpte Östgöta Enskilda Bank och SE-banken köpte försäkringsbolaget Trygg-Hansa, inklusive Trygg-Banken. Det sammanslagna bolaget kallas numera SEB. Därtill kommer den ovan nämnda fusionen mellan Föreningsbanken och Sparbanken Sverige samma år.

På 1970-talet fanns en klar skiljelinje mellan de dåvarande fyra ”storbankerna”, PK-banken, SE-banken, Handelsbanken och Götabanken²⁹, och knappa tiotalet ”provinsbanker”. De senare var i första hand regionala banker, med balansomslutningar som var väsentligt mindre än den minsta av storbankernas, men relativt sett betydligt större än dagens nischbanker. Därtill fanns ett stort antal

²⁶ Nordbanken bildades genom sammanslagning av Sundsvallsbanken och Upplandsbanken 1986. Statliga Postbanken och Sveriges Kreditbank slogs samman 1974. Götabanken bildades 1972 genom sammanslagning av Göteborgs Bank och Smålands Bank (DN, 14/10 1997; Den svenska kreditmarknaden, Bankföreningen, olika årgångar).

²⁷ Den svenska kreditmarknaden, 1995.

²⁸ Prop. 1990/91:136.

²⁹ Götabanken var, till skillnad från de övriga storbankerna, inte rikstäckande.

självständiga sparbanker som i storlek var jämförbara med provinsbankerna, liksom ett antal regionala föreningsbanker. Den ovan beskrivna utvecklingen har inneburit att nästan samtliga dessa medelstora banker försvunnit, antingen genom att de köpts av storbankerna eller genom uppgående i Sparbanken Sverige. Istället har det tillkommit ett stort antal små banker, såväl utländska som nyetablerade svenska banker.

År 1986 fick 12 utländska banker tillstånd att öppna bankverksamhet i Sverige. Därefter har ytterligare ett antal banker tillkommit samtidigt som en del har försvunnit eller ombildats. I slutet av år 1997 var 20 utländska banker verksamma i Sverige, i alla utom ett fall genom en svensk filial. Sedan behovsprövningen avskaffades har de flesta större försäkringsbolag startat bankverksamhet. WASA Banken etablerades 1993 genom att WASA köpte Bohusbanken. Året därpå köpte Östgötabanken WASA Bankens rörelse i Göteborg och övertog namnet Bohusbanken. Skandia-Banken etablerades 1994, Trygg-Banken 1995 och Länsförsäkringar Bank 1996. År 1995 startades IKANO Banken (med kopplingar till IKEA), liksom Stadshypotek Bank, och 1997 startades HSB Bank. Därtill kommer Postgirot Bank. Ett par mindre sparbanker har också ombildats till bankaktiebolag. Två banker med ”ideologisk” inriktning har erhållit bankkrojt: den ”räntefria” banken JAK och antroposofernas bank EKOBanken. Bland de större bankernas telefonbanker är det kanske SESAM Telefonbank, ägt av SEB, som mest tydligt försöker bygga upp ett eget varumärke. Begreppet ”nischbanker” syftar närmast på mindre, nystartade bankaktiebolag ägda av andra än de etablerade svenska och utländska bankerna. Sammantaget har tio sådana tillkommit (inklusive Postgirot Bank och HSB Bank).³⁰ Till kategorin kan kanske också den äldre JP Bank och den utlandsägda filialen GE Capital räknas, och möjligen också Östgöta Enskilda Bank, som även efter Den Danske Banks förvärv verkar under sitt gamla namn. GE Capital tillhör den amerikanska koncernen General Electric och har framför allt inriktat sig på utlåningssidan, t.ex. leasing och konsumentkrediter. Antalet fristående nya banker har minskat genom de tidigare nämnda förvärven.

De flesta av de utländska bankerna och några av de nyetablerade svenska har en tämligen specialiserad inriktning, t.ex. service till stora företag från hemlandet och vissa etniska grupper, förmögen-

³⁰ EKOBanken, HSB Bank, IKANO Banken, JAK, Länsförsäkringar Bank, Postgirot Bank, SkandiaBanken, Stadshypotek Bank, Trygg-Banken och WASA Banken (numera fusionerad med Länsförsäkringar Bank).

hetsförvaltning eller bolån. Några av dem har dock valt en bredare inriktning. Samtidigt har de etablerade bankerna kunnat återta marknadsandelar de tidigare tappat till finansbolagen som opererade på marknader där banker tidigare åtminstone delvis var förhindrade att verka. Å andra sidan ägdes dessa till stor del av bankerna. Avregleringen har också möjliggjort den ”branschglidning” mellan försäkrings- och bankmarknaden som inneburit att banker och försäkringsbolag i allt större utsträckning konkurrerar med varandra på marknader som kapitalförvaltning, fondsparande, pensionsförsäkringar och bolån. Detta har i huvudsak skett inom de befintliga bolagsstrukturerna. För att konkurrera på marknaden för ”retail banking” har däremot försäkringsbolagen varit tvungna att bygga upp egna bankrörelser.

Fusionerna kring 1990 ledde till att koncentrationen på bankmarknaden ökade relativt mycket. De fem största bankernas sammanlagda andel av inlåning, utlåning och totala tillgångar ökade från 65-70 procent i slutet av 1980-talet till 85-90 procent 1996.³¹

I detta sammanhang kan noteras att befintliga empiriska studier visar att skalfördelarna i bankverksamhet klingar ut vid en relativt liten skala. Enligt Oxenstierna (1998b) föreligger *skalnackdelar* vid den storlek som de större svenska bankerna har. Detta stämmer med tidigare internationella studier, sammanfattade av Clark (1996). Lybeck (1999) uppger att skalfördelarna i traditionell bankverksamhet är uttömda när bankens totala tillgångar uppgår till 3–10 miljarder USD, vilket motsvarar banker i storlek mellan Östgötabanken och Föreningsbanken före sammanslagningen med Den Danske Bank respektive Sparbanken.

2.6 Bankernas omsättning och lönsamhet

Räntemarginalen mellan in- och utlåning har historiskt varit bankernas mest betydande inkomstkälla. På senare år har dock avgifter och provisioner blivit allt mer betydelsefulla. Under perioden 1989 till andra kvartalet 1997 har inlåningsmarginalen (skillnaden mellan genomsnittlig inlåningsränta och dagslåneräntan) pendlat mellan 1,5 och 4 procent, med ett genomsnitt kring 3 procent. Utlåningsmarginalen har under samma period pendlat mellan 2 och 4 procent, med ett genomsnitt strax under 3 procent³². Enligt

³¹ Koncentrationsmättet är beräknat från Den svenska bankmarknaden, olika årgångar.

³² Oxenstierna, Testing for Market Power in the Swedish Banking Oligopoly.

Oxenstierna ligger bankernas kostnader kring 2,5 procent för utlåning och strax över 1 procent för inlåning. Över denna tidsperiod har bankernas vinster således varit betydligt större på inlåningssidan. Inlåningsmarginalen har dock minskat sedan bankkrisen, då den var som högst.³³

Lönsamheten i bankernas retailverksamhet (eller kontorsrörelse) är generellt god, se tabell 2.

Tabell 2 Bankernas omsättning och rörelseresultat, totalt och för retail banking 1998, Mkr, avrundat.³⁴

	FSB	MNB	SHB	SEB	Summa, Sverige
Omsättn. totalt	19 350	31100	16850	21100	72 850
Rörelse-resultat	6350	12700	7700	6100	26 500
Omsättn. retail	13 450	20 750	12 150	8800	44 750
Rörelse-resultat	5100	8450	6200	2500	18 300

Källa: Bankernas respektive årsredovisning 1998.

Av tabellen framgår att de fyra stora bankerna genererar ett totalt rörelseresultat inom området retail banking på mer än 18 miljarder kronor utifrån en omsättning på knappt 45 miljarder kronor. I denna beräkning har bankernas fondverksamhet förts till retailverksamheten. Exklusive datakostnader uppges kostnaderna för Handelsbankens kontorsrörelse ligga kring 2 miljarder kronor per

³³ Oxenstierna skriver att "Den genomsnittliga [välfärdsförlusten] för samhället [av bristande konkurrens på in- och utlåningsmarknaderna] under perioden 1989-1996 motsvarar cirka 1,5 procent av BNP, huvudsakligen orsakade på inlåningsmarknaden". (Konkurrensverkets översättning.)

³⁴ Det har schablonmässigt antagits att hälften av MeritaNordbankens omsättning avser Sverige vid beräkningen av total omsättning och totalt rörelseresultat. Vidare har faktisk eller uppskattad omsättning och vinst inom fondförvaltning förts till affärsområdet retail banking.

år.³⁵

Ett annat sätt att räkna är att utgå från de tjänster som säljs på marknaden. Uppskattningsvis är marknaden för privatpersoners transaktionskonton ungefär lika stor som, eller något mindre än, antalet vuxna innevånare i Sverige, eller 5–7 miljoner aktiva konton. Överslagsmässigt genererar varje aktivt transaktionskonto avgiftsintäkter till banken (för kreditkort, ATM-kort, girofunktion etc.) på några hundra och ett räntenetto på ytterligare några hundra, vilket sammantaget ger marknaden ett värde på 3–6 mdr kronor årligen. Därtill, och mer betydande, är som nämnts att den bank som har en transaktionskontokund har goda möjligheter att sälja andra tjänster, t.ex. sparkonto, fondsparande, bolån m.m. Exempelvis uppgår det förvaltade beloppet på den svenska fondmarknaden till drygt 550 mdr kronor.³⁶ Räknat på en normal provision om knappt 1,5 procent per år ger detta årliga intäkter på cirka 8 mdr kronor. På bolånemarknaden finansieras lån på cirka 1 000 mdr kronor, varav omkring hälften till hushållen. Räknat på en bruttomarginal på 1 procent ger detta årliga intäkter på 10 mdr kronor. Därtill kommer företagens transaktionskonton och övriga affärer, leasing och avbetalning m.m.

De fyra stora svenska bankerna omsätter tillsammans drygt 70 miljarder kronor per år och redovisade en total vinst på drygt 26 miljarder.³⁷ Sammanlagt antyder dessa siffror att retail banking i Sverige totalt omsätter i storleksordningen knappt 50 miljarder kronor, varav de fyra största bankerna står för mer än 80 procent, och att denna verksamhet genererar vinster på cirka 18 mdr kronor. Intressant att notera i sammanhanget är att omsättningen och vinsten inom kärnan av betalningssystemet – Post- och Bankgirot, och växlarna för automatuttag och kontokort – är relativt blygsam. Bankgirot omsätter mindre än en miljard kronor och växelföretaget CEKAB³⁸ omsätter under 100 miljoner kronor. Postgirot omsätter visserligen 3,4 mdr kronor, men av detta kan en betydande del hänföras till annan bankverksamhet än de centrala betalningsförmedlingsfunktionerna. Sammantaget betyder detta att

³⁵ Affärsvärlden, nr. 36 och 39, 1998.

³⁶ Dagens Industri, 29/1/1999.

³⁷ I denna summa ingår schablonmässigt hälften av MeritaNordbanken. Inklusivt hela banken blir motsvarande siffror nästan 90 miljarder i omsättning och nästan 33 miljarder i vinst.

³⁸ Centralen för Elektroniska Korttransaktioner AB

ren betalningsförmedling står för mindre än en tiondel av omsättningen inom "retail banking". Bankgirots och CEKAB:s små redovisade vinster kan ses mot bakgrund av att företagen i huvudsak fungerar som servicefunktion till ägarna.

Det bör påpekas att beräkningarna i de två ovanstående styckena delvis är baserade på uppskattningar, men de kan ändå ge en fingervisning om storleksordningen på vinster och omsättningstal inom "retail banking".

Även sett över hela verksamheten är bankernas lönsamhet god. Som framgår av figur 2 nedan var bankernas lönsamhet under perioden 1974–1989, mätt som avkastning på eget kapital före skatt, ungefär dubbelt så hög som den inom tillverkningsindustrin.³⁹ Även i internationell jämförelse är de svenska bankernas lönsamhet god.⁴⁰ Beräknad som enkelt genomsnitt var bankernas avkastning åren 1974–1989 ungefär 23 procent per år, mot bara 11 procent för tillverkningsindustrin. Åren 1991–1993 redovisade bankerna mycket stora förluster, vilket gav en kraftigt negativ avkastning på eget kapital. För tillverkningsindustrin var inverkingarna av krisen i början av 1990-talet kännbara, men betydligt lindrigare. De allra senaste åren har bankerna återigen uppvisat mycket hög lönsamhet.⁴¹ Tillverkningsindustrin har två tydliga lönsamhetstoppar: strax efter devalveringen 1982 och efter kronans depreciering 1992. Bortsett från de extrema förlusterna i början av 1990-talet är bankernas lönsamhet stabil på en mycket hög nivå. Sett över hela perioden har bankernas lönsamhet varit något högre än tillverkningsindustrins, eller 13 procent jämfört med 11 procent.⁴² Om däremot krisåren 1991–1993 utesluts upp-

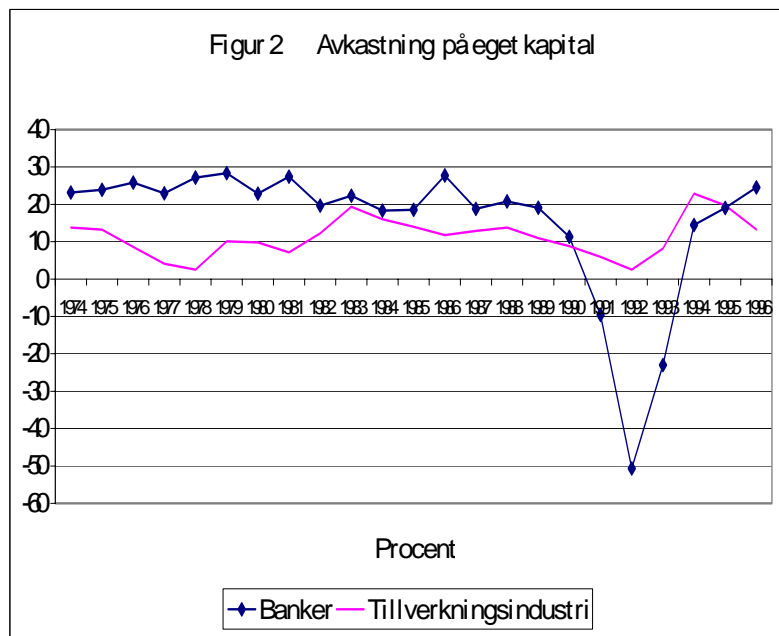
³⁹ Avkastning på eget kapital är definierad som rörelseresultat delat med eget kapital plus obeskattade reserver för bankerna, och resultat efter finansiella kostnader och intäkter delat med eget kapital plus obeskattade reserver för tillverkningsindustrin, dvs. i båda fallen resultat före skatt och utan avdrag för latent skatt på de obeskattade reserverna. Siffrorna avser bankaktiebolagen och tillverkningsindustrin, definierad som SNI 10-37 från 1994, som SNI 2-3 åren 1978-1993 och som SNI 3 före 1978. SOS Bankaktiebolagen, Fondkommissionärerna, Fondbörsen och VPC åren 1976-1987, SOS Banker 1988-1994 och SOS Finansiella företag 1993-1996, SOS Företagen 1974-1995, samt SM Nv11 9801.

⁴⁰ Finansinspektionens rapport 1998:5, s. 51.

⁴¹ Diagrammet sträcker sig fram t.o.m. 1996. Enligt Finansinspektionens rapport 1998:5, s. 51, var avkastningen på eget kapital över 20 procent år 1996, cirka 15 procent år 1997 och åter över 20 procent första halvåret 1998. Nedgången 1997 sammanhänger med betydande strukturkostnader i samband med de stora förvärven (se avsnitt 2.5).

⁴² Dessa tal är beräknade som geometriska medelvärden, eftersom de kraftigt negativa avkastningstalen för bankerna annars skulle väga alltför *lätt*. Beräknat som vanligt, eller

visar bankerna en väsentligt högre lönsamhet, eller 22 procent jämfört med 12 procent för industrin (enkelt genomsnitt). Bestående hög lönsamhet kan vara ett tecken på att konkurrensen i branschen är bristfällig.



2.7 In- och utträdeshinder

Förekomsten av in- och utträdesbarriärer påverkar graden av konkurrensen på en marknad och därmed de på marknaden verkande företagens vinster. Allmänt gäller att ju större dessa barriärer är desto mindre konkurrens och desto högre lönsamhet för företagen. Långa perioder av höga vinster kan därmed vara en indikation på att höga in- och utträdesbarriärer förekommer på marknaden. Riksbanken har i sammanfattning gjort följande analys av in- och utträdeshindren på bankmarknaden:⁴³

- Vad gäller banktjänster riktade mot hushållen är kapitalbehoven relativt små och i huvudsak behövs finansiellt kapital och

aritmetiskt, medelvärde har avkastningen varit 15 procent för bankerna och 11 procent för tillverkningsindustrin, mätt över hela tidsperioden.

⁴³ Financial Market Report, 1997, s. 20-21.

inte realkapital (byggnader, utrustning). Detta gör att de icke återvinningsbara kostnaderna är små, åtminstone för den typ av verksamhet som kan bedrivas via telefon och Internet. För en fullsortimentsbank är kapitalbehoven relativt stora.

- Ekonomisk forskning har visat att det finns skalfördelar i bankverksamhet men att de klingar ut relativt snabbt. Detta gäller möjligen inte för handel på värdepappersmarknaderna och för bankverksamhet riktad mot storföretag.
- Kundernas kostnader för att byta bank kan påverkas av bankernas rabattsystem för "helkunder". Vidare har bankernas (goda) rykte betydelse för att vinna eller behålla kunder. I motsatt riktning verkar det statliga, men av bankerna finansierade, insättarskyddet och den tekniska utvecklingen (telefon- och Internetbanker), vilket minskar betydelsen av geografiskt avstånd och minskar kostnaden för att jämföra priser och tjänster.
- Existerande banker kan skapa inträdeshinder genom att begränsa tillgången till t.ex. gemensamma betalningssystem.
- Korssubventionering kan användas för att utestänga eller begränsa nya konkurrenter. Detta har dock blivit svårare i och med att specialiserade institutioner konkurrerar på hög-marginalmarknaderna.
- Sammanfattningsvis bedöms in- och utträdeshindren ha minskat. Vissa marknadssegment präglas av mycket hård konkurrens, men det finns tecken på att konkurrensen är svag på andra delmarknader, t.ex. marknaden för banktjänster för mindre företag. Den höga budpremien på Östgötabanken (90 procent över börskurs) visar att inträdeshindren fortfarande är relativt höga.

I termer av marknadspenetration hade nischbankerna Skandia-Banken, HSB Bank, WASA Banken, Länsförsäkringar Bank och IKANO Banken sammanlagt 372 anställda, eller knappt 1 procent, av det totala antalet anställda i bankaktiebolagen år 1997.⁴⁴ De mer etablerade, men relativt små aktörerna Postgirot Bank, JP Bank och Östgöta Enskilda Bank hade sammanlagt 3 558 anställda, eller knappt 9 procent av den totala sysselsättningen. De

⁴⁴ Den svenska kreditmarknaden, 1995.

utländska bankfilialerna hade 813 anställda, eller 2 procent av arbetskraften. Motsvarande andelar för inlåning från allmänheten var 2,6 respektive 2,5 procent, och för balansomslutning 1,5 respektive 4 procent. Med dessa mått har alltså de nya aktörerna på bankmarknaden under det dryga respektive knappa decennium som nya utländska respektive inhemska konkurrenter har kunnat verka på den svenska bankmarknaden, sammanlagt tagit 3–5 procent av marknaden. De mer etablerade små aktörerna har tillsammans 5–10 procent av bankmarknaden. De fristående sparbankerna var sammantaget ungefär lika stora som Postgirot Bank, JP Bank och Östgötabanken tillsammans. Detta lämnar 80–85 procent av marknaden för de fyra stora bankerna.

Andra delmarknader som domineras av de fyra stora bankerna är fondsparande och bolånefinansieringen där deras sammanlagda marknadsandel uppgår till ungefär 80–85 procent.⁴⁵ Uppskattningsvis ligger marknadsandelen ungefär på den nivån också vad gäller valuta- och räntehandel och affärer med storbolag.

En marknad med hög konkurrens och låga inträdeshinder är aktiehandel. Marknadsandelarna på Stockholms fondbörs (SAX-handel) svänger snabbt. De fyra stora bankerna hade 43 procent av omsättningsvärdet år 1992, inklusive Carnegie som då ägdes av Nordbanken. Medräknat Gota Bank och Föreningsbanken var andelen 50 procent.⁴⁶ År 1997 hade de fyra stora 25 procent av marknaden.⁴⁷ Under samma tidsperiod har antalet medlemmar i Fondbörsen fördubblats, från 23 till 46. Rörligheten på marknaden kan illustreras av att Erik Penser Fondkommission, som startade sin verksamhet 1994, har tagit 4 procent av marknaden, medan amerikanska Morgan Stanley redan under sitt första halva verksamhetsår i Sverige, första halvåret 1998, tagit 5 procent.

Den relativa svårighet med vilken nischbankerna etablerat sig på retail-marknaden, tillsammans med den höga budpremien på Östgötabanken och den höga lönsamheten inom retail banking, tyder på att inträdeshindren är relativt *höga* på denna marknad i relation till övriga delmarknader. En annan omständighet som tyder på

⁴⁵ Den svenska kreditmarknaden, 1997; Dagens Industri, 29/1/1999.

⁴⁶ Detta avsnitt bygger på statistik från Stockholms Fondbörs och Dagens Industri 3/7-1998; jfr. också Nyhetsbrevet Fond & Bank, nr. 8 för 1998.

⁴⁷ Carnegie, vars huvudägare numera är det engelska företaget Singer & Friedlander, hade knappt 13 procent av marknaden 1992 och cirka 7,5 procent 1997.

höga inträdeshinder är att det (justerade) egna kapitalet inom bankverksamhet för närvarande (maj 1999) på börsen värderas till cirka 265 procent, mot 234 procent för börsen som helhet.⁴⁸ I frånvaro av inträdeshinder skulle en sådan värdering stimulera till en omfattande nyetablering på bankmarknaden. Den höga värderingen av det egna kapitalet är alltså svår att förena med hypotesen att inträdeshindren är relativt små. Riksbanken kan i sin bedömning ha underskattat betydelsen av upparbetade kundrelationer och av tillgång till betalningssystemen. På marknader där kunderna är professionella, t.ex. större företag, eller på marknader där varje enskild affär motsvarar ett relativt stort belopp, t.ex. bolånemarknaden, kan man förmoda att rörligheten är högre. På de flesta andra av de delmarknader där bankerna verkar är behovet av dyrbar utrustning och tillgång till "infrastruktur" motsvarande de gemensamma betalningssystemen mindre.

Att inträdeshindren förefaller vara särskilt höga på retail-marknaden är intressant mot bakgrund av bankernas höga lönsamhet (se avsnitt 2.5) och mot bakgrund av att merparten av bankernas vinster kommer just från retail-marknaden (se avsnitt 2.2).

2.8 Utvecklingstendenser

En tendens som präglat bankmarknaden under senare år, och som kan förväntas få betydelse i framtiden, är den s.k. branschglidningen mellan bank- och försäkringsbranscherna. Delvis kopplat till denna utveckling finns en tendens mot att kapitalförvaltning får en allt större betydelse. Dessa aspekter har tidigare behandlats, framför allt i avsnitt 2.3 och 2.4. Några andra utvecklingstendenser som kan vara värda att uppmärksamma berörs kort nedan.

Ökad datorisering och automatisering av betalningstjänster

Bankerna använder i allt större utsträckning avancerade datasystem för bl.a. betalningsförmedling. I en artikel⁴⁹ beskrivs inlåningssystemet som det centrala systemet, vilket i en större bank kommunicerar med över 200 interna och externa system för övriga funktioner. Åtminstone än så länge står Internet för bara en mycket liten del av en banks datorkostnader.

⁴⁸ Affärsvärlden, nr 18 för 1999.

⁴⁹ Affärsvärlden, 25/2-1998.

Däremot har ett stort antal kortläsande automater installerats. Antalet uttagsautomater är idag jämförbart med antalet bankkontor, eller cirka 2 400. Terminaler för kortbetalningar finns hos nästan 70 000 näringsidkare (se avsnitt 3.2.2). Under de fyra åren mellan 1993 och 1997 ökade antalet automatuttag med 26 procent, medan genomsnittsuttaget ökade marginellt, från 789 till 798 kronor. I fasta priser innebar detta en minskning med cirka 5 procent. Antalet kortbetalningar i POS-terminaler ökade med nästan 150 procent, medan genomsnittsbetalningen minskade från 667 kronor till 595 kronor, eller med 16 procent i fasta priser. Antalet girobetalningar ökade under denna period i ungefär samma takt som antalet automatuttag.

Introduktionen av Cashkort kan också ses som ett försök att minska andelen kontantbetalningar. Fördelen med Cashkort, i förhållande till vanliga kontokort, är att information om saldo på kortet (endast) finns lagrad i kortet. Därmed behöver inte en uppkoppling ske till en central dator varje gång en transaktion genomförs, utan endast när kortet fylls på. Detta sänker transaktionskostnaden väsentligt, vilket är en förutsättning för att kortbetalningar skall kunna konkurrera med kontantbetalningar om små betalningar.

Drivkrafterna bakom bankernas ökade datoranvändning och automatisering är dels att detta kan sänka kostnaderna, genom att manuella arbetsmoment kan bortrationaliseras, dels att servicenivån kan ökas genom bättre tillgänglighet, kortare köer och snabbare hantering. Som en följd av den ökade datoriseringen har bankernas datakostnader ökat dramatiskt, så att dessa kostnader numera ligger i nivå med eller över kostnaderna för kontorsnätet. De fyra storbankerna uppges var och en ha kostnader för data- och IT-system i storleksordningen 2,5–3 miljarder kronor.⁵⁰

”Värdepapperisering”

Om tendensen har gått mot att bankerna fått allt större betydelse för relativt små betalningar, så kan en delvis motsatt trend märkas när det gäller in- och utlåning. Stora företag och exempelvis kommuner lånar och placerar idag i större utsträckning genom att emittera eller köpa räntebärande papper – obligationer och s.k. certifikat. Bankernas roll blir här snarare rådgivarens och konsultens, medan de tidigare stod som direkt motpart i en lånetransak-

⁵⁰ Affärsvärlden, nr. 9 för 1999.

tion. Man kan säga att bankernas betalningsförmedlingsfunktion successivt fått större betydelse, medan betydelsen av kapitalförmedlingsfunktionen minskat, eller åtminstone ändrats.

Färre kontor

År 1975 fanns det 3 617 bankkontor i Sverige. Antalet bankkontor minskade endast obetydligt fram till mitten av 1980-talet. Därefter har cirka 100 kontor försvunnit varje år.⁵¹ Minskningen är relativt jämnt fördelad mellan affärsbankerna, sparbankerna/Sparbanken Sverige och Föreningsbanken: cirka 30 procent för hela perioden 1975–1996. I slutet av år 1996 uppgick antalet självständiga bankkontor till 2 505. Under det följande året ökade bankaktiebolagens antal kontor med 1,7 procent, framför allt tack vare ett större antal kontor inom Handelsbanken (+35) och Länsförsäkringar Bank (+25). Övriga större banker minskade antalet kontor med cirka 2 procent. Att nedläggningen av kontor bromsats upp kan delvis bero på tillfälliga effekter. Exempelvis har Handelsbanken genom förvärvet av Stadshypotek fått ett tillräckligt kundunderlag för att etablera nya kontor på vissa orter. Delvis kan det bero på att bankerna inte anser sig kunna fortsätta att lägga ned kontor i samma utsträckning. Ett glesare kontorsnät innebär ju en sämre servicenivå för kunderna. Därtill kommer att kontorsrörelserna generellt sett är mycket lönsamma.⁵²

Stabil sysselsättningsnivå, mer kvalificerade uppgifter

År 1975 fanns totalt drygt 30 000 bankanställda. Antalet anställda nådde en topp i slutet av 1980-talet, cirka 45 000. Därefter har antalet stabiliserats på en nivå med ett par tusen färre anställda. I slutet av år 1996, dvs. före sammanslagningen av Sparbanken och Föreningsbanken, hade antalet anställda i affärsbankerna, exklusive dessa två, ökat med 35 procent sedan 1975. Inom sparbanksrörelsen, inklusive Sparbanken Sverige, hade antalet ökat med 45 procent, och Föreningsbankens personalstyrka hade blivit hela 80 procent större. Det förefaller troligt att antalet anställda kommer att ligga kvar på nuvarande stabila nivå, speciellt med tanke på att kontorsverksamheten i allt större grad går ut på att förmedla personlig service.

⁵¹ Antalet automater är idag jämförbart med antalet kontor. De första uttagsautomaterna installerades i början av 1970-talet.

⁵² Affärsvärlden, nr 39 för 1998.

Under perioden 1987–1997 har den genomsnittliga (nominella) banklönen fördubblats, från cirka 13 300 till cirka 26 400. Under motsvarande period har en genomsnittlig industriarbetarlön stigit med cirka 75 procent och lönen för rutinmässigt kassaarbete i bank med cirka 60 procent, vilket tyder på att en successivt allt mer kvalificerad personal utför allt mer kvalificerade uppgifter.⁵³

Integrering av finansiella tjänster med andra tjänster

En trend som kan skönjas är att finansiella tjänster, t.ex. betalningsförmedling, integreras med andra tjänster. Exempelvis sker en samordning mellan de betalningsrutiner bankerna tillhandahåller företagen och företagens egen bokföring. I framtiden kan motsvarande utveckling skönjas när det gäller Internethandel, så att beställning och betalning kan ske simultant.

Internationalisering

Under senare år har ett antal bankfusioner genomförts över nationsgränserna. Delvis kan detta ses som ett utslag av den generella trenden mot större företag och ett större inslag av gränsöverskridande handel. Delvis kan det ses som en reaktion inför införandet av den gemensamma europeiska valutan. Denna utveckling har gått olika långt inom olika segment av bankmarknaden – längst kanske inom områden som investment banking och mindre långt inom retail banking.

De svenska bankerna har i första hand inriktat sig på den nordiska marknaden.⁵⁴ Därtill har man, som de flesta stora universalbanker, öppnat filialer i ett relativt stort antal länder för att kunna betjäna de multinationella svenska företagen.

⁵³ SOS Banker, 1997, SCB; SOS Finansiella företag, 1997, SCB; Statistisk Årsbok 1989, 1999, SCB.

⁵⁴ Utvecklingen inom de finansiella företagen och marknaderna, Finansinspektionen, 1998:5.

3 Betalningsförmedling

En modern universalbank är normalt organiserad i ett antal affärsområden, vilka översiktligt har beskrivits i avsnitt 2.3. Typiskt sett är retail banking (eller bankverksamhet på detaljistmarknaden) ett sådant affärsområde.⁵⁵ Kännetecknande för detta är att värdet på varje transaktion normalt är relativt litet. Ett undantag är exempelvis bolånefinansiering. För att uppnå kostnadseffektivitet krävs därför att produkterna, eller tjänsterna, är standardiserade och helst automatiserade. I viss utsträckning säljs tjänsterna styckevis, t.ex. enstaka betalningsöverföringar i kassa eller värdepappersaffärer. Till större delen säljs dock produkterna i paket som kunden abonnerar på. Ett typiskt sådant paket är ett lönekonto med därtill kopplat bank- och/eller kreditkort, möjlighet till girobetalningar, månatliga överföringar till sparkonto, fondsparande eller pensionssparande och kanske också en kredit. Kunden kan normalt välja vilka tjänster som skall ingå i paketet. Tidigare ingick normalt checkar i paketet. Tjänsterna levereras endera automatiskt (stående överföringar eller autogiro) eller genom kundens eget agerande (bankomatuttag, tjänster utförda via knapptelevon eller Internet). Girobetalningar från privatperson sker än så länge i huvudsak genom ett pappersbaserat system med vissa manuella inslag. Kortbetalningar automatiseras i allt större utsträckning, men genomförs delvis manuellt av näringsidkaren.

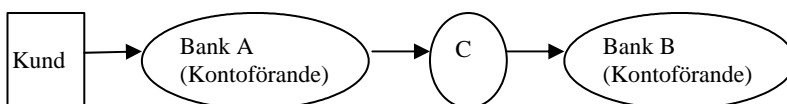
Kunderna ersätter bankerna dels genom årliga avgifter, dels genom det räntenetto bankerna erhåller genom att låna ut pengarna till högre ränta än insättaren erhåller. Avgifter per transaktion förekommer i relativt liten, om än ökande, utsträckning, och då framför allt på sådana tjänster som bankerna vill minska omsättningen av – exempelvis utnyttjandet av checkar och betalning av räkningar över disk – eller där det är kutym att ta betalt – exempelvis kontantuttag utomlands. Ur principiell synvinkel är detta kanske förvånande, eftersom en sådan prissättning skulle svara mot bankernas kostnader. Å andra sidan finns betydande fasta kostnader per kund, t. ex. för månatlig avisering, kundkontakt och kostnader för att vinna en ny kund, samtidigt som transaktionsavgifter mött kraftigt motstånd från kunderna. Företagskunder betalar däremot i hög utsträckning priser och avgifter med stor följ-

⁵⁵ Delvis sammanfaller affärsområdet retail banking med verksamheten inom kontorsrörelsen.

samhet mot bankens kostnader.

Ur teoretisk synvinkel kan bankernas betalningsförmedling avse två typer av transaktioner: kreditering och debitering. Med kreditering avses tjänster som innebär att en kund med konto i bank A ger denna bank i uppdrag att föra över ett visst belopp till bank B, enligt figur 3 nedan.

Figur 3 Kreditering

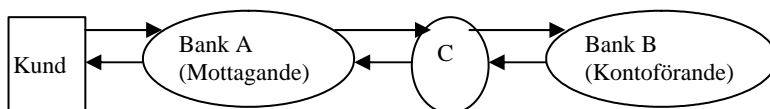


C syftar på förmedlande clearingsinstitut, t.ex. Dataclearingen, Bankgirocentralen eller CEKAB.

Kunden har konto i bank A och B. Kunden ger bank A i uppdrag att föra över medel från kundens konto i bank A till bank B. Betalningsinformationen, avseende på vilket konto insättning sker och till vilket belopp, passerar genom ett clearinginstitut, t.ex. Dataclearingen, BGC eller CEKAB. Avvecklingen mellan bankerna sker som vanligt i RIX-systemet på initiativ av den bank som mottagit kundens överföringsuppdrag. Vid en överföring mellan två konton är således fyra system inblandade – bankernas respektive interna datasystem, exempelvis Dataclearingens system och slutligen RIX.

En *debitering* (eller debetdragning), å andra sidan, uppstår t.ex. när en kund med konto i bank B kommer in i bank A och ber att få medel överförda från sitt konto i bank B till bank A. En debetdragning kan sägas innebära att en kund använder sig av en mellanhand i form av en annan bank för att kunna göra uttag från sitt konto. Detta visas i figur 4 nedan.

Figur 4 Debitering



Ur en mer praktisk synvinkel kan man urskilja tre typer av betalningar: betalningar vid inköpsstället, betalningar av räkningar och

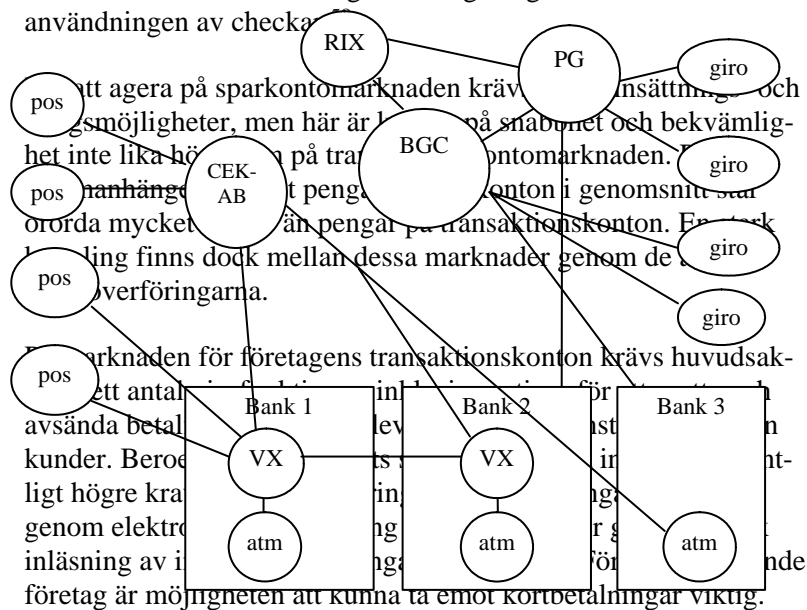
utbetalningar (lön, pension mm.). Dessa betalningar kan utföras med olika teknologier, varför bankerna har inrättat ett antal olika betalningsfunktioner. De viktigaste av dessa är kontantuttag i automat, kortbetalningar och girobetalningar. En annan betalningsfunktion är checkar. Samma teknologi, eller funktion, kan användas för betalningar av olika typer enligt ovan. Exempelvis skulle checkar i princip kunna användas för att betala räkningar och för utbetalning av lön, vid sidan av betalningar vid inköpstället.

För att en bank skall kunna agera effektivt på marknaden för privatpersoners transaktionskonton krävs i princip att banken kan erbjuda kunderna effektiva rutiner för uttag från eget konto och för insättning på annans konto. I praktiken har tre fundamentala betalningsfunktioner fått ett sådant genomslag att tillgång till dessa är nödvändig för en bank som vill konkurrera denna marknad. Den första är *kontantuttag* från eget konto, företrädesvis genom uttagsautomater (Bankomat eller Minuten). Historiskt har kontantuttag i kontor varit ett alternativ, men detta är idag knappast ett alternativ för flertalet kunder. En undersökning Konsumentverket genomfört visar att bland dem som besvarat frågan ”har du eller Din make/maka/sambo bankomatkort” har 86 procent av hushållen minst ett kort för automatuttag.⁵⁶ Totalt genomfördes drygt 300 miljoner uttag ur automat 1997, vilket motsvarar cirka ett uttag per vecka och vuxen. Den andra är *girofunktion* (bank- eller postgiro) för betalning av räkningar. Detta innebär samtidigt ett uttag från eget konto och en insättning på annans konto. Enligt samma undersökning använder 86 procent av hushållen post- eller bankgiro, medan knappt 40 procent ”ofta eller ibland” betalar räkningar över disk.⁵⁷ Det senare är den äldre teknologin för att utföra samma funktion som en girobetalning. Den tredje funktionen är *kortfunktionen*. Även en kortbetalning medför ett uttag från eget konto och en insättning på annans konto. Hälften av hushållen gör betalningar i affär med kort där pengarna dras direkt från ett konto. En fjärdedel använder betalkort där räkning kommer efteråt (t.ex. bensinkort). En mindre andel använder rena kreditkort. Däremot kan man förmoda att kreditkortsfunktion (VISA, Mastercard m.fl.) är värdefull för kunden, framför allt vid utlandsresor, även om den sällan används. Checkar fyller i stort

⁵⁶ Finansiella tjänster i ett konsumentperspektiv, Konsumentverkets rapport 1998:16.

⁵⁷ 10 procent betalar räkningar med telefonbank, 37 procent med autogiro, 3 procent med Internetbank och 10 procent använder servicekonto eller betalningsförmedling. Ett hushåll kan självfallet använda flera metoder för att betala räkningar.

sett samma funktion som kortbetalningar och kan ur betalarens synvinkel vara ett fullgott alternativ. Ur betalningsmottagarens och bankens synvinkel medför dock checkhantering större kostnader, varför bankerna genom höga avgifter har minskat användningen av checkar.



Givetvis gör kunderna på alla dessa marknader en avvägning mellan pris och servicenivå. Ett lägre "pris" (eventuellt i form av en högre ränta) gör att kunden kan acceptera en sämre tillgänglighet och lägre servicenivå. Idag förefaller det dock svårt att tro att en bank kan hävda sig på transaktionskontomarknaden utan tillgång till uttagsautomater, girofunktion och möjlighet till kortbetalning. En schematisk bild av de centrala betalningssystemen visas i figur 5 nedan. Utöver de för kunderna direkt intressanta funktionerna finns ett antal centrala system som understödjer de förra. I de följande avsnitten förklaras mer i detalj hur de olika systemen är uppbyggda.

Figur 5

⁵⁸ I exempelvis USA används checkar i stor utsträckning i situationer där vi i Sverige skulle använda girering, dvs. för att betala räkningar.

Figuren illustrerar på ett schematiskt sätt hur de tre funktionerna kontokortsköp, automatuttag och gireringar hänger ihop med betalningssystemet i övrigt. Cirklarna betecknar företag eller funktioner inom ett företag, linjerna betecknar några av de vägar betalningsuppdrag överförs. POS⁵⁹ representerar näringsidkare med terminaler för att ta emot betalning med kontokort. Dessa har ett avtal med en "kortinlösande bank" och ett konto i denna (eller annan) bank till vilket betalningarna förs. Näringsidkaren kan vara uppkopplad mot en växel som drivs av banken, såsom fallet är med Bank 1, eller uppkopplade mot ett annat företags växel, t.ex. CEKAB. (Näringsidkaren kan också hantera korten manuellt). Gentemot personer som innehar kontokort (ej inritade) är bankerna kortutgivare. ATM⁶⁰ representerar uttagsautomater (Bankomat, Minuten). Dessa ägs av bankerna och är uppkopplade mot endera en växel inom banken eller mot en växel som ägs av ett annat företag, t.ex. CEKAB. Om en kund i Bank 1 tar ut pengar från en automat ägd av Bank 2 kan informationen gå genom dessa bankers egna växlar, förutsatt att bankerna har en direkt uppkoppling mellan sina växlar (som i figuren). Om de inte har en direkt uppkoppling, eller om kunden i Bank 1 tar ut pengar i en automat ägd av Bank 3, går kommunikationen genom CEKAB:s växel. GIRO representerar företag anslutna till Post- eller Bankgirot.

Liksom vad gäller POS kan uppkopplingen vara elektronisk eller

⁵⁹ Point Of Sale.

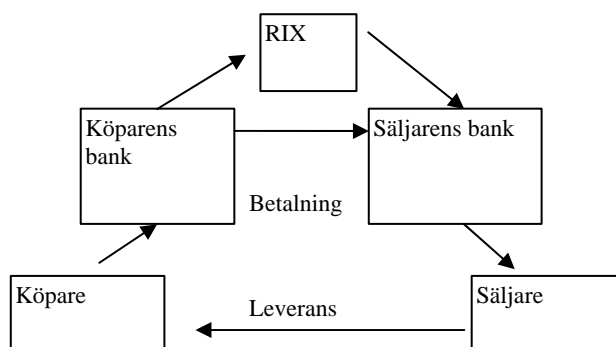
⁶⁰ Automated Teller Machine.

ske genom blanketter som skickas med posten. Normalt har företagen såväl post- som bankgironummer för inkommande betalningar, men för vissa andra funktioner använder man normalt bara en leverantör. De privatpersoner som har en girofunktion till sina transaktionskonton (ej inritade) kan normalt skicka betalningar till både post- och bankgironummer. Betalningarna processas delvis på olika vägar beroende på huruvida betalningsavsändarens bank har avtal med Post- eller Bankgirot och beroende på om avsändaren betalar till ett post- eller bankgironummer. När bankerna på kundernas uppdrag debiterar eller krediterar konton, vid uttag respektive insättningar, uppstår skulder och fordringar mellan bankerna, eftersom betalningsmedel inte skickas genom växlarna eller genom Post- eller Bankgirot.⁶¹ Dessa skulder och fordringar nettas, eller ”kvittas”, till stor del inom t.ex. CEKAB och BGC. De nettoskulder som återstår regleras, ”clearas” och ”avvecklas”, genom Riksbankens RIX-system, i vilket bankerna har konton. Vissa större betalningar går direkt genom RIX. Pilen från BGC till CEKAB anger att den förra sköter databehandling åt den senare.

Man kan säga att t.ex. giro- och kortsystemen är ”masssystem”, eller detaljistledet i betalningssystemet, medan RIX är en del av betalningssystemets grossistled. I figur 6 nedan är detaljistledet basen av pyramiden, medan grossistledet utgör toppen. Nyberg och Viotti diskuterar utförligt grossistledet i betalningssystemet och speciellt dess risker – för enskilda aktörer och för systemet som helhet, s.k. systemrisker.

⁶¹ Detta gäller inte för betalningar inom Postgirosystemet; se vidare avsnitt 3.3.

Figur 6 Gross och detaljhandelsledet i en betalnings-transaktion⁶²



Figuren illustrerar en situation där säljaren levererar en vara till köparen och får betalt genom bankernas betalningssystem. Köparen uppdrar till sin bank att betala till mottagaren, närmare bestämt till ett visst konto i mottagarens bank, t.ex. genom en girering. Transaktionsinformation av den här typen hanteras normalt av ett särskilt system som hanterar och sorterar ett stort antal liknande transaktioner, t.ex. Bankgirocentralen, och räknar ut den sammanlagda nettoställningen mellan bankerna. Detta kallas clearing (visas ej i figuren). Säljarens bank får information om att en viss kunds konto skall krediteras och kan i princip utföra denna kreditering omedelbart (i verkligheten sker det normalt med en viss fördröjning). Någon överföring av betalningsmedel sker dock aldrig direkt mellan bankerna. Ur köparens och säljarens synvinkel är betalningen fullgjord i och med att säljaren krediterats och köparen debiterats, men ur bankernas synvinkel har en fordran uppstått hos säljarens bank gentemot köparens bank. De uppkomna skulderna och fordringar mellan bankerna *avvecklas* genom att deras respektive konton i RIX debiteras och krediteras. Överföringen av betalningsmedel från köpare (betalningsavsändare) till säljare (betalningsmottagare) är detaljhandelsledet i betalningsförmedlingen, medan överföringen av betalningsmedel mellan bankerna är grosshandelsledet.

Verksamheten inom betalningsförmedlingsområdet har under senare år stramats upp. Bland annat har en lag antagits som i viss

⁶² Figuren är hämtad från Nyberg och Viotti, 1999.

utsträckning reglerar verksamheten inom detta område. I 1 kap. 1 § lagen om börs- och clearingverksamhet (1992:543) föreskrivs således att clearingverksamhet yrkesmässigt endast får bedrivas av Sveriges riksbank och av företag som fått tillstånd som clearingorganisation. BGC har erhållit tillstånd av Finansinspektionen att bedriva sådan clearingverksamhet.

När det gäller kort- och girobetalningar finns en viktig principiell distinktion mellan tre- och fyrpartssystem. I ett trepartssystem måste kort-/betalningsmottagaren och kortinnehavaren/betalningsavsändaren vara anslutna till samma bank. Exempel på sådana system är American Express respektive Postgirot. (I det senare fallet gäller detta emellertid inte i alla avseenden.) I ett fyrpartssystem kan betalaren och mottagaren av betalningen vara anslutna till olika banker, vilka i sin tur utväxlar information om transaktionen. Exempel på sådana system är VISA och Bankgirot. När det gäller uttagsautomater kan samma distinktion göras, med Minutensystemet före sammanlänkningen med Bankomatsystemet som ett exempel på det förra, och Bankomatsystemet som ett exempel på det senare.⁶³ I vissa avseenden är trepartssystem enklare, men fyrpartssystem har å andra sidan fördelen att nätverken av anslutna användare i allmänhet kan bli större. Det förefaller också som om fyrpartssystemen vinner terräng från trepartssystemen.

Den bild av betalningssystemet figuren ger är inte fullständig, varken vad gäller aktörer och system eller vad gäller de vägar betalningsförmedling sker. Vidare beaktas bara de tekniska aspekterna av betalningssystemet. De avtal som reglerar de juridiska och ekonomiska villkoren mellan aktörerna på marknaden är i lika hög grad som den tekniska uppkopplingen en förutsättning för att systemet skall fungera. Så som delvis framgår av figuren kan betalningar i många fall genomföras på två eller flera sätt, t.ex. gireringar via post- eller bankgiro. I de följande avsnitten ges en mer detaljerad beskrivning av hur betalningssystemet fungerar i olika avseenden.

En viktig del av betalningssystemet som inte berörts är Data-clearingen.⁶⁴ Detta är ett system för anslutna bankers clearing av

⁶³ Mer korrekt vore kanske att här tala om två- och trepartssystem, men för att använda en konsekvent terminologi används begreppen tre- och fyrpartssystem. Automaten i sig ses då som den tredje, respektive fjärde, parten.

⁶⁴ Se vidare avsnitt 3.4.1.

checkar, postväxlar, stående överföringar och löne- och pensionsinsättningar. Systemet ägs av Bankföreningen, men driften sköts på entreprenad av Bankgirocentralen. Dataclearingen är dock ett fristående system.

Som tidigare nämnts kan det faktum att nischbankerna framför allt etablerats på marknaden för sparkonton delvis förklaras av att detta är den tekniskt minst krävande marknaden, delvis av att nischbankerna här var minst beroende av tillgång till de etablerade bankernas tekniska funktioner (uttagsautomater, BGC etc.), delvis kanske också av att konkurrensen var mindre intensiv på denna delmarknad. Indirekt finns dock konkurrens från andra sparformer, t.ex. aktie- och räntefonder.

Enligt Riksbankens statistik gjordes 23 bank/betalkortsköp och 2 kreditkortsköp per vuxen invånare 1997.⁶⁵ En mindre del av dessa kan förmodas avse företagsmarknaden. Antalet automatuttag var på samma sätt cirka 45 och det totala antalet girobetalningar motsvarade ungefär 105 per vuxen, men inkluderar då ett stort antal betalningar mellan företag, t.ex. leverantörsbetalningar. Enligt en rapport till Europeiska kommissionen (*Fees Charged for Banking Services*) använder genomsnittssvensken 6 checkar och gör 5 uttag direkt i bank, sammanlagt motsvarande cirka 14 transaktioner per vuxen. Användningen av checkar har dock minskat kraftigt under de senaste åren. Om man antar att 15-20 av de 105 gireringarna sker från eller till privatpersoner innebär detta att omkring 100 transaktioner i medeltal utförs av en privatperson med transaktionskonto varje år. Relativt små intäkter per kund tillsammans med ett relativt stort antal transaktioner gör att ett kostnadshandikapp på bara en eller ett par kronor per transaktion gör det svårt för en aktör att hävda sig. De system av uttagsautomater och för girering som byggt upp präglas av stordrift, stora nätverksexternaliteter och är tekniskt relativt komplicerade. Detta gör samtliga banker i större eller mindre utsträckning beroende av tillgång till dessa system. Tillgången kan dock vara antingen direkt, genom ett direkt medlemskap eller deläggande i dessa system, eller gå via någon annan marknadsaktör, t.ex. via en annan bank eller via ett internationell kreditkortsföretag.

Traditionellt har kontakten mellan kunden och banken skötts

⁶⁵ Statistisk Årsbok, Sveriges riksbank, uppger att år 1997 genomfördes 13 miljoner kreditkortstransaktioner, 160 miljoner betalkortstransaktioner, 312 miljoner automatuttag och 725 miljoner girotransaktioner. Enligt Statistisk Årsbok, SCB, fanns samma år cirka 6,9 miljoner vuxna invånare, från 18 år och uppåt.

genom kontorsrörelsen, där också transaktionerna genomförts. Att bygga upp en heltäckande kontorsrörelse är kostsamt, men ny teknologi har medfört att kontakten med kunden i stor utsträckning kan skötas antingen via telefon eller via Internet. Själva transaktionerna sker i huvudsak i uttagsautomatsystemen, eller via kort- eller girosystemen. Genom en ytterligare utveckling av systemen och av säkerheten kan Internet kanske också komma att ersätta de tekniska systemen för betalningsförmedling, t.ex. uttagsautomater och girering.

3.1 Kontantuttag

3.1.1 Tjänsten kontantuttag

Banker verksamma på inlåningsmarknaden erbjuder sina kunder olika möjligheter att ta ut pengar. Traditionellt har detta skett genom kontantuttag över disk, vilket har inneburit att kunderna varit tvingade att uppsöka ett bankkontor. Ett sätt att erbjuda kunderna ökad service har varit de avtal som möjliggjort för en kund att ta ut pengar på annan än kontoförande banks kontor. Detta reglerades i det s.k. resetjänstavtalet (en ungefärlig motsvarighet till dagens dataclearingavtal, se avsnitt 3.4) som avsåg uttag från sparkonton. Uttagen i en annan bank än den egna förskötterades kunden och reglerades i efterhand genom bankernas clearingavtal och genom riksbanksclearingen. Utbetalande bank åtog sig därigenom att bevilja kredit till kontoförande bank.

Som komplement till ovan nämnda uttagssamarbete började bankerna under 1970-talet att utveckla ett omfattande nät av uttagsautomater för att rationalisera hanteringen av kontantuttag. Banker erbjuder numera normalt någon typ av bankkort med uttagsmöjligheter i automater till kunder som har transaktionskonton (exempelvis lönekonto). Idag sker det stora flertalet kontantuttag i automater, uppskattningsvis 80–90 procent av antalet uttag enligt den statistik som redogjorts för i inledningen till kapitlet. Förutom den ökade tillgängligheten för kunderna har en stark drivkraft varit bankernas strävan att reducera de egna kostnaderna för manuell betjäning. Själva den geografiska placeringen av uttagsautomaten bestäms, i viss samverkan med annan avtalsslutande bank, av den automatägande banken och dess marknadsstrategi. Av kostnadsskäl förläggs automaterna ofta i anslutning till själva bankkontoren.

I princip finns två huvudmetoder för att organisera uttagssystem.

Endera kan kort utgivna av en viss bank endast användas i bankens egna automater. Denna typ av system motsvarar det som på kort- och giromarknaden kallas trepartssystem. I detta fall involveras emellertid bara två parter i en transaktion: kortinnehavaren och kortutgivande/automatägande bank. Innan Förenings-Sparbankens Minutenautomater blev kompatibla med automaterna betecknade Bankomat var Minutensystemet organiserat enligt denna princip. Alternativt kan bankerna samarbeta, motsvarande kort- och giromarknadens fyrpartssystem. I detta fall är kortutgivande bank inte nödvändigtvis densamma som automatägande bank, eftersom bankernas automater accepterar kort utgivna av andra banker. Bankomatsystemet har alltid fungerat enligt denna princip. Organisatoriskt kan ett system av den här typen byggas upp endera inom ett gemensamt ägt företag, som äger automater och den centrala växeln (se nedan), eller genom att avtal sluts om gemensamt utnyttjande av enskilt ägda komponenter (automater etc.). Givetvis kan olika mellanformer tänkas, t.ex. att automaterna ägs av bankerna enskilt, men växeln gemensamt.

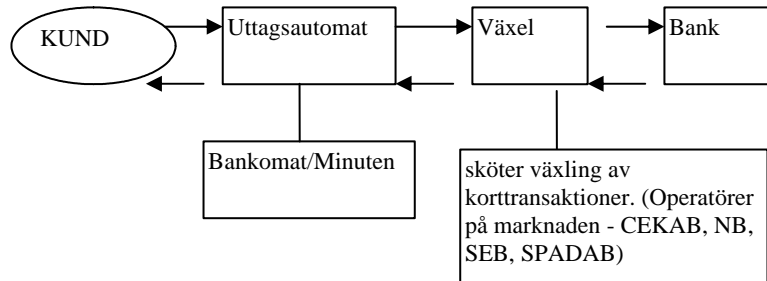
När en bankkund använder en automat förs kortet in i automaten och en PIN (Personal Identification Number)-kod trycks, vilket får dataprogrammet i automaten att formatera och kryptera information om kunden och de transaktioner denne önskar utföra. Informationen skickas vidare, antingen till bankens egen växel (dator), vilken styr och övervakar uttagsautomaten, eller till en växel hos ett annat företag (en annan bank eller ett företag specialiserat på denna typ av tjänster). Växeln klockar tiden, dekrypterar informationen och loggar uppgifter om kund och bank. Informationen krypteras återigen och skickas tillbaka till automaten. Sedlarna matas ut ur automatens kassaskåp och kortet returneras. Förloppet vid uttag i den egna bankens automater och uttag i en annan banks automat illustreras i figurena 7 och 8 nedan. I det senare fallet kan transaktionerna hanteras av bankomatägande banks växel eller av en växel hos ett separat bolag (t.ex. CEKAB).

Växelfunktionen omfattar sammankopplingen av en uttagsautomat och den bank som äger uttagsautomaten och dess kontosystem. En inkommande transaktion (begäran om uttag) identifieras och skickas vidare till rätt konto. Om det finns täckning för beloppet går en klarsignal tillbaka till automaten. CEKAB och SPADAB skickar i tillämpliga fall transaktionen vidare till kontoförande bank.⁶⁶ I dessa två växlar ingår också en clearingfunktion. De

⁶⁶ CEKAB:s årsredovisning, 1997.

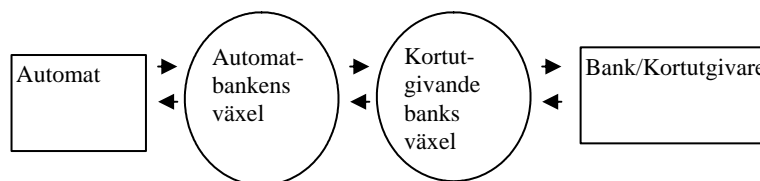
tjänster som växelsystemen utför är i huvudsak insamling och överföring av information om utförda transaktioner mellan bankerna. Detta sker genom dagliga filöverföringar.

Figur 7 Automatuttag i kortutgivande banks automat



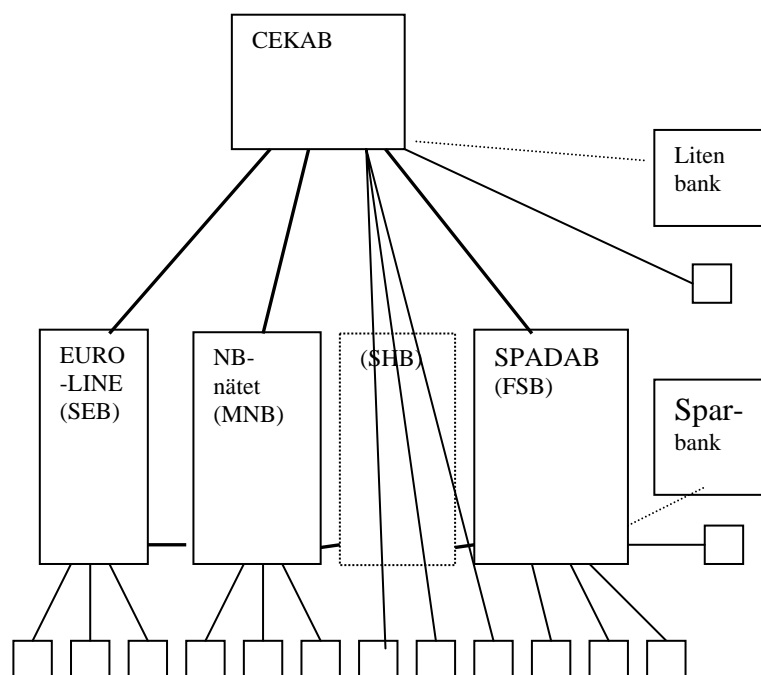
Figur 8 visar hur de olika växelsystemen samverkar vid automatuttag när en kortinnehavare använder annan än den egna bankens automater. Transaktionen passerar först automatägande banks växel (om banken inte har en egen växel sluter den normalt avtal med CEKAB för växeltjänsten) och därefter kortutgivande banks växel.

Figur 8 "Fyrparts"transaktion



Figur 9 nedan illustrerar den generella strukturen för automat-systemet i Sverige och dess olika aktörer. De tunna heldragna linjerna visar kommunikationen mellan automaterna och växeln. De feta heldragna linjerna visar kommunikationen mellan de fyra växlarna, medan de streckade linjerna visar kommunikationen mellan växlarna och kontosystemen i de banker som saknar egna växlar.

Figur 9 Illustration över automat/växelsystemet



I tre fall processas transaktionsinformationen av en växel som tillhör banken: Euroline för SEB, SPADAB för FöreningsSparbanken (efter fusionen med Föreningsbanken har, under en övergångsperiod, både CEKAB och SPADAB utnyttjats) och "NB-nätet" för MeritaNordbanken (sedan 1 januari 1999 går bankens samtliga ATM-transaktioner genom den egna växeln). I det fall kortinnehavaren är kund i den bank som äger automaten förs informationen vidare direkt till bankens kontosystem, eller, vad gäller Minutautomater, till någon av de fristående sparbankernas kontosystem. I det fall kortinnehavaren är kund i en annan bank än den automatägande banken skickas informationen ofta vidare till den gemensamma växeln CEKAB. Om både automatägande bank och kortutgivande bank har egna växlar skickas information direkt mellan växlarna, t.ex. från Euroline (SEB) till NB-nätet. Transaktioner som initieras i en automat som tillhör en annan än de tre banker som har egen växel hanteras av CEKAB (exempelvis Handelsbanken och SkandiaBanken har avtal med CEKAB om hanteringen av växeltjänsten). Växlarnas datasystem kan sägas utgöra det tekniska navet i de uttagssystemet.

Tidigare var CEKAB den enda leverantören av drift- och clearingtjänster för ATM-transaktioner i Bankomatsystemet och SPADAB för automaterna i Minutensystemet. CEKAB etablerades 1989 och ägs av Nordbanken, Handelsbanken, Förenings-Sparbanken och Den Danske Bank. CEKAB utvecklar, underhåller och driver system för hantering av elektroniska korttransaktioner, såväl automatkort som kreditkort. Totalt hanterar företaget över 100 miljoner ATM-transaktioner per år. Därtill kommer en betydande verksamhet avseende insamling och auktorisation av transaktioner med kontokort i handeln (kortsystemen beskrivs närmare i avsnitt 3.2).

VISA och Mastercard är två internationella varumärkesföreningar för kontokortsköp och automatuttag, där banker och finansbolag kan bli medlemmar. VISA är en förening i vilken banker och närstående företag kan söka medlemskap och Mastercard är ett bolag som säljer licenser för användning av varumärket.⁶⁷ Både VISA och Mastercard ger ut och underhåller regelverk och driver världsomspännande datanät med clearingfunktioner för både ATM och POS. VISA och Mastercard har egna växelsystem i Bryssel respektive London. I Sverige går dock alla ATM-transaktioner genom något av de nationella växelsystemen.

3.1.2 Marknadsbeskrivning uttagsautomater

Ett antal affärsbanker inledde under 1972 ett samarbete om uttagsautomater under varumärket Bankomat. Bankerna investerade i automater genom ett nybildat bolag, BankomatCentralen AB (BMC), som idag ägs av Merita Nordbanken, Den Danske Bank (Provinsbankerna, f.d. Östgöta Enskilda Bank), SEB, Svenska Handelsbanken, JP Bank och Länsförsäkringar Wasa Bank. Affärsbankernas tillgång till automaterna reglerades ursprungligen genom ett multilateralt avtal, det så kallade bankomatavtalet. I mitten av 1980-talet överläts automaterna till respektive bank. En anledning till detta var att bankomatkonsortiet uppfattade de då överenskomna reglerna för beslut om placering av nya uttagsautomater som otillfredsställande. Det stod därefter varje bank fritt att etablera uttagsautomater på de platser man önskade. Samtidigt slöt affärsbankerna bilaterala avtal (prissättningen mellan bankerna reglerades dock fortfarande genom bankomatavtalet) så att kunderna också fortsättningsvis kunde

⁶⁷ Se även nästa avsnitt.

utnyttja samtliga automater inom Bankomatsystemet. Mot bakgrund av den nya konkurrenslagen ändrades bankomatavtalet för att släppa in andra banker. En annan effekt blev att den multilaterala prissättningen mellan bankerna bilateraliserades. Däremot äger BMC fortfarande varumärket.

År 1976 påbörjade sparbankerna uppbyggnaden av sitt uttagssystem, Minuten. Minuten utgör knappt hälften av de ca 2400 tillgängliga uttagsautomaterna i landet. Minutensystemet ägs och förvaltas idag av FöreningsSparbanken AB tillsammans med de 87 fristående sparbankerna. Respektive bank äger enbart hårdvaran, dvs. automaten, kassaskåpet och den sedelmängd som den laddas med. Mjukvaran, ett omfattande och komplext centralt system som består av ca 500 program, ägs av FöreningsSparbanken AB. Oavsett vilken sparbank (inklusive FöreningsSparbanken) kortinnehavaren är kund i, och vilken sparbank som äger Minutenautomaten, kan uttag genomföras. Vid uttag i annan sparbanks Minuten ersätts denna av kontoförande sparbank. Kostnaden för utnyttjandet av systemet, inkl. kort- och kontokontroller, bokföring, intern clearingavräkning av likvid mellan sparbanker (utbetalda belopp), statistik m.m. faktureras varje fristående sparbank med samma pris som gäller internt för FöreningsSparbankens egna lokala filialer. Varje fristående sparbank avgör själv om den skall köpa in Minutenautomater från dataenheten SPADAB och kopplas då in i Minutensystemet. Den avgör också själv var automaten ska placeras för att bli lönsam, om den skall flyttas eller om den skall avinstalleras. Införskaffas en Minutenautomat är banken automatiskt med i hela Minutensamarbetet.⁶⁸

Bankomat- och Minutenautomaterna har något olika geografisk spridning. Relativt sett är de förra bättre representerade i storstäderna än i övriga landet medan det omvända gäller för Minutenautomaterna.

En bank som vill tillförsäkra sina kunder tillgång till kontantuttag i uttagsautomater betecknade Bankomat/Minuten har två möjligheter. Endera måste banken sluta bilaterala avtal med bankomatägande banker. För en fullständig täckning krävs således bilaterala avtal med samtliga BMC:s delägare. Detta gäller oavsett om banken själv är delägare i BMC, och därmed har rätt att utnyttja varumärket Bankomat, eller inte. Eller så kan banken erhålla tillgång till automaterna genom anslutning till ett internationellt kort-

⁶⁸ FöreningsSparbankens årsredovisning för 1998.

samarbete, t.ex. VISA.⁶⁹ (Ett tredje alternativ för banken är givetvis att investera i uttagsautomater och på så sätt bygga ett eget nät.)

FöreningsSparbanken tecknar, för sin och de fristående sparbankernas räkning, avtal avseende annan banks nyttjande av Minutenautomater över hela Sverige. Inget formellt hinder finns för en enskild fristående sparbank att teckna ett separat avtal med annan bank och därigenom komma överens om priser och andra villkor. Även i detta fall kan en bank alternativt erhålla tillgång till automaterna genom anslutning till ett internationellt kortsamarbete.

Den tidigare tydliga uppdelningen mellan Bankomat- och Minutensystemen är idag på väg att försvinna. Tidigare var dessa i tekniskt avseende två helt separata system, under var sitt varumärke. Också ur kundernas perspektiv upplevdes systemen som separata. Sedan 1995 har bilaterala avtal mellan bankerna successivt ingåtts, vilka gjort det möjligt för kunder i affärsbankerna att göra uttag i Minutenautomater och tvärtom. I stor utsträckning använder bankkunderna de nya uttagsmöjligheterna, även om än så länge Bankomatkort i mindre utsträckning används i Minutenautomater än i Bankomater och motsvarande för Minutenkort. Utvecklingen går på så sätt mot *ett* rikstäckande automatsystem. Sparbanken har också, efter fusionen med Föreningsbanken, blivit delägare i CEKAB. En annan effekt av fusionen är att Minutenlogon på automaterna håller på att bytas ut mot beteckningen ”Uttag”.

Internationella transaktioner, dvs. transaktioner där kortinnehavaren är kund i utländsk bank, skickas via VISA:s eller Mastercard's egna ATM-växlar i London resp. Bryssel. Genom anslutning till VISA eller Mastercard erhåller en bank automatiskt tillgång till samtliga Bankomater och Minutenautomater, på basis av VISA:s och Mastercard's generella avtal om tillgång till anslutna bankers uttagsautomater och POS-terminaler. Detta förutsätter emellertid att bankkunden skaffar ett kreditkort i stället för ett billigare uttagskort. För banken innebär det också generellt högre avgifter för varje uttag än de stora bankerna betalar sinsemellan.

⁶⁹ Ett potentiellt problem är att de svenska bankerna kan påverka utformningen av VISA:s nationella regelverk.

3.1.3 Kostnadsstruktur för uttagsautomater och växlar

Den tyngsta kostnaden för ett ATM-system är kostnaderna för själva automaterna.⁷⁰ En relativt stor del av kostnaden är proportionell mot antalet automater, främst investeringskostnaden och vissa kostnader för service och underhåll av automaterna, samt kostnader för larm, kommunikationsutrusning, försäkring, skadegörelse m.m. Andra kostnader bestäms framför allt av antalet uttag, t.ex. kostnaden för sedelhantering, räntekostnader för sedellager och kostnader förbrukningsmaterial och tele. Kostnaden per uttag anges motsvara ungefär hälften av vad ett uttag i kassa kostar banken.

Kostnaden för att installera en automat varierar och kan i vissa fall uppgå till drygt en halv miljon kronor, varav en betydande del för kassaskåpet och de förstärkningar som ofta måste göras av byggnader och gator för att bära tyngden av detta. De äldsta automaterna i drift är närmare 20 år gamla, men har då genomgått omfattande moderniseringar. I Norge har kostnaden per uttag beräknats till cirka 3,50 norska kronor 1994.⁷¹ Detta år gjordes knappt 45 000 uttag per automat och år.⁷² Kostnaden per uttag bör i Sverige kunna hållas nere genom att antalet uttag per automat numera uppgår till cirka 130 000.⁷³

För växelsystemen är några av de viktigaste kostnadsposterna hänförliga till systemutveckling och -underhåll, datoranläggningen och driftskostnader, vilka delvis är beroende av dimensioneringen av systemet och delvis helt fasta. Därtill kommer kostnader för telekommunikation, microfiche och magnetbandslagring, vilka alla är helt beroende av antalet transaktioner som utförs i systemet.

3.1.4 Prissättning av uttags- och växeltjänster

Den bank vars uttagsautomat utnyttjas för ett uttag kan ta betalt för denna tjänst, endera från kortinnehavaren eller från kortinnehavarens bank om uttag sker i en annan banks automat. (I avsnitt 5.5 diskuteras från en mer principiell synvinkel hur utnyttjandet av

⁷⁰ För en utförligare diskussion om fasta och rörliga kostnader – se avsnitt 7.3.

⁷¹ Flatraaker och Robinson (1995).

⁷² Humphrey, Kim och Vale (1998) och Norges Banks årsrapport om betalingsformidling för 1998.

⁷³ Statistisk Årsbok 1997, Riksbanken.

uttagsautomater kan prissättas.) På den svenska bankmarknaden gäller generellt att kortinnehavarens bank betalar en ersättning till automatägande bank. Endast i begränsad utsträckning har bankerna valt att föra vidare dessa kostnader till kunden genom en uttagsavgift, till viss del p.g.a. det starka motståndet från kunderna mot denna typ av avgifter men även p.g.a. synpunkter från myndigheterna. Däremot betalar givetvis kunderna på något sätt för de tjänster bankerna utför, t.ex. genom låg ränta på transaktionskonton eller genom årsavgifter.

I exempelvis Norge och USA är det normalt så att kunderna betalar en uttagsavgift vid uttag i en annan än den egna bankens automater. Dessa avgifter ligger i genomsnitt på 4 norska kronor respektive 80 cent.⁷⁴

Bankerna betalar vanligtvis en rörlig avgift per transaktion när deras kunder nyttjar andra bankers automater, en s.k. interchangeavgift. I vissa fall utgår även en fast avgift per automat och år. Därtill kommer avgifter för eventuellt nyttjande av CEKAB:s växeljänst.

För den bank som vill utnyttja varumärket Bankomat tillkommer ett antal olika engångsavgifter till BankomatCentralen. Först måste banken erlægga en avgift för att tillträda bankomatavtalet och kunna utnyttja varumärket Bankomat. Om banken skaffar egna automater tillkommer en avgift för detta. Om banken skaffar fler än ett visst antal automater utgår ytterligare en avgift. Ännu en avgift tillkommer om bankens utgivna antal kort överstiger en viss volym.

Den sammanlagda effekten av dessa avgifter är att kostnaden för varje automatuttag för en liten bank med förhållandevis få transaktioner blir hög (särskilt om det förekommer en fast kostnad för utnyttjande per automat).

Som nämnts kan bankerna även få tillgång till andra bankers automater genom anslutning till endera VISA- eller Mastercard-systemet. Det förekommer inga fasta avgifter per automat, men å andra sidan ligger den rörliga avgiften högre än den genomsnitt-

⁷⁴ Norges Banks årsrapport om betalingsformidling för 1998 respektive McAndrew (1996).

liga avgiften för uttag i automater för bankerna i Sverige.⁷⁵ Interchange-avgifterna i det multilaterala VISA-avtalet är fastställda av VISA International. VISA tillämpar en avgift i olika nivåer beroende på vilken typ av uttagservice som genomförs och var automaten är placerad. Dessa avgiftsnivåer är avsedda att tillämpas mellan bankerna internationellt, medan man nationellt förväntas avtala om lägre avgifter. För det fall banker inte kommer överens bilateralt om avgifter utgår dock VISA:s avgifter även nationellt. Banken betalar också en årsavgift för medlemskap i VISA. Bankkunden erlägger en årlig avgift för VISA-anknytningen och oftast en avgift per transaktion när kortet används för kontantuttag utomlands. Avgiften för Mastercard fastställs bilateralt. Om inte parterna kan komma överens tillsätts en skiljenämnd för ändamålet.

3.2 Kortbetalningar

3.2.1 Tjänsten kortbetalning

En kontokortsbetalning innebär att en betalning sker från kortinnehavarens konto till kortmottagarens konto. För mindre betalningar har kontant betalning traditionellt varit det vanligaste betalningssättet, vilket dock förutsätter att kunden bär med sig kontanta medel. Kontantbetalningar innebär normalt också att det säljande företaget måste göra en kontant insättning på banken. Det av bankerna införda checksystemet innebar en förenkling främst för kunden, som slapp bära med sig kontanter. För säljföretaget kvarstod dock behovet att uppsöka bank. Vid kontokortsbetalningar behöver ingen av parterna uppsöka bank som en direkt följd av en betalning.

När kontokort började användas i Sverige⁷⁶ skedde mycket av arbetet hos den enskilde köpmannen manuellt. Köpmannen kontrollerade kontokortet och utställde en avräkningsnota⁷⁷ till kunden genom att dra kontokortet genom en s.k. linjal. En kopia

⁷⁵ Det kan noteras att uttag i annan banks automat för kunden är gratis i Sverige, i Norge och USA i genomsnitt kostar motsvarande 4-7 kronor, medan uttag i automat *utomlands* typiskt sett kostar 30-40 kronor. Det är för denna typ av transaktioner som VISA:s avtal är tänkt att användas.

⁷⁶ Det första VISA-kortet i Sverige gavs ut den 6 december 1978 av dåvarande Sparbanken Stockholm.

⁷⁷ Även kallad slip.

av denna nota sändes sedan vidare till den inlösande banken. Numera sker kontroll och överföring av information till bank/transaktionsinsamlare i huvudsak elektroniskt via en terminal. Denna typ av transaktioner kallas POS-transaktioner.

Transaktioner med kontokort sker, i motsats till transaktioner med kontanter och checkar, inom ett slutet system. Med detta avses då att bara den kortinnehavare och det säljföretag, som i förväg har anslutit sig till ett visst kontokortssystem kan använda systemet för att betala/få betalt för en tjänst eller vara.

Kortinnehavaren inhandlar varor och/eller tjänster hos en köpman med sitt kort. Information om köpet registreras på en köpnota eller elektroniskt via terminal och överförs till banken. Härigenom är transaktionen, utom i undantagsfall, avslutad för köpmannens del. Banken får ersättning av kortinnehavaren i enlighet med bankens avtal med denne. Kortinnehavaren är oftast en fysisk person, men kan också vara en juridisk person. I de fall det gäller en juridisk person innebär det att ett företags anställda utnyttjar kortet för betalning. I praktiken används betalkorten i stor utsträckning av personer i deras yrkesverksamhet, medan bankkort och kreditkort i första hand används av privatkunder.⁷⁸

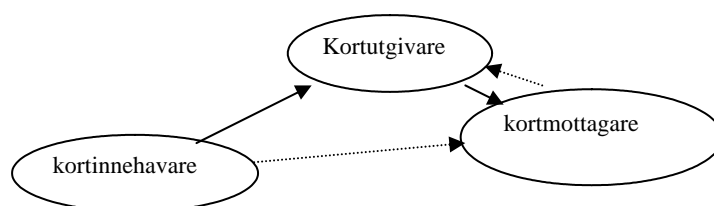
Kortutgivaren är en bank eller ett kreditmarknadsbolag som ger ut kort. Varje kortutgivare avgör själv om kort skall utfärdas till kund som ansökt om ett sådant. I ett avtal mellan banken (kortutgivaren) och kortkunden finns uppgift om vilket kort avtalet omfattar, de ekonomiska villkoren för nyttjandet av kortet och en definition av kundens ansvar. Kontokortet ägs av kortutgivaren och skall återlämnas till denne när avtalet med kortutgivaren upphör att gälla. Ett kortavtal gäller ofta tills vidare. Själva kortet har en begränsad giltighetstid, men ett nytt kort erhålls ofta automatiskt när kortets giltighetstid gått ut. I de internationella kortsamarbetena måste kortutgivarna vara banker eller till banker anhängiga företag.

Kortmottagaren, eller säljföretaget, är en köpman som tillhandahåller varor eller tjänster mot betalning med kort. Säljföretaget har slutit avtal med kortutgivare eller inlösare om att acceptera kort

⁷⁸ Betalkorten används oftast av anställda på tjänsteresa och dylikt. Kortet innehas av den anställda, men används till största delen för betalning av företagsspecifika kostnader. Tidigare innehades dessa kort direkt av företaget. P.g.a. problem med anställda som inte reglerade sina privata inköp har man nu övergått till att huvudsakligen använda betalkort där den anställda är kortinnehavare och därmed personligen ansvarar för inköp. Den anställda får därefter kräva ersättning av sin arbetsgivare för utgifter i tjänsten.

som betalningsmedel. År 1994 fanns ca 55 000 säljföretag⁷⁹ i Sverige som accepterade kort för betalning. Dessa använde i stor utsträckning elektroniska betalterminaler. Säljföretagen har i allmänhet en terminal per kassaapparat. Betalterminalerna ägs i vissa fall av säljföretagen men i stor utsträckning hyrs terminalerna från den inlösande bank som företaget har s.k. inlösenavtal med. År 1997 fanns således knappt 69 000 betalterminaler, en ökning från föregående år med 12 procent. I denna siffra ingår dock inte terminalsystem som är administrerade av bensinbolag och detaljhandelsföretag. Antalet terminaler av denna typ uppgick till 16 130 år 1994.⁸⁰

Figur 10 **Trepartstransaktion**



Ett sätt att vidga basen av kortinnehavare och anslutna köpmän är att tillåta även andra banker att ge ut kortet och sluta avtal med köpmän. Därmed skapas ett fyrpartssystem, där kortutgivande bank inte nödvändigtvis sköter inlösen. Många transaktioner kommer därför att beröra fyra parter, med inlösande bank som den fjärde parten.

Kortinlösaren, en bank, skriver avtal med olika säljföretag och betalar ut likvid till säljföretaget för genomförda köp.

I ett *trepartssystem* är kortutgivare och inlösare en och samma bank/kreditmarknadsbolag. Figur 10 illustrerar en transaktion inom ett sådant system, där de heldragna pilarna illustrerar betalningar och streckade pilar anger (en del av) den överföring av information som sker.

⁷⁹ Björkholm, Johnsson, *Betalning med Kontokort*.

⁸⁰ Statistisk Årsbok 1997, Sveriges riksbank.

En typisk *fyrpartstransaktion* förutsätter att ett antal avtal har ingåtts. Bank A (kortutgivare) ger ut ett kort till en konsument/kund. Bank B (kortinlösare) sluter avtal med en köpman att denne skall delta i kortsystemet. Bank A och B avtalar inbördes eller ansluter sig till ett multilateralt avtal. I en fyrpartstransaktion, illustrerad i figur 11, använder kortinnehavaren/kunden kortet som betalningsmedel hos köpmannen, som skickar köpnotan eller den elektroniska registreringen till sin bank, B. Bank B löser in denna och betalar köpmannen i enlighet med deras avtal. Bank B överför sedan notan eller registreringen till bank A, som ersätter bank B. Bank A erhåller därefter betalning från kortinnehavaren i enlighet med deras avtal. I vissa fall finns en femte part med i transaktionskedjan, en transaktionsinsamlare, som i huvudsak överför information mellan köpmannen och dennes kortinlösande bank.

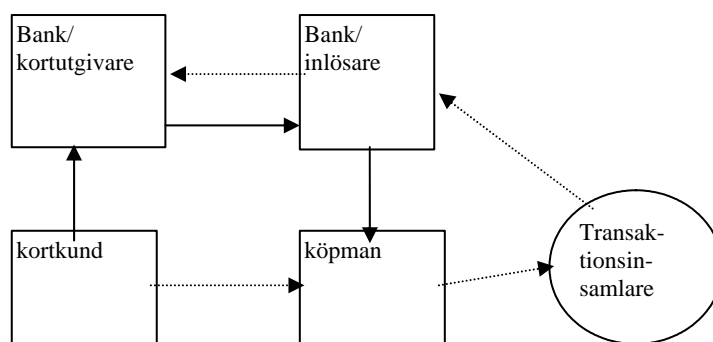
Liksom automatsystemet är kontokortssystemen beroende av växlar. Det ovan nämnda CEKAB hanterar information från POS-terminaler på ungefär samma sätt som information från uttagsautomater. Även här kan transaktionen hanteras dels av växlar inom en bank, dels av växlar som ägs gemensamt av flera banker. SEB administrerar en växel via sitt bolag Euroline, MeritaNordbanken NB-växeln och FöreningsSparbanken en växel via sitt bolag SPADAB. CEKAB hanterar ett antal bankers korttransaktioner. Här finns ett alternativ i form av Postgirot Bank som svarar för en del av de mindre bankernas kortverksamhet. Växlingen mellan t.ex. en terminal ansluten till Eurolines växel och ett kort utgivet av en annan bank än SEB kan gå via både CEKAB och Euroline beroende på vilken bank det gäller.

POS-transaktioner är normalt mer komplexa än ATM-transaktioner, eftersom fler parter är inblandade. Korttransaktionerna är i allmänhet s.k. tvåvägstransaktioner. Detta innebär att först skickas en förfrågan om det finns täckning på kontot från butiksterminalen via växlarna till den bank där kontot finns. Detta sker när betalningen i butiken skall ske. Någon gång under dagen samlas sedan informationen om de transaktioner som genomförts under dagen ihop och skickas till den inlösare som säljaren har avtal med. Inlösaren skickar sedan information om belopp och aktuellt konto till de olika bankerna via VISA:s clearingsystem.

En annan viktig funktion utförs av CEKAB:s kundtjänst som tar emot samtal från bl.a. CEKAB:s kunder och sälj företag med kort-terminaler och besvarar frågor angående praktiska användarproblem. CEKAB har således ansvar för att ge stöd till sälj företag

med kortterminaler.

Figur 11 Fyrpartstransaktion



3.2.2 Marknadsbeskrivning kontokort

Antalet kontokort i hela världen är betydande. Det fanns i början av 1990-talet uppskattningsvis mellan 500 och 600 miljoner generella kort i hela världen. Dessa kort omsatte ca 800 miljarder USD per år.⁸¹ År 1997 uppgav VISA att antalet VISA-kort i hela världen uppgick till 600 miljoner.

Det finns ett antal olika typer av kontokort och ett antal olika moment som måste utföras för att en transaktion skall fullbordas. Detta innebär att kontokortsmarknaden kan delas upp i delmarknader. I tabell 3 klassificeras några huvudtyper av kontokort.

⁸¹ Betalning med Kontokort, Bengt Björkholm och Peter Johnson, W&W, 1994.

Tabell 3 Olika typer av kontokort

Betalningstidpunkt	Kortutgivare	
	Bank	Ej bank
Förbetalt	Cashkort	
Omedelbar debitering	Uttagskort/bankkort	Debetkort
Fördröjd debitering	Kredit/betalkort (generellt)	Kredit/betalkort (profilerat)

Mellan de olika funktionerna finns inte någon knivskarp gräns. Ett bankkort är knutet till ett transaktionskonto. Ofta har kunden ett avtal om kredit i samband med nyttjandet av kontot. Ett sådant bankkort, med vidhängande kredit som är bunden till själva transaktionskontot och inte beror på kontokortets funktion, kommer dock rent praktiskt att i stor utsträckning fungera som ett kreditkort. Flera av de olika korten kan i kombination med andra banktjänster komma att i praktiskt hänseende få ungefär samma funktion som ett annat kort. Därutöver har bankerna under senare år börjat erbjuda sina kunder olika funktioner på ett och samma kontokort. Kunden kan normalt välja vilka funktioner som skall ingå i ett kort.

Marknaden för kontokort innefattar dels kontokort där köp/uttag bokförs löpande mot konto (omedelbar debitering), dels kontokort där fakturering vanligen sker månadsvis (fördröjd debitering)⁸². Den första typen av kontokort omfattar automatkort som används för uttag i uttagsautomater, bankkort med vilka köp bokförs löpande på kortinnehavarens bankkonto och debetkort där köp bokförs löpande på annat konto än bankkonto (t.ex. ICA-kortet). Den andra typen kontokort innefattar betalkort samt kreditkort. Betalkort medför att hela inköpsbeloppet faktureras vid en bestämd tidpunkt och kreditkort att köp sker mot en avtalad, begränsad kredit. Det finns dessutom kombinationer av dessa typer av kontokort. Kortet kan också uppdelas i generella kort som i princip alla kortmottagare accepterar och selektiva (profile-

⁸² Enligt definition av Betaltjänstutredningen i bilaga till SOU 1994:66.

rade) kontokort som endast går att använda i en affärskedja eller dylikt⁸³. Dessa kort kan således inte användas överallt där kontokort accepteras och är därmed inte utbytbara mot de generella kontokorten. Profilerade kort ges ut av detaljhandelskedjor, exempelvis bensinbolagen och detaljhandelsföretag som H&M. Dessa kort administreras ofta av någon bank eller något kreditmarknadsbolag på uppdrag av det kortutgivande företaget.

Kontokort

Antalet transaktioner med kontokort i Sverige under 1997 och det totala värdet som omsätts framgår av tabell 4 nedan.

Tabell 4 **Antal transaktioner och totalt värde för några kort/kortfunktioner år 1997⁸⁴**

Typ av kort/ kortfunktion	Antal transaktioner miljoner	Totalt värde miljarder kronor
Kreditkort	13	9
Betal/Bankkort	160	118
Bensinbolag/ Detaljhandelsbolag	(175 ⁸⁵)	(45,8 ⁸⁶)
ATM	312	249

Uppgifter om bensinbolagens kort och detaljhandelsbolagens kort samlas inte in regelbundet, varför tabellen uppgifter i denna del avser 1994. Det kan förmodas att antalet transaktioner med detaljhandels kort har ökat väsentligt sedan 1994. Det framgår att antalet automatuttag av kontanter är ungefär dubbelt så högt som antalet transaktioner med betalkort, vilka i sin tur är mer än tio gånger högre än antalet kreditkorts köp. År 1994 var antalet köp med bensin/detaljhandelskort nästan dubbelt så stort som antalet köp med betalkort. Antalet transaktioner med betalkort ökar väsentligt snabbare än antalet automatuttag.

Internationellt sett är de två stora kortsystemen på marknaden VISA-systemet och Europaysystemet (som bl.a. innehåller de två korten Eurocard och Mastercard). Båda dessa system är fyrparts-

⁸³ Bensinkorten är ett exempel på denna typ av kort.

⁸⁴ Statistisk årsbok 1997, Sveriges riksbank.

⁸⁵ A.a. 1994.

⁸⁶ A.a. 1994.

system som ägs och drivs av bankkooperativ. Varje medlem förbinder sig att acceptera samtliga deltagande bankers kort. Medlemskapet ger rätt att enligt ett omfattande och detaljerat regelverk utnyttja systemet, ge ut kort och ansluta kortmottagande försäljningsställen.

Kortutgivande bank och inlösande bank är i flertalet transaktioner inte desamma. Vissa medlemmar i kortsystemen är större inlösare än kortutgivare medan andra medlemmar är större kortutgivare än inlösare. Det finns också medlemmar som enbart är kortutgivare och således inte agerar som inlösare. Däremot finns, enligt villkoren inom kortsamarbetena, inga banker som enbart agerar som inlösare. Med undantag för vissa banker med speciell inriktning, t.ex. JAK-banken, ger samtliga banker som agerar på marknaden för privatpersoner ut kort.

Diners ägs i Sverige av SEB, som även är medlem i både VISA och Europaysamarbetena. American Express är ett självständigt företag verksamt på marknaden för kontokort. Sparbankskort är ett bankkort som ges ut av sparbankssfären och som deltar i det svenska s.k. interchangesystemet. Detta kort är dock under avveckling. FöreningsSparbanken kommer framöver endast att ge ut kort som är knutna till de två kortsamarbetena VISA och Europay. Affärsbankernas bankkort ingår numera i Europaysystemet.

Debetkort

Debetkorten återfinns ofta hos större livsmedelskedjor som ICA (ICA-kortet) och KF (MedMera-kortet). Dessa kort började i allmänhet som s.k. bonuskort, med erbjudande om rabatter eller andra förmåner. Kunden kan ha upp till 15 000 kronor⁸⁷ på ett konto av detta slag.

Delmarknader inom kortsystemen

Kortutgivare

I de båda fyrpartskortsystemen VISA och Europay kan endast banker och till banker anhängiga företag ingå som kortutgivare. I stort sett alla banker som agerar på den svenska retail-marknaden är anslutna till något av dessa kortsystem. De större bankerna, dvs.

⁸⁷ Finansinspektionen har rätt att föreskriva det maximala kontotillgodohavandet per kund/konto som är tillåtet.

FöreningsSparbanken, MeritaNordbanken, SEB samt Svenska Handelsbanken, ingår i båda systemen. Samtliga banker som ingår i något av systemen agerar som utgivare av kort. I ett trepartssystem finns bara en kortutgivare. Det största systemet av denna typ är American Express. Diners, vars franchiserättigheter för Norden ägs av SEB, är ett system som inom varje land fungerar som ett trepartssystem. De profilerade korten avser enbart kort som ges ut av en enskild kortutgivare och kan endast användas i en butikskedja eller liknande.

Inlösare

För att ha rätt att vara inlösare måste banken/kreditmarknadsbolaget även vara utgivare av kort. I trepartstransaktioner utför kortutgivaren även inlösarfunktionen. I Sverige kan de inlösande bankerna ta emot samtliga kort som ingår i kortsamarbetena VISA, Mastercard och Eurocard. Även det nationella Sparbankskortet utnyttjar det gemensamma systemet med inlösande banker. Ingen av de mindre bankerna, men däremot alla de fyra stora banker, är inlösare.

Transaktionsinsamling

Transaktionsinsamlingen, som innebär att uppgifter om varje transaktion, t.ex. värde och kortinnehavarens och kortmottagarens kontonummer, samlas in och sorteras enligt uppdragsgivarens önskemål. Detta mer rutinbetonade arbete sköts ofta av en s.k. servicebyrå. Inlösaren eller kortutgivaren överlåter därvid en del av det praktiska arbetet, ofta själva databearbetningen, men ibland hela verksamheten, till en fristående dataoperatör, servicebyrå, som har specialiserat sig på detta moment. Utmärkande för en servicebyrå är att den endast har ett avtalsförhållande med en annan part, nämligen uppdragsgivaren.⁸⁸

FöreningsSparbanken är en stor aktör på marknaden. Butiksadministrativ Betalningsservice (Babs)⁸⁹, som numera inlemmats i själva banken, har under lång tid varit en av de största aktörerna på kortmarknaden. SEB sköter också inlösen och insamling av kontotransaktioner via sitt bolag Euroline. Handelsbanken,

⁸⁸ Björkholm och Johnsson.

⁸⁹ Babs ägdes fram t.o.m. år 1992 gemensamt av Nordbanken och Sparbanken Sverige. År 1992 övertog Sparbanken via Sparbanken Finans ensam ägandet av Babs. Numera är Babs en bifirma inom FöreningsSparbanken.

MeritaNordbanken samt Den Danske Bank utnyttjar det gemensamt ägda bolaget CEKAB. Dock utnyttjas CEKAB endast som transaktionsinsamlare. Respektive bank ansvarar själv för inlösen av kontokorten. En fristående aktör på transaktionsinsamlingsområdet är Auriga AB, som ägs av Bonniers.

3.2.3 Kostnader för kontokortstjänster

Eftersom prissättningen inom det här området sker i flera led kommer priserna i vissa fall att vara en kostnad för aktörer i nästa led. Denna typ av kostnader behandlas i avsnittet om prissättning nedan. De kostnader som uppstår för systemet som helhet är däremot av ungefär samma natur som kostnaderna för växling av ATM-transaktioner – i stor utsträckning används också samma växlar och bankkonton för att hantera de båda typerna av transaktioner. Däremot bortfaller den största kostnadskomponenten i ATM-systemet – den som hänger samman med sedelhanteringen, inklusive en stor del av kostnaden för varje automat. Av detta skäl är en kontokortstransaktion generellt väsentligt billigare än ett automatuttag.

Vid sidan av dessa kostnader för att *tillhandahålla* ett kontokortssystem finns också kostnader för att *använda* systemet, transaktionskostnader i dubbel bemärkelse. I automatsystem är detta kortinnehavarens kostnad, inklusive tidskostnad, för att uppsöka och använda terminalen, möjligen inklusive en kökostnad. I ett girosystem uppstår motsvarande kostnad för ifyllning av blanketter etc. När det gäller kontokortsanvändning genereras denna typ av transaktionskostnad för kunden hos köpmannen.

Utöver de kostnader som genereras mellan bankerna och de kostnader som kunden har för att använda systemet finns för kontokort vid köp i butik även en kostnad som butiken/försäljningsstället har för t.ex. hyra/inköp av terminaler, uppkoppling mot bank (telekostnader), skötsel av terminaler osv. Därutöver finns en kostnad för den tid det tar för kassapersonalen att ta betalt via kontokort. Kostnaden för tidsåtgången har undersökts. Handels Utredningsinstitut genomförde 1990 en studie om betalningsmetoder för att kartlägga och jämföra kostnader för kassapersonalens hantering av olika betalningsmedel i butiken⁹⁰ (ej inberäknat serviceavgifter och dylikt). Därvid konstaterades att elektroniska transaktioner

⁹⁰ Arbetskostnader för butikspersonal i kassan samt kassaredovisning samt fasta butikskostnader för de olika betalningsmetoderna.

med PIN-kod kostade 1,03 kronor att hantera per transaktion, kontant betalning kostade 1,32 per transaktion och check kostade 4,69 kronor per transaktion.

En norsk studie uppskattar bankens totala kostnad för en kortbetalning i POS-terminal till 0,63 USD, medan en checkbetalning kostar banken 2,15 USD.⁹¹

3.2.4 Prissättning av kontokortstjänster

Kontokorten inom de två stora kortsystemen VISA och Europay prissätts på liknande sätt. Vad avser kortutgivning är varje bank fri att själv sätta priset på sina kort mot kund liksom att i viss mån bestämma vilka tjänster som skall ingå i det särskilda kortet.

De ekonomiska villkoren för kortkunderna är beroende av vilken funktion ett kort har, t.ex. vad gäller kreditgräns, faktureringsperiod och ränta, och var korten kan användas (nationellt/internationellt). Bankens ersättning kan utgå som en kombination av uppläggningsavgift, årsavgift och faktureringsavgift, samt givetvis som kreditränta. Det vanligaste förfarandet är att banken/kortutgivaren tar ut en årsavgift från kortinnehavaren.

Fyrpartssystemet fungerar så att den kortutgivande banken i viss utsträckning överläter rättigheten att ta emot och lösa in kontokortsnotor för sina kontokort till övriga banker, medan bokföring på det konto som är kopplat till kortet sköts av den kortutgivande banken. Den kortutgivande banken erhåller en ersättning av den bank som agerar inlösare för dess räkning mot den enskilde köpmannen. Enligt en undersökning av Handels Utredningsinstitut från år 1997 var den genomsnittliga avgiften⁹² 1,55 kronor per transaktion med bankkort för mindre butiker och 0,95 för större butiker. Vissa köpmän har kunnat erhålla 0-avgift på sina bankkort.⁹³ Vad gäller betal- och kreditkort låg dessa korts genomsnittliga avgifter på 14,42 kronor respektive 13,49 kronor per transaktion. Normalt sett betalar köpmannen 1-2 procent av för-

⁹¹ Flatraaker och Robinson (1995).

⁹² Den s.k. serviceavgiften.

⁹³ Här kan nämnas att samtliga bankkort hade en 0-avgift på sina kort före år 1995, då samtliga banker förde in sina bankkort i något av de stora internationella systemen VISA respektive Europay och därmed hade möjlighet att ta ut en s.k. serviceavgift från köpmännen.

säljningssumman till kortinlösande bank.⁹⁴

Avgifter som tas ut mellan banker kallas allmänt interchangeavgifter (se Figur 12 nedan). En inlösare kan ta emot alla kort som tillhör ett varumärke, dvs. en inlösare inom VISA kan ta emot alla VISA-kort.⁹⁵ I Sverige kan samtliga större banker lösa in alla VISA-kort och alla kort som ges ut inom Europaysamarbetet. Kortutgivarna och inlösarna skriver i allmänhet bilaterala avtal om avgiften för inlösen. Dock tillämpas en s.k. fall-backavgift⁹⁶ inom både VISA och Europay. Fall-backavgiften skall endast tillämpas om två parter inte kan enas om ett pris.

Figur 12. Avgiftsättning inom kontokortsområdet



De banker som agerar som inlösare på marknaden skriver avtal med olika köpmän om att ta emot och lösa in köpmannens kontokort. Eftersom en inlösare i Sverige kan ta emot alla kort inom VISA och Europay behöver en köpman endast skriva avtal med en bank för samtliga de s.k. fyrparts korten. Köpmannen får betala en avgift till den inlösande banken, den s.k. serviceavgiften, som för bankkort i de flesta fall består av en fast avgift per transaktion. Kredit- och betalkorten belastas med en avgift som består dels av en fast avgift per transaktion, dels av en procentuell avgift på det aktuella inköpsbeloppet. Förutom den inlösande bankens kostnader skall denna avgift alltså täcka den interchangeavgift som betalas till kortutgivande bank.

Tidigare har köpmannen inte kunnat ta ut någon avgift för att kunden använder kontokort beroende på den s.k. icke-diskrimineringsregeln. Dock finns numera en möjlighet för köpmannen att i viss utsträckning avgiftsbelägga kortkunden. Icke-diskrimine-

⁹⁴ Humphrey, Kim och Vale (1998).

⁹⁵ Enligt de internationella reglerna.

⁹⁶ Fall-backavgiften tas enligt bankerna fram genom en kostnadsstudie som görs av en fristående konsultbyrå.

ringsregeln, som finns i det internationella regelverket och också ingick i det lokala svenska regelverket, innebar att köpmannen skulle acceptera kort för betalning av köpmannens samtliga varor och tjänster till samma priser som gäller vid kontant betalning.⁹⁷ Denna klausul ansågs vid Konkurrensverkets prövning av det svenska regelverket vara konkurrensbegränsande. I beslut den 30 december 1994 avslog därför Konkurrensverket en ansökan från VISA Sweden Förening⁹⁸ som bl.a. omfattade den s.k. icke-diskrimineringsregeln. Beslutet innebär att VISA är förbjudet att i sina regler föreskriva att de anslutna köpmännen skall acceptera kort för betalning av samtliga varor och tjänster till samma priser som gäller vid kontant betalning. En liknande ansökan avseende samarbetet inom Föreningen Europay Sweden, som omfattar korten Mastercard och Eurocard) avslogs av Konkurrensverket den 29 juni 1995. Båda kortsystemen har därefter inkommit med anmälningar för undantag avseende denna regel⁹⁹. VISA har dock sedermera återkallat sin anmälan och i stället inkommit med ansökan om icke-ingripandebesked/anmälan för undantag för en modifierad klausul som innebär att en köpman har rätt att ta ut en viss avgift från kunden. Denna ansökan har ännu inte färdigbehandlats av Konkurrensverket.

I praktiken förekommer det sällan att köpmännen påför sina kunder en extra avgift vid kontokortsköp, varför köpmännen netto erhåller en lägre ersättning från en kund som betalar med kontokort. I gengäld slipper köpmännen hantera kontanter.

Konkurrensverket har i sina beslut även tagit upp den s.k. fall-backregeln. Konkurrensverket tog inte ställning i sak i VISA-beslutet, men uttalade att fall-backregeln skulle kunna vara konkurrenshämmande. I Europaybeslutet förklarades fall-backavgiften vara konkurrensbegränsande eftersom bankerna inom Europay gemensamt hade tagit ett styrelsebeslut om storleken på denna avgift.

⁹⁷ I Svensk Interchange punkt 5.2 sades "Sälj företaget skall acceptera kort i enlighet med gällande inlösenavtal. Diskriminering av ingående kort är inte tillåtet. Kort skall accepteras för betalning av sälj företagets samtliga varor och tjänster till samma priser som gäller vid kontant betalning. Något hinder att lämna rabatt föreligger inte."

⁹⁸ Konkurrensverkets beslut dnr 1341/93.

3.3 Girotjänster

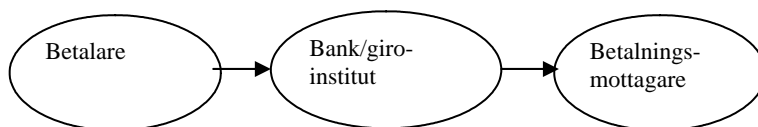
3.3.1 Tjänsten girobetalningar

Liksom en kontokortsbetalning innebär en girering att en betalning sker direkt från köparens konto till säljarens konto. Medan kontokort normalt används i butiker och i andra situationer där köparen och säljaren möts fysiskt i samband med transaktionen, används gireringar normalt i situationer där så inte är fallet. Även i sådana situationer skulle kontokort och i synnerhet checkar kunna vara ett alternativ, eftersom de senare med relativt hög säkerhet kan skickas i vanliga brev. Båda dessa betalningsmetoder är t.ex. vanligt förekommande i USA. En nackdel med checkbetalningar är att betalningsmottagaren måste uppsöka bank.

Girosystemen kan ses som en vidareutveckling av metoden att skicka checkar. Ytterligare ett utvecklingssteg togs när blankettgirering började ersättas av elektronisk girering. Tjänsten girobetalningar, eller överföringar, uppstod eftersom det fanns ett behov av att betalningar mellan företag och deras kunder skulle kunna ske på ett effektivt sätt. På den finansiella marknaden växte därför särskilda gireringsinstitut/clearingcentraler fram, vilka specialiserade sig på denna typ av överföring, inklusive kompletterande tjänster.

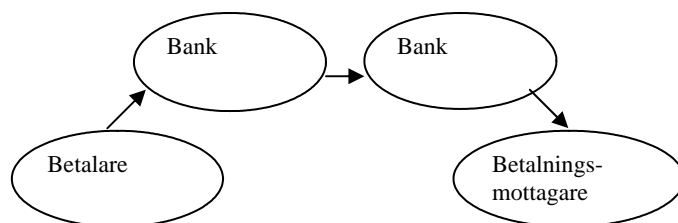
En girering innebär normalt att en person eller ett företag (betalare/avsändare) kan överföra pengar från ett konto till en annan persons eller företags (betalningsmottagares) konto. Tre huvudslag av girobetalningar kan dock ske: girering (överföring) från ett konto till ett annat, utbetalning från ett konto till en mottagare utan girokonto och inbetalning till ett giroanslutet konto från någon som inte har ett sådant konto. Tjänsterna inbetalningar och utbetalningar i kassa skiljer sig från gireringar, på så sätt att betalningarna inte går från ett konto till ett annat, utan i stället initieras av en kontant inbetalning i bankkassa, respektive avslutas genom att en person får hämta ut betalningen kontant i en bankkassa. Den totalt dominerande formen av girering är den där ett belopp förs från ett konto till ett annat. I det följande avses denna typ av girering.

En girering omfattar antingen tre eller fyra parter. Om betalare och betalningsmottagare har konton i samma bank (giroinstitut) sker en girering som involverar tre parter – betalare, bank/giroinstitut och betalningsmottagare – enligt figur 13.

Figur 13 Trepartsgirering

Postgirot är ett trepartssystem, vilket förutsätter att såväl mottagare som avsändare har konto i Postgirot Bank.

Om däremot betalare och betalningsmottagare har konton i olika banker kommer en girering att omfatta fyra parter, nämligen avsändare/betalare, avsändarens bank, betalningsmottagarens bank och betalningsmottagaren, enligt figur 14.¹⁰⁰

Figur 14 Fyrpartsgirering

Giroöverföringen inom Bankgirot innebär att kunderna från sina bankkonton kan föra över pengar till andra konton, oavsett i vilken bank dessa konton finns. Bankgirot är alltså ett fyrpartssystem. Gireringarna/överföringarna, som oftast består av betalningar av fakturor/räkningar, medför att pengar dras från betalningsavsändarens konto för att föras över till betalningsmottagarens konto i betalningsmottagarens bank. Överföringarna mellan bankkontona sker via ett s.k. bankgironummer. Till respektive bankgironummer är ett bankkonto kopplat. Detta konto kan ändras till annat konto i samma eller annan bank. På detta sätt behöver inte fakturablanketter ändras då bankgironummerinnehavaren byter konto eller bank. Samtidigt avslöjar inte bankgironumret vilken bankförbindelse eller vilket kontonummer innehavaren har.

Vid en överföring/girering lämnar kunden ett gireringsuppdrag till BGC. Gireringsuppdraget omfattar oftast en betalning av något slag, t.ex. av en faktura, som skall utföras via girosystemet. Därvid

¹⁰⁰ Meddelande om tillämpning av EG:s konkurrensregler på gränsöverskridande girosystem (95/C 251/03).

dras det aktuella beloppet från kundens konto. Någon eller ett par dagar senare registreras beloppet på betalningsmottagarens konto. Oftast erhåller kunderna information i pappersbaserad form om att överföringen har skett, om inte annat så via det utdrag från kontona som regelbundet skickas ut. Därmed är överföringen genomförd ur kundens synpunkt.

Överföringen mellan två bankers konton innebär inte någon överföring av de bakomliggande medlen, utan BGC förmedlar enbart information om till vilket konto överföringarna sker samt storleken på dessa. Samtliga banker som ingår i BGC får dels information om till vilket konto betalning skall ske samt storleken på respektive betalning. I sin verksamhet som clearingsinstitut sammanställer därefter BGC, bilateralt mellan de olika bankerna, den totala summa som har girerats mellan dessa banker under en dag. Resultatet blir att det uppstår en fordran och en motsvarande skuld mellan bankerna. Informationen förs vidare till den slutliga sammanställningen som utöver gireringar omfattar alla transaktioner som sker mellan två banker. De bakomliggande medlen kvittas mellan de ingående bankerna genom att bankernas konton belastas hos Riksbanken via avveckling i RIX-clearingen¹⁰¹. BGC har hittills endast genomfört s.k. nettoclearing av bankernas gireringar. Det innebär att endast nettosummorna av bankernas gireringar sinsemellan har skickats vidare till clearing och avveckling i RIX. I framtiden kommer dock de stora betalningar som går via BGC att "bruttoavvecklas" i RIX. Detta innebär att avveckling sker omgående för större transaktioner, i syfte att göra systemet säkrare.

Den tjänst som BGC tillhandahåller bankerna som underleverantör är således delvis i grunden en *informationstjänst* om vilka belopp som förs mellan olika konton (betalningar mellan konton i olika banker). Därutöver ger Bankgirot en sammanhållen betalningsinformation till betalningsmottagaren. Betalningsinformation är en sammanställning över samtliga betalningar till mottagarens bankgironummer per dag, samt en redovisning över de enskilda betalningarna.

Tabell 5 Förlopp för en normal girering via bankkon-

¹⁰¹ Med clearing brukar man mena en sammanställning och redovisning av två eller flera parter betalnings- och leveransförpliktelser. I RIX-systemet kan man använda termen clearing för alla moment som sker före en avveckling. Hos bankerna används termen clearing för att beteckna hela förfarandet med kundbetalningar från registrering i olika bankinterna system fram t.o.m. "riksbanksclearing". (RIX-Riksbankens system för clearing och avveckling).

tor¹⁰²:

Bankdag 1	Bankdag 2	Bankdag 3
Uppdraget lämnas	Uppdraget behandlas av BGC	Mottagaren får avi från BGC
Betalarens konto belastas	Insättning	Clearingavräkning och avveckling hos RIX

De viktigaste gireringstjänster/betalningsförmedlingstjänster Post- och Bankgirot erbjuder är, för *företagen*, följande produkter:

Girerings/inbetalningsrutin (via blanketter)

Denna form av betalning används främst av mindre företag (och även av privatpersoner) för att betala räkningar. Betalaren använder förtryckta inbetalningskort som erhållits från betalningsmottagaren eller anger själv belopp och mottagare på en tom blankett.

Leverantörsbetalningsrutin (elektronisk betalning),

Via LB-rutinen kan ett företag betala fakturor på exakt förfalldag. Giroinstitutet bevakar förfalldagar och skriver ut avier till kundens/företagets leverantörer. Därutöver får kunden/företaget ut ett betalningsunderlag som innehåller uppgifter om fakturor som skall betalas och kreditnotor som skall avräknas. Som kvitto på utförda betalningar och avdrag utfärdas en transaktionslista och en uttagsuppgift. Kunden erhåller en bevakningslista som redovisar de betalningar och avdrag som ligger under bevakning hos giroinstitutet. Denna tjänst kan utnyttjas endera via datorer eller genom pappersblanketter.

Kontoinsättningsrutin (utbetalningar),

Insättningar görs av löner, pensioner, barnbidrag, sjukersättning osv.

OCR-rutin (inbetalning)

OCR står för Optical Character Recognition och fungerar på så

¹⁰² SOU 1979:35.

sätt att en speciell inbetalningsavi används som har de nödvändiga uppgifterna, t.ex. kundnummer och belopp, förtryckta i en maskinellt avläsbar kodrad. Denna tjänst används av företag som regelbundet tar emot stora kvantiteter betalningsavier. Tjänsten omfattar även att giroinstitutet sammanställer de inkommande betalningarna.

Skattegiro (inbetalning av skatt)

Alla typer av skatt kan betalas via skattegiro. Betalaren behöver bara lämna in ett betalningsuppdrag. Giroinstitutet ansvarar sedan för att skatten betalas i rätt tid. För betalare av B-skatt finns en speciell rutin, fullmaktsrutinen, som innebär att bevakning och betalning sker automatiskt.

Autogiro

Särskilt intresse har under senare år girotjänsten/produkten autogiro tilldragit sig. Autogiro, ursprungligen benämnd automatiskt bankgiro, är en betalningsförmedlingstjänst som dels BGC, i samarbete med samtliga banker som agerar på den svenska privatmarknaden i Sverige, och dels Postgirot, i samarbete med vissa banker, erbjuder privatpersoner och företag. Autogiro innebär enkelt uttryckt att en betalare, oftast en privatperson, ger en betalningsmottagare, vanligtvis ett företag, fullmakt att under vissa villkor hämta pengar från ett konto som betalaren har i sin bank. Betalningsmottagaren träffar ett avtal med sin bank om när, hur och på vilka villkor, som pengar skall hämtas på betalarens konto för att sedan distribuera dem till betalningsmottagarens konto i samma bank eller i en annan bank. Autogiro används vanligen för återkommande betalningar vilka beloppsmässigt inte ändras i större utsträckning. Tjänster/varor som ofta betalas via autogiro är t.ex. telefon, el, hyror, lån, försäkringar och liknande.

Den första versionen av autogiro lanserades i slutet av 1960-talet. Produkten autogiro utvecklades ytterligare år 1971 genom att man vid gireringarna skilde på betalningar från företag och privatpersoner. Denna variant var sedan i bruk i stort sett oförändrad fram till år 1992 då produkten ytterligare förändrades. Bl.a. infördes täckningskontroll¹⁰³, bankgemensamt medgivande¹⁰⁴ och möjlig-

¹⁰³ Kontots saldo kontrolleras på förmiddagen innan dragning görs och därefter "skyddas" det aktuella beloppet. Om saldot inte är tillräckligt stort för att dragning skall ske stoppas dragningen.

het för den som betalar att i förväg stoppa betalningar/överföringar.¹⁰⁵

Hushållen erbjuds i huvudsak blankettgirering och autogiro. Därvid ingår normalt själva giroöverföringen som en del i de produkter som bankerna erbjuder sina kunder. Några exempel på denna typ av produkter är NB-Giro, sparbanksgiro, privatgiro och balanskonto. I vissa fall sker ett produktsamarbete mellan olika banker, t.ex. inom Privatgirot (ett samarbete mellan affärsbankerna) eller mellan en bank och Postgirot, som t.ex. NB-Giro och f.d. Sparbanksgiro. Samtliga dessa produkter, som är s.k. kuvertlösningar, använder sig av både BGC och Postgirot som underleverantörer.

För samtliga produktkategorier kan de flesta typer av datamedia samt material i pappersform användas vid kommunikation med BGC och Postgirot.

Försystem till girosystemen

De flesta banker har någon typ av giroprodukt, genom vilken de kan erbjuda sina privatkunder att utnyttja såväl bank- som postgirokonton för giroöverföringar. Denna typ av tjänster kallas i allmänhet för kuverttjänster och innebär att kunderna fyller i en samlingsblankett för giroöverföringar hemma, bifogar de aktuella inbetalningskortet och sänder det hela till det försystem som kunden är ansluten till. Överföringar kan via dessa system ske till konton hos både postgiro- och bankgirosystemet. De viktigaste försystemen/kuvertlösningarna är Sparbanksgiro, NB-Giro och Privatgirot (som omfattar samtliga större affärsbanker som agerar på privatmarknaden).

3.3.2 Marknadsbeskrivning girofunktioner

Postgirot

Postgirot Bank AB (publ) är ett helägt dotterbolag till Posten AB och ägs således till 100 procent av staten. Postgirot har bedrivit

¹⁰⁴ Bankgemensamt medgivande innebär att en betalare/kund inte behöver lämna ett nytt medgivande vid byte av bank. Ett medgivande som lämnats en gång gäller alltså för alla banker.

¹⁰⁵ Se Konkurrensverkets beslut med dnr 49/92 och 312/92, Samarbete prisvillkor – girotjänster.

betalningsförmedling sedan år 1925. En bidragande orsak till att en sådan rörelse bildades var att det enligt riksdagen var önskvärt för att statsförvaltningen skulle få bättre kontroll över betalningsrörelserna.¹⁰⁶ Enligt förordningen (1974:591) om skyldighet att anlita Riksbanken eller Postgirot var statliga myndigheter fram t.o.m. 1992 skyldiga att använda Postgirot eller Riksbanken för in- och utbetalningar¹⁰⁷. När de statliga betalningarna avreglerades fick Postgirot som kompensation möjlighet att i viss begränsad utsträckning verka på bankmarknaden.

Den 1 mars 1994 startade Postgirot sin verksamhet som bank och namnet ändrades till Postgirot Bank AB (publ.). Postgirot bedriver verksamhet inom området betalnings- och informationstjänster.

Informationstjänsterna består av tillhandahållandet av kontoutdrag och redovisning av transaktioner på data. Postgirot kan, som ett komplement till betalnings- och informationstjänsterna, erbjuda kortfristig kreditgivning och inlåning. Regeringen har i Postgirots bolagsordning infört begränsningar avseende utestående krediter och totalt räntebärande inlåningsvolym i banken. Begränsningarna innebär att Postgirot endast får lämna kredit i samband med betalningsförmedling och då i högst 360 dagar. Den beviljade kreditvolymen får inte överstiga 10 miljarder kronor och den räntebärande inlåningsvolymen får inte överstiga 35 miljarder kronor. Postgirot får inte heller bedriva traditionell långfristig kreditgivning. Regeringen har vidare beslutat att Postgirot inte heller får utforma kontovillkoren så att en sparkontorörelse utvecklas. Där- emot har Postgirot rätt att erbjuda betalningsmedel i form av checkar och kontokort. I en av riksdagen utarbetad proposition¹⁰⁸ har uttalanden gjorts om att Postgirots ställning som betalningsförmedlande institut skall bibehållas och att en förutsättning för Postgirot att kunna erbjuda kunderna en konkurrenskraftig service är en möjlighet att samarbeta med andra banker.¹⁰⁹

Postgirot förmedlar betalningar åt privatpersoner och företag genom ut- och inbetalningar på postkontor och gireringar via Postgirot. Därtill fungerar Postgirot som underleverantör för

¹⁰⁶ Utvecklingen av statens betalningssystem, Riksrevisionsverket, s. 19.

¹⁰⁷ A.a. s. 22.

¹⁰⁸ Prop. 1993/94:38 Postlag och En förändrad verksamhet för Postverket m.m.; se även rskr. 1993794:119, bet. 1993/94:TU11 och Prop. 1995/96:3 Postens finansiella tjänster.

¹⁰⁹ Konkurrensverkets beslut dnr 1222/96, s. 2.

affärsbankerna genom att det utför tjänster för det av bankerna ägda Privatgirot AB, för sparbankernas Sparbanksgiro och för Nordbankens NB-Giro. Postgirot erbjuder inga egna lönekonton. Trots vissa begränsningar erbjuder Postgirot alltså ett antal tjänster till privat- och företagskunder inom området betalningsförmedling som liknar bankernas tjänster. Postgirot konkurrerar genom sina transaktionskonton med bankernas lönekonton. Via Postgirots transaktionskonton utnyttjar privatpersoner antingen Postgirot Privat eller Hemgiro.¹¹⁰

Tabell 6 Postgirots förmedling av girotjänster åren 1994–1997

År	Anslutna konton tusental	antal trans. milj.	värde miljarder kronor
1994	2 039	413	4 320
1995	2 355	415	3 873
1996	2 371	423	3 637
1997	2 027	435	4 886

Postgirot konkurrerar också om företagens transaktionskonton. Till Postgirots viktigaste kundgrupp hör stat, kommuner och landsting. Nio av tio kommuner och landsting har avtal med Postgirot för sin betalningsförmedling. Hela 95 procent av företagen och organisationerna i Sverige, eller 700 000, har en affärsrelation med Postgirot. Djupet i affärsrelationen varierar dock kraftigt. I vissa fall innebär den enbart att företagen har möjlighet att ta emot och sända betalningar via Postgiro. I andra fall innebär den att Postgirot fungerar som företagets bank.¹¹¹

Postgirot samarbetar med ett antal svenska banker och fusionerna på den svenska bank- och finansmarknaden påverkar Postgirots roll på betalningsmarknaden. Postgirot är starkt volymberoende och en stor del av transaktionsflödena kommer från samarbetande banker. Bankerna visar dock alltmer intresse för egen betalningsförmedling, eftersom det är en viktig del i kundrelationen. Postgirot möter konkurrens i första hand från affärsbankerna och den av bankerna gemensamt ägda Bankgirocentralen.

¹¹⁰ Konkurrensverkets beslut dnr 1222/96, s. 3.

¹¹¹ Postgirots årsredovisning 1996.

Bankgirot

År 1950 införde de svenska affärsbankerna en gemensam bankgiroblankett för att slutligen år 1959 inrätta en gemensam central (Bankgirocentralen) vars uppgift var att sortera bankgirobetalningarna och avisera mottagarna och deras bankkontor.¹¹² Bokföringen av kontona behölls dock i bankerna och därmed också den nära kontakten mellan bankkontor och kund. Centralen drevs till att börja med i form av ett konsortium. År 1987 bildade de på detta sätt samverkande bankerna ett aktieföretag, Bankgirocentralen BGC AB. I det ursprungliga konsortiet ingick samtliga affärsbanker och sparbanker på marknaden. Under årens lopp har antalet ägarbanker minskat, beroende på de fusioner och uppköp som ägt rum mellan de ursprungliga ägarbankerna. För närvarande (mars 1999) ägs BGC av 9 banker varav 2 banker, nämligen Svenska Handelsbanken och Stadshypotek Bank, ingår i Handelsbankskoncernen.¹¹³

Därutöver är ytterligare ett antal banker anslutna till bankgirosystemet.¹¹⁴ Dessa banker har dock enbart en kundrelation till BGC.

¹¹² SOU 1979:35, s. 59.

¹¹³ De övriga är SEB, MeritaNordbanken, FöreningsSparbanken, Den Danske Bank, JP bank, SkandiaBanken och Länsförsäkringar Bank. De två sistnämnda har tillkommit som ägare under 1999.

¹¹⁴ Dessa 13 banker var den 28 oktober 1998 Crédit Lyonnais, Christiania Bank, Den Norske Bank, HSB Bank, Länsförsäkringar Bank, Midland Bank, ABN AMRO, Okobanken, Citibank, SkandiaBanken, Crédit Agricole och Unibank A/S Danmark.

Tabell 7 Förmedling av girotjänster via bankgirosystemet åren 1994-1997

År	antal trans. milj.	värde miljarder Kronor
1994	231	2 049
1995	249	2 268
1996	265	2 410
1997	287	2 623

BGC har utvecklat ett flertal produkter som bankerna kan erbjuda sina kunder. Bankerna erbjuder kunderna giroprodukterna i befintligt skick eller ompaketerade och omdöpta med produkt-namn antingen via en enskild bank eller via ett antal samarbetande banker. I paketet kan även ingå andra produkter från BGC eller från den egna banken. BGC är således underleverantör och utför delar av bankernas girotjänster.

Skillnad mellan Bankgiro- och Postgirosystemen ur bankernas synvinkel

De allra flesta företag som är verksamma på den svenska marknaden har idag både ett postgirokonto och ett bankgironummer kopplat till ett bankkonto. Båda systemen förmedlar betalningar mellan privatpersoner, företag och myndigheter.

Postgirot har enskilda företag och privatpersoner som direkta kunder. Därtill kommer att Postgirot säljer *vissa* tjänster till banker. BGC:s kunder är emellertid bankerna. Bankerna tillhandahåller i sin tur samtliga eller vissa av giroprodukterna till konsumenterna och då i den form och till det pris som banken själv bestämmer. Närmast berörda av BGC:s verksamhet och prissättning är således bankerna. Därför bör frågan om bankgirosystemet kan anses utbytbar med postgirosystemet bedömas utifrån köparnas, dvs. bankernas, perspektiv.

Mellan bankgirosystemet och postgirosystemet föreligger olikheter. Bankgirosystemet är ett betalningsförmedlingssystem som omfattar i stort sett samtliga banker i Sverige, med undantag för Postgirot Bank (banken har emellertid ansökt om medlemskap). Ett grundläggande syfte med bankgirosystemet är att ge de enskilda bankernas kunder möjlighet att överföra medel från konto till konto, oavsett i vilken bank dessa konton finns, dvs.

bankgirosystemet är ett fyrpartssystem. Postgirosystemet är uppbyggt på ett annat sätt. Postgirosystemet bygger på att såväl betalaren som mottagaren har ett konto i Postgirot, vilket innebär att Postgirot är ett trepartssystem. De medel som kunderna för mellan sig lämnar inte Postgirot, utan gireringar sker i princip alltid mellan två konton inom Postgirot.¹¹⁵ Detta medför att bankerna har ett begränsat intresse av att utnyttja postgirosystemet i stället för bankgirosystemet vid betalningsförmedling. För de flesta enskilda banker är det därför av stor vikt att vara ansluten till bankgirosystemet och inte tillräckligt att endast inneha ett konto hos Postgirot. En bank torde ha kostnadsfördelar av att dess betalningsaffärer i så stor utsträckning som möjligt sker inom den egna balansräkningen, vilket således enbart kan ske genom ett utnyttjande av bankgirosystemet. Vidare är det viktigt för bankerna att kunna erbjuda sina kunder betalningsförmedling via ett system som inte enbart når postgirokonton, utan också direkt når konton i övriga banker. Endast bankgirosystemet erbjuder en sådan direkt betalningsförmedling mellan konton i olika banker.

För att en enskild *bank* skall kunna konkurrera effektivt med andra banker, inklusive Postgirot i dess funktion som bank, krävs således en anslutning till BGC. Bankgirosystemet inrättades från början som en service för företagen. Så småningom fann bankerna att även de s.k. hushållskunderna hade behov av en för dem särskilt framtagen giroprodukt. Därmed togs de s.k. kuverttjänsterna fram. Dessa tjänster administreras via bankernas försystem. Postgirot å sin sida har denna del integrerad i sin verksamhet.

Bankernas försystem till giroverksamheten inom BGC och Postgirot består således av de s.k. kuverttjänsterna som erbjuds hushållskunderna och är en till dem särskilt anpassad giroprodukt. Produkten innebär att kunderna sänder betalningsuppdrag i ett kuvert tillsammans med en betalorder till försystemet som därefter ser till att dessa betalningsuppdrag utförs via Postgirot eller BGC. Kunderna inom de olika bankerna kan på detta sätt utföra betalningsöverföringar via både postgirosystemet och bankgirosystemet.

Nordbanken och FöreningsSparbanken har skrivit avtal med Postgirot om att Postgirot skall ta hand om administrationen avseende försystemen NB-Giro respektive Sparbanksgiro. Detta innebär att

¹¹⁵ Se vidare nedan angående möjligheten att t.ex. betala till ett postgirokonto från privatgiro.

Postgirot öppnar, sorterar och för över information, som avser överföringar från FöreningsSparbankens respektive Nordbankens kunder till postgirokonto såväl som till bankgiro (bankgirouppdrag), från pappersbaserad form till datafiler genom att fotografera samtliga blanketter, s.k. bildfiler. De filer som avser bankgirouppdrag skickas sedan till BGC som därefter utför överföringarna mellan två konton inom bankgirosystemet. För överföringar till Postgirot ombesörjer Postgirot att information om uttag från FöreningsSparbankenskonto respektive Nordbankenskonto för överföring till Postgirot sänds till Nordbanken och FöreningsSparbanken via Dataclearingen. Därutöver sker giroöverföringen enligt gängse rutiner inom Postgirot.

Försystemet Privatgirot har avtal med Postgirot om att Privatgirots ägarbankers kunder skall kunna skicka in överföringsuppdrag från bankerna till Postgirot i Privatgirots kuvert. Även överföringar som skall ske inom bankgirosystemet skickas till Privatgirot. Privatgirot öppnar, sorterar och för över informationen från pappersbaserad form till bildfiler och skickar besked om uttag från konto till de berörda bankerna via clearing. De övriga delmomenten i en överföring utförs av respektive giroinstitut.

De s.k. försystemen har således hand om vissa specifika uppgifter/delar av en överföring som t.ex. information till bank om uttag. Postgirot kan dock i sin funktion som underleverantör till försystemen inte utföra några tjänster utöver sortering och överföring av pappersbaserad information till elektronisk sådan vad avser bankgiroöverföringar. Försystemen kan inte heller helt ersätta postgirosystemet eller bankgirosystemet genom att överföring av information om kreditering av konton inte görs av andra än dessa två girosystem. Informationen om kreditering innebär överföring av information om mottagare, uppgift om belopp och varför betalning sker. Härvid kan Postgirot endast överföra information om kreditering vad avser postgirokonton och BGC endast överföra information om kreditering för konton anslutna till bankgirosystemet.

De mottagande parterna är i allmänhet företag som oftast har direktkontakt med giroinstitutet. Företagen är mottagare av betalningar från andra företag men också i stor utsträckning mottagare av betalningar från hushållskunder. Företagen har ett intresse av att kunna få betalningar direkt från hushållens konton. Hushållskunder gör ofta gireringar från sitt lönekonto alternativt ett till lönekontot kopplat speciellt girokonto. Endast bankerna kan erbjuda denna typ av konton. Genom samarbetet inom BGC kan

en bank erbjuda ett företag tillgång till samtliga lönekonton hos de banker som deltar i bankgirosystemet. Postgirot får enligt sin bolagsordning inte administrera lönekonton vilket begränsar Postgirots möjlighet att konkurrera om i första hand hushållskunderna men i förlängningen även om företagskunderna.

Genom de s.k. kuvertlösningarna, vilka bygger på avtal mellan enskilda banker och Postgirot, kan en betalning skickas *från* ett konto som via en bank är ansluten till bankgirosystemet till ett postgirokonto. Däremot kan för närvarande inte någon betalning skickas från Postgirots konton in i bankgirosystemet. Detta beror på ett ”strategiskt” beslut Postgirot tog, när man 1993 avböjde ett erbjudande att ansluta sig till Bankgirot. Under våren 1999 ansökte dock Postgirot om att få delta i bankgirosystemet, vilket beviljades. Anslutningen beräknas kunna ske någon gång under år 2000.

I vilken utsträckning de två systemen har gjorts kompatibla är i mycket avhängigt strategiska beslut, där aktörerna försöker utnyttja sina specifika konkurrensfördelar och motverka sina konkurrensnackdelar. Postgirot, som inte har möjlighet att erbjuda lönekonton, har sin styrka i den breda acceptansen för postgirobetalningar, Nordbankens och FöreningsSparbankens styrka är i första hand den stora stocken av lönekontokunder och Handelsbankens och SEBs fördel är de många företagskunderna.

Även om det för den enskilda banken skulle vara teoretiskt möjligt att erbjuda kunden betalningsförmedling genom att utnyttja de enskilda bankernas egna postgirokonton, medför en sådan lösning att överföringen tar längre tid, vilket ger ökade kostnader jämfört med en förmedling via Bankgirot. Det kan i detta sammanhang också konstateras att det dessutom skulle innebära att banken skulle vara hänvisad till att sköta sin betalningsförmedling via en konkurrent, Postgirot Bank, vilket skulle innebära att banken skulle riskera att få en kostnadsnackdel i förhållande till Postgirot.

Sammanfattningsvis kan postgirosystemet i praktiken inte anses utbytbart med bankgirosystemet för de enskilda bankerna. Det är en följd av att systemen är uppbyggda på olika sätt. Bankgirosystemet förmedlar betalningar mellan konton i olika banker. Postgirot förmedlar endast betalningar inom det egna systemet, dvs. mellan olika Postgirokonton, vilket innebär att bankerna, genom att utnyttja Postgirot, inte erhåller direkt tillgång till andra bankers konton.

*Marknadsandelar*¹¹⁶

De icke-kontanta betalningarna uppgick under år 1997 till totalt 898 miljoner transaktioner. Girobetalningarna svarade för 80 procent av antalet transaktioner och 98 procent av det omsatta värdet av dessa transaktioner.¹¹⁷

En beräkning av de två aktörernas marknadsandelar kan göras på olika sätt, t.ex. genom se på antalet anställda, omsättning, antal transaktioner eller värdet av förmedlade transaktioner. Med dessa mått mätt varierar Postgirots andel mellan knappt 60 och nästan 80 procent. Postgirots marknadsandel är högre om beräkningarna baseras på antal anställda eller omsättning, vilket beror på att Postgirot också agerar som bank. Ett mer rättvisande sätt att mäta marknadsandelarna är att använda förmedlat antal transaktioner och förmedlat belopp – Postgirots marknadsandel uppgår då till cirka 60 procent.

Mellan 1993 och 1997 ökade antalet bankgirotransaktioner från 210 miljoner till 290 miljoner per år, dvs. en ökning med ca 40 procent. Som en jämförelse kan konstateras att Postgirots förmedling av transaktioner ökade med ca 6 procent under motsvarande period.¹¹⁸

Bankgirosystemet ökade under samma tid sin andel av det förmedlade värdet. Ökningen av det förmedlade värdet var dock inte lika stor som ökningen av antalet förmedlade transaktioner, vilket innebär att det är betalningar av mindre belopp som har ökat. Värdet av en genomsnittlig transaktion via bankgirosystemet var år 1997 cirka 9 000 kronor, jämfört med drygt 12 000 kronor för transaktioner via Postgirot.

Uppdelningen mellan post- och bankgiro styrs dock till stor del av betalningsmottagaren. Det är inte ovanligt att ett företag endast skickar postgiroblanketter, trots att företaget har sitt huvudsakliga transaktionskonto i en affärsbank. Om företaget skickar inbetalningskort för girering via båda Post- och Bankgiro är det betalningsavsändaren som avgör via vilket giroinstitut transaktionen sker. Under förutsättning att betalning sker via något av försyste-

¹¹⁶ Uppgifterna är hämtade från Postgirots och Bankgirots årsredovisningar för åren 1995-1997

¹¹⁷ Statistisk Årsbok, 1997, Sveriges riksbank.

¹¹⁸ A.a.

men är det i detta fall inte ovanligt att en privatperson väljer att betala via Postgirot, trots att personen ifråga inte har ett Postgiro-konto.

År 1996 förmedlade Postgirot 40 procent av betalningarna till företag, 79 procent av betalningarna till organisationer och 86 procent av betalningarna till offentliga kunder.

3.3.3 Kostnader

En grov uppskattning av kostnaden för en girering kan erhållas genom att dela Postgirots och BGC:s totala kostnads massa med antalet transaktioner i respektive system. Med denna metod uppgår kostnaderna till nästan 10 kronor per transaktion för Postgirot och knappt 2,50 kronor för BGC. Postgirots redovisade kostnader blir dock högre än BGC:s kostnader av två skäl. För det första ingår i kostnader för bankdelen i Postgirots siffror. En följd av detta är att eftersom BGC inte har några inlåningskonton har BGC inte heller några räntekostnader. Å andra sidan finns heller inte motsvarande intäkter. För det andra utför Postgirot ett antal steg som inom BGC utförs av de s.k. försystemen. Benchmark-jämförelser uppges visa att jämförbara kostnader är ungefär lika höga i båda systemen.

Enligt en ovan refererad norsk studie¹¹⁹ kostar ett elektroniskt giro utan notifiering banken totalt 0,20-0,50 USD, ett elektroniskt giro med notifiering kostar cirka 0,50-1 USD, ett pappersgiro kostar drygt 1 USD, medan en girobetalning i kassa kostar drygt 2 USD.

För girobetalningar finns ingen enkel och entydig definition av vad som menas med en transaktion, åtminstone inte när det gäller kostnadsdebitering, varför en sådan genomsnittssumma också av det skälet kan vara missvisande. Den prislista BGC använder sig av utgår i stället från de olika moment som utförs, t.ex. mottagande och inläsning av pappersblankett.

I jämförelse med automatuttag och kortbetalningar är troligen en större del av kostnaderna för gireringar direkt rörliga med antalet transaktioner, eftersom det exempelvis finns betydande portokostnader och ett större inslag av manuellt arbete, t.ex. för kontroll av en del av de handskrivna inbetalningskortet.

¹¹⁹ Flatraaker och Robinson (1995).

3.3.4 Prissättning

Bankgirots prissättning mot bank

BGC har som grundregel att debitera de banker, delägare och andra, som önskar utnyttja BGC:s tjänster enligt självkostnadsprincipen. Detta sker genom att bankerna debiteras en avgift per transaktion eller en avgift för en tjänst. Priserna gäller under ett år. BGC tillämpar olika priser för olika typer av tjänster.

BGC tillämpade fram t.o.m. år 1994 enhetliga avgifter för de olika tjänsterna för samtliga banker. Inga rabatter eller andra typer av bonusberäkningar tillämpades. Det togs inte heller ut några inträdesavgifter. Därefter har olika priskonstruktioner prövats, vilka dels innehållit en fast avgift och dels en rörlig avgift som avtar med efterfrågad volym. Båda dessa avgiftstyper får till effekt att kostnaderna per transaktion blir högre för kunder som efterfrågar mindre volym.

Bankernas prissättning på giroprodukterna

Bankerna tar det fulla kommersiella ansvaret för samtliga avtalsrelationer med sina kunder samt bestämmer självständigt villkoren för tillgång till produkterna, vilket även innebär att de prissätter giroprodukterna. Banken är därmed ensam ansvarig inför sin bankkund.

De flesta banker tar ut en årsavgift för sina kuverttjänster. I vissa fall utgår även en avgift per gång som girotjänsten utnyttjas. Girotjänsterna ingår ofta i de tjänstepaket kunder erbjuds med rabatterade priser på utvalda tjänster under förutsättning att en kund uppfyller vissa krav, t.ex. att kunden har visst sparande, lån eller utnyttjar telefonservice hos den aktuella banken.

Företagens behov av girotjänster är ofta mer omfattande och varierande. Priset styrs av bankernas prislistor för företag eller avgörs i förhandlingar mellan banken och företagen.

Postgirots prissättning

Postgirot har kundrelationer både med enskilda kunder, privatpersoner och med företag såväl som med andra banker som utnyttjar Postgirots giroverksamhet.

Prissättningen mot banker, som utnyttjar Postgirots giroverksam-

het, sker efter en särskild överenskommelse med den berörda banken.

Postgirot har särskilda prislistor för företag, föreningar och privatpersoner i vilka lämnas uppgift om priserna för de enskilda tjänsterna som finns att tillgå. Privatpersoner erbjuds ett transaktionskonto i Postgirot som liknar bankernas transaktionskonto och prissättningen sker på ungefär samma sätt.

*Float*¹²⁰

Ett belopp som gireras från ett konto till ett annat bokförs i allmänhet på mottagarkontot först någon eller några dagar efter det att beloppet dras från avsändarkontot. Därigenom erhåller både Postgirot och de banker som utnyttjar bankgirosystemet extra intäkter eftersom ingen ränta betalas ut under dessa dagar, medan däremot motsvarande belopp är disponibelt för utlåning och således genererar intäktsränta för bankerna respektive Postgirot. Detta kallas produktfloat.

Det finns ytterligare en sorts float, nämligen den s.k. kontofloaten, vilken uppstår genom att den bank som för kontot från vilket medlen dras inte lämnar ränta längre än till dagen före uttaget, dvs. trots att medlen är bokförda på kontot. I vissa fall erhåller inte heller den kund som mottar medlen ränta för den första dagen. Enligt Riksbankens beräkningar genererade floaten i det svenska betalningssystemet ca 1,5 miljarder kronor i intäkter under 1996.

Förutom intäktsbortfallet kan tidsåtgången för överföringen medföra olägenheter för kontohavaren.

3.4 Vissa system

3.4.1 Dataclearing¹²¹

Bankerna har sedan mitten av 1970-talet ett samarbete som syftar till att kunder i en bank kan få vissa bankärenden utförda hos en annan bank än den kontoförande banken. Som exempel på sådana tjänster kan nämnas uttag från bankkonto, inlösen av check, stå-

¹²⁰ Detta avsnitt bygger på artikeln "Floaten i betalningssystemet", Lybeck.

¹²¹ Beskrivningen av tjänsten bygger till viss del på Finansinspektionens rapport "Betaltjänster och kundrärlighet".

ende överföringar till konto i annan bank samt honorering av postväxlar och bankanvisning. Även andra typer av tjänster kunde ingå i detta samarbete.

År 1980 slöts ett multilateralt avtal kallat Dataclearingavtalet mellan de svenska affärsbankerna, dåvarande Föreningsbankernas Bank, dåvarande Sparbankernas Bank och Bankgirocentralen. I avtalet fastställdes bl.a. priset för transaktioner i systemet. År 1993 ansågs detta avtal behöva revideras och förhandlingar om ett nytt avtal påbörjades. I december 1997 enades parterna om det nya avtalet.

Avtalet understöds av ett system för överföring av betalningsinformation mellan banker och banknära organisationer. Bankföreningen äger systemet för Dataclearing, vilket består av ett antal dataprogram, och tillhandahåller tjänsten åt de banker och banknära organisationer som önskar delta enligt ett särskilt avtal som upprättats mellan Bankföreningen och de i dataclearingen deltagande aktörerna. Drift och förvaltning sköts på entreprenad av Bankgirocentralen. Dataclearingen deltar i RIX, där avvecklingen av de bakomliggande fordringarna och skulderna görs mellan bankerna.

I det nya avtalet ingår ett antal grundtjänster, nämligen krediteringar (se inledningen av kapitlet) – dvs. överföring av lön, pension och andra periodiska utbetalningar som sjukpenning och arbetslöshetsunderstöd till konto, och hantering av checkar, postväxlar och bankanvisningar. Emellertid ingår inte den form av debetdragning som tidigare kallades ”resetjänsten”, dvs. då en kund tar ut kontanter på annan bank än kontoförande bank. Dessa tjänster utförs utan att någon betalning sker från kontoförande bank, utöver den avgift som betalas till dataclearingen/BGC. Bankerna har dock rätt att ta betalt från kunderna som utnyttjar dessa tjänster. Därutöver ingår i avtalet expressbetalningar per telefon för vilka bankerna har rätt att ta ut en avgift från den bank som gör överföringen. Den bank som mottar betalningen har därvid rätt att själv sätta det pris mot kund banken önskar.

Bankerna kan vidare överenskomma om ytterligare tjänster inom ramen för dataclearingen genom bilaterala avtal med övriga banker inom systemet. Därvid har bankerna rätt att fritt sätta avgifter sinsemellan.

3.4.2 CEKAB

CEKAB är i första hand en ”växel” för kort- och automatuttags-transaktioner. Funktionssättet har beskrivits ovan, i avsnittet om kontantuttag (kap. 3.1).

Totalt bearbetas cirka en kvarts miljard transaktioner per år, cirka 125 miljoner automatuttag och ungefär lika många kontokortsköp. Knappt 400 uttagsautomater är direkt uppkopplade mot CEKAB. Företaget sköter även driften av dessa automater (bolaget beräknar att antalet kommer att sjunka till ca 325 om ett år). Därtill passerar ett stor antal transaktioner efter att först ha passerat en annan växel (mera om detta under kap. 3.1). CEKAB har vidare drygt 20 000 terminaler kopplade till sitt POS-system.

3.4.3 RIX

Riksbanken skall enligt riksbankslagen främja ett säkert och effektivt betalningsväsende. Det gör Riksbanken bl.a. genom att tillhandahålla RIX, Riksbankens system för betalningar (*avveckling*) inom den finansiella sektorn. RIX utvecklades 1988–1990 och togs i drift 1990. Systemet omsätter varje bankdag mer än 300 miljarder kronor.¹²² RIX-systemet är ett system för avveckling av bruttobetalningar mellan bankerna.¹²³ Till en liten del har betalningarna redan nettats mellan bankerna. Exempelvis passerar bara en femtedel av det totala betalningsflödet genom BGC också genom RIX, eftersom övriga 80 procent ”nettas” direkt inom BGC-systemet. Detsamma gäller t.ex. betalningar inom VPC (Värdepapperscentralen) och CEKAB. Transaktioner relaterade till valutahandel står för ungefär hälften av volymen.

Deltagarnas kommunikation med RIX kan för närvarande ske på två olika sätt, antingen genom online-kommunikation via fasta krypterade linjer eller genom meddelandehantering via SWIFT-kommunikation (Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication).

Avveckling av betalningar i RIX sker enligt principen bruttoavveckling i realtid, (real time gross settlement, RTGS). Det betyder att betalningar avvecklas en och en samt att medel som överförs

¹²² Statistisk Årsbok 1997, Sveriges riksbank.

¹²³ För en utförlig diskussion om RIX uppgifter se Nyberg och Viotti.

till deltagares konto på Riksbanken omedelbart blir tillgängliga för betalningar under hela den tid som systemet är öppet. Genom RIX avvecklas också interbankbetalningar (t.ex. transaktioner mellan två bankers dagslåneavdelningar) och kundrelaterade betalningar (så kallade clearingbetalningar). Betalningar som uppkommer vid Riksbankens egna transaktioner med deltagarna, t.ex. försäljning av värdepapper samt in- och utväxling av sedlar och mynt, avvecklas också i RIX.

En betalning initieras genom att en deltagare inrapporterar betalningen. Vid online-kommunikation sker registreringen av betalningen manuellt, normalt via registreringsmenyer som sänds till Riksbanken. De flesta betalningsinstruktionerna online är krediteringar (gottskrivningar) av motpartens konto, men i vissa fall sker även debiteringar (dragningar). Betalningen avvecklas först då mottagaren bekräftar den registrerade betalningen, under förutsättning att den betalande har tillräckliga medel på sitt RIX-konto eller att betalningen ryms inom betalarens kreditlimit. Vid avvecklingen överförs likviden mellan deltagarnas konton.

År 1997 infördes en ny teknik som sker genom meddelandehantering via SWIFT-kommunikation. Den nya tekniken (meddelandehanteringen) innebär att ett gränssnitt skapas så att betalningar med automatik kan överföras mellan deltagarna med samtidig avveckling i RIX. Avveckling sker alltså omedelbart, förutsatt att betalarens kreditlimit inte överskrids. I annat fall kommer betalningen att läggas i kö och genomföras då tillräckliga medel finns på kontot. Det är, till skillnad från online-kommunikation, endast möjligt att rapportera och avveckla krediteringar via meddelandehantering. Meddelandehantering gör det möjligt att minska riskerna i betalningssystemet genom att stora betalningar kan överföras löpande i stället för att aggregeras och avvecklas en gång om dagen.

Genom att gå över till meddelandehantering anpassar Riksbanken RIX till EMU:s betalningssystem i euro. I EMU skall de nationella interbanksystemen för stora betalningar fr.o.m. 1999 vara sammanlänkade i ett gemensamt nätverk, TARGET (Trans-European Automated Real-time Gross Settlement Express Transfer System). Det systemet kommer också att bygga på SWIFT-kommunikation.

3.5 Framtida betalningssystem

3.5.1 Telefon- och Internetbanker

Från 1985 till 1996 stängdes ett av tre bankkontor samtidigt som antalet uttagsautomater ökade med 54 procent. Internet och telefonbanker leder möjligen till att ännu fler kontor stängs. SEB har idag flest Internetkunder, ca 250 000 personer (mars 1999¹²⁴). Nordbanken siktar på att få en miljon kunder som använder dator, telefon eller Internet före år 2001. Allt fler kunder gör sina ärenden själv via Internet. Därmed minskar behovet av personal och kontor som arbetar med rutinuppgifter. Bankkontoren blir allt mer inriktade på rådgivning och allt mindre inriktade på att förmedla transaktioner. Numera förekommer kontor som saknar kassor, där personalen enbart ägnar sig åt rådgivning och där transaktioner bara kan utföras i kontorets automater.

Telefon- och Internetbanker representerar en ny teknik för *kundkontakt*; övriga funktioner inom banken påverkas egentligen inte av det sätt på vilket kunden sköter kontakten med banken. I de fall kunden vill utföra en transaktion måste information normalt göras läsbar för bankens datorer. I ett kontor görs detta av bankens personal eller via ”intelligenta” automater. Även i en telefonbank med personlig service utförs detta moment av bankens personal, som dock inte är placerad i ett traditionellt bankkontor. I en telefonbank utan personlig service och i en Internetbank utförs motsvarande inmatning av kunden själv. Detta minskar bankernas kostnader. Enligt en uppskattning från FöreningsSparbanken är enkla ärenden hälften så dyra via telefon och 75 procent billigare via Internet.¹²⁵

3.5.2 E-pengar

E-pengar definieras som ”digitala värdeenheter” som används som allmänna betalningsinstrument. Den som sätter in pengar på ett ICA-konto och köper mat på ICA-kortet handlar däremot inte med e-pengar. Med digitala värdeenheter menas elektroniska registreringar av betalningsmedel som inte är kopplade till ett individuellt

¹²⁴ Dagens Industri, 19/3-1999.

¹²⁵ ”Nehmzow (1997) bekräftar denna kostnadsskillnad vad gäller transaktioner i telefonbanker, men menar att transaktioner i internetbanker bara kostar en åttondel av en transaktion i kassa.”

konto¹²⁶, vilket exempelvis ICA-kortet är. Dessa ”enheter” används för betalning i en butik eller över Internet. Enheterna kan även vandra vidare från kort till kort – exempelvis kan en mottagande handlare betala någon annan med e-pengsenheterna i stället för att lösa in dem.¹²⁷ Fördelen med e-pengar, i förhållande till kontobaserade tillgodohavanden, är att administrationen kring kontoföringen och mängden information som skickas mellan banken och bankkunderna minimeras. Tekniken innebär alltså att behovet av central datakapacitet och kommunikationsutrustning minskar. Detta gör att kostnaderna per transaktion kan pressas och att tekniken i framtiden kan förväntas bli ett konkurrenskraftigt alternativ till kontanta betalningar också av mycket små belopp.

Utvecklingen av e-penningsystem i Europa inleddes i slutet av 1980-talet och början av 1990-talet med projekt i några få medlemsstater inom EG. Från mitten av 1990-talet utvecklades emellertid projekten snabbt. Europeiska kommissionen har utarbetat ett förslag om rätten att starta och driva verksamhet i e-penninginstitut, krav som bör ställas på utgivare av e-penningprodukter, samt om tillsyn av sådan verksamhet. Enligt förslaget ges företag tillstånd att utge e-pengar inom unionen utan att behöva bedriva bankverksamhet, vilket innebär att likartade konkurrensvillkor skapas mellan olika typer av kreditinstitut.

I USA finns det inga planer på att reglera utgivningen av e-pengar och det finns för närvarande inga begränsningar när det gäller vem som får ge ut dem. I maj år 1998 förklarade en federal arbetsgrupp (Interagency Task Force on Electronic Payments) att en statlig reglering i det här skedet skulle kunna inverka konkurrens- och innovationshämmande.

Den utredning som i Sverige fått i uppdrag av regeringen att analysera de rättsfrågor som uppkommer genom användning av e-pengar lämnade nyligen sitt slutbetänkande där slutsatsen är att det inte behövs några särskilda regler eftersom de problem som kan uppstå kan lösas med hjälp av den lagstiftning som redan finns.¹²⁸

¹²⁶ SOU 1998:14, s. 37 och 55.

¹²⁷ A.a. s. 120.

¹²⁸ SOU 1998:122.

3.5.3 Smarta kort

Vid tillverkningen av bankkort kan man lägga in en integrerad krets (mikrochip) i kortet. Ett enklare mikrochip kan användas för att lagra information. Ett sådant kort har en betydligt större kapacitet än ett kort med magnetremsa. Mer avancerade kort innehåller en mikroprocessor, vilken även utför enklare logiska beräkningar. Därigenom kan man löpande förbruka och ladda upp värdet på ett nytt kort. Denna typ av kort brukar kallas smart cards eller cash-kort. Ibland förekommer även benämningen aktiva kort. Det värde som är lagrat i cash-kortet är ett exempel på e-pengar.

Genom att datachipet i kortet kan lagra olika information kan man styra användbarheten av kortet. För vissa kan kortet innebära begränsad behörighet och för andra en utvidgad behörighet. Med ett smart card kommer man också att exempelvis kunna betala varor som köps över Internet från vilken dator som helst, bara den har kortläsare.

Det cash-kort som bankerna (MeritaNordbanken, FöreningsSparbanken, SEB) introducerar på marknaden under år 1997 har (ännu) inte rönt så stor framgång på marknaden. Möjligen kommer det kommande kombinerade betal- och cashkortet att bli mer framgångsrikt. Det är det första steget mot framtidens integrerade universalkort, som tros bli kundens nyckel till banken och som kan innehålla en mängd olika funktioner.

3.5.4 Säkra betalningar över Internet

Under 1997 handlades över Internet för uppskattningsvis 200–300 miljoner kronor på konsumentmarknaden. Detaljhandeln som helhet omsatte under samma period runt 300 miljarder kronor.¹²⁹

För att betalningar över Internet skall bli allmänt accepterade krävs hög säkerhet. För närvarande pågår ett pilotprojekt för betalningar över Internet – SET (Safe Electronic Transactions) – där VISA, Mastercard, IBM, Microsoft, Netscape m.fl. deltar. Fem svenska banker har slutit upp för att samarbeta om SET och dess svenska utlöpare, ”KIS-projektet”: MeritaNordbanken, Postgirot Bank, SEB, Handelsbanken och FöreningsSparbanken. Avsikten är att projektet skall resultera i en öppen standard för elektronisk handel. Säljställen på Internet ansluts till bankerna med hjälp av en

¹²⁹ Dagens Industri 30/09/98; SOU 1998:14 s.123.

programvara i den egna datorn. Genom kryptering av den information som överförs över nätet skall fullgod säkerhet kunna garanteras. Svårigheterna har dock visat sig vara större än väntat och systemet är relativt krångligt. En nackdel är t.ex. att kunden alltid måste använda samma dator.

Vid Internethandel idag sker betalningen genom traditionell teknik: postförskottsbetalning, fakturering i efterskott eller (särskilt i USA) genom att kunden uppger sitt kontokortsnummer. Poängen med att också betalningen sker över Internet är att beställning och betalning kan ske samtidigt och automatiskt – i och med att kunden gör sin beställning initieras också betalningsprocessen. Detta ökar nyttan för kunderna och kan pressa kostnaderna i förhållande till betalningar via giro- och kortsystemen.

4 Teoretiska utgångspunkter

4.1 Monopol och samarbeten (vertikala och horisontella)

Ett företag som är ensamt på en marknad kallas för monopolist. Normalt kan man förvänta sig att ett sådant företag kommer att välja att ta ut ett relativt högt pris av konsumenterna eller tillhandahålla produkter med en sämre kvalitet än vad som vore önskvärt. Priset begränsas dock av kundernas vilja och förmåga att betala. När flera företag konkurrerar på samma marknad blir trycket att tillhandahålla produkten till ett lågt pris starkare, liksom incitamenten för produktutveckling och hög servicenivå. Monopolföretagets goda möjligheter att ta ut höga priser kan avspeglade sig i höga vinster, men kan också leda till höga kostnader, t.ex. genom bristande effektivitet, höga löner, onödigt stor personalstyrka och andra onödiga utgifter.

Att exploatera en sådan marknadsdominans kan vara förbjudet enligt konkurrenslagens förbud mot missbruk av dominerande ställning. Att exploatera kunderna i syfte att uppnå en högre vinst kan vara ett missbruk, liksom försök att eliminera konkurrenter i syfte att senare kunna utnyttja sin stärkta ställning.

När produktion sker i en serie steg kan hela eller mer än en del av produktionskedjan bedrivas inom ett företag, som då kallas vertikalt integrerat. Produktionen kan också ske i fristående företag som köper och säljer halvfabrikat. Om alla andra led i en sådan produktionskedja kännetecknas av konkurrens kan normalt ett monopolföretag tillskansa sig hela monopolvinsten genom att enbart kontrollera ett steg i kedjan. Ur denna aspekt är det således normalt ingen fördel att behärska *flera* led i en produktionskedja. Det finns emellertid några undantag från denna regel, vilka redovisas i avsnitt 6.4.

När olika företag kan utöva marknadsstyrka i olika steg blir situationen mer komplicerad. Under vissa förutsättningar kan då flera företag göra "monopolpåslag", vilket för den slutlige konsumenten innebär ett högre pris än om en monopolist kontrollerar hela kedjan. Denna situation benämns i litteraturen "dubbel marginalisering".

Ett högt pris medför för det första en omfördelning av ekonomisk nytta genom att producenterna gynnas på bekostnad av konsumenterna. För det andra kommer den totala produktionen att bli för liten, eftersom konsumenterna betalar ett pris som överstiger marginalkostnaden. Detta leder till en allokering förlust, dvs. innebär att den ekonomiska nyttan i samhället blir för liten. För det tredje kan effektiviteten i monopol företaget många gånger vara lägre än den skulle vara på en konkurrensmarknad, vilket också det minskar den totala nyttan.

I vissa situationer kan dock kostnadsstrukturen vara sådan att det är billigare att låta ett företag ensamt bedriva produktionen. Man talar då om ett naturligt monopol, vilket redogörs för i avsnitt 4.6. Man kan också tänka sig, såsom förklaras i avsnitt 4.5 och mer utförligt i kapitel 5, att konsumenternas nytta blir högre om alla använder kompatibla produkter, p.g.a. nätverkseffekter. Man har då något som liknar ett naturligt monopol, men där det är efterfrågesidan som driver fram en situation där endast ett företag (eller ett system) är önskvärt.

Det kan också vara så att möjligheten för ett företag att uppnå och utnyttja en monopolställning, eventuellt under en begränsad period, är det som driver fram ny teknik och nya produkter. Patentinstitutet har speciellt utformats för detta syfte, vilket berörs i kapitlen 6 och 7.

Flera formellt fristående företag kan genom att samarbeta i större eller mindre utsträckning uppträda som om de vore ett företag. Därvid kan prisnivån höjas, endera genom ett direkt prissamarbete, eller indirekt genom en begränsning av volymen eller uppdelning av marknaden. Om så är fallet uppstår samma skadeverkningar som om priset höjs av ett monopolföretag. På motsvarande sätt kan det givetvis finnas goda skäl för samverkan, t.ex. om marknaden i fråga är ett naturligt monopol. Normalt är dock samverkan mellan företag om t.ex. priser förbjudet enligt konkurrenslagen.

Ett samarbete mellan företag om priser, en kartell, har normalt en inneboende instabilitet. Varje enskilt företag kan öka sin vinst om det genom att underskrida det överenskomna höga priset kan erövra betydande marknadsandelar. Det finns ett antal betingelser som antas underlätta kartellbildning, liksom ett antal andra betingelser som antas försvåra kartellbildning. Om exempelvis villkoren för alla affärstransaktioner blir offentliga är det relativt lätt att upprätthålla kartellsamarbetet, medan det omvända gäller

om villkoren förblir en hemlighet mellan köpare och säljare. Under normala förhållanden kan samarbetande företag därför inte upprätthålla höga priser lika effektivt som ett monopol. Eftersom verksamheterna inte fullt ut kan integreras kan heller inte samordnings- och stordriftsvinster realiseras lika effektivt.

4.2 Oligopol och fullständig konkurrens

När två eller flera företag konkurrerar på en marknad, men när antalet företag inte är så stort att konkurrensen kan anses ”fullständig”, föreligger ett oligopol. Denna marknadsstruktur är mest komplicerad att analysera, eftersom den strategiska interaktionen mellan företagen kan bli mycket komplex. Åtminstone de större företagen måste ta hänsyn till att det egna agerandet kan få återverkningar på övriga företags beteende. På en marknad med fullständig konkurrens är varje företag så litet att det är rimligt att anta att marknaden som helhet är opåverkad av det enskilda företags agerande. I en sådan situation kan företagen antas vara pristagare. På en monopolliknande marknad är det bara det största företaget som är stort nog att påverka marknaden som helhet – övriga företag kan antas vara pristagare.

Beroende på omständigheterna kan konkurrenssituationen på en oligopolmarknad variera kraftigt. Så få som två företag kan konkurrera intensivt, med påföljd att marknaden i det närmaste fungerar som om konkurrensen vore ”fullständig”. Å andra sidan kan ett stort antal företag lyckas upprätthålla ett, för dem själva, väl fungerande samarbete – om förhållandena är gynnsamma för detta. Med ett stort mått av generalisering kan man emellertid säga att normalt kommer marknaden att fungera allt mer som en marknad med fullständig konkurrens ju fler företagen är och allt mer som en monopolmarknad ju färre företagen är. Empiriskt observeras ofta lägre priser när fler företag agerar på en marknad. Den största skillnaden brukar återfinnas mellan monopol- och duopolmarknader (marknader med två företag), med successivt mindre skillnader när antalet företag blir fler.

4.3 Joint ventures och licensering

4.3.1 Joint ventures

Joint ventures, eller gemensamma företag, är en verksamhet som bedrivs gemensamt av två eller flera företag. Enligt den juridiska

definitionen krävs att moderföretagen gemensamt kontrollerar verksamheten, dvs. att inget av företagen har ett ensamt bestämmande inflytande.¹³⁰

Ett gemensamt företag bildas normalt när moderföretagen vart och ett för sig inte förmår bedriva den aktuella verksamheten, eller när detta åtminstone skulle bli avsevärt kostsammare eller mindre effektivt. Det finns ett antal tänkbara skäl för detta. Ett är att verksamheten präglas av stordriftsfördelar, ett annat att nätverkseffekterna är betydande. Ytterligare ett motiv kan vara att ny teknik eller nya produktionsmetoder inte kan hemlighållas för konkurrenter på grund av att tekniken inte är patenterbar eller för att det är lätt att kringgå patentet med snarlika metoder. Det enskilda företaget blir i en sådan situation obenäget att investera i forskning och utveckling, varför utvecklingen ur samhällets synvinkel kan gå alltför långsamt. Om företagen däremot gemensamt står för FoU-utgifterna uppstår bättre incitament för forskning och utveckling. Ett gemensamt företag kan också ha ett varumärke och en kundstock som sin viktigaste tillgång.

Nackdelen med gemensamma företag är givetvis att moderföretagen i mindre grad, eller inte alls, konkurrerar med varandra. Om alternativet till det gemensamma företaget hade varit två eller flera konkurrerande verksamheter inom respektive moderbolag, skulle detta i många fall varit att föredra. Om alternativet däremot hade varit att den verksamhet som det gemensamma företaget bedriver inte alls hade blivit av, är det ur samhällets synvinkel ofta effektivare att tillåta gemensamma företag.

4.3.2 Licensering

Bruket av licenser har vissa likheter med gemensamma företag. Båda är metoder som tillåter fler än ett företag att använda samma teknik eller varumärke. I ett gemensamt företag har (moder) företagen en likvärdig ställning och äger gemensamt patentet eller varumärket. I en licenssituation äger ett företag patentet eller varumärket.

Licensgivaren upplåter normalt sitt patent eller varumärke frivilligt, men mot en ersättning. Därmed frånhänder sig företaget en monopolställning. I princip kan man tänka sig två skäl till detta. För det första kan det vara så att licensgivaren inte själv (i till-

¹³⁰ Se SOU 1998:98, avsnitt 3.3.3.

räckligt stor utsträckning) *kan* exploatera sitt patent eller varumärke, t.ex. för att företaget inte behärskar efterföljande produktionssteg eller för att det saknar erforderligt kapital. För det andra kan det vara så att den totala lönsamheten blir större för två eller flera konkurrerande företag än för ett monopolföretag, t.ex. för att det ökar kraften av de ekonomiska incitamenten *inom* företagen, för att företagen konkurrerar med differentierade varor eller för att det (de) andra företaget (företagen) i annat fall skulle kunna kringgå patentet eller bygga upp ett eget varumärke. Givetvis gäller att licensavgiften måste sättas på en sådan nivå att lönsamheten ökar för såväl licensgivare som licenstagare. Under normala omständigheter bör licensering inte hindras, eftersom den kan förmodas öka effektiviteten. Liksom fallet med gemensamma företag kan man dock tänka sig att en licensrelation minskar konkurrensen mellan företagen.

Licensavgiften utgår normalt med ett fast (total) belopp, med ett belopp per enhet – royalty – eller som en kombination av dessa. Enligt några äldre studier¹³¹ används enbart royalty i ungefär hälften av fallen, enbart ett fast belopp i 10 procent av fallen och en kombination av dessa, eller mer komplicerade lösningar, i återstående 40 procent av fallen. Ur samhällsekonomisk synvinkel kan en fast avgift många gånger vara att föredra, eftersom den ger en lägre marginalkostnad för licenstagaren. En hög royalty leder tvärt om till att licenstagaren får en hög marginell kostnad per enhet – marginalkostnaden i produktionen plus royaltyn – vilket gör licenstagaren mindre aggressiv på marknaden. Ur företagets synvinkel innebär en fast engångsavgift (eller en icke omförhandlingsbar årlig avgift) däremot en högre risk, eftersom en sådan lösning ställer högre krav på företagets förmåga att beräkna den framtida efterfrågan på produkten. En omförhandlingsbar årlig avgift kan uppfattas som ett mellanting mellan dessa.

4.4 Externa effekter

Begreppet externalitet, eller externa effekter, har en central roll i nationalekonomin. Med en extern effekt menas att någons konsumtion eller produktion av en vara eller tjänst direkt påverkar någon annans nytta eller produktionsmöjligheter, även utan att det sker en transaktion omfattande varan eller tjänsten mellan de två. Problemet, ur effektivitetssynvinkel, är att denna påverkan inte beaktas av den som konsumerar eller producerar. Skolboksex-

¹³¹ Tirole, *The Theory of Industrial Organization*.

emplet på en sådan externalitet är miljöförstöring, t.ex. att en individs bilåkning (dvs. konsumtion av bilar och bensin) ger upphov till avgaser som påverkar en annan individs nytta. Andra exempel på externa effekter uppstår när grannen övar trumsolon eller konsumerar surströmming. Externa effekter kan naturligtvis också vara positiva, t.ex. att grannen spelar vacker musik eller att han har en vacker trädgård.

Produktion eller konsumtion som ger upphov till externa effekter resulterar i ineffektiv resursallokering, dvs. att någon eller några av marknadens aktörer konsumerar eller producerar för mycket eller för litet. Man brukar säga att det råder ett marknadsmisslyckande (eller marknadsimperfektion) om priserna inte reflekterar de externa effekterna, eftersom köparen och säljaren i en transaktion då tenderar att inte beakta de externa effekterna. Ofta försöker man därför från samhällets sida korrigera externa effekter. Negativa externa effekter kan justeras med t.ex. skatter, kvoter eller förbud och aktiviteter som ger positiva externa effekter kan subventioneras. En väl avvägd intervention med sådana medel leder till en effektiv resursanvändning.

4.5 Nätverksexternaliteter

Nätverksexternaliteter (eller nätverksfördelar) är ett fenomen som bidrar till att höja den optimala skalan på en verksamhet. Nätverksfördelar verkar från efterfrågesidan och innebär enkelt uttryckt att kunderna hellre efterfrågar produkter från en stor tillverkare eller från en tillverkare vars produkter är kompatibla med en stor del av marknadens produkter. Teorin om nätverksexternaliteter redogörs för i nästa kapitel. Mycket kort kan man säga att en direkt nätverksfördel existerar då en konsuments värdering av en produkt stiger med antalet andra konsumenter av produkten. Detta gäller t.ex. för telefon- och faxabonnemang och för girosystem. En indirekt nätverksfördel uppstår då ett stort antal konsumenter leder till ett brett produktutbud, men där övriga konsumenters efterfrågan i sig inte innebär någon fördel, eller kanske till och med medför trängselkostnader. Detta gäller t.ex. för passagerarflyg, datorer och uttagsautomater. I dessa fall kommer antalet avgångar, mängden tillgängliga program (mjukvara) respektive antalet automater att öka med ökad efterfrågan, samtidigt som den direkta effekten av ökad efterfrågan kan bli ökad trängsel, längre leveranstider respektive längre köer.

Externaliteten uppstår på grund av att individen i sin konsumtion

(t.ex. genom anskaffande av telefon) inte beaktar att detta höjer nyttan av andra individers konsumtion av telefoni. Betalningssystem ger också upphov till positiva externa effekter. Möjligheten att exempelvis kunna ta ut pengar från en uttagsautomat ökar med antalet individer som är anslutna till samma uttagsautomatsystem. Ju fler som skaffar uttagskort desto fler automater och desto större möjlighet att ta ut pengar.

4.6 Skalfördelar i produktionen

Skalfördelar i produktionen är ytterligare ett fenomen som bidrar till att höja den optimala skalan på en verksamhet. Skalfördelar verkar här från utbudssidan och innebär att en stor tillverkare har lägre styckkostnader än små tillverkare, dvs. genomsnittskostnaden faller vid ökad produktion. Liksom med skalfördelar i efterfrågan kan det leda till att den samhällsekonomiskt optimala situationen uppnås då endast en tillverkare eller ett system finns på marknaden.

Normalt tänker man sig att det alltid finns en produktionsnivå vid vilken skalfördelarna klingat av, eller till och med vänts i skalnackdelar, så att genomsnittskostnaden slutar att falla och eventuellt också börjar stiga. Man kan dock tänka sig att den produktionsnivå vid vilket detta inträffar är så hög att den överstiger hela marknadens efterfrågan. I så fall säger man att marknaden är ett naturligt monopol.¹³² På en marknad som är ett naturligt monopol är det mer kostsamt att dela upp produktionen mellan två företag, än att låta ett enda företag stå för hela produktionen. Emellertid kan det ändå vara motiverat att låta två företag konkurrera på en sådan marknad – nämligen om de positiva effekterna av en ökad konkurrens är större än de negativa effekterna av en högre produktionskostnad.

4.6.1 ”Economies of scale” och ”economies of scope”

Vid sidan av skalfördelar (”economies of scale”) talar man om ”economies of scope”, eller ”samproduktionsfördelar”. Med detta

¹³² En alternativ definition på ett naturligt monopol är följande: om ett företag kan uppnå en vinst på en marknad, medan två företag inte samtidigt kan uppnå vinst på denna marknad, då är marknaden ett naturligt monopol. Dessa två definitioner är inte helt ekvivalenta - Tirole s 19-21. Den ”moderna” och idag mest accepterade definitionen på naturligt monopol är att kostnadsfunktionen är ”subadditiv” över alla relevanta produktionsmängder (Panzar, Technological Determinations of Firm and Industry Structure), vilket motsvarar beskrivningen i huvudtexten ovan.

menas att samtidig produktion av flera varor eller tjänster inom ett företag är billigare än att motsvarande produktion sker vid två eller flera företag. Liksom vad gäller skalfördelar kan detta bero på att fasta kostnader kan slås ut på en större volym, men också t.ex. på bättre riskspridning och minskade kostnader för kund- och leverantörskontakter.

4.6.2 Skalfördelar och inträdeshinder

I de flesta fall är det rimligt att anta att ett företag som försöker bryta sig in på en marknad inledningsvis kommer att vara mindre, och att det därför kommer att ha högre genomsnittskostnader om skalfördelar föreligger. Det större företaget har därmed möjlighet att bjuda under sin konkurrent, vilket minskar lönsamheten för det mindre företaget. I extremfallet kan det alltså vara omöjligt för båda företagen att gå med vinst. I en sådan situation måste det företag som försöker bryta sig in på marknaden ha mycket starka skäl att tro att dess kostnader är lägre, och dessutom ha finansiella resurser att uthärda en tids strid, för att våga sig på en inbrytning.

4.7 Prisdifferentiering och prisdiskriminering

Lite precist kan man säga att ett företag utövar prisdiskriminering eller, med en mer neutral term, differentierar priserna, om det låter olika kunder betala olika priser för identiska varor eller tjänster. Detta förekommer på snart sagt alla marknader, i större eller mindre utsträckning, och enligt ett stort antal principer. I den ekonomiska litteraturen är begreppet prisdiskriminering tämligen neutralt och används mer eller mindre synonymt med prisdifferentiering. I juridisk terminologi leder däremot prisdiskriminering tanken till ett brott mot konkurrenslagstiftningen. Detta avsnitt behandlar de ekonomiska aspekterna av prisdifferentiering/prisdiskriminering.

Den vanligaste formen av prisdifferentiering är kanske mängd-rabatter och förmånliga priser för vissa konsumentkategorier, t.ex. barn och pensionärer. För att prisdifferentiering skall vara möjlig krävs att arbitrage, dvs. vidareförsäljning av produkten, är omöjlig eller åtminstone kostsam. I annat fall skulle de kunder som erbjuds låga priser kunna sälja vidare till kunder som endast får köpa till höga priser. Av detta skäl är prisdifferentiering vanligare vid försäljning av tjänster, t.ex. flygresor och entrébiljetter, än vid försäljning av varor. Vidare krävs att olika kunder har olika betalningsvilja och att kunderna kan separeras efter betalningsvilja.

Man brukar säga att det finns tre former av prisdifferentiering: första, andra och tredje gradens. Med första gradens (eller perfekt) prisdifferentiering menas att samtliga kunder förmås att betala hela sin betalningsvilja. I praktiken är detta givetvis omöjligt; möjligen kan en erfaren försäljare som förhandlar om priset med oerfarna köpare (köpslående med prutning) komma relativt nära.

Andra gradens prisdifferentiering innebär att kunderna genom sitt beteende sorterar sig själva i kategorier (s.k. självselektion) och att dessa kategorier får betala olika genomsnittspris. Det enklaste exemplet är olika former av mängdrabatter eller en tvåpartstariff (se nedan). En mer avancerad variant är att kunderna får välja mellan ett antal olika tvåpartstariffer.

Tredje gradens prisdifferentiering bygger på att observerbara karaktäristika, t.ex. ålder, används för att indela konsumenterna i grupper, vilka sedan får betala olika priser. Denna form av prisdifferentiering är vanligt förekommande på marknader för resettjänster där de flesta företagen ger rabatter för studenter, barn och pensionärer.

Prisdifferentieringens huvudsyfte är att få konsumenterna att betala mer för en produkt. Därmed kan det förefalla självklart att köparna, i genomsnitt, förlorar jämfört med en situation utan prisdifferentiering. Detta behöver dock inte vara fallet. Nya kundgrupper kanske kan betjänas just tack vare att priserna tillåts variera mellan olika grupper, vilket kan gynna alla grupper. I vissa fall skulle produktion över huvud taget inte vara möjlig om inte företagen tilläts prisdifferentiera. Prisdifferentiering kan därför öka välfärden i samhället.

En mycket vanlig form av prisdifferentiering är en s.k. tvåpartstariff. Denna förekommer på bl.a. el- och telemarknaderna, där abonnenterna vanligen betalar en fast (kvartals)avgift och en rörlig förbruknings- eller samtalsavgift. Som nämnts ovan är tvåpartstariffer ett specialfall av andra gradens prisdifferentiering, vilket i sin normala utformning innebär att den kund som köper stora kvantiteter erhåller ett lägre styckepris. Ur kostnadssynpunkt är en tvåpartstariff motiverad när det finns betydande kostnader som inte är beroende av hur mycket kunden köper, utan endast av det faktum att kunden bereds tillfälle att köpa. Detta kan t.ex. vara fallet om det finns kostnader för att dra el- eller teleledning till kunden oavsett hur många kilowattimmar/samtalsminuter kunden köper. Tvåpartstariffer kan också vara ett effektivt sätt att erhålla högre intäkter trots att det inte finns något kostnadsskäl till detta.

Några exempel på marknader där tvåpartstariffer förekommer är tele, el och hyrbil.

Rabatter kan sägas vara ett specialfall av prisdifferentiering. Generella mängdrabatter faller under begreppet andra gradens prisdifferentiering, medan selektiva rabatter och individuellt utformade mängdrabatter faller under begreppet tredje gradens prisdifferentiering.

5 Ekonomisk analys av nätverk

(I samverkan med Gabriela Guibourg, Riksbanken)¹³³

Ett nätverk, i den betydelse som avses här, har den egenskapen att konsumenterna värderar ett företags produkter högre om företaget är ”anslutet” till ett stort nätverk eller om dess produkter är kompatibla med nätverket. Detta innebär att det för företagen är väsentligt att tillhöra ett tillräckligt stort nätverk. Det innebär också att det kan uppstå konflikter om tillträdesrätten till nätverk.

Konflikten om tillträde till det svenska betalningssystemet kan ses som ett exempel på detta. Andra länder har haft liknande erfarenheter just vad gäller betalningssystem - i USA har tillträdeskonflikter inom branschen uppmärksammats länge. Även i en rad europeiska länder har dylika problem inträffat på senare tid. Konflikterna har följt ett snarlikt mönster och har gällt samma typer av betalningsinfrastruktur, nämligen system för uttagsautomater, clearinghus och betalkort.

En genomgång av befintlig litteratur om nätverksekonomi ger en bakgrund till problemet. Befintliga empiriska studier av nätverkseffekter inom betalningssystem visar att en viktig förklaring till konflikterna är just förekomsten av nätverkseffekter och andra skalfördelar i betalningssystem, dvs. skalfördelar på såväl efterfråge- som utbudssidan.

5.1 Nätverksexternaliteter (skalfördelar i efterfrågan)

När individens nytta av att konsumera en viss vara eller tjänst växer med antalet andra individer som också konsumerar produkten, sägs produktionen av varan eller tjänsten uppvisa positiva nätverksexternaliteter eller skalfördelar i efterfrågan.¹³⁴ Det kan också uttryckas så, att för varje ny individ som konsumerar produkten växer nyttan av konsumtionen för alla tidigare konsumenter. Externaliteten uppstår på grund av att individen i sitt beslut om konsumtion inte beaktar att de andra individernas nytta av

¹³³ Detta kapitel bygger i stor utsträckning på Guibourgs artikel ”Effektivitet i betalningssystemet - ett nätverksperspektiv”.

¹³⁴ Begreppet nätverkseffekt kan användas synonymt med begreppet nätverksexternalitet.

konsumtion därmed ökar.

Nätverksexternaliteter kan vara *direkta* eller *indirekta*.¹³⁵ Externaliteten sägs vara *direkt* när antalet konsumenter påverkar hur produktens kvalitet värderas. Konkreta exempel är telefoni, telefax och på senare tid Internet. De direkta nätverksexternaliteterna har också stor relevans för olika typer av betalningssystem. En individ eller ett företag som ansluter sig till ett girsystem beaktar inte att detta påverkar värdet av girsystemet för alla andra som redan utnyttjar eller kommer att utnyttja det. *Indirekta* externaliteter uppstår när konsumtionen av en vara ökar utbudet av en annan komplementär vara. Om efterfrågan på videobandspelare eller datorer ökar får detta en indirekt effekt på marknaden för videofilmer och datorprogram. De positiva externaliteterna spiller alltså över på en komplementär marknad.

Ett exempel inom betalningsområdet är ATM och bankkort med tillhörande konto. I detta fall finns det två komplementära produkter – en ATM-terminal och ett bankkort som kan vara utgivet av en annan bank än den som äger terminalen. De båda produkterna tillsammans möjliggör den sammansatta produkt som uttaget utgör. Komplementaritet mellan komponenterna kan bara realiseras om båda produkterna följer en viss standard, dvs. om de är kompatibla med varandra. Det är själva beslutet om kompatibilitet som möjliggör att komplementära varor/tjänster kan kombineras i sammansatta produkter.¹³⁶

Oavsett om det är fråga om direkta eller indirekta externaliteter är effekten av dessa att konsumentnyttan ökar med nätverkets storlek. Detta inträffar på grund av att antalet potentiella motparter ökar eller därför att tillgången till komplementära varor ökar.

Nätverkseffekter kan uppstå också för varor som inte kräver någon fysisk koppling eller infrastruktur. Ett exempel är hård- och mjukvarumarknaderna. Ju fler konsumenter som köpt en viss hårdvara, desto större är marknaden för kompatibla mjukvaruapplikationer. Det avgörande är att de komplementära delarna kan kombineras i enlighet med någon standard för att bilda slutprodukten.¹³⁷ Detta understryker att ett nätverk kan vara mycket

¹³⁵ Katz, Shapiro, Network Externalities, Competition and Compatibility.

¹³⁶ Economides, White, Networks and compatibility: implications for antitrust.

¹³⁷ Economides, Features of Credit Card Networks.

vidare än den rent tekniska infrastrukturen. Direkta nätverksexternaliteter förutsätter inte heller existensen av ett fysiskt nätverk. Det allmänna betalningsmedlet – ”pengar”, eller kronor i Sverige – är till exempel förenat med stora positiva nätverksexternaliteter. Detta beror på acceptansgraden av betalningsmedlet snarare än på utveckling av något fysiskt nätverk.

ATM-marknaden karaktäriseras av en särskild typ av indirekta externaliteter, av somliga kallade för *lokaliseringseffekter*.¹³⁸ Dessa uppstår p.g.a. att nyttan av teknologin för varje användare ökar med antalet serviceställen från vilka systemet kan nås. För system med uttagsautomater är inte antalet individer som införskaffat uttagskort direkt relevant för individens värdering av dessa kort, eftersom de inte behöver kommunicera eller utföra transaktioner med varandra med hjälp av kortet.¹³⁹ Däremot är antalet banker och framförallt antalet terminaler som är anslutna av avgörande betydelse.

Till skillnad från ATM-marknaden kännetecknas betalkortssystem (bankkort och kreditkort) av en ”dubbelriktad” indirekt nätverksexternalitet. Försäljningsställets nytta av att ansluta sig till systemet beror på hur många individer som har betalkort och konsumentens nytta av att skaffa ett betalkort beror på hur många försäljningsställen som kan ta emot betalningar med kortet. Det finns alltså en indirekt nätverkseffekt mellan kortinnehavarna och en indirekt nätverkseffekt mellan kortmottagarna.

För förmedling av betalningar mellan konton (girosystem) finns som nämnts en direkt nätverkseffekt. Ju flera individer, företag och institut som är anslutna till systemet, desto mer värdefullt blir girosystemet. Exemplet girosystem visar att övergången mellan direkta och indirekta nätverksexternaliteter kan vara flytande. Om individer endast avsände betalningar och företag endast mottog betalningar skulle det vara mer korrekt att beteckna nätverksexternaliteterna som indirekta. Det faktiska förhållandet är ju att individer, bortsett från löneinbetalningar, i huvudsak är betalningsavsändare. Företagen, däremot, är i allmänhet såväl mottagare som avsändare.

Nätverkseffekter existerar inte enbart på individnivå utan i allra

¹³⁸ Saloner, Shepard, Adoption of technologies with network effects: an empirical examination of the adoption of automated teller machines, s. 479-501.

¹³⁹ Dvs. det finns ingen direkt nätverksexternalitet.

högsta grad även på banknivå (eller, mer generellt, för företag som tillhandahåller en eller flera komponenter som ingår i ett nätverk). Varje ny bank som ansluter sig exempelvis till ATM-systemet och som ställer sina terminaler till förfogande ökar marknadens värdering av nätverket, vilket gynnar tidigare anslutna banker. Däremot tillkommer på denna nivå en motverkande "konkurrens-effekt". Eftersom konkurrensen mellan företag som tillhandahåller tillgång till nätverket ökar när ytterligare företag ansluts kan nettoeffekten bli att nätverket blir mindre värdefullt för bankerna. Denna effekt behandlas utförligt i avsnitt 5.4.

Den för företagen positiva effekten av att utvidga nätverket – att konsumenternas värdering ökar och därmed kanske också företagens intäkter – är en anledning till att gemensamma eller delade nätverk ("shared networks") blir allt vanligare.¹⁴⁰ Ett annat motiv till detta kan vara att kostnaderna blir lägre när flera banker ingår i systemet jämfört med fallet att varje bank har sitt eget privata system (se nedan). Nätverken blir färre och större, dvs. varje nätverk ansluter fler banker. Detta sänker kostnaden och/eller ökar konsumenternas nytta, vilket stimulerar till ökad transaktionsvolym. Detta kan i sin tur motivera ett ökat antal terminaler osv.

5.2 Skalfördelar i produktionen

Många varor och tjänster som ger upphov till skalfördelar på efterfrågesidan uppvisar också skalfördelar i produktionen. Skalfördelar uppstår när produktionen av en vara (tjänst) kräver investeringar i stora fasta kostnader, vilket medför att styckkostnaderna reduceras när volymen ökar. Detta gäller för betalningssystem. Elektroniska överföringar av betalningar kräver ofta en infrastruktur av stora växlar som sköter betalningstrafiken mellan olika bankerna eller andra betalningsförmedlande institut. En betydande del av dessa investeringskostnader är fasta. Att kunna utnyttja stordriftsfördelar är således ytterligare en anledning till att företagen samarbetar i kreditkortssystem, uttagsautomatnätverk och clearing- och girossystem.

Skaleffekter på produktionssidan är avhängiga hur stora de fasta kostnaderna är. Ju större fasta kostnader desto större volym krävs för att kunna nå en viss genomsnittskostnad. Skaleffekter tenderar dock att klinga av vid en viss volym. De produktionsmässiga skalfördelarna i t.ex. nätverk för uttagsautomater har visat sig vara

¹⁴⁰ McAndrews, The Evolution of Shared ATM Networks.

obetydligt för mer än 1 000 automater.¹⁴¹

5.3 Marknadsstruktur

De direkta implikationerna av skalfördelar på både produktions- och efterfrågesidan är att det behövs stora produktionsenheter och en stor kundbas för att nätverket över huvud taget skall komma till stånd. Produktionen av varan eller tjänsten kan bara ske effektivt om ett stort antal konsumenter efterfrågar den och en sådan efterfrågan kommer endast till stånd om konsumenter kan förvänta sig storskalig produktion. Oberoende av om externaliteten är direkt eller indirekt kommer konsumenterna att föredra det betalningssystem som har större sannolikhet av att bli accepterat av potentiella motparter, om det enda som skiljer två system är hur pass utbredda de är. Ur samhällets synvinkel är det således önskvärt med stora nätverk, eftersom detta innebär att en produkt som konsumenterna värderar högt kan tillhandahållas till en relativt låg kostnad.

Stordriftsfördelarna på efterfrågesidan innebär att en s.k. *kritisk massa*¹⁴² av konsumenter är en nödvändig förutsättning för nätverkets existens. Det finns en ”hönan och ägget-problematik” i produktionen av varor eller tjänster med positiva nätverksexternaliteter. Utnyttjande av nätverksexternaliteter talar för nätverk med stora marknadsandelar samtidigt som den stora kundbasen realiserar om konsumenterna förväntar sig att nätverket blir stort. Konsumenternas förväntningar om ett nätverks framtida storlek spelar därmed en viktig roll för den faktiska storlek som nätverket uppnår. Jämvikten kan sägas vara av självuppfyllande karaktär.¹⁴³ Om individerna förväntar sig att nätverket skall omfatta en stor del av marknaden, kommer en stor efterfrågan – som avspeglar den samlade betalningsviljan för produkten ifråga – att etablera sig. Om förväntningarna är låga, är det möjligt att nätverket inte alls uppstår. Det bör noteras att denna situation kan uppstå även om konsumenternas samlade betalningsvilja för det större nätverket skulle överträffa de privatekonomiska kostnaderna av att leverera ett sådant nätverk – ett typiskt fall av marknadsmisslyckande. Sannolikheten är större att nätverket uppstår om företagen har möjligheter att påverka konsumenternas förväntningar tack vare

¹⁴¹ Felgran, Shared ATM Networks: Market Structure and Public Policy.

¹⁴² Economides, The Economics of Networks; Economides, Network Economics with applications to finance, s. 89-97.

¹⁴³ Katz, Shapiro.

storlek eller etablerat namn. Resonemanget om kritisk massa kan också användas för att beskriva hur varor med nätverksextensiteter erövrar marknadsandelar över tiden. Efterfrågan för denna typ av produkter växer långsamt i början, tills den kritiska massan är nådd. Efter det växer efterfrågan i väsentligt snabbare takt.¹⁴⁴ Typiska exempel är utvecklingen av faxmarknaden och Internet.

Marknaden för uttagstjänster i USA illustrerar de mekanismer som driver fram stora nätverk. Efter den snabba tillväxten av ett stort antal konkurrerande nätverk av uttagsautomater under 1970- och 1980-talen följde en intensiv våg av fusioner och uppköp. Detta fick till följd att antalet nätverk halverades. De största nätverken fick allt större marknadsandelar, samtidigt som konkurrensen mellan nätverken avtog markant, liksom tillflödet av nya aktörer.¹⁴⁵

Enligt elementär ekonomisk teori är perfekta konkurrensmarknader där små företag konkurrerar med varandra utan möjlighet att utöva marknadsmakt den samhällsekonomiskt bästa marknadsformen. Existensen av nätverkseffekter och andra skalfördelar inom betalningsmarknaden visar dock att detta inte gäller generellt. Många små konkurrerande företag leder till att nätverksextensiteterna inte kan exploateras och att konsumenternas nytta av dessa varor blir mindre än vad som kunnat vara fallet. Eftersom det krävs en ”kritisk massa” kan en sådan fragmentering bromsa eller till och med förhindra uppkomsten av nya nätverk. Ett allmängiltigt betalkort eller ett riksomfattande girosystem ger exempelvis större nytta än ett betalkort som bara kan användas vid ett fåtal försäljningsställen eller ett girosystem som bara möjliggör betalning av vissa räkningar. Det finns därmed både privatekonomiska och samhällsekonomiska skäl som talar för stora produktionsenheter eller samverkan mellan marknadsaktörer.

5.4 Konkurrensaspekter

En stor del av analysen kring nätverkseffekter fokuserar på företagens incitament att välja tekniker som är kompatibla.¹⁴⁶ Detta har ett direkt samband med frågan om nätverkets storlek, eftersom ett

¹⁴⁴ Varian, Shapiro, US Government Information Policy.

¹⁴⁵ McAndrews, Antitrust Issues in Payment Systems: Bottlenecks, Access and Essential Facilities.

¹⁴⁶ Katz, Shapiro.

nätverk kan definieras som summan av alla subsystem som är kompatibla med varandra. Om flera enskilda producenter gör sina produkter kompatibla med varandra kan man säga att nätverket har växt i motsvarande grad. De resultat som härrör från forskning inom detta område hjälper till att kasta ljus över några punkter som förefaller vara motsägelsefulla. Nätverksexternaliteter leder, när de exploateras, till stora nätverk med marknadsdominerande ställningar. Den strategiska maktposition som dessa nätverk får kan ibland utnyttjas för att diskriminera nya eller mindre aktörer. En fråga som uppstår är varför sådana incitament finns när företagen kan tjäna på att öka nätverkets storlek.

Förklaringen är att om alla företag väljer kompatibla tekniker och antalet företag ökar, liknar den resulterande marknadsstrukturen en perfekt fungerande marknad. Beträffande de enskilda företagens incitament att välja kompatibilitet gäller följande.¹⁴⁷ Enskilda företag har incitament att välja kompatibilitet eller deltagande i någon form av samarbete mellan olika producenter om varan som produceras uppvisar stora nätverksexternaliteter. Företag som redan samarbetar i något gemensamt nätverk har incitament att ansluta nya medlemmar om dessa företag är stora och därmed bidrar till att öka värdet på nätverket relativt mycket. En stor värdeökning är något som företagen i sin tur kan exploatera gentemot sina kunder. Likaså vill nya marknadsaktörer ansluta sig till ett redan existerande samarbete mellan producenter om denna samarbetsform har goda utsikter att öka utnyttjandet av existerande nätverksexternaliteter. Samtidigt finns incitament som verkar i motsatt riktning. När företagen samarbetar med varandra och väljer kompatibla teknologier, medför detta att deras varor blir mer substituerbara och att konkurrensen därmed hårdnar mellan företagen. För både de redan samarbetande företagen och de som överväger att ansluta sig till samarbetet gäller att incitamenten till samarbete minskar om konkurrensen mellan företagen ökar väsentligt till följd av detta.

Det finns med andra ord ekonomiska incitament till samarbete mellan olika företag när nätverksexternaliteterna är tillräckligt stora. Incitamenten minskar dock ju fler företag som finns med i systemet eftersom konkurrensen mellan de olika företagen blir hårdare. Det finns därmed två motverkande krafter: "nätverkseffekter" och "konkurrenseffekter". Vilket resultatet blir, samarbete

¹⁴⁷ Ibid. Se även Economides, "The Economics of Networks", *International Journal of Industrial Organization*.

eller ej, avgörs av dessa effekters respektive styrka. En direkt implikation av detta är att små företag gärna ansluter sig till stora nätsystem eftersom nätverkseffekterna dominerar över konkurrens-effekten, medan medlemmar av stora system inte gärna ansluter små företag eftersom det endast tillför en marginell värdeökning av nätverket, samtidigt som konkurrensstrycket ökar.

Ekonomer som har studerat frågan om företagens incitament till samarbete respektive konkurrensbegränsande åtgärder utifrån andra perspektiv har kommit till liknande slutsatser.¹⁴⁸ Dessa har fokuserat mer på situationer med företag som producerar komplementära produkter och som måste göra strategiska beslut beträffande kompatibilitet mellan sina respektive produkter. Sådana marknadsförhållanden återfinns exempelvis på datamarknaden, med komplementaritet mellan hård- och mjukvara, eller på videomarknaden, med komplementaritet mellan videobandspelare och videofilmer. På bankmarknaden tillhandahålls däremot både uttagsautomater och bankkonton/bankkort normalt av samma företag. Återigen visar sig besluten vara starkt beroende av företagens marknadsandelar på respektive produktmarknad, samt av hur konkurrenssituationen påverkas av beslutet. Detta kan illustreras med följande exempel. Antag att det finns två företag, 1 och 2, som producerar två komplementära varor, A och B. Man kan tänka sig fallet då vara A är någon typ av betalningstjänst, till exempel en uttagsautomat, och vara B är ett bankkonto. Företagen måste bestämma om de skall göra sina varor kompatibla med varandra, vilket skulle vara fallet om kunderna till respektive bank kan komma åt sina konton från både A1 och A2. Efterfrågan på kombinerade produkter, A1-B2 respektive A2-B1 kallar vi för "hybridefterfrågan". Resultat från den ekonomiska forskningen visar att:

- När hybridefterfrågan är stor i förhållande till de egna produkternas efterfrågan är incitamenten till kompatibilitet stora. Motsatsen gäller när hybridefterfrågan är liten.
- Konflikter uppstår när situationen inte är symmetrisk, dvs. när den egna produkt efterfrågan är liten och hybridefterfrågan stor för det ena företaget och tvärtom för det andra.

Ytterligare en aspekt som har inverkan på företagets incitament till kompatibilitet eller gemensamma lösningar är var produkten

¹⁴⁸ Economides, *The Economics of Networks*.

eller systemet placeras i sin ekonomiska livscykel. Inför lansering av ett nytt betalningsinstrument eller under första fasen i dess utveckling, är utnyttjande av positiva nätverksektaliteter och skalfördelar i produktionen av stor betydelse. När marknaden börjar bli mättad bidrar inte ytterligare producenter till utnyttjande av skalfördelar i någon större utsträckning. Däremot kan dessa bidra till att intensifiera konkurrensen. Incitamenten till samverkan torde därmed avta med produktens/systemets mognadsgrad.

Substituerbarheten mellan företag påverkas dock av hur enkelt det är för kunden att byta leverantör. Detta påverkas i sin tur av företagets möjligheter att ”låsa in” sina kunder, vilket gör det dyrt för kunden att byta bank. Ett sådant sätt är att erbjuda flera tjänster i ett paket, s.k. bundling. Å andra sidan kan hotet från nya konkurrenter leda till full kompatibilitet mellan redan existerande företag i syfte att trovärdigt deklarerat att man avser att utsätta nya företag för hård konkurrens om de inträder på marknaden. Detta förfarande minskar därmed nya företags förväntade vinster på marknaden och därmed deras incitament att träda in på marknaden även om inträde är fullt tillåtet.¹⁴⁹

Här ges således en förklaring till de konflikter som uppstår mellan banker om tillträde till betalningssystemen. ATM-marknaden fungerar som ett bra exempel på hur konkurrens-effekten och nätverkseffekten verkar åt olika håll. Kundernas nytta blir större om de är anslutna till ett system som ger tillgång till deras bankkonton från ett stort antal betjäningsspunkter. Ur deras perspektiv är det ovidkommande om systemet i sin helhet ägs av ett företag eller om flera företag är hoplänkade till varandra genom kompatibilitetsavtal. Å andra sidan leder full kompatibilitet till att bankerna blir bättre substitut till varandra, vilket ökar konkurrensen mellan dem. Betydelsen av asymmetri är också påtaglig. Små banker tillför små nätverkseffekter men ökar samtidigt konkurrensstrycket, vilket förklarar varför banker som samarbetar i stora nät inte gärna släpper in små banker.¹⁵⁰

5.4.1 Konkurrensbegränsning och marknadsdominans

Amerikanska studier visar att det finns en positiv korrelation

¹⁴⁹ Matutes, Padilla, Shared ATM Networks and Banking Competition, s. 1113-1138.

¹⁵⁰ McAndrews, Rob, Complementarity, Coordination and Compatibility: the role of fixed costs in the economy of systems.

mellan graden av monopol för ett visst betalningsnätverk och delat ägande av nätverket.¹⁵¹ Detta innebär att ju mer koncentrerade nätverken av t.ex. uttagsautomater blir över tiden desto vanligare är det med delat ägande. Korrelationen gäller inte enbart över tiden utan också vid varje tidpunkt i tvärsnittsstudier. Denna observation indikerar att det finns bakomliggande incitament, utöver ovan nämnda, till varför samarbete mellan konkurrenter uppkommer. Ekonomisk forskning har identifierat två sådana: diskriminering av små konkurrenter och monopolprissättning mot slutkunderna. Dessa motiv förklarar varför företag, som annars konkurrerar sinsemellan på marknaden, ofta samarbetar på infrastrukturen genom delade ägandeformer eller varför företag samarbetar på inputmarknaden när de sedan skall konkurrera med varandra på slutmarknaden.

Om enbart ett segment beaktas, till exempel betalningsförmedling, torde existensen av positiva nätverksexternaliteter och skalfördelar skapa tillräckliga incitament för samarbete som inkluderar samtliga aktörer. Diskriminering eller uteslutning av aktörer sker först när konkurrens effekterna börjar väga tyngre, vilket inträffar när skalfördelar i produktionen och nätverksexternaliteter i det närmast är exploaterade, dvs. när ytterligare anslutande banker inte nämnvärt bidrar till att sänka kostnader eller tillföra kunder och infrastruktur som kommer alla till nytta. Som tidigare nämnts är det så att nätverksexternaliteter ofta förekommer i samband med olika varor eller tjänster som är starkt komplementära till varandra. I fallet med betalningsförmedling är dessa tjänster starkt sammankopplade med övriga banktjänster, i synnerhet med inlåning. I de fall integration med befintliga konkurrenter ökar möjligheterna att utesluta eller diskriminera nya banker finns här ytterligare ett skäl att bilda gemensamma nätverk.¹⁵²

Gemensamt ägande av system skapar också incitament till monopolprissättning mot den slutliga kunden. Studier visar att banker vars nät är kompatibla sätter samma inlåningsränta. Det finns ingenting som garanterar att gemensamt ägande kommer att minska problemet med monopolprissättning. Eftersom företagen samarbetar om nätverkssystemen, och därför har anledning att träffas frekvent, finns en uppenbar risk att de samarbetar om sådant som inte direkt har med nätverken att göra. Marknads-

¹⁵¹ Detta sägs gälla för olika typer av betalningssystem, ATMs, kreditkort. Se McAndrews, Rob, Shared ownership and pricing in a network switch, s. 727-745.

¹⁵² Matutes, Padill, s. 1113-1138.

dominansen medför därför en risk att marknadsaktörerna sätter för höga priser på produktmarknaden, dvs. mot slutkonsumenten, eller att de tummar på tjänsternas kvalitet.¹⁵³

Nyttan av samarbete när det gäller att åstadkomma kompatibilitet och sätta standarder anses vara störst när parterna är vertikalt relaterade, eftersom de då inte är direkta konkurrenter. Företagen kan också ha incitament att välja standards som inte är kostnadseffektiva (t.ex. genom onödigt högt ställda tekniska krav) enbart i syfte att öka kostnaderna för nya företag på marknaden.¹⁵⁴

5.4.2 Samhällsekonomiska vinster av samarbete i nätverk

Det är viktigt att notera att den samlade effekten av samarbete i nätverk inte nödvändigtvis leder till en samhällsekonomisk förlust. Det kan mycket väl vara så att de positiva effekter som utnyttjande av nätverksexternaliteter och skalfördelar ger uppväger de negativa aspekterna av marknadsdominans. Oexploaterade positiva nätverksexternaliteter medför effektivitetsförluster. Gemensamt ägande kan också ha en positiv inverkan på den tekniska utvecklingen. När strategiska beslut beträffande teknologisk innovation måste tas är konsumenternas förväntningar om systemets omfattning avgörande. Om företagen måste förlita sig på ensidiga beslut kan det dröja länge innan den nya tekniken introduceras. Ett befintligt system har kanske redan en installerad bas som inte är kompatibel med den nya teknologin. Det kan uppstå situationer där alla skulle vilja byta till den överlägsna teknologin, men där alla också vill att tillräckligt många andra byter först.¹⁵⁵

Utan samordning är risken för tekniska "låsningar" stor. Det kan innebära att användarna fortsätter att t.ex. välja ett visst betalningssystem eller instrument även om ett överlägset alternativ finns tillgängligt, bara av det skälet att det gamla systemet redan är etablerat och har stora marknadsandelar. Även från det perspektivet finns det effektivitetsvinster i samordningen mellan aktörer. Gemensamma ägandeformer eller gemensamma utvecklingsprojekt kan påverka marknadsförväntningarna beträffande spridningen av den nya teknologin i rätt riktning. Samarbete

¹⁵³ McAndrews, Rob, s. 727-745 och Economides, White.

¹⁵⁴ Economides, White.

¹⁵⁵ Farrell, Saloner, s. 940-955.

mellan aktörer underlättar också etableringen av industristandarder. Dessa utgör en nödvändig förutsättning för kompatibilitet och utnyttjande av skalfördelar på både efterfrågesidan och utbudssidan.

Emellertid är det också möjligt att samarbete försenar utvecklingen av nya och bra system. Risken för det är störst när samarbetet inkluderar merparten av aktörerna på marknaden och där inget alternativ finns. I avsaknad av alternativ för kunder finns inte incitament till att utveckla bättre system i syfte att slå ut eller vinna fördelar gentemot konkurrenter.

5.5 Prissättning i nätverkssystem

Ett företag strävar normalt efter att sätta priser på ett sådant sätt att vinsten maximeras. Härvid tjänar bl.a. kundernas begränsade betalningsförmåga, konkurrenstryck från andra företag och långsiktiga kundrelationer som hinder mot alltför höga priser. Ur samhällsekonomisk synvinkel fyller priserna funktionen att signalera samhällets kostnad för att producera varan eller tjänsten i fråga. Om priset väsentligt avviker från kostnaden att tillhandahålla produkten leder detta till en felaktig resursanvändning antingen i form av över- eller underproduktion. När konkurrensen är god tenderar priset att pressas ned mot kostnaden, vilket ger förutsättningar för en effektiv resursanvändning.

Under vissa omständigheter misslyckas marknaden regelmässigt med att etablera en prisnivå som ger en effektiv resursanvändning. Detta gäller t.ex. när ökad produktion ger upphov till fallande styckkostnader, när produktion eller konsumtion medför externa effekter eller vid produktion av kollektiva nyttigheter.¹⁵⁶ När marknaden inte av sig själv kan uppnå en effektiv resursallokering brukar man tala om ”marknadsmisslyckanden”. Det går dock ofta att rätta till dessa misslyckanden med olika åtgärder, som t.ex. skatter, subventioner och regleringar.

Marknader där konsumtionen av varor ger upphov till nätverks-effekter kännetecknas också oftast av ineffektiv resursanvändning. För det första misslyckas marknaden med att inkorporera de externa effekter som uppkommer av varje individs konsumtion,

¹⁵⁶ De tre huvudformerna av marknadsmisslyckanden uppstår i samband med marknadsmakt, externa effekter (inklusive kollektiva varor) eller asymmetrisk (dvs. ojämnt fördelad) information.

dvs. det värde som varje individ tillför alla nätets användare men som denne inte tar hänsyn till. För det andra är ofta produktionen av varorna, eller vissa delkomponenter, förknippade med fallande styckkostnader på grund av höga fasta kostnader. Att de fasta kostnaderna är betydande för med sig att det vanligen endast är ett fåtal företag som lönsamt kan producera varan eller delkomponenten. För det tredje finns en risk för höga priser på grund av s.k. dubbel marginalisering¹⁵⁷, eftersom ett nätverk ofta består av olika företag vilkas delprodukter tillsammans bildar den sammansatta varan. På en nätverksmarknad uppstår fenomenet eftersom företagen i sin prissättning inte tar hänsyn till varandras vinster. För det fjärde är det ofta rationellt med samarbete mellan företagen för att producera den sammansatta varan. Det finns därmed en risk att samarbetet inte bara gäller teknisk kompatibilitet, utan även sådant som är till nackdel för konsumenterna, t.ex. högre priser eller sämre kvalitet på produkterna.¹⁵⁸ Samarbete mellan vissa företag kan också vara rationellt i syfte att stänga ute konkurrenter. Av ovan framgår att det är svårt att uppnå helt effektiv resursanvändning, vare sig detta sker i en reglerad eller oreglerad marknad.

5.5.1 Prissättning i betalningssystem

Fasta avgifter

Av kostnadsskäl kan en fast avgift vara motiverad om det uppstår kostnader när en ny kund ansluts och där denna kostnad inte är relaterad till antalet transaktioner kunden gör. Som framgår av avsnitt 4.5 kan fasta avgifter, t.ex. som en del i en tvåpartstariff, också vara motiverade av intäktsskäl. Det händer också att fasta avgifter utgår till nyanslutande kunder för att kompensera för de tidigare investeringskostnader som uppbyggnaden av systemet gett upphov till.

¹⁵⁷ Dubbel marginalisering uppstår t.ex. när ett företag med monopolställning säljer sin produkt till ett företag som i sin tur säljer produkten vidare – bearbetad eller ej – på en marknad där detta företag har en monopolställning. I sin prissättning kommer det senare företaget att göra påslag från en prisnivå som redan är stegrad av det förra företagens marknadsmakt. Sammantaget ger detta ett högre slutpris än det som skulle uppstå på en vanlig monopolmarknad.

¹⁵⁸ Felgran.

Rörliga avgifter

Med utgångspunkt från ATM-systemen (som är bäst dokumenterat i litteraturen) kan man dela in de rörliga avgifterna i följande klasser:

Avgifter mellan banker

- ”*Interchangeavgift*” är det pris som banker betalar sinsemellan för att deras kunder skall kunna ta ut pengar ur varandras automater. Priset avser att täcka de (extra) kostnader som uppkommer i samband med transaktionsflöden mellan banker.
- *Växlingsavgift* är det pris bankerna betalar för att täcka kostnader som uppkommer när en transaktion går genom nätverkets växlingsfunktioner.

Avgifter av bankkunder

- *Uttagsavgift* är det pris som bankkunden betalar per uttag. Detta pris kan variera beroende på om kunden tar ut pengar från den egna bankens automat eller från någon annan banks automat som ingår i nätet (det senare alternativet kan vara dyrare). Ersättning för kostnader som uppkommer i samband med uttag utgår dock inte alltid i form av direkta uttagsavgifter. I många nätverk är direkta uttagsavgifter förbjudna eller ”icke rumsrena”.
- *Årsavgift* kan utgå som alternativ till direkta uttagsavgifter. En lägre inlåningsränta på transaktionskonton kan ses som en form av årsavgift, som dock varierar med den genomsnittliga kontohållningen. Till skillnad från direkta uttagsavgifter är de nämnda alternativen oberoende av antalet uttag som kunden gör. Ur kundens synpunkt är denna avgift alltså fast, men ur bankens synvinkel rörlig med antalet kunder.
- ”*Foreign fee*” är den avgift som banken tar av den egna kunden för att han använt en annan automat än bankens egen. Denna avgift avser att täcka interchangeavgiften.

5.5.2 Prissättning och effektivitet

Prissättningen i bankernas betalningssystem varierar mellan system och mellan länder. I vissa system förekommer alla de typer

av avgifter som nämnts ovan, medan andra system endast tillämpar ett par. För att kunna analysera den totala effekterna av prissättningen måste man ta hänsyn till hur samtliga avgifter påverkar systemets funktion. Ur analytisk synvinkel kan det dock vara lämpligt att analysera dem var för sig.

Uttagsavgifter

Effektiv resursallokering fås normalt när priset motsvarar kostnaden för en prestation. Därför kan det tyckas att kostnadsbaserade uttagsavgifter borde leda till att effektivitet uppnås. När konsumtionen leder till nätverksexternaliteter är detta dock inte självklart. Därför råder oenighet om huruvida direkta uttagsavgifter garanterar effektivitet, speciellt i kombination med andra avgifter i systemen. En ineffektivitet som kan uppstå är att högre avgifter för uttag i andra bankers automater gör att kunderna ägnar onödigt mycket tid åt att söka den egna bankens automater, vilket minskar nyttan av nätverket. Avgifterna har typiskt varit högre för sådana uttag, varierande mellan 4 och 40 kronor. Uttagsavgifter riskerar också att dämpa konkurrensen mellan bankerna.¹⁵⁹

Möjligheten för banker inom ett nätverk att prisdiskriminera, dvs. att man tar mer betalt för uttag i andra bankers terminaler, behöver dock entydigt inte leda till försämrad konkurrens. Laffont, Rey och Tirole (not) visar (angående telemarknaden) att när företagen är förhållandevis lika till storleken kan möjligheten att prisdiskriminera öka konkurrensen mellan företagen, vilket kan resultera i lägre priser inom nätet. För att konkurrensen skall vara reell krävs dock att konkurrenterna tillförskaffar sig stora nät snabbt. Det går inte att bedriva en småskalig verksamhet, eftersom stora företag kommer att insistera på höga tillträdesavgifter. Fri förhandling mellan företag med olika nätstorlek kan därför vara allvarligt ur konkurrenssynvinkel.

Interchangeavgifter

På telemarknaden betalar en teleoperatör "samtrafikavgift" till en annan teleoperatör, när den förres kunder ringer till en abonnent ansluten till den senare. Det finns en omfattande forskning om effekten av samtrafikavgifter på telemarknaden, men däremot mycket litet forskning om interchangeavgifter på bankmarknaden. Resultaten från telemarknaden torde i stor utsträckning vara

¹⁵⁹ McAndrews, Rob.

tillämpbara på bankmarknaden.

På en ”mogen” marknad, dvs. en marknad där aktörerna har jämförbara marknadsandelar, kan samtrafikavgifterna användas som ett instrument för att koordinera priset mot de slutliga kunderna. Aktörerna har ett gemensamt intresse av att sluta avtal om höga samtrafikavgifter, vilket tenderar att höja slutkundspriserna.¹⁶⁰ Motsvarande åtgärd på marknaden för uttagstjänster är att kräva höga interchangeavgifter.

På en ”omogen” marknad, dvs. på en marknad där en liten utmanare möter ett stort etablerat företag, har det senare incitament att *inte* erbjuda samtrafik till det förra, eller att endast erbjuda samtrafik till ett pris som väsentligt överstiger kostnaderna, för att därmed utestänga den nya konkurrenten. Enligt Economides, Lopomo och Woroch (1996), är det lämpligt att tvinga den dominerande aktören att sluta reciproka samtrafikavtal med nya konkurrenter, för att förhindra att dessa utestängs från marknaden. Även med en sådan regel kommer den dominerande aktören att kunna bromsa konkurrenternas inträde genom att kräva samtrafikavgifter som överstiger kostnaderna. Detta resultat torde vara överförbart till marknaden för uttagsautomater. Genom höga interchangeavgifter och genom interchangeavgifter (och andra villkor) som är asymmetriska till nackdel för de mindre bankerna kommer dessa att få svårt att etablera sig på marknaden.

Inträdesavgifter

I tvister mellan nytillträdande och etablerade banker har främst grunden för fasta avgifter varit omstridd. De anslutande bankerna hävdar ofta att anslutningsavgiften är omotiverat hög och därför fungerar som ett inträdeshinder eller att den väsentligt försvårar möjligheten för dem att konkurrera på någorlunda lika villkor. Etablerade banker hävdar å andra sidan att anslutningsavgifterna är kostnadsbaserade. Ibland lyfts ett kompensationsmotiv fram som innebär att de anser sig ha rätt att ta ut ersättning för kostnader som uppkommit i samband med uppbyggnaden av betalningssystemen, något som anslutande banker inte bidragit med. Huruvida det senare är ett ekonomiskt motiverat argument är tveksamt,

¹⁶⁰ Armstrong; Laffont, Rey och Tirole.

men om anslutande banker förväntas öka konkurrenstrycket på marknaden finns starka skäl för etablerade banker att kräva höga inträdesavgifter.

6 Flaskhalsmonopol, exklusivitet och konkurrens

Företagens vinstintresse och konkurrensen mellan företag anses vara de främsta drivkrafterna till teknisk och organisatorisk utveckling. Den högsta vinsten kan normalt uppnås i en monopolställning. En hägrande monopolställning kan alltså vara en utomordentligt stark drivkraft till innovationer. Detta har institutionaliserats genom patent, varumärken och copyright m.m., dvs. i immaterialrätten. Samtidigt innebär en uppnådd monopolställning ofta att konkurrensen upphör. Detta leder både till att drivkraften till ytterligare innovationer upphör eller avtar och till att producenten gynnas på konsumenternas bekostnad.

6.1 Exklusivitet

En teknisk innovation kan vara så betydelsefull att tillgång till denna är helt nödvändig för att alls konkurrera på en marknad under mycket lång tid, dvs. intill dess att nya tekniska landvinningar gjort den tidigare innovationen föråldrad. Därmed kan ett patent å ena sidan bli enormt värdefullt för patentinnehavaren. Å andra sidan kan bristen på konkurrens i väsentlig utsträckning reducera marknadens effektivitet. För tekniska innovationer hanteras detta genom att patenttiden är begränsad.

Vissa patent är relativt verkningslösa, eftersom konkurrerande företag kan ”uppfinna runt” dem, dvs. konstruera tekniska lösningar med samma funktion men med en annan uppbyggnad. För varumärken gäller i princip alltid att konkurrerande sådana kan byggas upp. Varumärkets värde ligger här snarare i att det fungerar som en signal till konsumenterna och som en kvalitetsgaranti. I konsekvens med detta har varumärken ett i princip evigt skydd. Mer traditionella investeringar, i produktionsanläggningar och liknande, behandlas ungefär som varumärken: äganderätten är i princip evig. Normalt kan konkurrerande företag investera i likvärdiga produktionsanläggningar. Såväl för varumärken som för anläggningar gäller att deras värde minskar om de inte underhålls med nya investeringar i marknadsföring respektive underhåll och uppdateringar. Tabell 8 illustrerar sambandet mellan olika tillgångars hållbarhet och oundgänglighet (dvs. om de kan kringgås eller dupliceras) och deras exklusivitetsskydd.

Tabell 8 Egenskaper och exklusivitetsskydd för olika kapitalformer

Kapitalform	Kan "kringgås"/ Dupliceras	Erodering/ underhålls- behov	Exklusivitets- skydd
Patent	Ibland	Mycket varierande	Tids-begränsat
Varumärken	Alltid	Ja	"Evigt"
Fysiska investeringar	Normalt ja	Normalt ja	Normalt "evigt"

Mycket generellt kan man säga att investerat kapital förefaller ha givits ett långtgående exklusivitetsskydd om a) värdet av kapitalet med en viss automatik eroderas om det inte underhålls och b) konkurrerande företag åtminstone i princip kan bygga upp en egen, motsvarande kapitalstock. Detta gäller varumärken och fysiska investeringar. Tekniska innovationer kan vara sådana att det i praktiken under mycket lång tid är omöjligt för andra företag att konkurrera utan tillgång till patentet, om innovationen är tillräckligt revolutionerande. Ett evigt exklusivitetsskydd skulle under sådana förhållanden kunna hämma utvecklingen. I konsekvens med detta åtnjuter tekniska innovationer endast ett tidsbegränsat skydd.

För samtliga kapitalformer gäller därtill konkurrenslagens allmänna förbud mot missbruk av dominerande ställning – detta kan ses som en viss inskränkning av företagets exklusiva rätt att fritt förfoga över det kapital, eller det värde, som ligger i en hög marknadsandel och stark marknadsställning. Vissa typer av fysiska investeringar – traditionellt framför allt vissa investeringar i infrastruktur – har egenskaper som liknar avgörande tekniska innovationer. Det gäller s.k. nödvändiga faciliteter, vilka kan ge upphov till "flaskhalsmonopol". Sådana faciliteter kan vara av en så strategisk betydelse att det i praktiken är omöjligt för andra företag att konkurrera utan tillgång till dessa och också så beskaffade att värdet av faciliteterna snarare ökar än minskar över tiden. Detta kan gälla hamnar, broar, tunnlar och järnvägsknutar, men också exempelvis (el)kraft- och telenät, datasystem för bokning av flyg-

biljetter och i något fall också immateriella rättigheter. Under vissa betingelser kan konkurrenslagen eller särreglering användas för att tvinga ägaren av en sådan facilitet att upplåta den till konkurrerande företag på icke-diskriminerande villkor, vilket har ungefär samma innebörd som när ett patent upphör. (Se vidare avsnitt 6.3.)

6.2 Investeringsincitament

Om företagen inte är försäkrade exklusiv tillgång till frukterna av egna investeringar i FoU och marknadsföring eller av fysiska investeringar kommer detta normalt att resultera i alltför låg investeringsaktivitet. Givet en befintlig kapitalstock kan däremot ett avskaffande av exklusiviteten ofta ge kortsiktiga samhällsekonomiska vinster, genom ökad konkurrens. Detta gäller t.ex. för patent och fysiska investeringar av infrastrukturell karaktär. När ett patent upphör att gälla kan priset pressas ned mot marginalkostnaden. Å andra sidan skulle ett alltför kort patentskydd göra investeringar i forskning och utveckling olönsamma.

Man skulle kunna uttrycka det så, att det föreligger en konflikt mellan å ena sidan det kortsiktiga intresset att öka konkurrensen och pressa ned priset mot marginalkostnaden och å andra sidan det långsiktiga intresset att stimulera investeringar. Emellertid är problemet mer komplicerat än så. En alltför långtgående exklusivitet riskerar i vissa situationer faktiskt att *hämna* investeringar. Antag att ett företag, genom skicklighet eller tur, uppnår en monopol- eller monopolliknande ställning. Kampen för att uppnå en sådan ställning kan ha varit en kraftfull sporre för innovationer, men när en sådan ställning väl uppnåtts finns en uppenbar risk att företaget i fråga drar ned innovationstakten och i stället utnyttjar sin uppnådda ställning.

De faktiska begränsningarna av företagens exklusivitet som diskuterats i föregående avsnitt kan ses som resultatet av en avvägning av dessa motstridiga intressen. Under normala omständigheter gäller att det kortsiktiga motivet att stimulera konkurrensen verkar i motsatt riktning jämfört med det långsiktiga intresset att stimulera investeringar. De grundregler för omfattningen av exklusiviteten som gäller och bör gälla är därför de som anges i tabell 8.

Till viss del kan problemet med att ett enda företag, eller en grupp av företag, kontrollerar en nyckel teknik eller ett nyckelpatent lösas

genom utlicensering av rätten till innovationen eller genom uthyrning av kapacitet i en anläggning. Företaget kommer dock normalt att sätta priserna så att maximal vinst uppnås, vilket i vissa fall kan göra att inte heller en utlicensering åstadkommer en effektiv lösning. Frågan om varför ett företag vill utestänga ett annat företag från en anläggning, möjligen en nödvändig facilitet, i stället för att hyra ut eller sälja rätten till denna diskuteras mer utförligt i nästa avsnitt.

6.3 Nödvändiga faciliteter och flaskhalsmonopol

Doktrinen om nödvändiga faciliteter har sitt ursprung i ett rättsfall från den amerikanska antitrustlagstiftningen.¹⁶¹ En motsvarande doktrin har utvecklats inom EG-rätten. Enligt kommissionen är en nödvändig facilitet ("essential facility")

"a facility or infrastructure, without access to which competitors cannot provide services to their customers" (Sea Containers v. Stena Sealink, para 66).

Av kommissionens beslut framgår vidare att om det företag, eller den grupp av företag, som kontrollerar den nödvändiga faciliteten vägrar sina konkurrenter tillträde till faciliteten, eller endast ger tillträde på diskriminerande villkor, så utgör detta ett brott mot artikel 86.¹⁶²

Normalt har doktrinen tillämpats på faciliteter av infrastrukturell karaktär, t.ex. hamnar, pipelines, el- och telenät, flygplatsanläggningar, datorsystem (för bokning av flygbiljetter, s.k. CRS), men också på varor, t.ex. kemiska råvaror (Commercial Solvents) och reservdelar (Hugin). Gemensamt för dessa fall är att ett företag ensamt, eller en grupp företag gemensamt, kontrollerar en infrastruktur eller en vara som är nödvändig för att kunna agera på en nedströms marknad. Om ett företag kontrollerar en hamn kan det exempelvis vara svårt för andra företag att konkurrera med detta företags färjetrafik. Förutom att faciliteten skall vara nödvändig krävs att det i praktiken är omöjligt för konkurrenter att duplicera denna för att doktrinen skall tillämpas.

De faciliteter som bedöms nödvändiga har därför ofta karaktären

¹⁶¹ United States vs. Terminal Railroad; för en utförlig redogörelse för fallet - se Reiffen och Kleit.

¹⁶² Vägran att ge konkurrenter tillträde kan också utgöra ett brott mot artikel 85. Se Glasl för en diskussion av fallen *Midland/Aer Lingus*, *Ijsselcentrale* och *Eirpage*.

av naturliga monopol. Ett naturligt monopol kan definieras som en marknad där den minsta effektiva skalan är ungefär lika stor som eller större än hela marknadsefterfrågan. EG-domstolens uttalanden i ärendet *Bronner*¹⁶³ kan tolkas som att doktrinen normalt bör reserveras för marknader där endast ett företag med lönsamhet kan verka (se också avsnitt 4.6.).¹⁶⁴

Vidare krävs att tillgång till faciliteten är nödvändig för att ett företag skall kunna konkurrera på en angränsande marknad. Ett sätt att se detta är att betrakta faciliteten som tillhörig en uppströms marknad, medan det konkurrerande företaget är verksamt på en nedströms marknad som vidareförädlar varan eller tjänsten. Alternativt kan den nödvändiga faciliteten (hamnen) ses som en produktionsfaktor och de konkurrensutsatta faciliteterna (fartyg och annat som behövs för att bedriva färjetrafik) ses som andra, komplementära produktionsfaktorer. Det faktum att en facilitet betraktas som nödvändig innebär att den tekniska substitutionselasticiteten mellan den förra och de senare är låg och, när den monopoliserade produktionsfaktorn blir knapp, så småningom noll.

Typiskt för flaskhalsmonopolister är att de kontrollerar ett marknadssegment, men konkurrerar med andra i ett annat, normalt nedströms, segment. Genom att utnyttja sin monopolställning i det ena segmentet kan de begränsa konkurrensen i det andra. På det andra marknadssegmentet, ofta en slutproduktmarknad, råder konkurrens – alternativt *skulle* konkurrens kunna råda. Monopolföretagen har incitament att begränsa tillträdet till det intermediära segmentet för att utsträcka sin monopolmakt till det konkurrensutsatta segmentet.¹⁶⁵ Företag som har kontroll över nödvändiga faciliteter bör enligt denna doktrin bereda alla marknadsaktörer som önskar utnyttja dem tillträde på rimliga och icke-diskriminerande villkor.

¹⁶³ Oscar Bronner /. Mediaprint, mål C-7/97, beslut den 26 november 1998.

¹⁶⁴ I rättsfallet Aspen har den amerikanska konkurrensmyndighetens ett annat synsätt; på marknaden fanns nämligen plats för två företag. Aspen avser en tvist mellan två skidortsföretag, där det större företaget ägde tre nedfarter och det mindre endast en. När det större företaget upphörde att samarbeta med det mindre om ett liftkort omfattande samtliga fyra nedfarter ansågs detta oförenligt med konkurrensrätten.

¹⁶⁵ Rey, Tirole.

6.4 Marknadsutestängning

Antag att ett företag förfogar över en nödvändig facilitet, enligt ovan. En intressant fråga är under vilka omständigheter det ligger i detta företags intresse att *utestänga* konkurrenter från faciliteten.

I det enkla fallet är det tillräckligt för ett företag att ha monopol i ett led i produktionskedjan för att till fullo exploatera sin ställning; företaget kan inte öka sin monopolvinst genom att integrera vertikalt eller genom att vägra sälja till konkurrenter. Företaget sätter helt enkelt priset på den marknad där det har monopol på en sådan nivå att priset på den färdiga produkten blir detsamma som det pris ett helt integrerat monopol skulle sätta. I den mån konkurrerande företag kan bedriva en nedströms eller uppströms aktivitet billigare kan företagets vinst också bli högre än vad som är möjligt för ett integrerat företag. Det finns dock ett antal undantag från denna regel, av vilka de viktigaste är följande:

- Ett företag som är (pris)reglerat i ett led har, om möjligt, incitament att överföra sin marknadsakt till ett senare, oreglerat led. Detta kan uppnås genom att konkurrerande företag förvägras tillträde till en nödvändig facilitet, för vilken ett reglerat pris gäller. Ägaren till faciliteten kan då integrera framåt och sätta priset på den angränsande marknaden högt.
- Om produktionsfaktorerna inte används i fixa proportioner kommer det företag som möter ett konstlat högt pris på en faktor att minska användningen av denna faktor och öka användningen av andra faktorer. Detta leder till en ineffektiv faktor användning. Företaget som kontrollerar den nödvändiga faciliteten kan då öka sin vinst genom att integrera framåt och utestänga konkurrenter eller diskriminera dessa genom ett högre pris.
- Om en nedströms marknad kännetecknas av begränsad konkurrens uppstår problemet med "dubbel marginalisering". I en vertikal relation kan vidare uppstå situationer då en nedströms aktör tillhandahåller för litet service till kunderna eller marknadsför produkten för litet, eftersom värdet av sådana åtgärder delvis tillfaller leverantören och delvis konkurrerande aktörer i samma led. I dessa situationer kan vertikala restriktioner vara effektivitetsbefrämjande.¹⁶⁶ Av detta skäl finns en rad gruppundantag för vertikala restriktioner. I vissa

¹⁶⁶ Se t ex EG:s grönbok om vertikala begränsningar eller läroböcker i industriell ekonomi.

fall kan fullständig eller partiell vertikal integration vara en lösning och i sådana fall kan det finnas anledning för företaget att diskriminera icke-integrerade aktörer.

- Om det dominerande företaget vill utöva prisdiskriminering på den efterföljande marknaden underlättas detta om konkurrerande företag utestängs, åtminstone från den delmarknad där det högre priset skall gälla.
- Inträde på marknaden blir kostsammare och därmed svårare om ett nytt företag samtidigt måste etablera flera produktionsled – dvs. inträdesbarriären höjs. Detta förutsätter att emedan faciliteten är nödvändig i förhållande till ett nyetablerat företag, så kan ett väletablerat företag själv bygga upp en sådan facilitet. Ett sådant förhållande gör det svårare att motivera att doktrinen om nödvändiga faciliteter tillämpas.

När inget av dessa förhållanden är vid handen finns inget skäl att utestänga konkurrenter från tillgång till den monopoliserade varan eller tjänsten. Däremot kommer dessa att få betala ett högt pris för tillgång till denna, såvida inte konkurrenslagstiftningen kan åstadkomma något annat, t.ex. med stöd av doktrinen om nödvändiga faciliteter.

6.5 Tillämpning av doktrinen

Areeda¹⁶⁷ har betonat att doktrinen om nödvändiga faciliteter bör användas restriktivt, och har föreslagit att den bara tillämpas om det, vid sidan av de vanligen använda kriterierna, gäller att:

- a) konkurrensen kan förväntas öka väsentligt om konkurrerande företag ges tillgång till faciliteten,
- b) detta inte reducerar incitamenten att bedriva önskvärda aktiviteter (t.ex. investeringar i FoU eller fysiska anläggningar).

Areeda framhåller vidare att det inte finns någon generell skyldighet att ge konkurrerande företag tillgång till faciliteter och att det även om kriterierna ovan är uppfyllda kan finnas legitima skäl att inte ge andra företag tillgång till dem. Glasl (1994) har framfört liknande synpunkter och särskilt betonat att objektiva kriterier (såsom erforderlig teknisk kompetens och kreditvärdighet) för

¹⁶⁷ Areeda, s. 852-53.

vilka företag som kan beviljas tillträde till en nödvändig facilitet är acceptabla, att tillträde till faciliteten kan nekas om ledig kapacitet saknas eller om ett sådant tvång äventyrar ägarens ekonomiska stabilitet eller om det förhindrar ägarens möjlighet att fullgöra av myndighet pålagda skyldigheter att tillhandahålla viss service.

Enligt t.ex. Gerber¹⁶⁸ och McAndrews¹⁶⁹ är det mer troligt att man kan tillämpa doktrinen om nödvändiga faciliteter när denna ägs gemensamt av flera företag. Areeda¹⁷⁰ utvecklar ett antal skäl för varför detta är motiverat. Bl.a. kan nämnas att redan det faktum att flera företag gemensamt byggt upp en facilitet talar för att det är svårt eller omöjligt för ett enda företag att reproducera faciliteten och att det uppenbarligen är godtagbart för företagen att flera företag har tillgång till en gemensam facilitet.

Slutligen bör det understrykas att skyldigheten att upplåta faciliteten, i de fall den bedöms vara nödvändig, som huvudregel bara gäller horisontellt, dvs. i relation till företag som är verksamma i samma led, och inte vertikalt.^{171 172} Däremot är själva utestängandet oftast vertikalt – t.ex. hamnen som det konkurrerande färjerederiet inte får tillgång till, eller inte får tillgång till på rimliga villkor.

Doktrinen om nödvändiga faciliteter innebär en mer långtgående reglering av förfoganderätten över en monopolställning än vad som normalt gäller för företag i dominerande ställning, nämligen en indirekt form av prisreglering. En möjlig grund för detta är att det skulle vara mer befogat att förmoda att facilitetens ägare strävar efter att uppnå eller bevara en dominerande ställning (monopolisering), när konkurrerande företag utestängs.¹⁷³ Ett annat skäl

¹⁶⁸ Gerber, s. 1077.

¹⁶⁹ McAndrews, s. 5.

¹⁷⁰ Areeda, s. 844-845.

¹⁷¹ I fallet *Magill*, där den irländska televisionen tillsammans med BBC och ITP tvingades upplåta sina programtablåer till ett företag som ville ge ut en tv-guide omfattande samtliga kanaler, hävdade dock domstolen att ett skäl till att konkurrensrätten (och doktrinen om nödvändiga faciliteter) kunde gå före immaterialrätten var att det *saknades* en heltäckande tv-guide.

¹⁷² Ett motiv för detta skulle vara att man i sådana fall kan presumera att det dominerande företaget försöker monopolisera marknaden. Många bedömare, t ex Gerber och Reiffen och Kleit, har emellertid invänt mot detta synsätt.

¹⁷³ Areeda, s. 852, betonar att frågan om uppsåt inte bör få en avgörande betydelse, eftersom varje företag legitimt strävar efter att stärka sin ställning på marknaden. Endast om

skulle vara att emedan ”prisreglering” av denna typ visserligen på sätt och vis vore önskvärd också vid andra former av monopolställning, så möter det praktiska svårigheter. Nackdelarna med byråkratiskt satta priser är normalt större än nackdelarna med monopolprissättning, vilket bl.a. framgår av de notoriska svårigheterna att fastställa ”överprissättning”. De konkurrerande företag som utestängs kan dock tillhandahålla mycket av den expertis som krävs för att fastställa ett icke-diskriminerande pris. Vidare tillämpas doktrinen om nödvändiga faciliteter oftast på ett väl avgränsat produktionsled, medan ett dominerande företag i andra situationer kan basera sin dominans på en stark ställning i en hel serie produktionsled och för en rad produktionsfaktorer. Ett sammanhängande skäl är att eftersom den dominerande ställningen kan lokaliseras till ett isolerat produktionsled (en produktionsfaktor), så underlättas bedömningen av om det är mest effektivitetsbefrämjande att tvinga fram tillgång till detta led och därmed öppna för konkurrens på en vidare marknad, eller om det är mest effektivitetsbefrämjande att erkänna dominansen över detta led som resultatet av riskfyllda och produktiva investeringar eller innovationer. En facilitet brukar betraktas som nödvändig fr.a. i de fall där den uppkommit genom en tidigare legal monopolställning, genom ”slump” eller omständigheter givna av geografiska förutsättningar och naturen, men inte i första hand när den uppkommit genom företagets skicklighet och riskvillighet.¹⁷⁴

Doktrinen om nödvändiga faciliteter kan ses som ett ”offensivt” instrument för konkurrensvårdande myndigheter, eftersom det ger vissa möjligheter att påverka strukturen på en marknad. Genom doktrinen tillämpning kan inträdesbarriärerna på en monopoliserad marknad sänkas, vilket kan leda till en situation med konkurrens på egna meriter mellan företagen.

En intressant fråga är hur nätverk som innehar monopol, eller näst intill monopol, skall bedömas i jämförelse med traditionella naturliga monopol. Såsom beskrevs i föregående kapitel är nätverk (i den betydelse som avses här) besläktade med naturliga monopol. Naturliga monopol är sådana verksamheter som av *kostnadsskäl* (dvs. utbudsrelaterade faktorer) inte bör dubbleras, medan nätverk är verksamheter som inte bör dubbleras p.g.a. *efterfrågeförhållandena*. Naturliga monopol kan ägas av ett enda

uppsåtet avser otillåtna metoder för att tränga undan konkurrenter bör detta få någon betydelse.

¹⁷⁴ Hawk.

företag eller gemensamt av flera företag. Detsamma gäller nätverk, men här finns också en annan möjlighet. Det avgörande är att företagens produkter eller anläggningar är *kompatibla* med varandra. För att skal fördelarna skall realiseras krävs alltså i första hand överenskommelser om tekniska gränssnitt/kommunikationsstandard och ekonomiska/juridiska avtal om villkoren för utnyttjande av andra företags anläggningar.

Juridiskt kan tillämpningen av doktrinen kompliceras av det förhållandet att ägandet av anläggningarna i ett nätverk kan vara uppdelat på ett antal företag. Ur samhällsekonomisk synvinkel finns dock inget som talar för att ett monopolnätverk skall behandlas annorlunda än naturliga monopol. Tvärt om talar det förhållandet att nätverken bildas av företag i samverkan för att tröskeln för att tillämpa doktrinen kan sättas lägre. I bästa fall kan tillämpningen av doktrinen resultera i en situation där god konkurrens kan förenas med möjligheten att exploatera såväl skal- som nätverksfördelar.

Det förefaller som om den tekniska utvecklingen med tiden leder till att traditionella naturliga monopol – stora fysiska anläggningar av sten, betong, stål och koppartråd – blir allt mindre viktiga. Exempelvis har optiska telekablar medfört att långväga teletrafik inte längre kan betecknas som ett naturligt monopol. Samtidigt förefaller nätverk för, i vid bemärkelse, överföring av information bli allt viktigare – t.ex. nätverk inom betalningssystemet. Denna utveckling kan förmodas resa nya utmaningar för hur samhället genom bl.a. konkurrenspolicy skall värna om effektivitet och stimulera till utveckling. Ett exempel på nätverksliknande faciliteter som befunnits vara ”nödvändiga” är datoriserade bokningssystem för flygbiljetter. Kring dessa finns också en särlagstiftning, med långtgående krav på likabehandling av små aktörer. (Se vidare Appendix.)

6.6 Diskriminerande priser vid tillträde till nödvändiga faciliteter

I många av de konflikter som uppstått där doktrinen om nödvändiga faciliteter har tillämpats eller åberopats har de exkluderade företagen inte direkt nekats tillträde till faciliteten, utan det har varit fråga om diskriminerande prissättning eller villkor i övrigt. Tillämpningen av doktrinen ger inte något otvetydigt svar på hur prissättningsfrågan bör lösas. Det ställs i och för sig krav på icke-diskriminerande avgifter, men någon ytterligare praktisk vägled-

ning finns inte. Ofta saknas den expertis och de resurser som krävs för att med kostnadsstudier fastställa vilken prisnivå som är rimlig, varför en bättre lösning, enligt vissa bedömare, kan vara att lägga bevisbördan på den diskriminerade parten.¹⁷⁵

Det eller de företag som ursprungligen investerat i den infrastruktur som bedöms som "nödvändig" har tagit risken att investeringen slår fel. Nya aktörer inträder på marknaden när denna risk har försvunnit. Ofta uppstår tvist om vilken avkastning på tidigare tagna risker som bör inkluderas i den "rimliga" inträdesavgiften. Några argumenterar för att den del av avgiften som skall avspegla avkastning på risktagande ofta underskattar det faktiska risktagandet och att detta reducerar de ekonomiska incitamenten för företagen att samarbeta i nätverk med delat ägande.¹⁷⁶ Å andra sidan kan hänvisningar till "risktagande" vara ett bekvämt sätt för ägarna till infrastrukturen att motivera "diskriminerande" priser, i synnerhet som risktagande är svårt att mäta.

6.7 Betalningssystem och nödvändiga faciliteter

Existensen av nätverksexternaliteter i betalningssystem och betalningsinstrument har ofta anförts som argument för myndighetsengagemang inom betalningsområdet. I den mån konkurrensmyndigheter och centralbanker har något formellt ansvar beträffande betalningssystemets effektivitet, så är nätverkseffekter viktiga att beakta. Ett väl fungerande samarbete mellan aktörer på infrastrukturutvecklingssidan, samt ett brett tillträde till denna infrastruktur är därmed viktiga förutsättningar för effektivitet. Å andra sidan finns risken att nya aktörer ges möjlighet att åka snålskjuts på tidigare gjorda investeringar i stället för att starta nya konkurrerande system.¹⁷⁷

Spänningen mellan dessa olika sidor av problemet medför en svår balansgång för myndigheterna. Förekomsten av nätverkseffekter och skalfördelar i produktionen leder till att joint ventures mellan olika aktörer ger upphov till effektivitetsvinster. Samtidigt leder ofta dessa joint ventures till situationer av marknadsdominans som kan ha negativa konsekvenser ur ett konkurrensperspektiv. Gene-

¹⁷⁵ Rey, Tirole.

¹⁷⁶ Laderman.

¹⁷⁷ Se till exempel Baker och Laderman.

rellt har konkurrenslagar kommit att tillämpas restriktivt, för att inte riskera en negativ effekt på aktörernas incitament att komma fram till samverkande lösningar och till gemensamma investeringar i ny teknik. När det gäller nätverk, t.ex. på det finansiella området, finns dock skäl som talar i motsatt riktning. Den ovan diskuterade *nätverkseffekten* gör att stora etablerade aktörer gärna samarbetar med varandra, medan *konkurrensseffekten* gör att dessa också gärna utesluter mindre, nytillträdande konkurrenter från samarbetet. Därmed kan konkurrensen hämmas, samtidigt som utvecklingen bromsas.

I ett par omdiskuterade fall har tillämpningen av doktrinen om nödvändiga faciliteter, eller närliggande argument, på betalningssystem kritiserats. I fallet *Worthen v. National BankAmericard* önskade den amerikanska banken Worthen få ansluta sig till *både* National BankAmericard (föregångaren till Visa) och Mastercard (föregångaren till Mastercard). Utgången blev att den tidigare ”anti-dualitetregeln”, som förhindrade banker från att samtidigt ansluta sig till båda kontokortssystemen, avskaffades. Detta har i sin tur, enligt vissa bedömare, inneburit att den tidigare intensiva konkurrensen mellan de två systemen mattats (Balto, 1998). Motsatt ståndpunkt intas av Carlton och Frankel (1995) och McAndrews (1995), som betonar att konkurrens *inom* systemen är mer effektiv än konkurrens *mellan* systemen.

Vad gäller uttagsautomater krävde den amerikanska banken Bay Banks att få ansluta sitt ATM-system till det konkurrerande systemet Yankee 24, vilket accepterades i en uppgörelse.¹⁷⁸ I ett snarlikt fall krävde First Texas, som var anslutet till ATM-nätverket MPACT, rätt att få ansluta sig också till det konkurrerande ATM-nätverket PULSE. Även här accepterades detta, vilket fick till följd att de två nätverken smälte samman till ett. I båda fallen blev alltså resultatet att två relativt jämbördiga konkurrerande system gick samman, vilket enligt Balto inneburit att konkurrensen dämpats. Återigen är Carlton och Frankel, och McAndrews av motsatt uppfattning. Snellman, Vesala och Humphrey (1999) uppger att användningen av uttagsautomater är högre i länder där ett omfattande samarbete sker mellan bankerna om uttagssystemen, men där konkurrensen om kunderna är intensiv – t.ex. Danmark, Finland och Frankrike.

Den mest närliggande parallellen till de amerikanska automat-

¹⁷⁸ *BayBanks, Inc. v. New England Network, Inc.*

fallen är sammankopplingen, genom bilaterala avtal, av de tidigare separata Bankomat- och Minutennäten till, i praktiken, ett enda nät. En viktig skillnad är dock att i de amerikanska fallen ville en bank ansluta sitt mindre nät till ett större nät, mot detta nätverks ägares vilja. I Sverige sker sammanslagningen av de två systemen frivilligt. Den frågeställning som är i fokus i denna utredning är istället mindre bankers rätt att ansluta sig till vad som är eller är på väg att bli ett enda dominerande uttagsautomatsystem.

7 Tillträdeskrav på den svenska bankmarknaden

Huvuddelen av litteraturen om nätverk, liksom övrig åberopad vetenskaplig litteratur, är amerikansk. I första hand är dessa studier teoretiska och tillhandahåller därmed generella instrument för att förstå hur marknader med nätverksexternaliteter fungerar. De faktiska marknader som beskrivs och analyseras, t.ex. marknaden för uttagsautomater, är däremot delvis specifika för USA. På de finansiella marknaderna finns givetvis ett väsentligt större antal aktörer i USA än i Sverige, men genom långtgående restriktioner för bankverksamhet över delstatsgränserna har man i stor utsträckning haft lokala, delstatliga bankmarknader. En typisk delstat är jämförbar med Sverige vad gäller befolkning och ekonomisk aktivitet.

Det är därför intressant att notera att fler än 23 delstater har infört s.k. Mandatory Sharing Laws – lagar för ”obligatoriskt tillträde” – vilka tvingar företag som samarbetar i nätverk att, på icke-diskriminerande villkor, ansluta konkurrerande företag. Ett exempel på tillämpningen av denna lag är att nya aktörer garanteras tillträde till befintliga ATM-nätverk.¹⁷⁹

I Danmark har myndigheterna valt att uppmuntra ett långtgående samarbete mellan bankerna om betalningssystemen. Alla betaltjänster drivs i två branschgemensamma system, PBS (Pengeinstitutternes Betalnings Systemer) för gireringar och POS-betalningar och Dokumentlösa Clearing för checkar och uttagsautomater. Den danska centralbanken och Konkurrencestyrelsen kräver att denna infrastruktur skall vara öppen för alla som vill delta och att lika priser skall debiteras för alla deltagare.¹⁸⁰ Nyttillträdande banker betalar en inträdesavgift om 8 respektive 2,15 miljoner danska kronor för de två systemen.

I detta avslutande kapitel analyseras dels huruvida samarbete eller konkurrens kan förväntas resultera i de mest effektiva betalnings-

¹⁷⁹ Laderman, se också McAndrews (1996).

¹⁸⁰ Teknologiske ”first mover” monopoler i relation til konkurrenceloven, Konkurrencestyrelse.

systemen, dels huruvida mindre aktörer av konkurrens- och effektivitetsskäl bör beredas tillträde till dem.

Samarbete mellan bankerna kan i huvudsak ske på två olika sätt, vilka i och för sig inte utesluter varandra. För det första kan ett samarbete ske genom att komponenter som ägs av olika banker bildar ett kompatibelt system, exempelvis så att en kund i en bank kan ta ut pengar från en annan banks automater, eller så att en överföring kan ske till ett konto i en annan bank. Fördelarna med denna form av samarbete är de positiva nätverkseffekter som kan uppstå genom att konsumenternas nytta av systemet ökar. Samarbetets positiva effekt visar sig alltså från efterfrågesidan. Den här typen av samarbete kräver dels samarbete om tekniska standarder och fysisk uppkoppling mellan bankerna, dels bi- eller multilaterala avtal som reglerar de ekonomiska villkoren mellan bankerna.

För det andra kan bankerna samarbeta om driften av stora datasystem, exempelvis i BGC:s datorer, eller om exempelvis kuvertcentraler (för hantering av girobetalningar). Detta kan innebära lägre kostnader i och med att stordriftsfördelar kan realiseras vilket i sin tur leder till prissänkningar som gynnar konsumenterna. Såsom utvecklas senare i detta kapitel torde den viktigaste positiva effekten av samarbete om betalningssystem härröra från efterfrågesidan.

Båda dessa mynt har dock en baksida. Ett samarbete om teknisk standard kan ge positiva nätverkseffekter, men kan också dämpa konkurrensen mellan företagen och därmed tendera att höja priset på tjänsten i fråga. Ett samarbete om drift kan resultera i lägre kostnader, men kan även det leda till mindre konkurrens och högre priser. Samtliga dessa effekter är i huvudsak att betrakta som statiska, dvs. verkande på kort sikt.

Vad gäller den långsiktiga utvecklingen finns också sinsemellan motverkande effekter. Å ena sidan kan samarbete mellan företagen möjliggöra utvecklingsprojekt eller systemskiften som ett enskilt företag inte kan klara av. Å andra sidan kan samarbetet leda till att ett enda system blir dominerande på marknaden, varvid incitamenten till utveckling av alternativa system och andra tekniska lösningar bortfaller eller minskar.

En enkel lösning förefaller vara att tillåta samarbete även i de fall samarbetet omfattar i princip hela branschen, men att i gengäld kräva att samarbetena är öppna för konkurrerande företag. Därmed kan de positiva effekterna av samarbete uppnås, samtidigt som en

prispress bibehålls. Mot detta kan invändas att ett sådant krav i praktiken innebär en beskärning av äganderätten över de i systemet nedlagda investeringarna, vilket kan hämma företagens investeringsvilja. Därmed skulle goda effekter på kort sikt uppnås till priset av en långsiktigt sämre utveckling. Emellertid är frågan mer komplicerad än så: en garanterad absolut exklusivitet över de värden som tillskapas genom en investering är inte alltid den bästa betingelsen för framåtskridande. Detta utvecklas i avsnitt 7.3 nedan. Ett annat alternativ skulle vara att *inte* acceptera samarbeten i nätverk som omfattar hela branschen.

Avsnitt 7.1 systematiserar alternativa strukturer för ägande och tillgång till betalningssystem. I avsnitt 7.2 återknyts till de nätverkseffekter som beskrivits mer utförligt i kapitel 5 och som talar för att gemensamma system är effektiva. Följande avsnitt behandlar som sagt hur incitamenten att utveckla nya system och konkurrens om kunderna mellan alternativa system påverkas av exklusivitet. I avsnitt 7.4 analyseras kostnadsstrukturen i dessa system. Denna har relevans dels för frågan om gemensamma system är effektivitetshöjande, dels för frågan om vilken ersättning ägarna av systemen kan kräva av de aktörer som eventuellt bereds tillträde. Frågan om skälig ersättning diskuteras i avsnitt 7.5. I avsnitt 7.6 görs en sammanfattande bedömning.

7.1 Samarbete, konkurrens och exklusivitet

Utifrån distinktionen mellan samarbete och konkurrens och distinktionen mellan exklusiva och icke-exklusiva system finns fyra alternativ för hur betalningssystem kan struktureras. Detta illustreras i nedanstående fyrfältstabla.

Tabell 9 Möjliga regimer för tillträde och samarbete.

	Exklusivitet	Tillträde
Samarbete	Alt. 1	Alt. 2
Konkurrens	Alt. 3	Alt. 4

Det första alternativet innebär att bankerna samverkar, men att ägarna till systemen (enskilda banker eller grupper av banker) själva avgör i vilken utsträckning konkurrenter skall få begagna

sig av systemen och på vilka villkor.

Det andra innebär att bankerna samverkar, men att villkoren för tillträde inte är exklusiva, vare sig vad gäller rätten till tillträde eller villkoren för detta. Rent tekniskt kan detta åstadkommas av företagen själva, eller genom att Konkurrensverket med stöd av konkurrenslagen kräver att de samarbetande företagen garanterar tillkommande aktörer rätt att ansluta sig på icke-diskriminerande villkor, eller genom en särlagstiftning liknande de amerikanska ”mandatory sharing laws” eller telelagen. Enligt den senare måste den som tillhandahåller teletjänster på skäliga villkor erbjuda konkurrerande företag samtrafikmöjlighet, t.ex. möjlighet att nå abonnenter i andra operatörers nät.

Det tredje alternativet är att samarbete mellan bankerna förhindras eller att bankerna själva väljer att inte samarbeta, så att varje bank tvingas utveckla egna system, eller alternativt bli kund till en annan bank.

Det fjärde alternativet motsvarar närmast situationen då en dominerande aktör tvingas upplåta en facilitet eller sälja en vara eller tjänst till en konkurrent, med hänvisning till doktrinen om nödvändig facilitet eller med stöd av annan lagstiftning. (I detta fall föreligger visserligen ingen ”konkurrens”, men heller inget ”samarbete”).

Distinktionen mellan exklusiva och öppna system i detta avseende är inte klar. Ett system kan vara helt slutet för nya deltagare, eller helt öppet. Ett formellt sett öppet system kan i praktiken vara slutet genom att kostnaden för deltagande sätts på en tillräckligt hög nivå. Därmed står det också klart att man t.ex. genom att successivt sänka priset kan göra ett exklusivt system allt mer öppet. På samma sätt kan ett antal företag delvis samarbeta och delvis konkurrera. Man kan tänka sig att ett enda samarbete omfattar samtliga större aktörer (dit utvecklingen är på väg på ATM-området i Sverige) eller att flera konkurrerande samarbeten finns (såsom tidigare var fallet med Bankomat- och Minutensystemen). Det kan också vara så att ett system som är uppbyggt av två eller flera banker konkurrerar med ett system med en ägare (jämför t.ex. VISA och American Express).

Den idag förhärskande situationen kan ses som ett mellanting mellan alternativ 1 och 2 i tabellen ovan. Formellt sett är visserligen de viktigaste av de betalningssystem som ägs gemensamt av flera banker öppna för nya deltagare, men villkoren – i första hand

prissättningen – för deltagandet bestäms i huvudsak av ägarföretagen. De förändringar genom myndighetsingripande som är möjliga är endera att förhindra alltför hög grad av exklusivitet i samarbetena eller att begränsa bankernas möjligheter att samarbeta, dvs. en rörelse från alternativ 1 till alternativ 2 respektive till alternativ 3. I princip kan tillämpningen givetvis vara mer eller mindre restriktiv, så att exempelvis all samverkan mellan banker förhindras, eller så att endast branschomslutande samverkan begränsas.

Att samtidigt påbjuda tillträde och förbjuda samarbete, dvs. en rörelse till alternativ 4, torde inte vara möjligt. Däremot innebär en tillämpning av doktrinen om nödvändig facilitet en rörelse från alternativ 3 till alternativ 4. Även om myndigheterna försöker tvinga fram alternativ 2 har bankerna alltid själva friheten att avsluta ett samarbete. Ett förbud mot samarbete leder följaktligen alltid till alternativ 3, medan ett förbud mot exklusivitet (exklusiva samarbeten) kan leda till alternativ 2, om mindre aktörer bereds tillträde, eller alternativ 3, om samarbetena avvecklas.

7.2 Nätverk

Rent konkret uppstår positiva nätverksexternaliteter på två sätt. Dels ger anslutning till ett stort nätverk tillgång till ett stort antal *betjäningpunkter*. Detta gäller för uttagsautomater. Dels ger anslutning till ett stort nätverk möjlighet att genomföra transaktioner med ett stort antal *motparter*. Detta senare gäller för betalkort och girosystem. I teoretiska termer betecknas detta indirekta respektive direkta nätverksexternaliteter.

I kapitel 5 redogjordes för den ekonomiska teorin om nätverk. Som framgår av denna är det klart att det finns positiva nätverks-effekter även för betalningssystem. Detta är väl dokumenterat i litteraturen. Det förefaller också klart att nätverk har den egenskapen att nyttan av nätverket normalt stiger då nya företag och kunder ansluts, vilket är positivt för alla parter. Däremot kan nettoeffekten för de *företag* som kontrollerar nätverket av att *andra* företag ansluts vara negativ, eftersom konkurrensen om kunderna då ökar. Denna senare effekt tenderar att dominera om det företag som önskar anslutning är litet.

Den ekonomiska litteraturen har uppmärksammat det förhållandet att samarbeten å ena sidan kan öka konsumenternas nytta av produkten i sig, men å andra sidan kan leda till att företagen kan

pressa upp priserna mer än denna förändring motiverar. Konflikten mellan dessa motverkande effekter kan lösas genom att *exklusiva* samarbeten förhindras, medan öppna samarbeten accepteras. En alternativ handlingslinje är att tillåta exklusiva samarbeten, men begränsa samarbetenas omfattning, vilket minskar möjligheterna att dra fördel av skal- och nätverksfördelar, men kan ge goda incitament till konkurrens på kort och lång sikt.

7.3 Konkurrens och incitament. Nödvändiga faciliteter

Ursprungligen fanns ett konkurrensförhållande mellan automatsystemen Minuten och Bankomat, liksom det idag *i vissa delar* finns ett konkurrensförhållande mellan girosystemen Postgiro och Bankgiro och på kortområdet mellan exempelvis VISA, Mastercard och American Express. Det är knappast en korrekt historisk beskrivning att säga att drivkraften till att affärsbankerna i samarbete investerade i Bankomatsystemet och i Bankgirocentralen var en hägrande exklusivitet över ett innovativt system. Detta motsägs om inte annat av att systemen byggdes upp i samarbete mellan (nästan) samtliga aktörer av betydelse och delvis som motvikt till de exklusiva Minuten- och Postgirosystemen.

När doktrinen om nödvändig facilitet tillämpas, antingen med stöd av 6 eller 19 § konkurrenslagen, innebär detta att man väger fördelarna av fritt tillträde mot fördelarna med exklusiva system, dvs. ökad konkurrens mot kraftigare incitament till produkt- och processutveckling. Såsom argumenterats i kapitel 6 finns emellertid ingen entydig konflikt mellan kortsiktig konkurrens och långsiktiga investeringsincitament. När en innovation är tillräckligt revolutionerande eller när utvecklingen framför allt bör inriktas på att utveckla komplementär produkter eller produkter där den ursprungliga innovationen är en komponent – kan exklusivitet hämma utvecklingen.¹⁸¹ I konsekvens med detta är patent tidsbegränsade. Vad gäller fysiska anläggningar av infrastrukturell karaktär finns en "säkerhetsventil" i doktrinen om nödvändiga faciliteter. Rätten att få ansluta sig till ett nätverk kan vara lika väsentlig som tillgång till en infrastruktur.

¹⁸¹ Menell (1998) framhåller att en grund för att patent medför kortare exklusivitetsskydd än copyright är att patenten skyddar funktionella innovationer, som till sin natur bygger på andra funktionella innovationer och som i sin tur kan vara ett steg till nästa innovation. Copyright, däremot, är "expressiv". Tillämpningen av copyrightreglerna för bl.a. dataprogram har enligt Menell medfört en uppenbar risk att den tekniska utvecklingen bromsas.

Doktrinen om nödvändiga faciliteter tillämpas inte urskillningslöst på alla infrastrukturella tillgångar – tvärt om bör stor försiktighet iakttas. Den typ av infrastruktur som bedömts vara en nödvändig facilitet har ofta varit sådan som endera betingar ett opropor-tionerligt stort värde på grund av vissa naturliga förutsättningar, t.ex. en hamn, tunnel eller bro, eller sådan som tillskapats i regi av lagstadgat monopol, t.ex. statliga eller tidigare statliga telebolags lokala accessnät. Med andra ord, sådana värdefulla tillgångar som kommit i ett företags ägo, inte genom ett stort risktagande, utan genom slump och historiska och naturliga omständigheter, har i större utsträckning än andra tillgångar befunnits vara nödvändiga faciliteter. När det gäller nätverk bör en motsvarande vattendelare kunna vara huruvida dessa har byggts upp av ett enskilt företag eller i samarbete mellan samtliga eller huvuddelen av marknadens företag. I det förra fallet var investeringen sannolikt förenad med ett betydande risktagande; i det senare fallet var risken typiskt sett säkerligen betydligt mindre. Därtill kommer det argument som brukar anföras vid tillämpningen av doktrinen om nödvändiga faciliteter: om dessa redan ägs gemensamt av flera företag torde det inte vara förenat med betydande olägenheter att ansluta ytterligare ett eller flera företag. (Se avsnitt 6.3). En sådan princip skulle ha fördelen att samhället kan tillgodogöra sig vinsten som ligger i stora nätverk, samtidigt som den konkurrenshämmande effekten av branschomslutande samarbeten skulle reduceras högst avsevärt.

Vad gäller betalningssystem kan man urskilja tre huvudsakliga former för ägandet av infrastruktur.¹⁸² För det första ensamt ägande av infrastruktur, t.ex. Postgirot (Posten), RIX (Riksbanken) och vissa kreditkortssystem, såsom American Express. För det andra gemensamt ägande av infrastruktur, ofta i gemensamt ägt bolag eller genom en förening eller sammanslutning, t.ex. Bankgirocentralen (de stora svenska bankerna), VISA (ett stort antal stora banker från ett flertal länder) och Dataclearingen (de svenska bankerna via Bankföreningen). För det tredje sådan infrastruktur som bildas genom att flera företag enskilt äger kompatibla komponenter som tillsammans bildar ett nätverk. Åtminstone formellt sett gäller detta nätverket av uttagsautomater omfattande

¹⁸² Med infrastruktur avses i detta sammanhang funktioner som utgör vitala delar av betalningssystemet och som kopplar ihop ett stort antal företag och/eller privatpersoner. Infrastruktur i denna betydelse behöver inte vara synonymt med nödvändig facilitet. Här bortses från att "standards", t.ex. för datakommunikation, och annan immateriell egendom, kan utgöra kärnan i ett nätverk. På det finansiella området kan detta exempelvis gälla SET. (Se avsnitt 3.5.)

Bankomat och Minuten.¹⁸³

Om ett företag ensamt kontrollerar infrastrukturen och inte upplåter denna till konkurrerande företag kan detta utgöra ett missbruk av dominerande ställning. Om flera företag gemensamt äger ett bolag som i sin tur kontrollerar en infrastruktur som inte upplåts till konkurrenter kan detta utgöra endera ett missbruk av dominerande ställning eller ett otillåtet samarbete. Den tredje typen av ägande, där infrastrukturen, eller nätverket, uppstår genom interaktion mellan flera företags enskilda tillgångar, bör från ekonomisk synpunkt rimligen inte behandlas annorlunda än infrastruktur som faktiskt ägs gemensamt.

Det nätverk som utgörs av de svenska uttagsautomaterna kan sammantaget sägas vara en infrastruktur till vilken tillgång är nödvändig för att ett företag skall kunna konkurrera effektivt t.ex. på marknaden för lönekonton. Något tillspetsat kan man säga att det finns ett nätverk, två varumärken och fyra ägare.¹⁸⁴ Vad gäller vissa funktioner samarbetar flera större banker, eller några av dem. Detta gäller t.ex. CEKAB och varumärket Bankomat. Vad gäller andra funktioner, främst själva bankomaterna, ägs och hanteras dessa av respektive bank, även om de tidigare ägdes gemensamt.

Uttagsautomaterna i Sverige ägs av i huvudsak fyra aktörer. Genom att sluta avtal med dessa (eller med VISA) kan de mindre bankerna tillförsäkra sig en fullständig täckning av antalet uttagsautomater. De nyetablerade bankerna har slutit sådana avtal, men i vissa fall till avgiftsvillkor som de själva ansett som diskriminerande. Eftersom vissa banker med uppbyggda automatnät krävt högre avgifter än de nyetablerade bankerna ansett sig kunna betala, har de senare inte fått tillgång till heltäckande automatnät (avtal med VISA innebär emellertid en tillgång till samtliga VISA märkta automater och därmed en fullständig täckning men till en högre kostnad). I ett fall erbjuds de också en sämre produkt, t.ex. genom ofullständig information på uttagskvittot. Slutligen är de erbjudna villkoren normalt inte alltid fullt reciproka, vilket kan försvåra för de nyetablerade bankerna att med lönsamhet sätta upp egna automater.

¹⁸³ Ett visst samarbete förekommer genom att flera banker gemensamt äger CEKAB och BankomatCentralen.

¹⁸⁴ Det finns ett antal varumärken som ger tillträde till svenska uttagsautomater, t.ex. VISA. De mest betydande, vad gäller själva uttagsfunktionen nationellt, är dock Bankomat och Minuten. Ett litet antal uttagsautomater ägs av de mindre bankerna. Som diskuterats ovan är varumärket Minuten under avveckling.

7.4 Kostnader

När flera företag är verksamma på samma marknad kan ett företag bli lönsamt och framgångsrikt genom lägre kostnader än konkurrenterna eller genom en i något avseende bättre produkt, vilken kunderna föredrar vid lika priser, eller t.o.m. vid ett högre pris än konkurrenternas. Ur företagets perspektiv är det alltså ofta viktigare att kostnaderna är lägre än konkurrenternas än att de är låga i en absolut mening. Betydelsen av (relativt sett) låga kostnader är störst vid försäljning av homogena varor och/eller vid försäljning till professionella köpare. När varorna är differentierade i en objektiv eller subjektiv bemärkelse, inklusive aspekter som har med marknadsföring och tillgänglighet att göra, minskar betydelsen av låga kostnader.

En av drivkrafterna till den ökade automatiseringen och den ökade användningen av datasystem är att kostnaderna per transaktion kan minskas. En annan drivkraft är att servicenivån ökar, genom ökad tillgänglighet. Detta kan i sin tur leda till att antalet transaktioner ökar så kraftigt att den totala kostnadsnivån stiger. De potentiella kostnadsbesparingarna av automatiseringen ligger ju i att kontor kan läggas ned eller genom att bemanningen per kontor kan minskas, alternativt att personalen kan ägna tid åt att sälja tjänster som är mer lönsamma. Om detta inte kan ske leder automatisering i stället till *ökade* totala kostnader. Å andra sidan har kunderna därigenom erbjudits fler och bättre tjänster.

Kostnaderna för datahantering faller kontinuerligt. Exempelvis uppger det amerikanska serviceföretaget EDS på sin hemsida att kostnaden för att spara en megabyte på hårddisk fallit från 22 000 dollar 1960 till under 1 dollar idag. En motsvarande kostnads-sänkning har skett vad gäller processorkapacitet. När betalningarna kan ske helt elektroniskt bör detta ge ett kraftfullt utslag på kostnader och priser för betalningsförmedling. Om det totala antalet transaktioner och värdet av de underliggande reala transaktionerna förblir oförändrat skulle detta innebära att *bankernas* omsättning på marknaden för betalningssystem minskar. Detta skulle med andra ord innebära minskade intäkter från försäljning av transaktionskontotjänster. Motverkande faktorer är att det totala antalet transaktioner ökar och att bankerna kan erbjuda tjänster som gör att andelen kontanttransaktioner faller från dagens nivå, kring 90 procent, så att en större andel går genom bankernas betalningssystem.

Automatiseringen kan således medföra endera högre eller lägre

kostnader. Huruvida automatisering (eller ”elektronifiering”) är lönsam för banksektorn i stort beror inte bara på hur denna påverkar kostnaderna, utan också på hur intäkterna förändras; nettoeffekten torde kunna bli såväl positiv som negativ. För den enskilda banken finns dock inget alternativ – när konkurrenterna erbjuder automatjänster har en bank som enbart erbjuder manuella tjänster svårt att konkurrera.

Gemensamt för samtliga betalningssystem är att de är datakraftsintensiva. Utöver en initial investering för hårdvara och datasystem krävs kontinuerlig övervakning och felsökning. För uttagsautomater och kortköp i handeln krävs investeringar i terminaler, vilka också kan delas upp i en investeringskostnad och en driftskostnad. Dessa kostnader är i stor utsträckning beroende av hur systemen dimensioneras, dvs. av vilken maximal kapacitet systemen kan hantera, snarare än av det faktiska antalet transaktioner. Vad gäller girering tillkommer kostnader för porto och en inte obetydlig fysisk hantering som är direkt proportionell mot antalet transaktioner. För uttag tillkommer vissa kostnader som är proportionella mot antalet uttag, t.ex. kostnader för laddning.

Skaleffekter i transaktionsintensiva datasystem

De etablerade bankerna hävdar att kostnaden för stora datasystem inte ökar i proportion till antalet transaktioner. För att bedöma hur det förhåller sig finns i princip två ansatser. Endera kan man genomföra en ingenjörsmässig kalkyl av vad en viss funktion kostar i olika skalor. Eller så kan man utifrån företagets faktiska beteende dra slutsatser om vid vilken skala en god effektivitet kan uppnås. Utifrån den första ansatsen förefaller det rimligt att anta att kostnaderna ökar långsammare än antalet transaktioner. Utifrån den andra ansatsen är detta inte så uppenbart. Det finns ett flertal exempel på att banker självmant valt att utveckla egna system hellre än att medverka i system gemensamma med konkurrenterna. En aktör med betydligt större antal transaktioner än övriga aktörer kan fullt rationellt bära de kostnadsökningar som uppstår, i förvisningen om att konkurrenterna drabbas än mer. En aktör som däremot lämnar ett samarbete med ett antal jämnstora konkurrenter gör knappast detta om aktören i fråga förväntar sig högre kostnader.

En ingenjörsmässig kalkyl tenderar också att utgå från och begränsa sig till en viss teknisk lösning. Givet valet av teknologi kan betydande skalfördelar föreligga, även om det *innan* just den

teknologin valdes bara fanns obetydliga skalfördelar, eller inga alls. Detta kan illustreras med ett exempel. Givet att ett visst transportbehov löses med järnvägstrafik föreligger sannolikt betydande skalfördelar. Innan järnvägstrafik kan inledas krävs kanske vissa initiala investeringar i anslutande spår och terminaler. När trafiken ökar kan dessa kostnader successivt slås ut på en allt större godsvolym. Ytterligare vagnar kan till en låg tillkommande kostnad hakas på ett tåg som redan trafikerar en viss sträcka. Om däremot alternativet lastbilstransport kan väljas finns kanske inga skalfördelar, eller bara små sådana. Detta gäller eftersom de initiala investeringarna är relativt små och eftersom varje lastbil måste köras separat. Även om det finns skalfördelar i järnvägstrafik är det inte säkert att järnvägstrafik är överlägsen lastbilstrafik.

Fasta och rörliga kostnader

En av de viktigaste orsakerna till att skaleffekter uppkommer är förekomsten av fasta kostnader. Vid tillverkning av exempelvis bilar, flygplan och läkemedel ligger en stor del av kostnaden i forskning och utveckling, vilket kan ses som en fast kostnad. Därtill kommer den rörliga kostnaden för varje ytterligare bil, flygplan eller tablett som tillverkas. Det kan förefalla naturligt att anta att denna typ av stordriftsfördelar förekommer i alla branscher, om än varierande utsträckning, och att effekten visserligen sakta klingar av men aldrig helt upphör.

Emellertid finns faktorer som verkar i motsatt riktning: mindre organisationer är ofta mer flexibla, binder mindre resurser i ledningsfunktioner och medför starkare incitament för individer att agera i företagets bästa intresse. Sådana effekter är svåra att kvantifiera. Indirekt kan de dock belysas genom ett studium av hur stora de framgångsrika företagen är. Ofta är de avsevärt mindre än en statistisk analys av skalfördelar skulle indikera.

Kostnaderna för betalningssystemen kan vara rörliga i åtminstone tre dimensioner. För det första varierar kostnaderna med systemets kapacitet. En högre kapacitet, definierad exempelvis som det maximala antalet transaktioner systemet kan hantera per dygn, innebär högre kostnader för hårdvara (minnesenheter och processorkapacitet). Därtill kan komma licensavgifter för mjukvara som ökar med antalet transaktioner, ökade krav på mjukvaran för att hantera större volymer, vilket ger ökade kostnader etc. För det andra varierar kostnaderna med antalet transaktioner inom kapacitetsgränsen. För helt elektroniska transaktioner torde den till-

kommande kostnaden för ytterligare en transaktion vara relativt liten. Exempelvis ökar antalet fel som måste hanteras manuellt ungefär i proportion mot antalet transaktioner och det finns en viss kostnad för datalagring av transaktionerna. För transaktioner med manuella eller mekaniska inslag kan däremot den tillkommande kostnaden vara större, exempelvis kostnader för porto och brevhantering vid girering, eller för påfyllning och övrig skötsel av uttagsautomater. För det tredje varierar kostnaderna i vissa fall med antalet terminaler eller betjäningpunkter. Detta gäller framför allt uttagsautomater, men också POS-terminaler i handeln. Därutöver kan det förekomma kostnader som verkligen är fasta i samtliga dessa dimensioner, t.ex. vissa mjukvarukostnader. Beroende på konstruktionen kan licens- eller inträdesavgifter vara en artificiell kostnad av denna typ.

En kostnad kan således betraktas endera som rörlig eller som fast, beroende på i vilken dimension man tänker sig att verksamheten skall expandera. En ökning av antalet transaktioner inom de centrala systemens befintliga kapacitet och med oförändrat antal terminaler ger givetvis till resultat att styckkostnaderna faller. Emellertid är systemen normalt dimensionerade för ungefär det antal transaktioner som förekommer. I praktiken kommer en successivt ökande volym att medföra språngvis ökade kostnader. Huruvida dessa, sett över ett större intervall, ökar i direkt proportion till den ökade volymen eller inte är svårt att avgöra. Det faktum att flera banker valt att driva vissa system i egen regi talar för att skaleffekterna klingat av eller helt upphört vid det antal transaktioner som dessa banker hanterar.

Mer om stordriftsfördelar i transaktionsdatasystem

Det förefaller inte finnas skäl att anta att det finns betydande stordriftsfördelar vad gäller *driften* av uttagsautomater och liknande. Likaså förefaller det rimligt att anta att den *tillkommande* kostnaden för ytterligare en transaktion inte sjunker avsevärt när volymen ökar *inom kapacitetsgränsen*. Däremot har de större bankerna hävdats att det finns avsevärda fasta systemkostnader, vilket gör att en ökning av kapaciteten kan innebära att genomsnittskostnaden sjunker. I huvudsak motiveras detta av fasta kostnader för installation och drift av stora transaktionsdatasystem.

En trend inom databranschen har gått i riktning från stordatorsystem mot öppna system baserade på nätverk av mindre datorer, t.ex. i Unix-miljö. Kostnaderna för datasystem kan delas upp i ett

antal komponenter. För det första hårdvaran, inklusive service och underhåll från leverantören. För det andra operativsystemet, vilket normalt tillhandahålls av leverantören. För det tredje det specifika programmet, eller applikationen, vilket kan utvecklas av, i detta fallet, banken själv, ett fristående datakonsultföretag eller av leverantören av hårdvara och operativsystem. För det fjärde drift och övervakning av datorer och system. Normalt står utvecklingen av applikationen för den största delen av kostnaden, ofta mer än hälften av de totala datorkostnaderna. Ett stordatorsystem innebär normalt högre kostnader för datorer och operativsystem, men lägre kostnader för systemutveckling och drift, jämfört med öppna system av mindre datorer. En liten bank kan sänka kostnaderna väsentligt genom att köpa standardprogram av datakonsulter eller programvaruföretag, vilket i och för sig innebär att man inte får alla de fördelar som ett helt skräddarsytt system ger. Därtill kommer att leverantörerna av såväl hård- som mjukvara tenderar att delvis prissätta efter nytta och inte bara efter kostnad, vilket också gynnar mindre kunder. Otvivelaktigt finns det dock skalfördelar upp till en viss nivå vad gäller anskaffning av hård- och mjukvara. Därtill kommer eventuella stordriftsfördelar i drift och underhåll. Av säkerhetsskäl krävs ofta kontinuerlig övervakning, specialbyggda lokaler och dubbling av datorer m.m. Därtill kommer att den specialiserade datorkompetens som krävs är svår att upprätthålla i alltför liten skala. Framför allt de senare, men också de förra orsakerna till stordriftsfördelar kan hanteras genom att datafunktioner läggs ut till konkurrenter (andra banker), underleverantörer (BGC, PG) eller specialiserade servicebyråer.

7.5 Prissättning

Ett företag eftersträvar normalt att sätta priser på ett sådant sätt att vinsten maximeras. Härvid tjänar bl.a. kundernas begränsade betalningsförmåga, konkurrenstryck från andra företag och långsiktiga kundrelationer som hinder mot alltför höga priser. Ur samhällsekonomisk synvinkel fyller priserna funktionen att signalera samhällets kostnad för att producera varan eller tjänsten i fråga. Om priset väsentligt avviker från kostnaden att tillhandahålla produkten leder detta till en felaktig resursanvändning, dvs. över- eller underproduktion. När konkurrensen är god tenderar priset att pressas ned mot kostnaden, vilket ger förutsättningar för en effektiv resursanvändning.

I avsnitt 4.7 redogjordes för teorin om prisdiskriminering eller, med ett mer neutralt begrepp, prisdifferentiering. Ett skäl för

differentierade priser är att företaget därmed kan tillskansa sig en större del av kundernas betalningsvilja. Ett annat skäl är att det finns fasta kostnader för försäljning till och hantering av varje enskild kund, t.ex. kostnader för anslutning till ett elnät eller kostnader för kontohantering och – redovisning.

På oligopolistiska marknader tillkommer ett motiv: priset kan differentieras för att utestänga en konkurrent, eller åtminstone försämra dennes möjlighet att konkurrera. Detta gäller i än högre grad när produkterna säljs till konkurrerande företag. När det gäller betalningssystem är de företag som anser sig missgynnade i samtliga fall relativt små, medan ägarna till betalningssystemen är relativt stora. Priser som missgynnar små kunder kan därmed ha samtliga ovan angivna syften: de kan spegla motsvarande kostnader, de kan vara satta för att maximera vinsten och de kan syfta till att utestänga konkurrenter. En skillnad i genomsnittligt pris mellan stora och små kunder kan åstadkommas på ett flertal sätt. Stora kunder kan ges procentuell rabatt, små kunder kan tillföras ett procentuellt påslag, en fast avgift kan användas. Om systemen ägs av de större företagen finns ytterligare en metod. Priset kan sättas över kostnaden och den resulterande vinsten kan återföras till ägarföretagen mer eller mindre i proportion till hur mycket dessa företag efterfrågar av den tjänst det gemensamt ägda företaget producerar.

Vad gäller den faktiska prissättningen som används av de större bankerna och deras gemensamt ägda bolag CEKAB och BGC, har en rad olika metoder använts (och används), vilka alla får till resultat att genomsnittskostnaderna för en mindre bank blir högre, i många fall väsentligt högre, än motsvarande kostnader för en stor bank. Exempel på sådana metoder är höga fasta kostnader, rabatter för stora kunder, påslag för mindre kunder och höga priser i kombination med återföring av vinst till ägarföretagen.

Principer för effektiv prissättning

Det finns två naturliga gränser mellan vilka företag normalt kan sätta sina priser. Den undre gränsen svarar mot den tillkommande kostnaden för att betjäna kunden i fråga, eller ”incremental cost”. Detta motsvarar ofta de rörliga kostnaderna för att tillhandahålla varan eller tjänsten i fråga. Den övre gränsen svarar mot den kostnad kunden skulle tvingas bära om denna själv stod för produktionen, inklusive den alternativkostnad som kan uppstå om detta inkräktar på annan verksamhet, eller ”stand alone cost”. Spänn-

vidden mellan dessa ytterligheter är ofta mycket större än de faktiska prisvariationer som kan konstateras på marknaden. Om det finns fungerande konkurrens hindrar detta normalt företaget från att ta ett pris som väsentligt överstiger genomsnittskostnaden. I de fall marginalkostnaden ligger under genomsnittskostnaden skulle man kunna tänka sig att vissa företag försökte attrahera ytterligare kunder genom att pressa priset under genomsnittskostnaden, ned mot marginalkostnaden. Detta medför dock en risk för att den lägre prisnivån sprider sig till övriga kunder. Ett undantag är om man kan genomföra en trovärdig prisdifferentiering mellan olika kundkategorier eller mellan perioder med hög och låg efterfrågan (se avsnitt 4.7). Ett annat undantag är beställningar som är ”unika”, genom sin storlek eller av andra skäl, och därför inte medför en risk för att den lägre prisnivån blir normbildande.

Vad gäller betalningsfunktioner måste rimligen en säljande bank som lägst erhålla genomsnittskostnaden per uttag som ersättning för varje transaktion. Genomsnittskostnaden bör i princip beräknas i en framåtblickande kalkyl, i stället för den normala bokföringsmässiga bakåtriktade kalkylen. Antag exempelvis att ett system utvecklas en gång för alla. Denna kostnad behöver inte nödvändigtvis täckas för att ägarföretaget skall vara villigt att sälja produkten, om nämligen alternativet är att inga intäkter alls erhålls. I en verklig situation måste dock såväl system som automater underhållas, och de bokföringsmässiga avskrivningskostnaderna, jämte ränta på bundet kapital, torde i många fall schablonmässigt kunna antas ungefär motsvara den förväntade framtida årliga kostnaden för underhåll och utveckling av system och utrustning.¹⁸⁵ Till denna bokföringsmässiga genomsnittskostnad kan läggas en skälig ränta på det kapital som är bundet i verksamheten i fråga, i den mån detta inte ingår.

Mycket talar för att det risktagande det innebar för dagens stora banker att gemensamt bygga upp betalningssystemen var relativt begränsat. Systemen byggdes i samarbeten som omfattade hela eller nästan hela branschen och under en period när den svenska bankmarknaden var avskärmd från internationell konkurrens.

¹⁸⁵ Vissa situationer kan dock innebära att bokföringsmässiga avskrivningar avviker väsentligt från den korrekta ekonomiska kostnaden, t.ex. om bokföringsmässiga avskrivningar innehåller höga utvecklingskostnader eller kostnader för felinvesteringar, om skattesituationen medför att en snabbare avskrivningstakt väljs än vad som är motiverat, eller om avskrivningen relaterar till en avyttringsbar tillgång (exempelvis en fastighet) som är bokförd under (över) marknadspris. Därtill kommer den uppenbara möjligheten att manipulera eller påverka den redovisade kostnadsnivån.

Gemensamt ägda system

Vad gäller nystartade gemensamt ägda system med monopolställning torde en rimligt utgångspunkt vara att priset bör vara lika för alla deltagare. Till detta kan eventuellt läggas en enhetlig anslutningsavgift, motsvarande faktiska tillkommande kostnader för anslutning och hantering av en ny kund. Vad som däremot kan vålla problem är att fastställa om och i vilken utsträckning priset skall sättas högre för en aktör som tillkommer efter det att systemet byggts upp – så att systemets ägare får avkastning på investerat kapital och eventuellt risktagande – i de fall där det bedöms motiverat att påbjuda tillträde. I bedömningen bör vägas in hur många banker som medverkade när systemet byggdes upp: ju fler banker (eller, rättare sagt, ju större andel av bankbranschen) som medverkade, desto mindre var risken. För system som byggts upp gemensamt av samtliga eller nästan samtliga banker torde det motiverade påslaget vara litet eller obefintligt.

System bestående av enskilt ägda komponenter

I system som består av komponenter som ägs enskilt av varje bank, t.ex. uttagsautomater, bör prissättningen ske på i princip samma sätt. En försvårande omständighet är här att det kan saknas bokföringsunderlag för att beräkna kostnader, i synnerhet historiska sådana, inklusive kostnader för att bygga upp systemen. Vad gäller just uttagsautomater underlättas sådana kostnadsberäkningar av att uttagsautomaterna inom bankomatsystemet tidigare ägdes gemensamt och av att kostnaderna för varje enskild automat är relativt enkel att mäta. Ytterligare en komplikation är att företagen har ett relativt stort spelrum när det gäller att fördela kostnader mellan olika kostnadsbärare. Exempelvis kan en uttagsautomat påföras en oskäligt hög hyra för utnyttjande av en del av en befintlig banklokal, eller oskäligt höga kostnader för personalens hantering av automaten.

Av olika skäl kan en prisreglering vara olämplig. En alternativ, självreglerande metod för att uppnå samma resultat är att de etablerade bankerna ingår fullt reciproka avtal med samtliga nyetablerade banker. För uttagsautomaterna innebär reciproka avtal att de stora bankerna betalar de små bankerna samma ersättning som de själva kräver av de små, per uttag. För att reell reciprocitet skall gälla krävs att avtalen är jämlika i den meningen att om ett lika stort antal uttag görs av den stora bankens kunder i den lilla bankens uttagsautomater som omvänt, så skall avtalet inte resultera i en nettobetaling åt endera hållet. Detta innebär att avgifter

per innehavd automat ofta missgynnar banker med små transaktionsvolymer.

I kapitel 5.5 redogjordes för fördelen med reciproka avtal. I den ekonomiska litteraturen har krav på sådana framhållits som en lämplig metod för att skapa förutsättningar för en väl fungerande konkurrens. Denna metod skulle vara självreglerande, eftersom den öppnar möjligheter för de mindre bankerna att själva sätta upp ett antal automater om de erbjuder alltför dåliga villkor. Om avgiften per uttag sätts för högt blir det lönsamt för bankerna att sätta upp fler automater och således slåss om få utföra uttagstjänster. Utan fullt reciproka avtal är detta inte möjligt, eftersom utnyttjandet av automaterna skulle bli alltför lågt om de inte kan sälja uttagstjänster till andra bankers kunder. Denna lösning innebär dels att behovet av prisövervakning från myndigheterna troligen blir relativt litet, dels att de nyetablerade bankerna inte är hänvisade till att ensidigt utnyttja de större bankernas automater, med risk för att beskyllas för att åka snålskjuts på dessa och med de övriga risker ett sådant beroendeförhållande medför.

7.6 Sammanfattning bedömning

Villkoren för tillgång till de gemensamma betalningssystemen har orsakat konflikter mellan nya utmanare och de etablerade bankerna. De nyetablerade bankerna menar att de måste ges tillgång till de centrala och för bankerna gemensamma systemen för betalningsförmedling på skäliga och icke-diskriminerande villkor. I annat fall blir det omöjligt för nya aktörer att på ett kraftfullt sätt konkurrera med de stora bankerna. Ägarna till dessa system, de etablerade bankerna, anser att de har rätt att prissätta dessa tjänster på ett marknadsmässigt sätt, så att en rimlig avkastning kan erhållas på investerade medel. Alltför långtgående krav på likabehandling av nytillträdande mindre banker kan vidare leda till att de gemensamma systemen avvecklas, på strikt affärsmässiga grunder, vilket framför allt skulle drabba de nyetablerade bankerna. Båda dessa ståndpunkter framstår vid första anblicken som rimliga.

Bankernas goda lönsamhet

De fyra stora bankerna uppvisar en mycket hög lönsamhet, framför allt inom affärsområdet "retail banking", dvs. bankverksamhet riktad mot privatpersoner och mindre företag. Bortsett från bankkrisen i början av 1990-talet har bankernas lönsamhet legat på en stabil och hög nivå åtminstone sedan början av 1970-talet. Vinsten

inom retail banking kan uppskattas till cirka 18 miljarder kronor per år, eller uppåt 70 procent av bankernas totala vinst. Även i förhållande till omsättningen inom affärsområdet, uppskattningsvis 45 miljarder kronor, framstår vinstnivån som hög.

Betydelsen av tillgång till betalningssystemet

I kapitel 3 har redogjorts för tre fundamentala funktioner för banker som vill konkurrera på marknaden för inlåning och betalningsförmedling för privatpersoner: kontantuttag (i första hand i automat), girering och kortbetalningar. En bank som saknar tillgång till en eller flera av dessa funktioner torde ha svårt att på ett effektivt sätt konkurrera om kunderna. Som tidigare uppgivits använder närmare 90 procent av hushållen giro för att betala räkningar och lika många använder uttagsautomater för kontanter. Betalning med betalkort i affär är något mindre vanlig; hälften av hushållen gör sådana kortbetalningar ”ibland” eller ”ofta”. Å andra sidan är detta en av de snabbast växande transaktionstyperna. Därtill kommer att många konsumenter kan uppleva *möjligheten* att genomföra kortköp som värdefull, även om antalet faktiska kortköp är litet.

Det finns givetvis ett utbytesförhållande mellan pris och service, så att en bank som till ett mycket lågt pris erbjuder två, eller möjligen bara en, av tjänsterna ändå kan attrahera vissa kunder. För att konkurrera på den viktiga marknaden transaktionskonton för privatpersoner torde dock i normalfallet krävas tillgång till alla tre funktionerna.

De fyra stora bankerna har en mycket stark ställning, framför allt vad gäller transaktionskontomarknaderna. Marknaden för privatpersoners transaktionskonton (lönekonton) är relativt betydande i sig, med en uppskattad omsättning på 3–6 miljarder kronor. Ännu mer betydelsefullt är att denna marknad är den mest effektiva kanalen att nå ett antal värdemässigt än mer betydande marknader: marknaderna för t.ex. pensions- och fondsparande, övriga sparmarknader och bolånemarknaden. På dessa marknader finns visserligen konkurrenter, t.ex. försäkringsbolagen, men i och med sin direktkontakt med kunderna kan bankerna behålla en hög marknadsandel och en god vinstmarginal. En ökad konkurrens på marknaden för transaktionskonton bör kunna leda till en ökad konkurrens också på dessa marknader.

På marknaden för företagens transaktionskonton finns vid sidan av dessa banker en stark aktör: Postgirot. Postgirots ställning på

marknaden är dock inte oproblematisk. Företaget pressas av dagens lägre räntenivåer och möjligen av kopplingen till Posten och dess enligt uppgift olönsamma kontorsrörelse. Postgirot har en historiskt stark ställning på marknaden för betalningsförmedling, men denna ställning kännetecknas av en viss inneboende instabilitet, som följer av att såväl betalningsavsändaren som betalningsmottagaren normalt har en annan bankrelation. Dessa banker söker i varierande grad locka kunderna att flytta också betalningsförmedlingen till dem, vilket är en bakgrund till att Postgirots marknadsandelar långsamt eroderas. Det kan inte utslutas att värdet av den historiskt starka ställningen minskar betydligt när fler och fler betalningar sker helt elektroniskt. Därtill kommer att Postgirot gentemot bankerna har den dubbla rollen av underleverantör och konkurrent. Denna marknad har inte den marknadskanalsfunktion som lönekontomarknaden har, men är å andra sidan i sig en mer betydande marknad.

Transaktionskontomarknaderna är per definition transaktionsintensiva. Därför kommer också en liten kostnadsnackdel för varje transaktion att utgöra ett stort hinder för nya konkurrenter. Denna effekt förstärks av att lönsamheten på transaktionskontomarknaden i sig är pressad, eftersom närvaro på denna marknad är så värdefull för försäljning på angränsande marknader.

Nätverkseffekter och stordriftsfördelar

Samarbetet mellan bankerna har två aspekter. Dels kan bankerna tillsammans skapa ett effektivt nätverk för betalningsförmedling, genom teknisk kompatibilitet och genom avtal sinsemellan. Detta ökar direkt kundnyttan, vilket redogjorts för i kapitel 5. Dels kan bankerna samarbeta om att utföra den databehandling som krävs för att förmedla betalningar. Detta kan sänka bankernas kostnader, vilket, via lägre priser, kan komma kunderna till del. Detta har utvecklats i avsnitt 7.4. Slutsatserna är att den tekniska kompatibiliteten är oerhört värdefull för kunderna och för samhället. För att realisera denna är det emellertid inte helt nödvändigt att bankerna samarbetar också om det tekniska utförandet, främst databehandlingen och i viss mån kuvert- och blanketthantering. Mycket talar också för att skalfördelarna i databehandling i många fall uttöms vid en betydligt lägre nivå än den vid vilken de svenska bankerna *sammantaget* opererar. Däremot förefaller de nyetablerade bankerna än så länge vara för små för att uppnå full effektivitet.

Konkurrensaspekter

Vid sidan av de positiva effekter som samarbete inom nätverk kan generera, så kan samarbeten också medföra en bristande konkurrens. I synnerhet gäller detta om företagen har möjlighet att utestänga mindre aktörer. Detta kan motverkas genom att samarbetena görs icke-exklusiva. En alternativ handlingslinje är att begränsa omfattningen av samarbetena, så att konkurrens *mellan* nätverken kvarstår.

I normala fall finns det ett ömsesidigt utbyte mellan köpare och säljare på en marknad. Säljaren kan inte exploatera köparen alltför hårt, eftersom den senare då väljer att avstå från transaktionen, vilket ger en förlust också för säljaren. En bank som ensam, eller via ett bolag ägt tillsammans med andra banker, tillhandahåller tjänster till en nyetablerad bank kan göra en förtjänst på detta. När det gäller de gemensamma betalningssystemen finns emellertid en motverkande effekt. I och med att den nyetablerade banken tillhandahåller dessa tjänster bereds en ny konkurrent tillträde på marknaden för transaktionskonton, vilket ökar konkurrensen och sänker lönsamheten på denna och angränsande marknader. Därmed får bankerna inte bara ett samfällt, utan också ett individuellt intresse av att utestänga de nyetablerade bankerna från marknaden för betalningsförmedling.

Det kan också noteras att den svenska bankmarknaden är en utpräglad oligopolmarknad, där fyra stora och relativt jämnstarka aktörer dominerar. Detta gör det mer sannolikt att dessa, också utan formella eller informella överenskommelser, kan agera på ett sådant sätt att nya aktörer missgynnas. Med den ökande internationaliseringen finns krafter som verkar för ytterligare koncentration. Därmed framstår det som än mer angeläget att marknadens aktörer inte tillåts agera så att tillträde till marknaden förhindras eller försvåras. I ett vidare perspektiv kan en intensiv konkurrens på hemmamarknaden stimulera också större banker till en snabb produktutveckling och till att pressa kostnaderna, vilket är till fördel i den internationella konkurrensen.

Exklusivitet och investeringsincitament

De etablerade bankerna har hävdat att de bör få förfoga över de tillgångar de själva byggt upp. Detta är grundregeln som gäller för tekniska innovationer, varumärken och fysiska investeringar, vilken har till syfte att stimulera företagen till investeringar och risktagande. Emellertid är förfoganderätten inte oinskränkt. I det

aktuella fallet finns knappast några skäl att tro att ett påtvingat tillträde för de nyetablerade bankerna kommer att minska incitamenten för investeringar och risktagande, eftersom dessa redan i utgångsläget skedde i samarbete mellan i princip samtliga banker. Därtill kommer att ett alltför långtgående samarbete tvärt om kan *reducera* incitamenten för utveckling och risktagande. När ett företag, eller ett nätverk av företag, redan uppnått dominans på en marknad bortfaller många av motiven för investeringar och utveckling. Exempelvis kan övergången från kontorsbaserad distribution till telefon- och Internetbaserad distribution bromsas av en långtgående exklusivitet över befintliga betalningssystem.

Diskriminerande tillgång

Betalningssystemet i Sverige kontrolleras i huvudsak av fyra stora banker, jämte Postgirot och Riksbanken. Nyetablerade banker behöver tillgång till de fyra stora bankernas uttagsautomater för att kunna ge sina lönekontokunder fullgod service. Även vad gäller kort- och girosystemen kontrollerar dessa fyra banker centrala funktioner, t.ex. CEKAB och BGC. I de flesta fall erbjuds mindre banker villkor som i olika avseenden är mindre förmånliga än ägarbankernas villkor. Effekten av detta är att de mindre aktörerna får svårare att hävda sig i konkurrensen.

Slutsats

I denna rapport har konkurrensen på bankmarknaden och villkoren för tillgång till betalningssystem, främst system för kontantuttag, girering och kortbetalningar, analyserats. Systemen kan beskrivas som nätverk, där nyttan för konsumenterna och samhället ökar när olika banker länkar samman sina betalningssystem, vilket fordrar någon form av samarbete. Samtidigt finns ett intresse av en väl fungerande konkurrens och långsiktigt verkande incitament för investeringar och utveckling. Dessa delvis motstridiga önskemål gör det svårt att utforma en ur alla avseenden adekvat policy.

När dessa intressen vägs mot varandra förefaller det, ur ekonomisk utgångspunkt, klart att nya aktörer bör beredas tillträde till gemensamma system på icke-diskriminerande villkor. Detta gäller vare sig systemen grundar sig på ett tekniskt samarbete eller på ett nät av bilaterala avtal. I produktionssamarbeten bör de nyetablerade bankerna få delta på samma villkor som övriga banker; i system av tekniskt kompatibla komponenter bör nyetablerade banker få ansluta på samma villkor som större banker (med fullt

reciproka avtal enligt avsnitt 7.5). I prissättningen bör rimligen ingå en komponent som ger de ägande bankerna ersättning för kostnaden för det kapital som är bundet i betalningssystemen.

Om myndigheterna griper in för att uppnå bättre tillträdesvillkor för mindre banker finns en viss risk att vissa tekniska samarbeten – för databehandling, kuverthantering etc. – kommer att lösas upp. Kortsiktigt skulle detta kunna medföra ökade kostnader. Mot detta talar främst tre förhållanden. För det första kan det vara så att skalfördelarna är uttömda redan vid den skala vid vilken en enda av de fyra stora bankerna agerar. För det andra, om så inte skulle vara fallet är det långt ifrån säkert att dessa banker genomför en kostnadshöjande uppsplittring av funktioner bara för att säkerställa en konkurrensnackdel för de nyetablerade bankerna. För det tredje kan en uppsplittring av samarbeten påskynda den tekniska utvecklingen, så att en kortsiktig kostnadshöjande effekt på lång sikt ger ett kostnadssänkande resultat.

En annan risk – minskade incitament för investeringar – har berörts ovan. I korthet kan sägas att minskad exklusivitet generellt har den effekten att investeringsincitamenten minskar. Å andra sidan kan inskränkningar i exklusiviteten vara befogade eftersom maximal exklusivitet inte alltid är optimal, vilket bl.a. avspeglas i tidsbegränsade patenttider. Därtill gäller att drivkraften för gemensamma investeringar i system som täcker hela eller nästan hela branschen – såsom betalningssystemen – inte i någon betydande utsträckning är hägrande exklusivitet.

Dessa slutsatser bör ses i ljuset av att fyra stora banker kontrollerar tillgång till och prissättning av stora delar av det svenska betalningssystemet. Utan tillgång till detta system har nytillträdande banker svårt att konkurrera inom området ”retail banking”, dvs. bankverksamhet riktad mot privatpersoner och mindre företag. Frågan om tillgång till betalningssystemet kan inte analyseras separat för en liten del av betalningssystemet, utan bör ses i ett större sammanhang. På en oligopolistisk marknad, som den svenska bankmarknaden, kan hinder mot inträde leda till en långsammare produktutveckling och en mindre kraftfull kostnadspress, vilket kan innebära nackdelar för den svenska banknäringen i ett internationellt perspektiv.

Sammanfattningsvis torde lämpligt utformade tillträdeskrav för centrala betalningssystem vara ett lämpligare medel än begränsningar av nätverkens omfattning, i strävan att nå de delvis oförenliga målen konkurrens, fullt utnyttjande av skal- och nätverksför-

delar och långsiktiga incitament för investeringar och utveckling.

8 Käll- och litteraturförteckning

Offentligt tryck

Lag och förordning

Försäkringsrörelselagen (1982:713).

Bankrörelselagen (1987:617).

Lagen om börs- och clearingverksamhet (1992:543).

Konkurrenslagen (1993:20).

Förordning (1974:591) om skyldighet att anlita Riksbanken eller Postgirot.

EG-Förordningar

Förordning 1618/93 av den 25 juni 1993 om tillämpningen av artikel 85(3) i EG-fördraget för vissa kategorier av avtal mellan företag avseende datorbaserade bokningssystem för flygtransport.

Förordning 3652/93 av den 22 december 1993 om tillämpningen av artikel 85(3) i EG-fördraget på vissa kategorier av avtal mellan företag med avseende på datoriserade bokningssystem för lufttransporttjänster.

Förordning 3618/92 av den 15 december 1992 om tillämpningen av artikel 85(3) i EG-fördraget avseende vissa kategorier av avtal, beslut och samordnade förfaranden inom flygtransportsektorn.

Förordning 83/91 av den 5 december 1990 om tillämpningen av artikel 85(3) i EG-fördraget för vissa kategorier av avtal mellan företag avseende datorbaserad bokningssystem för flygtransporter.

Förordning 2299/89 av den 24 juli 1989 om en uppförandekod för datoriserade bokningssystem (under omarbeting).

Förordning 2672/88 av den 26 juli 1988 om tillämpning av artikel 85(3) i EG-fördraget för vissa kategorier av avtal mellan företag avseende datorbaserad bokningssystem för flygtransporter.

Förarbeten

Prop. 1990/91:136 om ändringar i sparbankslagen m.m.

Prop. 1993/94:38 Postlag och en förändrad verksamhet för Postverket m.m.

Prop. 1992/93:56 Ny konkurrenslagstiftning.

Prop. 1995/96:3 Postens finansiella tjänster.

Ds 1990:57 Branschglidning i den finansiella sektorn.

Bet. 1993/94:TU11 Postlag och en förändrad verksamhetsform för Postverket m.m.

Rskr. 1993/94:119.

SOU 1979:35 Rationellare girohantering, Betänkande av utredningen rörande förhållandet mellan bankgiro och postgiro.

SOU 1994:66 Finansiella tjänster i förändring. Delbetänkande av Betaltjänstutredningen.

SOU 1995:69 Betaltjänstutredningen.

SOU 1998:98 Konkurrenslagens regler om företagskoncentration.

SOU 1998:14 E-pengar – näringsrättsliga frågor.

SOU 1998:122 E-pengar civilrättsliga frågor.

Rättsfall och myndighetspraxis

Rättsfall från EG (Domstol, FI, Kommission)

Stena Sealink, 1994 EGT nr L 15 (beslut 18 jan. 1994).

Aer Lingus /Lufthansa, OJ 1990 C 108/8 (beslut 1 maj 1990).

Ijsselcentrale, 1991 EGT nr L 28 (beslut 16 jan. 1991).

Eirpage, OJ 1991 L 306/22 (beslut 18 oktober 1991).

Commercial Solvents, målen 6 och 7/73 Istituto Chemioterapico Italiano SpA och Commercial Solvents Corp. ./.. Europeiska kommissionen, 1974, ECR (dom 6 mars 1974).

Sabena, 1988 EGT nr L 317 (beslut 4 november 1988).

Hugin/Liptons, målet 22/78 Hugin Kassaregister AB ./..

Europeiska kommissionen, 1979, ECR (dom 31 maj 1989).

Magill TV Guide, 1989, ECR 1141 (beslut 11 maj 1989).

Oscar Bronner ./.. Mediaprint, mål C-7/97 (beslut 26 november 1998).

Rättsfall från USA

United States v. Terminal Railroad Association of St Louis, 224 U.S. 383, 1912.

Worthen v. National BankAmericard, 345 F. Supp 1309 (E.D. Ark 1972), rev. 485 F.2d 119 (8th Cir. 1973), cert.den. 415 U.S. 918

(1974).

BayBanks, Inc. v. New England Network, Inc. Nr. 86-3532-K (D. Mass, filed 9 december 1986.)

Aspen Skiing Co. ./. Aspen Highlands Skiing Corp., 472 US 585, 1985.

Myndighetspraxis

Konkurrensverket beslut 1993-02-17, dnr 49/92.

Konkurrensverket beslut 1993-02-17, dnr 312/92.

Konkurrensverket beslut 1997-05-27, dnr 1222/96.

Konkurrensverket beslut 1997-12-30, dnr 1221/93.

Konkurrensverkets beslut 1994-12-30, dnr 1341/93.

Litteratur

Areeda P., Essential facilities: An Epithet in Need of Limiting Principles, *Antitrust Law Journal*, vol. 58, 1990.

Armstrong, M., "Network Interconnection", Department of Economics Discussion Papers, no. 9625, University of Southampton, 1996.

Atkins B., *Air Transport and E.C. Competition Law*, Maxwell & Sweet, London, 1994.

Baker, Donald, *Shared ATM Networks – The antitrust dimension*, 1995.

Balto, David A, *Access Demand and Joint Network Joint Ventures*, i David Gabel och David F. Weiman (red), *Opening Networks to Competition. The regulation and pricing of access*, Kluwer Academic Publishers, Boston, 1998.

Björkholm B. och Johnsson, P., *Betalning med Kontokort*, W&W, Stockholm, 1994.

Blåvarg, Martin och Stefan Ingves, "Statens förändrade roll på finansmarknaden" i M. Sohlman och S. Viotti (red.), "Vem styr – politikerna eller marknaden?", IVA och Ekerlids Förlag, Stockholm, 1997.

Carlton, D.W. och A.S. Frankel, "Antitrust and Payment Technologies", *Federal Reserve Bank of St.Louis Review*, nov/dec 1995, s. 41-54.

Clark, Jeffrey A. "Economic Costs, Scale Efficiency, and Competitive Viability in Banking", *Journal of Money, Credit, and Banking*, vol. 28, 342-364, 1996.

Economides, Nicholas, "The Economics of Networks", *International Journal of Industrial Organization*, vol.14, no. 2 March 1996.

Economides, Nicholas, "Network Economics with Application to Finance", *Financial Markets, Institutions & Instruments*, vol. 2, no.5, December 1993.

Economides, N., G. Loppomo och G. Woroch, "Strategic Commitments and the Principle of Reciprocity in Interconnection Pricing", Discussion Paper EC-96-13, Stern School of Business, N.Y.U.

Economides N. och S. Salop, "Competition and integration among complements, and network market structure", *The Journal of Industrial Economics*, Volume XL, March 1992.

Economides N. och L. White, "Networks and compatibility: implications for antitrust", *European Economic Review* 38, 1994.

Estewall L. och Wallentin C., *Ekonomernas uppslagsbok*, Liber AB, Stockholm, 1997.

Farrell J. och F. Saloner, "Installed Base and Compatibility: Innovation, Product Preannouncements, and Predation", *American Economic Review*, vol. 76, s. 940-955, 1986 b.

Felgran S., "From ATM to POS Networks: Branching, Access, and Pricing", *New England Economic Review*, May/June 1985.

Flatraaker, D.I. och P.E. Robinson, "Income, costs, and pricing in the payment system", *Norges Bank Economic Bulletin*, vol. 66, s. 321-332, 1995.

Gerber, David, "Rethinking the Monopolist's Duty to Deal: A Legal and Economic Critique of the Doctrine of "Essential Facilities", *Virginia Law Review*, 1988.

Glasl, Daniel, "Essential Facilities Doctrine in EC Anti-trust Law: A Contribution to the Debate", *EC Law Review*, 1994.

Guerin-Calvert M., "Current merger policy: banking and ATM network mergers", *The Antitrust Bulletin/Summer* 1996.

Guibourg, Gabriela, "Effektivitet i betalningssystemet–ett nätverksperspektiv", *Penning och valutapolitik*, nr 3, Riksbanken, 1998.

Humphrey, D., M. Kim och B. Vale, *Realizing the Gains from Electronic Payments: Costs, Pricing and Payment Choice*, Arbetsnotat 1998/1, Norges Bank, Oslo, 1998.

Katz M.L. och C. Shapiro, "Network Externalities, Competition, and Compatibility", *The American Economic Review*, June 1985.

Laderman E., "The Public Policy Implications of State Laws Pertaining to Automated Teller Machines", *Economic Review*, Federal Reserve Bank of San Francisco, Number 1, Winter 1990.

Laffont J., P. Rey och J.Tirole, "Network Competition: Overview and Nondiscriminatory Pricing", *Rand Journal of Economics* 29, 1998.

Lybeck, Johanna, "Floaten i betalningssystemet", *Penning- och valutapolitik* 3/4 1997, Sveriges Riksbank.

Lybeck, Johan, *Den svenska finansiella sektorns utveckling i modern tid*, bilaga till Kommittédirektiv 1997:119, *Den svenska finansiella sektorns internationella konkurrenskraft*, 1999.

Matutes, C. och J. Padilla, "Shared ATM Networks and Banking Competition"; *European Economic Review* 38, 1113-1138, 1994.

McAndrews J., "The Evolution of Shared Networks", *Business Review*, Federal Reserve Bank of Philadelphia, May/June 1991.

McAndrews J., "Commentary" (till Carlton och Frankel, 1995) *Federal Reserve Bank of St.Louis Review*, nov/dec 1995, s. 55-59.

McAndrews, J., "Retail Pricing of ATM Network Services", working paper 96-12, Federal Reserve Bank of Philadelphia, 1996, Philadelphia.

McAnrews J., R. Rob, "Shared ownership and pricing in a network switch", *International Journal of Industrial Organization* 14, 727-

745, 1996.

Menell, Peter S., An Epitaph for Traditional Copyright Protection of Network Features of Computer Software, *Antitrust Bulletin*, 43, 651-714, 1998.

Nehmzow, C., "The Internet Will Shake Banking's Medieval Foundations", *Journal of Internet Banking and Commerce*, 2, 1997.

Nyberg, Lars och Viotti, Staffan, *Betalningssystemet i Sverige, 1999, bilaga till Kommittédirektiv 1997:119, Den svenska finansiella sektorns internationella konkurrenskraft.*

Oxenstierna, Gabriel C., An Oligopoly Model for Multi-Product Banking with an Application to the Swedish Banking Oligopoly, stencil, *Nationalekonomiska institutionen, Stockholms universitet, 1998 a.*

Oxenstierna, Gabriel C., Do Swedish Banks Enjoy Economies of Scale or Economies of Scope? stencil, *Nationalekonomiska institutionen, Stockholms universitet, 1998 b.*

Oxenstierna, Gabriel C, Testing for Market Power in the Swedish Banking Oligopoly, stencil, *Nationalekonomiska institutionen, Stockholms universitet, 1999.*

Panzar, John C., Technological Determinants of Firm and Industry Structure, i *Handbook of Industrial Organization*, red: Richard Schmalensee och Robert Willig, North-Holland, Amsterdam, 1989.

Reiffen, David och Andrew N. Kleit, Terminal Railroad Revisited: Foreclosure of an Essential Facility or Simple Horizontal Monopoly? *Journal of Law and Economics*, 33, 419-38, 1990.

Rey, P. och J. Tirole, "A Primer on Foreclosure", stencil

Saloner, G. och Andrea Shepard, Adoption of technologies with network effects: an empirical examination of the adoption of automated teller machines, *RAND Journal of Economics*, Vol. 26, no. 3, 1995.

Salop, S., "Deregulating self-regulated shared ATM networks",

Econ. Innov. New Technology, Vol 1, pp. 85-96, 1990.

Shapiro C. och H. Varian, US Government policy, Univ. of California, July 30, 1997.

Snellman, J., J. Vesala och D. Humphrey, "Substitution of Noncash Payment Instruments for Cash in Europe, Discussion Paper, Finlands Riksbank, 1999. (Stencil.)

Tirole J., "The Theory of Industrial Organization", pp.404–409, MIT Press, Cambridge, 1990.

Rapporter och utredningar från myndigheter, offentlig statistik

Federal Reserve Bank of St. Louis, "Antitrust Issues and Payment Systems Networks", (Proceedings of a Symposium), Vol 77, Number 6, Nov/Dec 1995.

Finansinspektionens rapport 1998:2, Betaltjänster och kundrärlighet.

Finansinspektionens rapport 1998:5, Utvecklingen inom de finansiella företagen och marknaderna.

Konsumentverkets rapport 1998:16, Finansiella tjänster i ett konsumentperspektiv.

Norges Banks årsrapport om betalningsformidling for 1998, Norges Bank, Oslo, 1998.

Realkapitalstock och förmögenhet 1980–1995, Appendix 3 till Nationalräkenskaperna 1980–1994, N 10 SM 9501.

Riksrevisionsverket, Utvecklingen av statens betalningssystem, 1992.

Riksrevisionsverket, Postverkets arbete med de statliga betalningarna, 1992.

Statistiska Centralbyrån, Bankaktiebolagen, Fondkommissionärerna, Fondbörsen och VPC, 1976–1987

Statistiska Centralbyrån, SOS Banker, 1987–1994, 1997.

Statistiska Centralbyrån, SOS Finansiella företag, 1993–1997.

Statistiska Centralbyrån, Företagen 1974–1995.

Statistiska Centralbyrån, SM Nv11 1998.

Statistiska Centralbyrån, Statistisk Årsbok, 1989, 1999.

Sveriges Riksbanken, Financial Market Report, november 1997.

Sveriges Riksbank, RIX–Riksbankens system för clearing och avveckling, augusti 1994.

Sveriges Riksbank, Penning- och valutapolitik 1997:3/4, Floaten i betalningssystemet, Johanna Lybeck.

Svenska Bankföreningen, Den svenska kreditmarknaden, 1995 och 1997.

Sveriges Riksbank, RIX - Riksbankens system för avveckling av betalningar, november 1997.

Sveriges Riksbank, Statistisk Årsbok 1997 och 1998.

Konkurrencestyrelsen, Danmark, 1998, Teknologiske ”first mover” monopoler i relation til Konkurrenceloven, PM för Rådsmöte 16/12/1998.

Meddelande om tillämpningen av EG:s konkurrensregler på gränsöverskridande girossystem (95/C 251/03).

Grönbok om vertikala begränsningar i EG:s konkurrenspolitik, KOM (96) 721 (slutlig).

Tidskrifter

Affärsvärlden nr. 9, 36 och 39 för 1998; nr. 9, 10 och 18 för 1999.

Dagens Industri den 7/8 och 30/9 för 1998; 29/1, 19/3/1999.

DN den 14/10/1997.

Nyhetsbrevet Fond & Bank nr. 8 för 1998.

Årsredovisningar

Postgirots årsredovisningar åren 1995–1997.

Årsredovisning SEB 1997, 1998.

Årsredovisning Nordbanken/MeritaNordbanken1996–1998.

Årsredovisning FöreningsSparbanken 1997, 1998.

Årsredovisning Svenska Handelsbanken 1998.

Årsredovisning Bankgirocentralen 1995–97.

Årsredovisning CEKAB 1997.

9 Appendix CRS¹⁸⁶

Flygbolagens datoriserade bokningssystem, s.k. CRS (Computer Reservation System, nedan något oegentligt benämnda CRS-system), uppvisar flera likheter med betalningssystemen på de finansiella marknaderna, varför en redogörelse för de legala förhållandena runt de förra kan vara befogad.

CRS-systemen började utvecklas av de amerikanska flygbolagen på 70-talet. En resebyrå som ansluter sig till systemet får tillgång till en dator som kan visa de anslutna flygbolagens tillgängliga platser och erbjudna priser på skärmen. Därtill kan reserveringar och biljettutgivning göras direkt mot CRS-systemet. Flygbolagen, å andra sidan, får tillgång till ett effektivt distributionssystem och en databas som visar hur efterfrågan utvecklar sig. Därigenom kan antalet erbjudna stolar i olika biljettklasser (prisklasser) för en enskild avgång snabbt anpassa sig till efterfrågesituationen, i syfte att maximera intäkten. I många CRS-system kan man också boka hotell, hyrbil, taxi, flygbuss m.m.

De dominerande systemen är *Sabre* (American Airlines) och *Covia* (f.d. *Apollo*, ägt av United Airlines och några europeiska flygbolag) i Amerika och *Amadeus* (Air France, Iberia, Lufthansa, SAS m. fl.) och *Galileo* (British Airways, KLM, Swissair och *Covia*) i Europa. År 1991 fördelade sig den europeiska marknaden enligt följande: Amadeus 50 %, Galileo/Covia 35 % och Sabre 9 %.

Kontroll över CRS-system har ansetts innebära stora fördelar. För resebyråer är det mycket effektivt att i samma program erhålla information om avgångstider, tillgängliga platser och priser och att kunna reservera platser och skriva ut biljetter. Kostnaden för att utveckla CRS-system är alltför stor för små flygbolag och resebyråerna kan vara obenägna att vilja använda flera system. Det har visat sig vara en stor fördel att få sina avgångar presenterade på den första skärmbild som kommer upp, vilket kan manipuleras till ägarföretagets fördel. Det eller de bolag som kontrollerar systemet kan dessutom övervaka konkurrenternas bokningsläge och prisstruktur.

¹⁸⁶ Detta avsnitt bygger på Atkins, s.181-201.

I ett fall, *London European – Sabena*, har kommissionen funnit att ett CRS-system utgör en nödvändig facilitet och att Sabenas vägran att upplåta systemet för en konkurrent utgjorde ett missbruk av dominerande ställning. Därmed kunde kommissionen fordra att det konkurrerande företaget skulle få tillträde på icke-diskriminerande villkor. Detta krävde att en dominerande ställning kunde konstateras. Utformningen av de *gemensamt* ägda systemen regleras däremot av ett gruppundantag, förordning 3652/93¹⁸⁷, som också den påbjuder tillträde på icke-diskriminerande villkor. Därtill kommer EG:s Uppförandekod ("Code of Conduct") för CRS-system, förordning 2299/89¹⁸⁸, vilken gäller för alla CRS-system, oavsett om dessa ägs av ett eller av flera företag och oavsett om systemet har en dominerande ställning på en marknad eller inte. Denna kan därmed på sätt och vis sägas vara en utvidgning av konkurrensrätten också till det fall där *en* icke-dominerande aktör äger ett CRS-system.

¹⁸⁷ Denna förordning gäller t.o.m. 30 juni 1998. Tidigare har förordning 2672/82, 83/91, 3618/92 och 1618/93 successivt reglerat gemensamt utvecklade och ägda CRS-system.

¹⁸⁸ Denna förordning är under omarbetning; se EGT C 267/67 3.9.97.

Konkurrensverkets rapportserie 1996-1999

Parallellimport – effekter av Silhouette-domen (1991:1)

Denna rapport, som gjorts på uppdrag av regeringen, beskriver effekterna av den s.k. Silhouette-domen. Domen innebär att en stor del av parallellimporten till Sverige inte längre är tillåten. I rapporten görs en kartläggning av vilken omfattning och inriktning svensk parallellimport har idag. I rapporten görs också en analys av vilka effekter domen kan väntas föra med sig för Sveriges del. En slutsats som dras i rapporten är att parallellimport i grunden är positiv för den svenska ekonomin och för de svenska konsumenterna. Svenska konsumenter framstår därför som förlorare på en begränsning av parallellimporten.

Konkurrenshinder för småföretag - en studie av klagomålsärenden (1998:2)

Denna rapport, som gjorts på uppdrag av regeringen, beskriver olika konkurrensbegränsningar som redovisas i klagomål som kommer in till Konkurrensverket. Det är främst småföretag som klagar till verket. Av rapporten framgår att konkurrenslagen kan vara ett effektivt medel för att komma till rätta med problemen men att det i vissa fall krävs särskilda regler som komplement till konkurrenslagstiftningen. I rapporten ges förslag som syftar till att få en väl fungerande konkurrens. Förslagen rör bl.a. avreglerade monopolmarknader, leveransvägran, offentlig upphandling och konkurrensproblem i möten mellan privata och offentliga aktörer.

Miljö, handel och konkurrens (1998:1)

Effektiv konkurrens mellan företagen och väl fungerande handel över gränserna är centrala inslag i marknadsekonomin. Även miljöpolitikens utformning påverkar marknadsekonomin att fungera. I rapporten beskrivs olika miljöreglers roll för att skapa effektiva marknader. Vidare diskuteras möjligheterna att förena de

olika målen effektiv konkurrens, väl fungerande handel och god miljö. Rapporten är ett resultat av ett samarbetsprojekt mellan Kommerskollegium, Konkurrensverket och NUTEK.

Småföretag - förslag för ökad tillväxt (1997:3)

Den statliga Småföretagsdelegationen har i ett upprop till departement och myndigheter önskat få förslag på regeländringar för att förbättra småföretagens villkor. I denna rapport ges ett 30-tal förslag som rör etableringsregler, skattesystem, offentlig stödgivning, offentlig upphandling samt konkurrens mellan offentliga och privata aktörer. Rapporten har utarbetats av Per-Arne Sundbom.

Särskilda konkurrensregler för jord- och skogsbruk (1997:2)

I denna rapport, som har gjorts av fil.dr. Mats Bergman på uppdrag av Konkurrensverket, analyseras motiv för att tillåta ett större mått av samverkan inom jord- och skogsbruket. I rapporten analyseras även två rättsfall: Södra Skogsägarnas och Sydveds samarbete om försäljningspriser på virke resp. inköp av skogsråvara.

Gruppundantag för kedjor i detaljhandeln (1997:1)

Nils Wahl, docent i europeisk integrationsrätt, har på uppdrag av Konkurrensverket analyserat det svenska gruppundantaget för kedjor i detaljhandeln. Därvid analyseras undantaget i förhållande till EG-rätten och den svenska konkurrenslagen.

Byggsektorn - spelregler för ökad konkurrens (1996:5)

Byggkostnaderna har under en längre tid ökat betydligt mer än den allmänna prisnivån. Byggsektorn tar därmed allt mer av samhällets resurser. I rapporten behandlas vad detta beror på och vad statsmakterna kan göra för att resursanvändningen i bygg- och bostadssektorn skall bli effektivare och att kostnaderna för boendet skall minska. Rapporten är ett resultat av ett samarbetsprojekt mellan Kommerskollegium, Konkurrensverket och NUTEK.

Konkurrens på avreglerade marknader (1996:4)

I denna rapport sammanfattas Konkurrensverkets erfarenheter av avregleringarna inom el, flyg, järnvägstrafik, taxi, post och tele. Av rapporten framgår att avregleringarna allmänt sett varit framgångsrika. Det finns dock konkurrensproblem på flera marknader. I rapporten ges förslag för att öka konkurrensen till nytta för konsumenterna. Rapporten har utarbetats av Johan Hansing, Mikael Ingemarsson och Anders Linnhag. Rapporten finns även i en förkortad version på engelska.

Fungerar elmarknaden? (1996:3)

Elmarknaden omreglerades den 1 januari 1996 i syfte att införa konkurrens vid produktion och försäljning av el. Av rapporten, som Konkurrensverket gjort på uppdrag av regeringen, framgår att det följt ett flertal positiva effekter av omregleringen. I rapporten pekas dock på att det krävs vissa åtgärder för att till fullo uppnå syftet med reformen, bl.a. att kravet att köpa en ny och dyr elmätare vid byte av elleverantör slopas. Rapporten, som även finns i en förkortad version på engelska, har utarbetats av Per-Arne Sundbom.

Långväga buss - förutsättningar för konkurrens (1996:2)

Om ett företag vill starta långväga busslinjetrafik prövar Vägverket om trafiken kan skada etablerad järnvägstrafik. Av rapporten framgår att etableringskontrollen inte kan försvaras på samhällsekonomiska grunder och bör slopas. Rapporten har utarbetats av Olof Pontusson och Claes Svensson.

Avreglering av inrikesflyget (1996:1)

Fil.dr. Mats Bergman har på uppdrag av Konkurrensverket utvärderat avregleringen av inrikesflyget i Sverige. Av rapporten framgår att det blivit en successivt ökad priskonkurrens och att trafiken allt bättre svarar mot resenärernas efterfrågan. I rapporten ges förslag för att få en effektiv konkurrens mellan flygbolagen.