



# Sverige – en del av EU:s inre marknad

Varför kvarstår prisskillnader?

Sverige - en del av EU:s inre marknad  
Varför kvarstår prisskillnader?

Kommerskollegium rapport 2000:1  
Konkurrensverkets rapportserie 2000:3  
NUTEK, Info. 051-2000

Kommerskollegium, Konkurrensverket och NUTEK  
november 2000  
Utredare: Edda Eiriksdottir, Björn Falkenhall (projektledare),  
Tomas Lindell och Rune Odlander  
ISSN 1401-8438  
AWJ Kunskapsföretaget AB, Nyköping 2000

# Förord

Kommerskollegium, Konkurrensverket och Närings- och teknikutvecklingsverket (NUTEK) har i ett gemensamt projekt analyserat effekterna på strukturomvandling och prisnivå av Sveriges deltagande i den inre marknaden. Detta är den tredje gemensamma studien på samma grundtema – spelreglernas betydelse för marknadens effektivitet och dynamik.

Den inre marknaden förväntas medföra en omfördelning inom branscherna där mindre effektiva företag och anläggningar ersätts av mer konkurrenskraftiga. En förutsättning för att ett ökat utnyttjande av stordriftsfördelar skall resultera i lägre priser är att konkurrensen inte begränsas. Den inre marknaden förväntas i så fall medföra att prisskillnaderna mellan medlemsländerna försvinner eller åtminstone att priserna på likartade varor närmar sig varandra. Graden av priskonvergens kan förväntas variera mellan olika produkt- och tjänstemarknader.

Det finns ett flertal faktorer som kan förklara skillnader i prisnivåer mellan länder och varför den inre marknaden inte lett till den förväntade utjämningen av prisskillnader inom EU. Frånvaron av marknadsintegration och priskonvergens kan bl.a. bero på rådande näringslivsstruktur och bristande konkurrens som i sin tur kan bero på inträdesbarriärer och handelshinder. I rapporten analyseras dessa faktorer. Tyngdpunkten har lagts på områden där den inre marknaden förefaller fungera sämst. Analysen utmynnar i förslag till åtgärder som kan bidra till att handels- och konkurrenshinder på dessa områden minskar.

Projektet har genomförts av Björn Falkenhall, NUTEK (projektledare), Edda Eiriksdottir, NUTEK, Tomas Lindell, Kommerskollegium och Rune Odlander, Konkurrensverket. Projektets referensgrupp har bestått av Elin Landell, NUTEK, Christina Nordin, Kommerskollegium, Peter Delden, Konkurrensverket, Cecilia Westström, SCB samt Lars Jagrén och Göran Norén, Industriförbundet.

Stockholm i november 2000

Sune Halvarsson	Peter Kleen	Ann-Christin Nykvist
Generaldirektör	Generaldirektör	Generaldirektör
NUTEK	Kommerskollegium	Konkurrensverket

# Innehållsförteckning

<b>Sammanfattning</b>	<b>7</b>
<b>Summary</b>	<b>12</b>
<b>1 Inledning</b>	<b>18</b>
1.1 Bakgrund	18
1.2 Syfte	20
1.3 Metod	20
1.4 Disposition	21
<b>2 Ökad handel och tillväxt med den inre marknaden</b>	<b>22</b>
2.1 Handelsteori	22
2.2 De förväntade effekterna av EU:s inre marknad	24
2.3 Harmonisering och ömsesidigt erkännande	26
2.4 Sammanfattning	28
<b>3 Inre marknadens effekter på storleksfördelningen i industrin</b>	<b>29</b>
3.1 Stordriftsfördelar driver på omvandlingen	29
3.2 Modell	30
3.3 Inre marknaden har påverkat storleksfördelningen	33
3.4 Krisen har också påverkat storleksfördelningen	35
3.5 Effekten koncentrerad till hemmamarknadsberoende branscher	36
3.6 Slutsatser	40
<b>4 Prisnivån i Sverige</b>	<b>41</b>
4.1 Sverige - ett dyrt land?	41
4.2 Prisnivån för huvudgrupper	47
4.3 Den relativa prisnivån sjunker	50
4.4 Vilka produktgrupper är dyrare i Sverige?	52
4.5 Sammanfattning	56
<b>5 Analys av fyra produktområden</b>	<b>58</b>
5.1 Ris och pasta	59
5.1.1 Marknads- och konkurrensförhållanden	59

5.1.2	Regelverk och handelshinder	64
5.1.3	Sammanfattning	66
5.2	Icke-alkoholhaltiga drycker	66
5.2.1	Marknads- och konkurrensförhållanden	67
5.2.2	Regelverk och handelshinder	72
5.2.3	Sammanfattning	76
5.3	Kemisk-tekniska hushållsprodukter	76
5.3.1	Marknads- och konkurrensförhållanden	77
5.3.2	Regelverk och handelshinder	79
5.3.3	Sammanfattning	85
5.4	Byggmaterial	86
5.4.1	Höga priser på byggmaterial	86
5.4.2	Marknads- och konkurrensförhållanden	89
5.4.3	Regelverk och handelshinder	90
5.4.4	Sammanfattning	93
<b>6</b>	<b>Slutsatser och förslag</b>	<b>94</b>
6.1	Den inre marknaden är en realitet på många områden	94
6.2	Generella åtgärder	95
6.2.1	Förbättra förutsättningarna för strukturomvandling	95
6.2.2	Lågt omvandlingstryck i den icke-konkurrensutsatta sektorn	97
6.2.3	EMU-anslutning	98
6.3	Överväganden grundade på fallstudier	99
6.3.1	Gemensamma drag för de analyserade marknaderna	100
6.3.2	Parallellimporten drabbas hårdare	100
6.3.3	Märknings- och registreringskrav försvårar import	101
6.3.4	Bristande harmonisering för byggmaterial	104
6.3.5	Segmenterade marknader förhindrar prisutjämning på läsk och vatten	107
<b>Bilaga 1</b>		<b>109</b>
	Skattningsmetoder	109

<b>Bilaga 2</b>	<b>112</b>
Skattningsresultat	112
<b>Bilaga 3</b>	<b>113</b>
Förteckning över basgrupper	113
<b>Referenser</b>	<b>115</b>

## Sammanfattning

Målet för den inre marknaden är att uppnå en högre levnadsstandard i medlemsländerna genom ökad tillväxt och sysselsättning. Den inre marknaden förväntas medföra ett bättre utnyttjande av stordriftsfördelar, en minskning av företagens vinstmarginaler, en ökad specialisering av handeln och en ökad innovationstakt. Prisskillnaderna mellan medlemsländerna kommer då att minska eller försvinna. Det förutsätter att handelshinder avskaffas och att medlemsländernas regler harmoniseras. En förutsättning är också att konkurrensen inte begränsas. För konsumenternas del bör Sveriges medlemskap i den inre marknaden resultera i lägre priser. Varje procentenhet som priserna kan pressas är av stor betydelse för hushållens ekonomi.

### Den inre marknaden har förverkligats på många områden

Bilden av prisnivån för de varu- och tjänsteområden som ingår i den privata konsumtionen är splittrad. Den totala prisnivån i Sverige är fortfarande i genomsnitt 21 procent högre än den genomsnittliga prisnivån inom EU. En markant högre prisnivå gäller främst för områdena drycker och tobak, bostad och energi, hälso- och sjukvård samt diverse varor och tjänster, t.ex. restaurang och hotell. På många andra områden som exempelvis vissa livsmedel, kläder och skor samt möbler och hushållsartiklar är priserna inte lika höga. Detta gäller särskilt om hänsyn tas till den högre svenska medelomsen.

Sveriges inträde i den inre marknaden har således i varierande omfattning haft gynnsamma effekter på den svenska prisnivån. De svenska priserna har närmast sig de genomsnittliga priserna inom EU på många områden, vilket är positivt, men totalt sett ligger den genomsnittliga svenska prisnivån fortfarande avsevärt över genomsnittet för EU.

### Strukturomvandling

Utredningens resultat tyder på att deltagandet i den inre marknaden har påverkat strukturen i de tidigare relativt skyddade eller



hemmamarknadsberoende industribranscherna. I dessa branscher tillverkas huvudsakligen konsumtionsvaror eller varor avsedda för slutförbrukare, t.ex. livsmedel, kläder och skor samt möbler och hushållsartiklar. Däremot tycks medlemskapet inte ha påverkat den del av tillverkningsindustrin som av tradition varit mer exportberoende och utsatt för internationell konkurrens. Resultatet tyder på att konkurrenssituationen för företagen i dessa branscher inte påtagligt har förändrats genom att Sverige blev en del av EU:s inre marknad.

I de tidigare hemmamarknadsberoende branscherna har antalet anläggningar minskat. Antagligen är det främst mindre anläggningar som försvunnit, vilket medfört att anläggningarnas genomsnittliga storlek ökat. Detta har troligen lett till kostnadsminskningar genom ett ökat utnyttjande av stordriftsfördelar, vilket borde medföra ökad produktivitet och möjligheter till sänkta producent- och konsumentpriser. Prisnivåindex, som visar hur de svenska priserna förhåller sig till EU:s priser, har också sjunkit något mer för livsmedel, kläder och skor samt möbler och hushållsartiklar jämfört med prisnivåindex för hela den privata konsumtionen, och prisnivån har konvergerat mot EU-genomsnittet.

Till de områden där den svenska prisnivån alltså är markant högre än EU-genomsnittet hör drycker och tobak, bostäder, hälso- och sjukvård samt diverse varor och tjänster. Eftersom boendet svarar för en tredjedel av den privata konsumtionen, har bostadskostnaderna stor betydelse för den totala prisnivån. Det ligger dock utanför syftet med denna undersökning att närmare studera dessa områden. Den inre marknaden kan här inte antas få några större effekter, främst beroende på stora offentliga subventioner, regleringar och höga direkta och indirekta skatter. Vissa tjänster tillhandahålls dessutom på lokala marknader.

## Fallstudier

Av de produktområden som har en särskilt hög relativ prisnivå har i denna studie fyra valts ut för en närmare analys: pasta och ris, icke-alkoholhaltiga drycker (läsk och vatten), kemisk-tekniska hushållsprodukter (tvättmedel, diskmedel och rengöringsmedel) och hygienartiklar samt byggmaterial. Priserna för dessa produktgrupper låg 1998 i genomsnitt 30 - 40 procent över EU-genomsnittet. För byggmaterial och vissa andra produkter var

skillnaden ännu större. Rengöringsmedel var 90 procent dyrare i Sverige.

Det är fråga om fallstudier och resultaten kan inte läggas till grund för vidare generaliseringar när det gäller problem och åtgärder inom andra produktområden. Avgränsningen innebär inte att andra produktområden är ointressanta när det gäller att finna orsaker till den höga svenska prisnivån.

En del av de av SCB redovisade prisskillnaderna för *pasta och ris* beror på att en förhållandevis stor del av konsumtionen i Sverige utgörs av amerikanskt ris, som ofta är dyrare än ris av europeiskt ursprung. En annan förklaring kan vara bristande konkurrens som påverkar priset uppåt. På både ris- och pastamarknaden har de ledande företagen starka varumärken och höga marknadsandelar.

Den svenska marknaden för *icke alkoholhaltiga drycker* domineras av fyra företag som tillsammans har en marknadsandel om ca 90 procent. Importkonkurrensen är svag, vilket delvis kan förklaras av svårigheter för importörerna att få tillträde till de inhemska distributionsnäten samt märkningskrav och förekomsten av retursystem. Det helt dominerande retursystemet för PET-flaskor för återvinning har handelshindrande effekter. Svenska bryggerier har stort inflytande över detta system och över retursystemet för aluminiumburkar. Med fåtalsdominans och liten import finns en risk för att konkurrensen begränsas. Detta är en bidragande orsak till den relativt höga prisnivån i Sverige.

Höga marknadsandelar och sällsynt starka varumärken kännetecknar marknaden för *kemisk-tekniska hushållsprodukter och hygienartiklar*. De flesta produktmarknaderna kontrolleras av ett fåtal företag. Det finns därför risk för att konkurrensen begränsas och att priserna hålls uppe. Det svenska produktregistret för kemisk-tekniska produkter och den svenska miljömärkningen har handelshindrande effekter, bland annat försvåras konkurrens genom parallellimport, dvs. import vid sidan av de ordinarie distributionsleden. Importören är beroende av tillverkaren när det gäller de uppgifter som krävs för ansökan och registrering.

Inom detaljhandeln med *byggmaterial* har utländska aktörer etablerat sig, vilket skärpt konkurrensen i distributionsledet. Importandelarna för byggmaterial är däremot fortfarande låga samtidigt som företagskoncentrationen är hög inom byggmaterialindustrin. Det

konkurrenstryck som en ökad import skulle innebära försvåras av nationella särregler och frivilliga typgodkännanden på byggprodukter. Harmoniseringsprocessen inom EU, som sker via EG:s byggproduktdirektiv, går också mycket långsamt.

## Slutsatser

Prisnivån i Sverige har generellt sjunkit under senare delen av 90-talet jämfört med EU, vilket till en del kan tillskrivas det faktum att Sverige blivit en del av den inre marknaden. Sveriges deltagande i EMU och införandet av en enhetlig valuta skulle påskynda denna utveckling. Strukturella förändringar inom den svenska tillverkningsindustrin och inom handeln har av allt att döma haft en viss betydelse. Det är därför angeläget att den pågående strukturomvandlingen inom detaljhandeln inte hindras. Plan- och bygglagen behöver ändras så att kommuner vid fastställande av detaljplan inte kan förhindra etablering av anläggningar för t.ex. livsmedelsförsäljning i vissa områden.

De produktområden som studerats närmare i fallstudierna kännetecknas av hög företagskoncentration och i vissa fall starka varumärken eller svag importkonkurrens. En gemensam nämnare för nästan samtliga identifierade handelshinder är att de uppstått när man tillgodosett viktiga informations- och skyddsintressen. Det bör dock vara möjligt att finna lösningar som tillgodoser både dessa intressen och intresset av frihandel och ökad konkurrens.

Miljömärkningen i Sverige har gett stora miljövinster men kan också utgöra ett handelshinder. Sverige bör därför aktivt stödja initiativ som, med bibehållande av höga miljökrav, syftar till att minska de handelshindrande effekterna av miljömärkningen.

Kemikalieinspektionens produktregister för kemisk-tekniska hushållsprodukter underlättar kontrollen av farliga kemikalier men försvårar också parallellimport. Sverige bör verka för att motsvarande procedurer för registrering, som finns för hygienartiklar, införs även för kemisk-tekniska hushållsprodukter såsom rengöringsmedel och tvättmedel. Det skulle innebära att det åligger den som först för ut produkten på gemenskapsmarknaden att tillhandahålla all nödvändig information. En utredning bör göras i syfte att analysera produktregistrets förhållande till artikel 28 i EG-fördraget.

Kraven på återvinningsgrad i retursystemen för aluminiumburkar och PET-flaskor bör kompletteras med krav som värnar konkurrens och den fria varurörligheten. Av EG:s förpackningsdirektiv framgår att de nationella systemen för återvinning skall vara öppna och icke-diskriminerande samt vara så utformade att handelshinder och snedvridning av konkurrensen undviks. Detta bör även framgå av de olika reglerna för de svenska retursystemen. En ändring bör därför införas, som villkorar godkännandet av retursystem med att handelshinder i största möjliga mån skall undvikas och att de skall vara öppna för kontroll.

EG:s byggproduktdirektiv förutsätter att det finns harmoniserade standarder på byggmaterialområdet med tekniska detaljkrav. För flertalet produkter saknas dock nödvändiga tekniska specifikationer. Till följd av byggproduktdirektivet betraktas byggområdet som harmoniserat och därmed tillämpas inte den s.k. principen om ömsesidigt erkännande av likvärdiga regler medlemsstater emellan. Av regeringens proposition Konkurrenspolitik för förnyelse och mångfald framgår att regeringen i EU aktivt kommer att verka för att byggproduktdirektivet utvecklas på ett sätt som leder till att en inre marknad för byggmaterial snabbt kommer till stånd.

För att uppnå detta mål bör Sverige vara drivande i arbetet med att ta fram standarder så att byggproduktdirektivet kan fungera som avsett. I avvaktan på detta bör alternativa lösningar sökas. En väg kan vara att införa en ändring i direktivet som innebär att principen om ömsesidigt erkännande skall tillämpas för produkter för vilka det saknas standarder. Särintressenas direkta inflytande över harmoniseringsprocessen för byggmaterial måste uppmärksammas och begränsas eller kontrolleras. Förslag som motiveras med miljöhänsyn eller säkerhetsaspekter bör uppmärksammas och konsekvenserna för handel och konkurrens analyseras. Det är viktigt att djupare analysera orsakerna till pris- och kostnadsskillnaderna på byggmaterial mellan Sverige och EU. En utredning bör därför göras för att identifiera skillnader i de olika nationella marknadernas funktionssätt och spelregler på byggmaterialområdet.

## Summary

The goal of the Single Market is to achieve a higher standard of living for people in the Member States through increased growth and employment. The Single Market is expected to result in a greater utilization of scale benefits, a reduction in company profit margins, greater specialization in trade and a higher rate of innovation. Price differentials between Member States will thereby be reduced or eliminated. Such a development presupposes the elimination of trade barriers and the harmonization of rules in the Member States. It also assumes the absence of any competitive restraints. As to Swedish consumers, membership of the Single Market should result in lower prices. For every percentage point that prices are forced down, household budgets stand to gain considerably.

### The Single Market has been consummated in many areas

The price situation in Sweden with regard to goods and services relating to private consumption is an ambivalent one. The country's average price level is still 21 per cent higher than average price levels in the EU. Price levels are significantly higher in such areas as beverages and tobacco, housing and energy and health and medical care, as well as for miscellaneous goods and services, including the hotel and catering trade. In many other areas such as certain foodstuffs, clothing and footwear and furniture and household goods, prices are not as high, particularly when the higher average level of Swedish value added tax is taken into account.

Sweden's entry into the Single Market has thus affected Swedish price levels favourably to a greater or lesser degree. Swedish and EU prices have converged in many areas, which is a welcome development, but taken as a whole the average Swedish price level is still considerably higher than the EU average.

## Restructuring

The findings in the report suggest that participation in the Single Market has affected the structure of Swedish industrial sectors that used to be relatively protected or dependent on the domestic market. These branches mainly produce consumer goods or goods intended for the end-user, such as foodstuffs, clothing and footwear and furniture and household goods. Membership does not, however, appear to have affected that part of the manufacturing industry that has traditionally been more export-oriented and exposed to international competition. Results suggest that the competitive situation for companies in these sectors has not been altered in any significant way due to Sweden becoming part of the EU's inner market.

In sectors previously dependent on the domestic market, the number of plants has declined. This is probably true of smaller plants in particular, which means that the average size of plants in Sweden has increased. This in turn has probably led to a decline in costs as a result of industry taking greater advantage of scale benefits, which should in turn lead to greater productivity and the possibility of cuts in producer and consumer prices. The price level index showing Swedish prices in relation to EU prices has fallen slightly more for foodstuffs, clothing and footwear and furniture and household goods compared with the index for private consumption as a whole, and price levels have converged towards the EU average.

The areas in which the Swedish general price level is still significantly higher than the EU average include beverages and tobacco, housing, health and medical care and miscellaneous goods and services. As housing accounts for a third of private consumption, housing costs have a considerable impact on the total price level. A closer study of these sectors, however, does not come within the realm of the present study. The Single Market cannot be expected to have more than a marginal effect on price levels in this sphere, mainly due to the presence of large-scale public subsidies, regulation and a high level of both direct and indirect taxation. Moreover, some services are supplied in local markets.

## Case studies

Of the various product categories with particularly high relative price levels, four have been selected for closer analysis in the present study: pasta and rice, non-alcoholic beverages (soft drinks and water), chemo-technical household products (washing powders and liquids, dishwashing compounds, detergents) and toiletries, and construction materials. In 1998, prices in these product categories were on average 30 - 40 per cent higher than the EU average. For construction materials and certain other products, the price differentials were even greater. Detergents were 90 per cent more expensive in Sweden. These are all case studies and the results cannot be used as a basis for broader generalizations with respect to problems and measures in other product categories. This does not mean that other product categories are of no interest when it comes to determining why Swedish price levels are so high.

Some of the price differentials noted by Statistics Sweden (SCB) for *pasta and rice* are partly due to the fact that a comparatively large share of consumption in Sweden concerns US rice, which often is more expensive than rice of European origin. Another explanation may be lack of competition and the upward price trend this engenders. In both the pasta and rice markets, the leading companies have well-established brand names and extensive market shares.

The Swedish market for *non-alcoholic beverages* is dominated by four companies which together have a market share of around 90 per cent. Import competition is weak, which can partially be explained by the difficulties importers encounter when trying to gain access to domestic distribution networks, by labelling requirements and by the presence of deposit refund systems. The total dominance of the refund system for PET refillable bottles is restricting trade. Swedish breweries exert considerable influence as regards both this system and the deposit refund system for aluminium cans. Domination by the few and a low import level may result in competitive constraints. This is one of the contributory causes of the relatively high price level currently found in Sweden.

The markets for *chemo-technical household products and toiletries* is characterized by large market shares and extremely strong brand

names. Most product markets are controlled by a handful of companies. There is a danger, therefore, of competition being restricted and prices being kept up. The Swedish product registry for chemo-technical products and Swedish ecolabelling requirements are having constraining effects, for instance in hampering parallel imports, i.e. imports outside the normal distribution channels. Importers are dependent on manufacturers for the information they need for application and registration.

In the retail trade in *construction materials*, foreign players have established themselves in the Swedish market, which has led to sharper competition at the distribution stage. The share of construction material imports, however, remains low while concentration in this sector is high. The competitive pressure that a higher level of imports would engender is being checked by special national rules and the voluntary type approval of construction products. Harmonization of this area in the EU, which develops via the EU Construction Products Directive, is proceeding very slowly.

## Conclusions

The general price level in Sweden has dropped closer to the EU level in the 1990s, which is partially attributable to the fact that Sweden has become a part of the Single Market. Swedish participation in the EMU and the introduction of a single currency would hasten this development. Structural changes in Swedish manufacturing and commerce appear to have had some impact. It is important, therefore, to sustain the structural transformation of the retail sector currently in progress. Changes in the Planning and Building Act are required so that local authorities are no longer able to prevent the establishment of food retail premises, etc, in certain areas when drawing up their local development plans.

The product categories analysed more closely in the case studies are characterized by a high level of concentration and in some cases strong brand names or little competition from imports. A common feature of virtually all the trade barriers identified in the studies is that they have arisen when important informational and protective requirements have been met. It should, however, be possible to find solutions that take into account both these interests and the interests of free trade and greater competition.



Swedish ecolabelling practices have led to major environmental gains but can also act as a barrier to trade. Consequently, Sweden should actively support initiatives aimed at reducing the constraining effects of ecolabelling on trade without lowering environmental protection standards.

The National Chemicals Inspectorate's product registry for chemo-technical products facilitates the monitoring of hazardous chemicals but also hampers parallel imports. Sweden should press for the introduction of a registration procedure for chemo-technical products like detergents similar to the procedure for toiletries. This would require the party that introduces the product into the Single Market to furnish all the necessary information. An inquiry should be set up to analyse how the product registry relates to Article 28 of the EC Treaty.

The requirements concerning recovery levels in the deposit refund systems for aluminium cans and PET bottles should be supplemented by requirements that safeguard competition and the free movement of goods. The EC Packaging Directive states that national recycling systems must be open and non-discriminatory and be designed in such a way as to preclude trade barriers and distorted competition. This should also be stated in the various regulations that govern the Swedish deposit refund systems. These should be altered so that approval of deposit refund systems becomes conditional on the avoidance of trade barriers as far as possible and on the systems being open for outside control.

The EU Construction Products Directive assumes the presence of harmonized standards in the construction materials field with detailed technical requirements. In the case of most products, however, the requisite technical specifications are lacking. As a result of the Construction Products Directive, the construction sector is considered harmonized, which means that what is termed the principle of mutual recognition of equivalent rules between Member States is not applied. The Swedish Government bill, 'A Competitive Policy for Innovation and Diversity' states that Sweden will work actively in the EU for revision of the Construction Products Directive with a view to the rapid development of an internal market for construction materials.

To achieve this goal, Sweden should pioneer efforts to develop standards so that the Construction Products Directive can function

as intended. One option is the insertion of a directive amendment requiring the principle of mutual recognition to be applied in the case of products lacking standards. The direct influence that special interests exert on the harmonization process must be addressed and be either curtailed or controlled. Proposals based on environmental considerations or security aspects should also be addressed and their consequences for trade and competition analysed. The reasons for the price and cost differentials between Sweden and EU in the case of construction materials must be examined more closely. An inquiry should therefore be set up for the purpose of identifying the differences in the way the various national markets work and in the rules governing the construction materials sector.

# 1 Inledning

## 1.1 Bakgrund

Det svenska näringslivet har blivit alltmer koncentrerat under de senaste årtiondena samtidigt som internationaliseringen har ökat.<sup>1</sup> Den tilltagande företagskoncentrationen uppfattas ofta som ett tecken på bristfällig konkurrens. I vilken grad brist på inhemsk konkurrens leder till välfärdsförluster beror emellertid bland annat på den faktiska och potentiella importkonkurrensen. Konkurrensutsatta marknader bidrar till effektivare resursanvändning och därmed till ökad samhällsekonomisk lönsamhet. Väl fungerande handel och konkurrens är av avgörande betydelse för en dynamisk utveckling som driver på strukturomvandlingen och tillväxten i ekonomin. EU:s inre marknad<sup>2</sup> ger förutsättningar för en friare rörlighet för varor och andra produktionsfaktorer och enhetliga spelregler för handeln inom EU, vilket i förlängningen leder till en förbättrad konkurrens på den svenska marknaden.

Det övergripande målet med införandet av den inre marknaden är att uppnå en högre levnadsstandard genom långsiktigt ökad produktion, sysselsättning och ekonomisk tillväxt. En gemensam marknad utan handelshinder och med fri rörlighet för produktionsfaktorerna bidrar dessutom till effektivare resursallokering genom att produktionen styrs mot den mest effektiva tillverkaren. Dessa makroekonomiska effekter är konsekvensen av en rad förväntade effekter av införandet av den inre marknaden på det mikroekonomiska planet.

Enligt teorin om komparativa fördelar grundar sig handelsutbyte mellan länder på skillnader i relativa produktionskostnader mellan länderna. Sådana skillnader kan bero på olikheter i ländernas produktionsteknologi eller faktortillgångar. En stor del av världshandeln sker dock mellan länder med likartad produktionsteknologi och faktortillgång, s.k. inombranschhandel. Enligt nyare handels-teorier förklaras denna handel med stordriftsfördelar och produkt-

---

<sup>1</sup> Konkurrensverket, Konkurrensen i Sverige under 90-talet, 2000

<sup>2</sup> Den inre marknaden omfattar EU:s 15 medlemsländer samt – enligt reglerna i EES-avtalet – Norge, Island och Liechtenstein.

differentiering.<sup>3</sup> Oavsett teori är slutsatsen densamma, frihandel är alltid att föredra framför begränsning av handeln eftersom frihandel leder till den högsta globala levnadsstandarden.

En av de förväntade effekterna av medlemskapet i EU är att Sveriges handel med EU-länderna ökar relativt handeln med andra länder. Eftersom större delen av denna handel har karaktären av inombranschhandel förväntas medlemskapet medföra ett ökat utnyttjande av stordriftsfördelar inom branscher. De inhemska företagen kommer bara att producera en del av de varianter som efterfrågas medan resten importeras. Fler företag får då möjlighet att uppnå effektiv anläggningsstorlek och därmed ökad produktivitet. Dessa effekter förväntas dock slå igenom på längre sikt.

Den inre marknaden kan också förväntas medföra en ökad koncentration av anläggningar och företag. Den inhemska marknaden får alltså färre konkurrerande företag. Kännetecknande för oligopol eller fåtalsdominans är att det råder ett ömsesidigt beroende mellan företagen, vilket de tar hänsyn till i sina beslut. I vissa fall kan företagen ändå konkurrera intensivt, men de kan också välja att begränsa konkurrensen genom olika överenskommelser, uttalade eller outtalade, och därmed få större vinster. Konkurrensen kan vidare försvagas genom att produktdifferentieringen inom branscherna ger företagen större marknadsmakt och således större möjligheter att bestämma sina priser utan hänsyn till konkurrenterna.

En förutsättning för att ett ökat utnyttjande av stordriftsfördelar skall resultera i lägre priser är att konkurrensen inte begränsas. Den inre marknaden förväntas i så fall medföra att prisskillnaderna mellan medlemsländerna försvinner eller åtminstone att priserna på samma eller liknande varor närmar sig varandra. Graden av priskonvergens kan förväntas variera mellan olika produkt- och tjänstemarknader. För Sverige, som sedan länge har haft en relativt hög prisnivå jämfört med EU-genomsnittet, kan detta ge möjligheter till en lägre relativ prisökningstakt under den tid som anpassningen äger rum.

---

<sup>3</sup> Helpman, E. och Krugman, P. R., Market Structure and Foreign Trade, 1985

## 1.2 Syfte

Utredningens övergripande syfte är att analysera de marknader och sektorer i Sverige där den inre marknadens förväntade effekter ännu inte fått fullt genomslag. Det finns ett flertal faktorer som kan förklara skillnader i prisnivåer mellan länder och varför den inre marknaden inte lett till den förväntade utjämningen av prisskillnader inom EU. Dessa kan indelas i strukturella, beteendemässiga och institutionella faktorer. Syftet är att identifiera dessa faktorer samt lämna förslag på åtgärder som kan bidra till att undanröja kvarvarande hinder på dessa områden.

## 1.3 Metod

Den inre marknaden förväntas medföra en omfördelning inom branscherna där mindre effektiva företag och anläggningar ersätts av mer konkurrenskraftiga. Regressionsanalys används för att analysera i vilken utsträckning den inre marknaden har påverkat strukturomvandlingen. Påverkan på anläggningsstrukturen undersöks genom att den relativa förändringen i antalet arbetsställen studeras. Variationen i denna strukturvariabel förklaras med hjälp av den relativa förändringen i branschens tillväxt, graden av importkonkurrens och deltagandet i den inre marknaden.

Den inre marknadens påverkan på strukturomvandlingen i svensk industri analyseras för att ge övergripande information om förändringar i branschstrukturen, vilket i sin tur påverkar förutsättningarna för priskonvergens. Detta görs på en relativt detaljerad branschnivå. Ambitionen har varit att inkludera så många branscher som möjligt i analysen och inte begränsa urvalet inledningsvis. De olika branscherna analyseras i form av lämpliga aggregat som kan sägas utgöra sammanhållna branscher, vilka i viss omfattning sammanfaller med eller har kopplingar till de varugrupper som ingår i den privata konsumtionen. Analysen avgränsas till tillverkningsindustrins verksamhet i Sverige.

Analysen av effekterna på strukturomvandlingen och en undersökning från Statistiska centralbyrån (SCB), Konsumentprisnivåer i Sverige jämfört med övriga medlemsstater i EU (1999), utgör underlag för en analys av varför skillnader i prisnivåindex mellan Sverige och övriga EU-länder fortfarande kvarstår. En deskriptiv metod används vid denna analys. Underlaget indikerar att de förväntade effekterna av den inre marknaden uteblivit för vissa

varugrupper/branscher. Utifrån detta resultat analyseras sedan orsakerna till varför den inre marknaden inte fått fullt genomslag inom dessa områden. Det finns ett flertal faktorer som kan förklara bestående skillnader i prisnivå mellan länder och varför den inre marknaden inte fungerar på vissa områden. Frånvaron av marknadsintegration och priskonvergens kan bl.a. bero på rådande näringslivsstruktur och bristande konkurrens som i sin tur kan bero på inträdesbarriärer och handelshinder.

#### 1.4 Disposition

Rapporten inleds med en översiktlig genomgång av den klassiska handelsteorin om komparativa fördelar samt den nyare handelsteorin som även tar hänsyn till inslag av stordriftsfördelar och produkt-differentiering (kapitel 2). Vidare diskuteras de förväntade effekterna av den inre marknaden. I det tredje kapitlet analyseras i vilken mån svenska företag som följd av införandet av den inre marknaden har kunnat tillgodogöra sig tidigare outnyttjade stordriftsfördelar. Enligt SCB:s rapport varierar den svenska prisnivån i förhållande till EU kraftigt mellan olika varugrupper. I det fjärde kapitlet analyseras översiktligt vilka bakomliggande faktorer som påverkar den relativa prisnivån i Sverige. I kapitel 5 görs ett antal fallstudier som innebär fördjupade analyser av marknader och varugrupper där de förväntade effekterna av den inre marknaden har uteblivit. I kapitel 6 ges sammanfattande slutsatser och förslag på åtgärder.

## 2 Ökad handel och tillväxt med den inre marknaden

### 2.1 Handelsteori<sup>4</sup>

Den klassiska handelsteorin utgår från teorin om komparativa fördelar. Enligt denna teori tjänar länder på att handla med varandra på grund av relativa skillnader i kostnader för produktion av olika varor. Sådana skillnader kan bero på olikheter i ländernas tillgång till produktionsteknologi och produktionsfaktorer som arbetskraft och kapital.

Teorin om komparativa fördelar formulerades redan på 1800-talet av David Ricardo. Enligt Ricardo kan man förklara det internationella handelsmönstret med skillnader i teknologi och därav följande skillnader i produktivitet och tillverkningskostnader. Antag att det finns två länder (Sverige och Spanien), två produkter (bord och cyklar) samt en produktionsfaktor (arbete). I Sverige behövs det en timmes arbete för att producera ett bord och två timmars arbete för att producera en cykel. I Spanien behövs det två timmars arbete för att producera ett bord och sex timmars arbete för att producera en cykel. Sverige har således högre produktivitet i produktionen av båda varorna. Sverige är dubbelt så effektivt som Spanien på att producera bord och tre gånger så effektivt som Spanien vid produktion av cyklar. Sverige har därför en komparativ fördel för produktion av cyklar medan Spanien har en komparativ fördel för produktion av bord. Om de båda länderna väljer att tillverka den produkt de är relativt sett mest effektiva att producera och handlar med varandra kommer den samhällsekonomiska nyttan att öka. Det vill säga den totala produktionen av cyklar och bord kan ökas trots att antalet timmar är oförändrade.

En viktig slutsats som kan dras av denna teori är att det inte krävs att ett land i absoluta termer är en effektivare producent av en produkt för att handel skall löna sig, utan det räcker med att landet har

---

<sup>4</sup> För en mer utförlig diskussion se SOU 1997:156 s. 43 ff samt Lundberg, L., Internationell handel och industristruktur, 1995.

en komparativ fördel. Handel är lönsam även för länder med mycket låg produktivitet.

Teorin om komparativa fördelar har utvecklats vidare av Heckscher och Ohlin (HO-teorin). Det är inte skillnader i teknologi utan skillnader i tillgången till produktionsfaktorer som är avgörande för vilka handelsmönster som uppstår enligt HO-teorin. Det vill säga det är skillnader i tillgång till produktionsfaktorerna land, arbete, kapital och kunskap som ger upphov till de komparativa fördelar olika länder har.<sup>5</sup> Enligt HO-teorin kommer ett land att specialisera sig på tillverkning, och därmed export, av den vara som vid tillverkning kräver relativt mycket av den produktionsfaktor som landet har gott om. Landet kommer däremot att importera produkter som kräver relativt mycket av den produktionsfaktor som landet har ont om. Med hjälp av denna teori kan man till exempel förklara Sveriges omfattande export av trä och massaprodukter samt vår stora import av kläder. Den stora tillgången till produktionsfaktorn skog medför att denna är relativt billig medan den knappa tillgången till billig arbetskraft medför att denna produktionsfaktor är relativt dyr i Sverige. Samhällsnyttan ökar därför om Sverige exporterar trä och massaprodukter och importerar kläder.

Även om teorierna om komparativa fördelar kan förklara vissa typer av handelsmönster står det klart att dessa måste kompletteras med ytterligare förklaringsvariabler. Vid en analys av handelsstatistiken framgår det nämligen att en stor del av världshandeln sker mellan länder med likartade faktortillgångar och teknologisk utvecklingsnivå. Det första kvartalet 1999 gick drygt 60 procent av Sveriges export och import till de övriga EU-länderna.<sup>6</sup> En stor del av denna handel utgörs av inombranschhandel, dvs. samtidig export och import av likartade varor inom samma bransch. Teorierna om komparativa fördelar kan förklara handeln som sker mellan branscher, men för att förklara inombranschhandeln behövs en nyare handelsteori, som även tar hänsyn till stordriftsfördelar och produktdifferentiering.

---

<sup>5</sup> Land kan till exempel vara arealen åkermark, arbete är antalet tillgängliga arbetstimmar, kapital består av till exempel maskiner och fabriker och kunskap är tillgången till utbildad arbetskraft.

<sup>6</sup> Kommerskollegium, Sveriges utrikeshandel med varor och tjänster samt direktinvesteringar, 1999



I denna senare teori utgår man från två länder med likartad tillgång till produktionsfaktorer och teknologi och antar att de producerar likartade varor. Att handel uppstår mellan dessa båda länder förklaras med att produktionen är förknippad med stordriftsfördelar som medför lägre styckkostnader vid större produktionsvolym. Stordriftsfördelarna medför även att det inte lönar sig att producera alltför många varianter av produkterna i fråga, varför det inhemska utbudet utan handel endast består av ett fåtal varianter. Konsumenterna uppfattar dock de olika varianterna som ofullständiga substitut och efterfrågar därför fler varianter än vad den inhemska industrin tillverkar. Om alla efterfrågade varianter tillverkades skulle priset stiga på grund av outnyttjade stordriftsfördelar. I det fall båda länderna importerar och exporterar de olika varianterna kan konsumenternas efterfrågan emellertid tillgodoses samtidigt som stordriftsfördelarna utnyttjas. Detta eftersom konsumenterna i de båda länderna får tillgång till både de inhemska producerade och de importerade varianterna. Ett belysande exempel på detta fenomen är den omfattande internationella handeln med bilar.

Alla de ovanstående teorierna kommer fram till samma slutsats, nämligen att handel lönar sig och att frihandel därför alltid är att föredra framför olika sorters begränsningar av handeln, såsom tullar, importkvoter och antidumpningsåtgärder. Detta eftersom frihandel leder till den högsta globala levnadsstandard.

## 2.2 De förväntade effekterna av EU:s inre marknad

Det övergripande målet med införandet av den inre marknaden var att uppnå en högre levnadsstandard. Detta skulle ske genom skapandet av en verklig inre marknad, utan vare sig tariffära eller icke-tariffära handelshinder, som skulle stimulera dynamiken i det europeiska näringslivet och öka företagets konkurrenskraft.

I Cecchini-rapporten<sup>7</sup> som publicerades 1988 beräknades fullbordandet av den inre marknaden medföra en samhällsekonomisk vinst på 200 miljarder euro i 1988 års priser, vilket motsvarade en ökning av EG:s samlade BNP med 5-7 procent. Den uppskattade samhällsekonomiska vinsten består dels av statiska effekter som är en direkt

---

<sup>7</sup> Europeiska kommissionen, *The Economics of 1992*, European Economy, No 35, March 1988. En mer lättillgänglig version av rapporten återfinns i Cecchini, P., *The European Challenge 1992*, 1988.

följd av att bl.a. gränsformaliteter och tekniska handelshinder försvinner, dels av dynamiska effekter som är en följd av exempelvis ökad konkurrens och priskonvergens. Vinsterna från de statiska effekterna uppstår redan på kort sikt medan vinsterna som är en följd av de dynamiska effekterna realiserar först på längre sikt. Införandet av den inre marknaden beräknades dessutom medföra en ökning av antalet arbetstillfällen med 2-5 miljoner.<sup>8</sup>

Dessa makroekonomiska konsekvenser är resultatet av en rad förväntade effekter av den inre marknaden som uppstår på det mikroekonomiska planet. Nedanstående resonemang begränsas till att behandla de mikroekonomiska effekter som är relevanta för den analys som är syftet med denna utredning. En förutsättning för resonemanget är att företagen inte tillåts begränsa konkurrensen.

När olika nationella marknader integreras ökar utbudet av både insatsvaror och konsumtionsvaror. För företagen får detta flera följder. Det ökade utbudet är en konsekvens av ökad konkurrens från företag som tidigare hindrades från att konkurrera på grund av olika handelshinder. Det ökade konkurrenstrycket medför att företagen för att överleva måste effektivisera verksamheten och minska vinstmarginalerna för att i slutändan kunna sänka priserna. Samtidigt medför det ökade utbudet av insatsvaror att företagen kan sänka sina kostnader för inköp.

Ett annat sätt för företagen att behålla sina marknadsandelar är att försöka differentiera sina produkter och satsa mer på marknadsföring, forskning och utveckling av nya produkter. Detta leder till att konsumenterna får större utbud att välja på samtidigt som den tekniska utvecklingen accelererar.

Priserna pressas nedåt både av ökad konkurrens och de arbitrage möjligheter som kan utnyttjas så länge prisskillnader mellan olika marknader kvarstår. De lägre priserna innebär att den efterfrågade kvantiteten ökar, vilket ger företagen möjlighet att utöka sin produktion.

Resultatet blir att företagen måste effektivisera sin verksamhet för att kunna möta den nya konkurrensen på sin hemmamarknad, men samtidigt ges inhemska företag en möjlighet att på lika villkor kon-

---

<sup>8</sup> Det skall dock poängteras att dessa beräkningar har kritiserats både för att överdriva vinsterna och för att vinstnivåerna är för lågt beräknade.

kurrera på tidigare stängda marknader. De mest effektiva företagen kommer därför att öka sina marknadsandelar i Europa samtidigt som ineffektiva företag slås ut eller köps upp. Även dessa effekter leder således till att företagen blir större och att potentiella stordriftsfördelar kan utnyttjas.

Dessutom förväntas effekterna av komparativa fördelar få fullt genomslag. Produktionen kommer således att i allt större utsträckning utföras i det land som har de bästa förutsättningarna för produktion av respektive produkt.

De förväntade ekonomiska effekterna av en fungerande inre marknad kan sammanfattas enligt följande:

- Den ökade marknadsstorleken möjliggör en minskning av företagets kostnader genom ett bättre utnyttjande av stordriftsfördelar förknippade med storleken på produktionsenheter och företag.
- Den ökade konkurrensen leder till en förbättrad effektivitet hos företagen, en rationalisering av industriella strukturer och en minskning av företagets vinstmarginaler.
- Den ökade handeln mellan länderna leder till en ökad specialisering enligt ländernas komparativa fördelar.
- Den ökade konkurrensen och tillväxten leder till att den innovativa processen i företagen påskyndas.<sup>9</sup>

Det finns dock en rad naturliga hinder som kan motverka eller åtminstone minska effekterna av den inre marknaden. Exempel på sådana naturliga handelshinder är transportkostnader, nationella preferenser, språk och behov av service efter köp.

### 2.3 Harmonisering och ömsesidigt erkännande

För att den inre marknaden skall uppstå krävs att alla tariffära och icke-tariffära handelshinder avskaffas. Tullar och importavgifter avskaffades redan 1968 mellan de då sex medlemsstaterna, men när

---

<sup>9</sup> Europeiska kommissionen, *The Economics of 1992*, European Economy, No 35, March 1988

det gäller icke-tariffära handelshinder har utvecklingen gått långsamt. Icke-tariffära handelshinder uppstår som en följd av att olika regler tillämpas i de olika medlemsstaterna. En produkt som klarar de franska säkerhetskraven kanske inte uppfyller de svenska kraven och kan därför inte säljas i Sverige utan att först anpassas. Det finns en rad olika exempel på hur nationella regler stoppar, missgynnar och försvårar importen från andra medlemsländer. Något förenklat kan man säga att EU har valt två alternativa vägar för att komma till rätta med de icke-tariffära handelshindren, nämligen harmoniseringsåtgärder respektive ömsesidigt erkännande.

Med harmoniseringsåtgärder menas att EU antar direktiv som medlemsstaterna är skyldiga att införliva i de nationella regelsystemen. De tidigare nationella regelsystemen ersätts således med harmoniserade regler, vilket medför att de tidigare femton olika regelverken på ett visst område byts ut mot ett gemensamt regelverk som gäller i var och en av medlemsstaterna.

På områden som inte är harmoniserade tillämpas i stället principen om ömsesidigt erkännande. Denna princip härstammar från artikel 28 (f.d. artikel 30) i EG-fördraget, enligt vilken kvantitativa importrestriktioner samt åtgärder med motsvarande verkan skall vara förbjudna mellan medlemsstaterna. Enligt den tolkning som EG-domstolen gett artikel 28 är huvudregeln att en vara som är lagligen tillverkad och marknadsförd i ett medlemsland också skall få säljas i ett annat medlemsland.<sup>10</sup> Det räcker dock inte med att försäljning tillåts utan det är förbjudet att införa regler som utgör direkta eller indirekta hinder, faktiskt eller potentiellt, för handeln inom gemenskapen. Denna mycket vida tolkning av artikel 28 medför att i stort sett alla regler som kan ha en handelshindrande effekt träffas av förbudet.<sup>11</sup>

Även om regelverket skall garantera fri rörlighet för varor kvarstår och uppstår nya handelshinder på den inre marknaden. En orsak är att de gemensamma direktiven införlivas, tolkas eller tillämpas

---

<sup>10</sup> Se framförallt EG-domstolens domar i mål 120/78, *Rewe-Zentral-AG mot Bundesmonopolverwaltung für Branntwein*, REG Specialutgåva IV 1978-1979, s. 377, samt mål 8/74, *Procureur du Roi mot Benoit och Gustave Dassonville*, REG Specialutgåva II 1972-1975, s. 343.

<sup>11</sup> För att en regel ska undantas från förbudet krävs att medlemsstaten kan visa att bestämmelserna kan anses vara nödvändiga för att tillgodose tvingande hänsyn, i synnerhet i fråga om effektiv skattekontroll, skydd av för folkhälsan, god handelssed och konsumentskydd. Vissa regler är dessutom undantagna enligt artikel 30 (f.d. artikel 36) i EG-fördraget.

olika. En annan orsak är att medlemsstaterna har nationella regler utöver direktiven. Principen om ömsesidigt erkännande fungerar inte heller alltid som avsett.

## 2.4 Sammanfattning

Frihandel är alltid att föredra framför begränsningar av handeln eftersom frihandel leder till den högsta globala levnadsstandard. Målet med skapandet av den inre marknaden var att uppnå en högre levnadsstandard bland medlemsstaterna. De ekonomiska effekterna av en fungerande inre marknad förväntas innebära ett bättre utnyttjande av stordriftsfördelar, en minskning av företagens vinstmarginaler, en ökad specialisering av handeln och en ökad innovationstakt. För att den inre marknaden skall fungera krävs det att handels hinder avskaffas och att reglerna harmoniseras. En förutsättning är också att konkurrensen inte begränsas.

## 3 Inre marknadens effekter på storleksfördelningen i industrin

### 3.1 Stordriftsfördelar driver på omvandlingen

Som framgick av kapitel 2 uppkommer produktivitetsvinster när länder specialiserar sig i enlighet med sina komparativa fördelar. Eftersom det blir billigare att importera än att själv producera vissa produkter så förändras ländernas produktionsstrukturer i riktning mot varor eller branscher där näringslivet relativt sett är mest effektivt. För att en sådan specialisering skall kunna äga rum måste produktionsresurser som kapital och arbetskraft överföras mellan branscher. Förändringen av branschstrukturen då vissa branscher expanderar medan andra relativt sett minskar benämns ofta strukturomvandling.

Handeln mellan industriländerna kan emellertid endast delvis förklaras med hjälp av denna handelsteori. Handeln mellan dessa länder utgörs i stor utsträckning av inombranschhandel. Marknader med inslag av inombranschhandel karakteriseras av produktdifferentiering som i kombination med stordriftsfördelar leder till ofullständig konkurrens.

Det har ibland hävdats att företagen inom EU ofta är mindre än sina konkurrenter i främst USA.<sup>12</sup> Detta kan antas innebära att företagen inte fullt ut kan utnyttja sina potentiella stordriftsfördelar. Genom att ta bort handelshindren mellan medlemsländerna skapas en större gemensam marknad som förväntas medföra en omfördelning inom branscherna där mindre effektiva företag och anläggningar ersätts av mer konkurrenskraftiga. Detta resonemang förutsätter att det råder stordriftsfördelar i produktionen. Under förutsättning att konkurrensen inte begränsas blir effekten att konsumenterna får ett större utbud av varor till lägre priser. I detta fall är alltså företagskoncentrationen samhällsekonomiskt gynnsam och strukturomvandlingen äger således rum *inom* branscher snarare än mellan branscher.

---

<sup>12</sup> Det inledande avsnittet bygger i stora delar på Hansson, P., Stordriftsfördelar, handel och produktivitet, kap. 7 i Expertrapport nr 8 till Produktivitetsdelegationen, 1991.

I det här kapitlet studeras s.k. interna stordriftsfördelar, vilket innebär att en ökad produktionsvolym leder till fallande styckkostnader för företaget. Avsikten är att undersöka om den inre marknaden har inneburit att de svenska företagen kunnat tillgodogöra sig tidigare outnyttjade stordriftsfördelar. Den förväntade effekten är att en ökad efterfrågan riktas mot vissa svenska varor medan andra konkurreras ut. I den mån den ökade internationella konkurrensen leder till en utslagning av mindre effektiva företag och anläggningar medför det att den genomsnittliga anläggningsstorleken inom näringslivet ökar, vilket sker samtidigt som produktiviteten stiger.

Den ökade internationaliseringen kan dels yttra sig i ökad konkurrens på den svenska marknaden från utländska producenter, dels leda till en ökad efterfrågan på svenska produkter från utlandet. Effekterna på antalet anläggningar och den genomsnittliga anläggningsstorleken är beroende av en rad branschspecifika faktorer som marknadsform, kostnadsfunktioner, företagsbeteende m.m. Det är emellertid rimligt att anta att en *ökad importkonkurrens* i många branscher leder till en minskning av antalet företag och anläggningar samtidigt som deras genomsnittliga storlek ökar.

Vid ökad efterfrågan kan redan etablerade företag utöka sin kapacitet samtidigt som nya företag etablerar sig på marknaden. Antalet företag kan därmed förväntas öka. Däremot är det osäkert huruvida den genomsnittliga företagsstorleken inom branschen ökar. Effekten av den inre marknaden på inombranschstrukturen kan enligt resonemanget ovan vara positiv eller negativ. Den genomsnittliga företagsstorleken minskar om den ökade efterfrågan leder till att antalet företag på marknaden ökar i sådan omfattning att tillväxten i dessa företag överstiger tillväxten i de redan etablerade företagen. Höga fasta kostnader fungerar dock i praktiken som ett etableringshinder, vilket i allmänhet leder till en ökning av den genomsnittliga företagsstorleken vid ökad efterfrågan.

### 3.2 Modell

I den följande analysen studeras vilken inverkan deltagandet i den inre marknaden har haft på anläggningsstrukturen inom svensk tillverkningsindustri under perioden 1990 – 1997. Denna inverkan analyseras med hjälp av en modell (tabell 3.1) i vilken den relativa förändringen i *antalet arbetsställen* förklaras med den relativa förändringen i branschens tillväxt, graden av importkonkurrens och

deltagandet i den inre marknaden. I analysen används relativa förändringar eftersom stora branscher därigenom inte får lika stort genomslag som när absoluta förändringar används. Det är vedertaget att använda relativa förändringar i denna typ av studier.<sup>13</sup> Som mått på tillväxt kan förändringen av antalet sysselsatta alternativt branschens saluvärde användas.<sup>14</sup> Importkonkurrens mäts som importens andel av tillförseln av branschens varor.<sup>15</sup>

**Tabell 3.1 Modellen**

---


$$\ln \gamma_{it}^* = \alpha + \beta_1 \ln n_{it}^* + \beta_2 \ln m_{it}^* + \beta_3 IM + \varepsilon_{it}$$


---

$\gamma_{it}^* = \gamma_{it} / \gamma_{it-1}$	Relativ förändring i antalet arbetsställen i bransch i från tidpunkten t-1 till tidpunkten t
$\alpha$	Nivåkonstant
$n_{it}^* = n_{it} / n_{it-1}$	Relativ förändring i branschens tillväxt
$m_{it}^* = m_{it} / m_{it-1}$	Relativ förändring i graden av importkonkurrens
IM	Deltagande i den inre marknaden (IM=0 om t ≤ 1993, annars 1)
$\varepsilon_{it}$	Ekvationens slumpstermer

---

Den förändringsprocess som kan studeras på arbetsställenivå kan också antas ske på företagsnivå. Det är på sistnämnda nivå som effekterna är mest synbara genom att vissa företag konkurreras ut medan andra växer både på egen hand och genom förvärv av andra företag. Effekterna av den inre marknaden på inombranschstrukturen till följd av att företagen i ökad utsträckning kunnat tillgodogöra sig stordriftsfördelar kan emellertid förväntas vara större på anläggningsnivå. Detta eftersom anläggningsstrukturen kan förändras utan att företagsstrukturen ändras nämnvärt.

<sup>13</sup> Se t.ex. Hansson, P., 1991

<sup>14</sup> Det skulle kunna hävdas att antalet sysselsatta (n) är en funktion av andra variabler som inte tagits med i analysen, t.ex. löner och produktionsvolym. Det finns med andra ord en möjlighet att antalet sysselsatta i viss utsträckning är en endogen variabel, vilket kan medföra att parameterskattningarna blir skeva och icke konsistenta. Vi har dock bedömt att detta inte får någon avgörande effekt på den variabel som är central i analysen, nämligen IM. Parametern för n skall dock av dessa skäl tolkas med viss försiktighet.

<sup>15</sup> Tillförsel = saluvärde-export+import



Företagen kan tillgodogöra sig stordriftsfördelar genom att de också bedriver verksamhet utomlands i betydande omfattning. Antalet anställda i utlandet i svenskägda koncerner har aldrig varit större än nu. De svenskägda koncernerna inom tillverkningsindustrin har flest anställda i utlandet jämfört med övriga branscher. Under 1997 hade 343 industrikoncerner ca 839 000 anställda, varav 484 000 i utlandet. Internationaliseringsgraden, dvs. andelen utlandsanställda av det totala antalet anställda, var 58 procent. Av det totala antalet anställda i utlandet var 77 procent verksamma i industrikoncerner.<sup>16</sup> Den fortsatta analysen avgränsas dock till effekterna av den inre marknaden på företagens verksamhet i Sverige. Eftersom data för variablerna finns tillgängliga för främst tillverkningsindustrin undersöks denna sektor av ekonomin.

Sammanfattningsvis innebär en ökad tillväxt eller efterfrågan på de produkter som tillverkas i en bransch att antalet anläggningar ökar. Ökad importkonkurrens kan däremot i många branscher antas leda till att antalet anläggningar minskar. Deltagandet i den inre marknaden förväntas ha inneburit ett minskat antal anläggningar i den svenska tillverkningsindustrin.

Data för antalet arbetsställen, sysselsatta och produktion har hämtats från industristatistiken och företagsstatistik 97 samt NUTEK:s utbildningsdatabas, som baseras på årlig regional sysselsättningsstatistik (ÅRSYS). För att beräkna variabeln importkonkurrens har uppgifter om export och import från utrikeshandelsstatistiken tagits fram branschvis av SCB. Data för samtliga variabler och år har funnits tillgängliga för 73 branscher på fyrställig nivå inom avdelning tillverkning enligt standard för svensk näringsgrensindelning (SNI92). Data enligt denna indelning finns tillgängliga fr.o.m. 1990.

För att mäta effekten av deltagandet i den inre marknaden används en s.k. dummyvariabel som antar värdet 0 för åren 1991 – 1993 och värdet 1 för åren 1994 - 1997.<sup>17</sup> EES-avtalet trädde i kraft den

1 januari 1994 och året därpå blev Sverige medlem i EU. EES-avtalet berörde främst reglerna för att underlätta för arbete, kapital,

---

<sup>16</sup> NUTEK och SCB, Svenskägda företag med verksamhet i utlandet 1997

<sup>17</sup> Eftersom tidsserierna börjar 1990 och vi valt att studera förändringar, är 1991 det första året.

varor och tjänster att fritt röra sig mellan länder inom den inre marknaden. EU-medlemskapet innebar att Sverige anpassade tullar och kvoter till EU:s nivå gentemot tredje land. Utvecklingen av handelspolitiken tyder därmed på att vi bör mäta effekten av medlemskapet i den inre marknaden fr.o.m. 1994. Betydelsen av den inre marknaden lär dock variera mellan olika branscher och varor och för vissa branscher var det främst EU-medlemskapet som innebar en reell förändring av handelsvillkoren. Koefficienten för dummyvariabeln kan tolkas som ett medelvärde av den skillnad i förändringstakt i anläggningsstrukturen under perioden 1994 - 1997 som följt av deltagandet i den inre marknaden.

Ett problem vid användande av dummyvariabler är att de kan fånga upp andra effekter än de som avses. Förutom de regeländringar som föranleddes av EES-avtalet och EU-medlemskapet samt den ekonomiska krisen är det inte troligt att någon ytterligare omständighet påverkat anläggningsstrukturen i samma omfattning under den studerade tidsperioden. Effekterna av krisen i början 1990-talet diskuteras i avsnitt 3.4.

### 3.3 Inre marknaden har påverkat storleksfördelningen

Resultatet av regressionsanalysen visar att deltagandet i den inre marknaden har en signifikant påverkan på den relativa förändringen av antalet arbetsställen (se tabell 3.2). Deltagandet i den inre marknaden har inneburit en minskning av förändringen i antalet arbetsställen med ca tre procent. Tecknet är således det förväntade, dvs. en negativ påverkan på antalet anläggningar. Deltagandet i den inre marknaden synes med andra ord ha inneburit en ökad koncentration i de 73 undersökta branscherna inom den svenska tillverkningsindustrin som helhet.

Den relativa förändringen av sysselsättningen, som används som mått på tillväxt i branschen, har en signifikant positiv påverkan på den relativa förändringen av antalet arbetsställen. En ökning av sysselsättningen leder alltså till fler arbetsställen. Ett alternativt mått på tillväxt i branschen är förändringen i produktion uttryckt som saluvärde. Även denna variabel blir signifikant och har en positiv påverkan på den beroende variabeln. Förklaringsgraden sjunker dock när saluvärde används som förklaringsvariabel varför

sysselsättning används som mått på tillväxt eller efterfrågan i branschen.<sup>18</sup>

**Tabell. 3.2 Effekter av ökad internationalisering på storleksfördelningen i den svenska tillverkningsindustrin, beroende variabel förändring i antalet arbetsställen**

Förklaringsvariabler	Parametervärde (sannolikhet att parametern=0)
Konstant	0,024 (0,02)
Ln (förändring i tillväxt)	0,619 (0,00)
Ln (förändring i importkonkurrens)	-0,003 (0,93)
Deltagande i den inre marknaden	-0,031 (0,02)
<b>Statistiska mått</b>	
R <sup>2</sup>	0,42
Antal observationer	510
Antal branscher	73
F-värde (sannolikhet)	105,62 (0,00)

Anm. F-värdet används för test av om koefficienterna för sysselsättning, importkonkurrens och den inre marknaden tillsammans är noll. Värdet innebär att modellen är signifikant. Koefficienten för IM ( $\beta_3$ ) måste transformeras enligt  $(e^{\beta_3}-1)*100$  för att kunna uttryckas i procent när den beroende variabeln är logaritmerad.

Den relativa förändringen av importens andel av konsumtionen har däremot ingen signifikant påverkan på den relativa förändringen i antalet arbetsställen. Detta resultat kan tyckas vara lite överraskande eftersom den genomsnittliga importandelen i de undersökta branscherna har ökat märkbart under perioden 1990 – 1997 (från 48,3 till 57,4 procent).<sup>19</sup> En del av effekten kan dock fångas upp av variabeln för den inre marknaden. Resultatet överensstämmer med tidigare studier och kan också förklaras med förekomsten av produktdifferentiering.<sup>20</sup> En ytterligare tänkbar förklaring kan vara

<sup>18</sup> Variablerna sysselsättning och saluvärde är högt korrelerade.

<sup>19</sup> NUTEK:s bearbetning av SCB:s handels- och industristatistik

<sup>20</sup> Se Hansson, P., 1991.

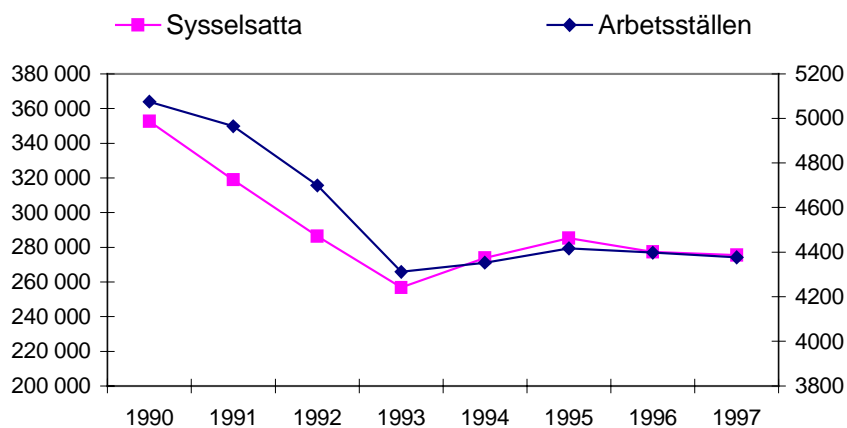
den svenska tillverkningsindustrins stora exportberoende som innebär att ökad importkonkurrens inte har så stor betydelse.

### 3.4 Krisen har också påverkat storleksfördelningen

Den djupa ekonomiska krisen i början av 1990-talet har också påskyndat strukturomvandlingen i industrin. Under framför allt åren 1991 – 1993 skedde en stor utslagning av företag, särskilt mindre företag. Antalet konkurser var rekordhögt under dessa år.<sup>21</sup> Sysselsättningsminskningarna var dock störst bland de större företagen.

Denna utveckling illustreras i diagram 3.1. Både antalet sysselsatta och antalet arbetsställen i de undersökta branscherna uppvisar en minskning mellan åren 1991 och 1993 medan en svag återhämtning kan noteras för åren därefter. Sysselsättningsminskningen är procentuellt större än minskningen i antalet arbetsställen. Mellan 1990 och 1993 minskade antalet sysselsatta med 96 000 eller hela 27 procent i nämnda branscher.

**Diagram 3.1 Antalet sysselsatta och antalet arbetsställen i 73 branscher inom tillverkningsindustrin i Sverige under perioden 1990 – 1997**



Källa: NUTEK. Bearbetning av SCB:s industristatistik

<sup>21</sup> NUTEK, Nyckeltal om svenskt näringsliv, 1999

Effekten av den akuta krisen på sysselsättning och antalet arbetsställen hade således klingat av år 1994 och en återhämtning kunde skönjas. I modellen antas effekterna av den inre marknaden slå igenom fr.o.m. 1994. Effekterna av krisen och marknadsinträdet synes således inte ha sammanblandats. Den återhämtning som kan noteras för åren därefter bör verka i motsatt riktning, dvs. en positiv påverkan, jämfört med effekterna av den inre marknaden på den beroende variabeln. Som framgår av föregående avsnitt har vi använt antalet sysselsatta som approximation för tillväxt eller efterfrågan i branschen. Denna variabel skall fånga upp förändringar i efterfrågan och således även den kraftigt vikande efterfrågan under 1990-talets första år liksom den därpå följande återhämtningen. Variabeln för den inre marknaden förklarar därför strukturförändringar som *inte* har sin grund i förändringar i efterfrågan till följd av den ekonomiska krisen samt graden av importkonkurrens. Enligt vår mening kan således dummyvariabeln tolkas som att den främst fångar upp effekter av deltagandet i den inre marknaden.

### 3.5 Effekten koncentrerad till hemmamarknadsberoende branscher

För att undersöka om den valda analysmetoden, dvs. en enda regression på hela datamaterialet, är lämplig har ett s.k. Chow-test genomförts. Resultatet av testet (se bilaga 1) visade att parameterskattningarna skiljer sig åt mellan branscherna och att sambanden därmed är olika för olika grupper av branscher. Det är alltså inte troligt att de samband som presenteras i tabell 3.2 ser likadana ut för samtliga branscher i tillverkningsindustrin.

Däremot visade fortsatta tester (se bilaga 1) att det är lämpligt att dela in branscherna i tre olika grupper, vilka framgår av tabell 3.3.

**Tabell 3.3 Branschgrupper inom tillverkningsindustrin**

Grupp	Bransch
1	Livsmedels- och dryckesvaruframställning Textil- och beklädnadsvarutillverkning Förlagsverksamhet och grafisk produktion Tillverkning av möbler och övrig tillverkning
2	Trävaru-, massa-, pappers- och pappersvaru- tillverkning  Tillverkning av kemiska produkter, gummi- och plastvaror samt mineraliska produkter
3	Metallframställning och metallvarutillverkning Tillverkning av maskiner och elektriska produkter

Någon ytterligare uppdelning visade sig inte vara nödvändig. Branscherna inom respektive grupp är likartade och har gemensamma karaktäristika. Slutligen indikerar parametervärdena från separata regressioner att det är lämpligt att gruppera materialet på detta sätt. Som framgår av tabell 3.4 skiljer sig också import- och exportandelarna för dessa tre grupper åt.

**Tabell 3.4 Export- och importandelar för branschgrupper inom tillverkningsindustrin under åren 1990 – 1997 <sup>1)</sup>**

Exportandel				Importandel		
År	Grupp 1	Grupp 2	Grupp 3	Grupp 1	Grupp 2	Grupp 3
1990	0,54	0,45	0,62	0,40	0,44	0,61
1991	0,56	0,49	0,66	0,41	0,46	0,65
1992	0,57	0,51	0,69	0,44	0,48	0,65
1993	0,55	0,64	0,79	0,45	0,58	0,72
1994	0,57	0,74	0,79	0,46	0,62	0,70
1995	0,60	0,85	0,82	0,44	0,69	0,71
1996	0,61	0,70	0,88	0,46	0,60	0,72
1997	0,73	0,65	0,86	0,48	0,55	0,69

<sup>1)</sup> Med exportandel avses exportens andel av produktionen. Importandel har mätts som importens andel av tillförseln.

Företagen i den första branschgruppen tillverkar huvudsakligen konsumentprodukter. Som framgår av tabellen är importandelen lägre för denna grupp jämfört med de två övriga grupperna. Branscherna i grupp 1 är huvudsakligen hemmamarknadsorienterade och har varit relativt skyddade från internationell konkurrens genom antingen naturliga handelshinder eller genom olika regleringar. Behov av nära och fortlöpande kontakter mellan köpare och säljare inom exempelvis grafisk produktion och förlagsverksamhet utgör naturliga handelshinder. Exempel på tidigare hårt reglerade marknader är jordbruksområdet och textil- och konfektionsbranschen. Jordbruksområdet är fortfarande hårt reglerat, men numera inom ramen för den gemensamma jordbrukspolitiken inom EU. Av tabell 3.5 framgår resultat från regressionsanalysen avseende branschgrupp 1.

**Tabell 3.5 Effekter av ökad internationalisering på storleksfördelningen inom hemmamarknadsberoende delar av industrin, beroende variabel förändring i antalet arbetsställen**

Förklaringsvariabler	Parametervärde (sannolikhet att parametern=0)
Konstant	0,037 (0,03)
Ln (förändring i sysselsättning)	0,692 (0,00)
Ln (förändring i importkonkurrens)	0,036 (0,50)
Deltagande i den inre marknaden	-0,063 (0,01)
<b>Statistiska mått</b>	
R <sup>2</sup>	0,52
Antal observationer	195
Antal branscher	28
F-värde (sannolikhet)	68,99 (0,00)

Anm. F-värdet används för test av om koefficienterna för sysselsättning, importkonkurrens och den inre marknaden tillsammans är noll. Värdet innebär att modellen är signifikant. Koefficienten för IM ( $\beta_3$ ) måste transformeras enligt  $(e^{\beta_3}-1)*100$  för att kunna uttryckas i procent när den beroende variabeln är logaritmerad.

I de relativt mer hemmamarknadsberoende branscherna har deltagandet i den inre marknaden haft en signifikant påverkan på den relativa förändringen i antalet arbetsställen. För dessa branscher har deltagandet i den inre marknaden inneburit en minskning av förändringen i antalet arbetsställen med 6,5 procent. Den inre marknaden har påverkat anläggningsstrukturen i de hemmamarknadsberoende branscherna och påverkan är större för dessa branscher än för industrin i sin helhet. Den relativa förändringen i graden av importkonkurrens har däremot fortfarande ingen betydelse.

I den andra gruppen ingår de klassiska tunga industribranscherna som främst tillverkar insatsvaror. Exempelvis massaindustrin och den petrokemiska industrin betecknas som processindustrier med höga fasta kostnader och tydliga stordriftsfördelar. Nämnade branscher har sedan tidigare varit mer konkurrensutsatta. Deltagandet i den inre marknaden har hittills inte haft någon påverkan alls på strukturen i dessa branscher (se bil. 1). Den relativa förändringen i



graden av importkonkurrens har inte heller någon betydelse inom dessa branscher.

Liknande resultat erhålls för den tredje gruppen (se bil. 1). Inte heller i dessa branscher har den inre marknaden haft någon effekt på den relativa förändringen av antalet arbetsställen. Enligt tabell 3.4 är denna grupp den mest internationaliserade.

Flera av branscherna i grupp 1 påverkades av regeländringar när Sverige godkände EES-avtalet och därefter blev medlem i EU. Det kan också konstateras att det är förändringen inom dessa branscher som styrt eller påverkat resultaten från regressionsanalysen för hela tillverkningsindustrin som framgår av tabell 3.2. För de övriga branschgrupperna framkom ingen särskild effekt på storleksfördelningen av deltagandet i den inre marknaden.

### 3.6 Slutsatser

Det finns en tydlig tudelning i den svenska tillverkningsindustrin. Analysen i kapitlet tyder på att deltagandet i den inre marknaden har påverkat inombranschstrukturen i de tidigare relativt mer skyddade eller hemmamarknadsberoende branscherna. I denna del av den svenska industrin är det i stor utsträckning konsumentprodukter som tillverkas såsom livsmedel och möbler. Antalet anläggningar har minskat och främst kan det antas att det är mindre anläggningar som försvunnit, vilket inneburit att arbetsställets storlek har ökat inom dessa branscher. Troligen har detta lett till kostnadsminskningar genom ett ökat utnyttjande av stordriftsfördelar. Detta borde medföra förutsättningar för ökad produktivitet och möjligheter till sänkta producentpriser i dessa branscher. I förlängningen kan detta innebära en prispress även i konsumentledet. Detta förutsätter dock en fungerande konkurrens i såväl producent- som konsumentled.

Däremot ser vi ingen påverkan på den del av tillverkningsindustrin som av tradition varit mer exportberoende och utsatt för internationell konkurrens. Exempelvis ingår pappers- och massaindustrin samt branscher för metallvaru- och maskintillverkning i denna del av industrin. Resultatet tyder på att dessa företags konkurrenssituation inte har förändrats lika påtagligt och snabbt när Sverige blev en del av den inre marknaden.

## 4 Prisnivån i Sverige

### 4.1 Sverige - ett dyrt land?

Sverige brukar betraktas som ett relativt dyrt land att leva i. Den svenska prisnivån låg under 1990-talet i genomsnitt 20 procent högre än den genomsnittliga nivån i EU. Under 1998 och större delen av 1999 var konsumentpriserna i Sverige i genomsnitt 21 procent högre än de genomsnittliga konsumentpriserna i hela EU.<sup>22</sup> Sveriges relativa prisnivå har emellertid sjunkit sedan 1996 då priserna var 27 procent högre i Sverige än i EU.

Statistiska centralbyrån (SCB) har på uppdrag av regeringen analyserat konsumentprisnivåerna i Sverige jämfört med övriga medlemsstater i EU. Analysen bygger på undersökningar av köpkraftspariteter och prisnivåindex (PNI), som publicerats av Eurostat och som SCB har skrivit fram till 1998 för olika varugrupper och till tredje kvartalet 1999 för den totala privata konsumtionen. Prisnivåindex beräknas som den reala växelkursen eller köpkraftspariteten dividerad med den nominella växelkursen. Den reala växelkursen anger förhållandet mellan vad man i Sverige faktiskt får betala i kronor för en representativ konsumtion och det belopp i euro som samma konsumtion kostar i genomsnitt i EU-länderna.

Förändringar i prisnivåindex för privat konsumtion påverkas främst av förändringar i kronans växelkurs mot euron (den nominella växelkursen). Den andra komponenten som påverkar prisnivån är skillnaden i inflation mellan Sverige och EU. Den nominella växelkursen har varierat mycket under 1990-talet medan köpkraftspariteten för privat konsumtion har legat på ungefär samma nivå sedan 1991. Under de senaste åren finns en svag tendens till sjunkande real växelkurs.

Det finns flera orsaker till den högre prisnivån i Sverige såsom högre totala arbetskraftskostnader, högre skatter, bristande konkurrens och icke-tariffära handelshinder. Skillnaderna i prisnivå mellan

---

<sup>22</sup> SCB, Konsumentpriser i Sverige jämfört med övriga medlemsstater i EU, 1999

länder kan förklaras av ett antal faktorer som kan delas in i strukturella, beteendemässiga och institutionella faktorer.<sup>23</sup>

*Strukturella faktorer* inkluderar arbitrage kostnader som exempelvis transportkostnader, skillnader i konsumentpreferenser och nationella särdrag samt produktdifferentiering, dvs. produkterna är inte homogena utan det förekommer ett antal olika produktvarianter som t.ex. bilmodeller på samma marknad. För prisnivån på tjänster kan BNP/capita vara en viktig faktor eftersom arbetskraftskostnaderna tenderar att vara högre i länder med hög BNP. De strukturella faktorerna kan betecknas som naturliga hinder för en fullständig marknadsintegration, vilka kommer att bestå även när den inre marknaden är en realitet.

*Beteendemässiga faktorer* är åtgärder som vidtas av företag i syfte att dela upp marknaden, få kontroll över distributionskanaler eller skapa inträdesbarriärer som begränsar konkurrensen.

*Institutionella faktorer* är sådana som begränsar arbitrage möjligheterna genom regleringsingripanden eller protektionistisk inblandning från medlemsstaternas sida, vilket skapar inträdesbarriärer.

I en nyligen publicerad rapport från Konkurrensverket analyseras prisskillnaderna både i förhållande till OECD och EU<sup>24</sup> Den svenska prisnivån låg under 1990-talet i genomsnitt 30 procent över genomsnittet i OECD-länderna. Denna prisskillnad kan enligt rapporten till drygt hälften förklaras av sådana faktorer som befolkningstäthet, BNP per capita, skatter, arbetskraftskostnader samt förändringar i växelkursen och den privata konsumtionen. Störst prisdrivande effekt har de högre kostnaderna för arbetskraft i Sverige, följt av förändringar i växelkursen och den privata konsumtionen. BNP och skatternas andel av BNP har dock enligt studien ingen påvisbar effekt, vilket sannolikt beror på att effekterna av förändringar i dessa variabler inte kan separeras från effekten av en förändrad arbetskraftskostnad. Det finns inte heller något tydligt samband med befolkningstäthet. Enligt Konkurrensverkets bedömning är bristande konkurrens den viktigaste förklaringen till den återstående prisskillnaden.

---

<sup>23</sup> European Economy, reports and studies, nr 4 1996

<sup>24</sup> Konkurrensverket, Varför är de svenska priserna så höga?, 2 000

Studien påvisar ett samband mellan hög företagskoncentration och höga priser. Företagskoncentrationen är högre i Sverige än i EU på aggregerad nivå i parti- och detaljhandelsledet. På branschnivå i producentledet är koncentrationen i tio fall av tolv högre i Sverige än i EU. Dessa skillnader i företagskoncentration förklarar 2-4 procentenheter av prisskillnaden mellan Sverige och EU i detaljhandelsledet och 2-3 procentenheter i partihandelsledet. I producentledet finns inget statistiskt säkerställt samband mellan prisnivå och koncentration.

I undersökningarna om köpkraftspariteter, som genomförs i Eurostats regi med bistånd av de nationella statistikmyndigheterna, delas den privata konsumtionen upp i åtta huvudgrupper, vilka i sin tur består av 28 undergrupper. Paritetstal beräknas för hela BNP fördelat på ca 250 basgrupper. Den del som avser privat konsumtion innehåller mellan 200 och 220 basgrupper. Paritetstalen för basgrupperna beräknas med utgångspunkt i prisjämförelser mellan ett stort antal varor och tjänster som så långt möjligt tillgodoser uppställda krav på representativitet och jämförbarhet. Efter sammanvägning av paritetstal på basgruppsnivå erhålls paritetstal och prisnivåindex för aggregaten undergrupper, huvudgrupper och slutligen privat konsumtion.

Det finns felkällor i statistiken som kan påverka prisjämförelserna. Det gäller t.ex. butiksurlagen, som inte är slumpmässiga i alla länder. En annan felkälla är att prisuppgifterna, som på de flesta områden insamlas i huvudstäderna, inte alltid omräknas till nationell prisnivå. Det har vidare stor betydelse att vägningstalen för olika butikstyper är korrekta, eftersom prisvariationerna mellan butikstyperna kan vara betydande. Förekomsten av extrapriser kan snedvrیدا bilden genom att vissa, men inte alla länder inhämtar uppgifter om de priser som faktiskt tillämpas i stället för ordinarie priser. Denna senare felkälla har en överskattande tendens för Sveriges del, men när det gäller övriga felkällor finns det enligt SCB ingen grund för att hävda att felet skulle ha en viss riktning. SCB påpekar emellertid att det föreligger mycket stora skillnader i tillförlitlighet mellan olika produktområden, där det också kan finnas mer områdesspecifika felkällor.

Sveriges relativa prisnivå varierar kraftigt mellan olika huvudgrupper och undergrupper (se tabell 4.1). De procentuella förändringarna mellan 1996 och 1998 varierar också. Det bör påpekas att köpkraftsundersökningarna inte i första hand är avsedda att tjäna

som underlag för jämförelser över tiden, eftersom syftet är att få den bästa jämförelsen mellan länderna vid varje tidpunkt. Mätningarna förnyas vart tredje år och framräknas däremellan med förändringen av konsumentprisindex för respektive grupp. Detta innebär att de varor och tjänster som ingår i mätningarna inte är desamma över åren och även undersökningsmetoderna kan ändras. Det är således förenat med större osäkerhet att jämföra prisnivåer över tiden än att uttala sig om skillnader mellan länder och varugrupper vid varje given tidpunkt. I avsnitt 4.2 kommenteras prisnivån för de olika huvudgrupperna översiktligt.

**Tabell 4.1 Prisinivåindex för Sverige 1996 - 1998 samt procentuell förändring under perioden för huvud- och undergrupper i privat konsumtion (EU=100)**

Huvudgrupp/undergrupp	1996	1997	1998	Förändring 1996-98 %
<b>Privat konsumtion</b>	<b>127</b>	<b>126</b>	<b>121</b>	<b>-4,7</b>
<b>Livsmedel, drycker och tobak</b>	<b>130</b>	<b>129</b>	<b>126</b>	<b>-3,1</b>
<i>Livsmedel</i>	<i>119</i>	<i>115</i>	<i>111</i>	<i>-6,7</i>
Bröd, spannmålsprodukter	131	125	122	6,9
Kött	120	111	107	-10,8
Fisk	100	97	93	-7,0
Mjök, ost, ägg	111	111	109	-1,8
Matolja, matfett	117	124	125	+6,8
Frukt, grönsaker, potatis	126	118	113	-10,3
Övriga livsmedel	117	117	115	-1,7
<i>Drycker</i>	<i>182</i>	<i>168</i>	<i>164</i>	<i>-9,9</i>
Icke-alkoholhaltiga drycker	149	143	138	-7,4
Alkoholhaltiga drycker	192	175	171	-10,9
<i>Tobak</i>	<i>143</i>	<i>180</i>	<i>180</i>	<i>+25,9</i>
<b>Kläder och skor</b>	<b>111</b>	<b>109</b>	<b>104</b>	<b>-6,3</b>
Kläder inkl. reparationer	109	108	103	-5,5
Skor inkl. reparationer	122	111	107	-12,3
<b>Bostad och energi</b>	<b>129</b>	<b>127</b>	<b>123</b>	<b>-4,7</b>
Bostad	140	135	128	-8,6
Energi	100	104	104	+4,0
<b>Möbler och hushållsartiklar</b>	<b>119</b>	<b>115</b>	<b>111</b>	<b>-6,7</b>
Möbler, golvbeläggningar	108	100	96	-11,1
Hushållstextilier inkl. reparationer	91	106	100	+9,9
Hushållsapparater inkl. reparationer	119	110	109	-8,4
Övriga hushållsvaror och tjänster	137	133	130	-5,1
<b>Hälso- och sjukvård</b>	<b>140</b>	<b>150</b>	<b>143</b>	<b>-2,1</b>
<b>Transport och kommunikation</b>	<b>121</b>	<b>117</b>	<b>113</b>	<b>-6,6</b>
Transportmedel	104	104	98	-5,8
Drivmedel m.m.	130	123	119	-8,5
Transporttjänster	149	147	142	-4,7
Kommunikation	92	94	95	+3,3
<b>Fritid, nöjen, utbildning och kultur</b>	<b>130</b>	<b>120</b>	<b>114</b>	<b>-12,3</b>
Fritidsutrustning	131	121	115	-12,2
Nöjen, kultur	118	110	106	-10,2
Böcker, tidningar, tidskrifter	149	142	137	-8,1
Utbildning	161	121	117	-27,3
<b>Diverse varor och tjänster</b>	<b>132</b>	<b>139</b>	<b>134</b>	<b>+1,5</b>
Restauranger, caféer, hotell	135	141	135	0
Övriga varor och tjänster	128	136	133	+3,9

Källa: SCB, Konsumentpriser i Sverige jämfört med övriga medlemsstater i EU, 1999

Prisnivåindex inkluderar mervärdesskatt (moms) och påverkas alltså av de skillnader i skattesats som finns mellan medlemsländerna och mellan olika varu- och tjänsteområden. SCB har beräknat en medelmoms för den privata konsumtionen, dvs. en genomsnittlig momssats för varje land vägd med hänsyn till konsumtionens sammansättning i respektive land. Vid sidan av Danmark har Sverige den högsta generella momssatsen, 25 procent. Medelmomsen i Sverige är emellertid 13 procent och i övriga EU-länder tio procent. Den svenska medelmomsen är således tre procentenheter högre.

I tabell 4.2 har prisnivåindex för 1998 korrigerats med hänsyn till skillnaden i medelmoms för olika huvudgrupper och undergrupper. Bilden av den totala prisnivån förändras inte särskilt mycket genom denna korrigerings. Prisnivåindex för hela den privata konsumtionen blir 118 efter korrigerings istället för 121. Skillnaden är dock betydligt större för vissa varu- och tjänsteområden.

**Tabell 4.2 Prisnivåindex och momsjusterat prisnivåindex för Sverige för huvudgrupper och vissa undergrupper, 1998<sup>1</sup>**

Huvudgrupp/undergrupp	Prisnivåindex	Momsjusterat prisnivåindex
Privat konsumtion	121	118
Livsmedel, drycker och tobak	126	118
<i>Livsmedel</i>	<i>111</i>	<i>105</i>
<i>Drycker</i>	<i>164</i>	<i>165</i>
<i>Tobak</i>	<i>180</i>	<i>170</i>
Kläder och skor	104	98
Bostad och energi	123	120
Möbler och hushållsartiklar	111	105
Hälso- och sjukvård	143	150
Transport och kommunikation	113	107
Fritid, nöjen, utbildning och kultur	114	110
Diverse varor och tjänster	134	124

<sup>1</sup>) Prisnivåindex mäter Sveriges prisnivå i förhållande till samtliga medlemsländer i EU, inklusive Sverige, medan momsjämförelsen görs med alla medlemsländer utom Sverige. Moms-korrigeringsen kan därför vara något för stor.

Källa: SCB, Konsumentpriser i Sverige jämfört med övriga medlemsstater i EU, 1999

## 4.2 Prinsnivån för huvudgrupper

### *Livsmedel, drycker och tobak*

Prisnivåindex för livsmedel uppgick till 111 för 1998 jämfört med 119 år 1996. Om hänsyn tas till den högre svenska medelmomsen på livsmedel blir skillnaden i förhållande till EU mindre. Medelmomsen är i genomsnitt sex procentenheter högre i Sverige på detta område, vilket innebär att prisnivåindex efter momskorrigering sjunker till 105 för 1998. Livsmedelspriserna har således närmast sig den genomsnittliga nivån inom EU och sannolikt har deltagandet i den inre marknaden bidragit till detta. Det finns emellertid stora regionala prisskillnader inom Sverige och på flera orter ligger priserna snarast under EU-genomsnittet.<sup>25</sup>

Prisnivån varierar avsevärt mellan de ingående undergrupperna. Priserna på bröd och spannmålsprodukter samt matolja och matfett var över 20 procent högre jämfört med genomsnittet inom EU medan fisk var relativt billigt.

Till skillnad från livsmedel var prisnivån mycket hög på drycker och tobak, vilket till stor del beror på höga indirekta skatter. Det kan noteras att prisnivån var ca 40 procent högre även för icke-alkoholhaltiga drycker, dvs. mineralvatten och läsk.

### *Kläder och skor*

Prisnivåindex för huvudgruppen kläder och skor uppgick till 104 för 1998 jämfört med 111 år 1996. Om hänsyn tas till den högre svenska medelmomsen på kläder och skor sjunker prisnivåindex till 98 för förstnämnda år. Prinsnivån steg dock mellan åren 1993 och 1994.<sup>26</sup> Priserna på kläder och skor ligger således på ungefär samma nivå som i övriga EU-länder. Den inre marknadsens förutsedda effekter verkar vara en realitet inom båda dessa produktgrupper.

---

<sup>25</sup> Stefan Fölster, HUI, DN Debatt 2000-09-16

<sup>26</sup> SCB, Konsumentprisnivåer i Sverige jämfört med övriga medlemsstater i EU, 1999



### *Bostad och energi*

Prisnivåindex för huvudgruppen var 123 år 1998 medan index uppgick till 128 för undergruppen bostäder samma år. Energikostnaderna ligger däremot på den genomsnittliga prisnivån för EU. Det är således boendekostnaderna, särskilt kostnaderna för egna hem men även hyresnivåerna, som förklarar den höga prisnivån. Huvudgruppen svarar för ca en tredjedel av den privata konsumtionen och prisnivån för denna grupp har följaktligen mycket stor påverkan på den totala prisnivån i Sverige. Om de uppmätta bostadskostnaderna i Sverige vore desamma som genomsnittet inom EU, skulle prisnivåindex för den privata konsumtionen sjunka med ungefär tio procentenheter.

Hyresjämförelserna är dock behäftade med viss osäkerhet till följd av mätproblem. Enligt SCB är prisnivån för bostadskostnaderna i Sverige sannolikt överskattad. Anledningen är dels att andelen hyreslägenheter i Sverige är betydligt större jämfört med övriga länder i vilka de få hyreslägenheterna ofta subventioneras kraftigt, dels att kvaliteten på bostäderna skiljer sig åt. I Sverige utgår i stället inkomstprövade bostadsbidrag, och exempelvis köksinredning och vitvaror ingår i hyran medan detta måste bekostas av hyresgästen själv i vissa andra länder.

Utöver kostnader för egna hem och hyror ingår bl.a. arbetskraftskostnader och byggmaterial i bostadskostnaderna. Byggmaterial används i första hand som insatsvaror och svarar bara för ca tre procent av huvudgruppen bostad och energi eller en procent av den privata konsumtionen.

### *Möbler och hushållsartiklar*

Prisnivåindex för huvudgruppen möbler och hushållsartiklar var 111 för 1998 jämfört med 119 år 1996. Om hänsyn tas till den högre svenska medelmomsen på möbler och hushållsartiklar sjunker prisnivåindex till 105 för 1998. Även för denna huvudgrupp har således prisnivån konvergerat mot EU-genomsnittet. Prisnivån för undergrupperna möbler, golvbeläggningar och hushållstextilier ligger kring den genomsnittliga prisnivån inom EU. Priserna på övriga hushållsvaror och tjänster är däremot 30 procent högre i Sverige.

### *Hälso- och sjukvård*

Prisnivåindex för huvudgruppen hälso- och sjukvård var 143 år 1998. Mätproblem och osäkerhet i statistiken är särskilt framträdande på detta område, vilket har sin grund i att det i stor utsträckning saknas egentliga marknadspriser. Området kännetecknas av ett stort inslag av offentliga subventioner. Enligt SCB är prisnivån för Sverige troligen överskattad även på detta område. Det är därför vanskligt att dra några slutsatser utifrån den prisnivå som anges. Området har liten vikt i den privata konsumtionen, varför den totala prisnivån inte påverkas nämnvärt.

### *Transporter och kommunikationer (post och teletjänster)*

Prisnivåindex för huvudgruppen transporter och kommunikationer var 113 för 1998 jämfört med 121 år 1996. Om hänsyn tas till den högre svenska medelmomsen på transporter och kommunikationer sjunker prisnivåindex till 107 för 1998. Det är framför allt prisnivån för undergruppen transporttjänster som är relativt hög i Sverige medan prisnivån för undergrupperna transportmedel, t.ex. personbilar, och kommunikationer ligger under eller är densamma som prisnivån för EU. För sistnämnda grupp har troligen den tidiga avregleringen av marknaden för telekommunikationer bidragit till den låga prisnivån i Sverige. Priserna har däremot stigit med omkring 50 procent för inrikes flygresor under perioden 1992 – 1995.<sup>27</sup> Borttagandet av det s.k. cabotageförbudet år 1997, som förhindrade utländska aktörer från att bedriva verksamhet i Sverige, har inte ökat konkurrensen från nya bolag på den svenska inrikesmarknaden. SAS är alltså det helt dominerande företaget.

### *Fritid, nöjen, utbildning och kultur*

Prisnivåindex för denna huvudgrupp uppgick till 114 år 1998, vilket var en minskning med 12 procent jämfört med 1996. Prisnivån för undergruppen fritidsutrustning, i vilken bl.a. radio, TV- och video-produkter samt kameror ingår, har sjunkit ungefär lika mycket, och en bidragande förklaring till detta är sannolikt medlemskapet i den inre marknaden. Den inre marknaden borde vara en realitet på detta område eftersom både leverantörerna och varumärkena i stor utsträckning är desamma inom EU. Sådana omständigheter minskar

---

<sup>27</sup> Finansdepartementet, Nationell rapport om ekonomiska reformer, 1999

generellt prisspridningen mellan länderna. Den huvudsakliga förklaringen till den sjunkande prisnivån är dock en kraftigt ökad produktivitet i handelsledet i kombination med en ökad global konkurrens.<sup>28</sup> Undergruppen böcker, tidningar och tidskrifter har däremot en hög prisnivå, vilket delvis kan förklaras av att medelmomsen för denna produktgrupp uppgår till 14 procent i Sverige jämfört 4 procent för EU-länderna i genomsnitt. På detta område är alltså momskillnaden större än på de flesta andra områden. Även språkbarriärer och andra kulturella skillnader segmenterar de nationella marknaderna.

*Diverse varor och tjänster (bl.a. restaurang, hotell och frisörtjänster)*

Prisnivåindex för denna huvudgrupp var ungefär densamma 1998 som 1996 jämfört med EU, 134 respektive 132. Även på detta område är momskillnader en bidragande orsak till den högre prisnivån i Sverige. Den svenska medelmomsen uppgår till 24 procent för huvudgruppen jämfört med 15 procent för övriga EU-länder. Om hänsyn tas till den högre svenska medelmomsen sjunker prisnivåindex för huvudgruppen till 124 för 1998. För tjänsterna påverkas prisnivån även av högre inkomstskatter och sociala avgifter. Huvudgruppen består av disparata produkter och tjänster. Exempelvis ingår kostnader för restaurang och hotellbesök liksom frisörtjänster. Dessa tjänster är lokala till sin natur och man kan därför inte förvänta sig någon större prisutjämnande effekt av den inre marknaden. Tjänsterna har en relativt stor vikt, varför den höga prisnivån slår igenom på den totala prisnivån för huvud-gruppen. I gruppen ingår även ett stort antal varor, exempelvis hygien- och toalettartiklar.

### 4.3 Den relativa prisnivån sjunker

Generellt har prisnivån för privat konsumtion sjunkit i förhållande till den genomsnittliga prisnivån inom EU, till stor del genom att kronan försvagats i förhållande till euron. Bilden av prisnivån för de varu- och tjänsteområden som ingår i den privata konsumtionen är splittrad. Den totala prisnivån i Sverige är enligt SCB fortfarande i genomsnitt 21 procent högre än den genomsnittliga prisnivån inom EU. En markant högre prisnivå gäller främst för områdena drycker

---

<sup>28</sup> NUTEK, EU och den inre marknaden - effekter på den svenska ekonomin, 1998

och tobak, bostad och energi, hälso- och sjukvård samt diverse varor och tjänster (bl.a. restaurang och hotell). Det finns dock en stor variation inom huvudgrupperna. Som exempel på undergrupper med hög prisnivå kan nämnas transporttjänster samt böcker och tidningar.

På många andra områden som exempelvis vissa livsmedel, kläder och skor samt möbler och hushållsartiklar är dock inte den svenska prisnivån lika hög. Detta gäller särskilt om hänsyn tas till den högre svenska medelmomsen. En undergrupp med förhållandevis låg prisnivå är post och tele.

Som nämnts kan den högre prisnivån för bostäder delvis hänföras till mätproblem och osäkerhet i undersökningarna. När det gäller bostäder samt hälso- och sjukvård är inslaget av offentliga subventioner och regleringar mycket stort. Höga indirekta skatter är orsaken till höga prisnivåer för alkoholhaltiga drycker och tobak. För gruppen diverse varor och tjänster är skillnaden i medelmoms större än på övriga områden och gruppen innehåller delvis tjänster som tillhandahålls på lokala marknader. För dessa tjänster liksom för hyror och kostnader för egna hem kan inte den inre marknaden förväntas få mer än marginella effekter på prisnivån.

För samtliga övriga grupper - livsmedel, kläder och skor, möbler och hushållsartiklar, transport och kommunikation samt fritid, nöjen, utbildning och kultur - översteg inte prisnivåindex 115 år 1998. Om hänsyn tas till den högre svenska medelmomsen sjunker prisnivåindex ytterligare för dessa områden. Den inre marknaden verkar i varierande omfattning ha haft gynnsamma effekter på prisnivån för dessa huvudgrupper och priserna är i nivå med eller har i varje fall närmat sig de genomsnittliga priserna inom EU på många områden. Det bör dock framhållas att varje procentenhet i högre genomsnittlig prisnivå betyder att hushållen belastas märkbart, varför en fortsatt utjämning är angelägen.

Resultatet från regressionsanalysen i kapitel 3 tyder på att den inre marknaden påverkat inombranschstrukturen i de tidigare mer skyddade eller hemmamarknadsberoende branscherna. Dessa branscher tillverkar huvudsakligen konsumtionsvaror eller varor för slutförbrukare, vilka delvis återfinns i huvudgrupperna livsmedel, kläder och skor samt möbler och hushållsartiklar. De kostnadsminskningar och produktivitetsförbättringar, som följer av ett ökat utnyttjande av stordriftsfördelar i tillverkningsledet, borde på sikt slå igenom även

i konsumentledet för nämnda varugrupper förutsatt effektiv konkurrens. Prisnivåindex har också sjunkit mer för dessa varugrupper jämfört med PNI för hela den privata konsumtionen. Mellan 1996 och 1998 har PNI för privat konsumtion sjunkit med 4,7 procent medan index sjunkit med 6,7 procent för livsmedel, möbler och hushållsartiklar samt 6,3 procent för kläder och skor.<sup>29</sup> Prisnivåindex, justerat för skillnader i medelmoms, uppgick år 1998 till 105 för livsmedel, 105 för möbler och hushållsartiklar samt 98 för kläder och skor, vilket innebär att prisnivån konvergerat mot EU-genomsnittet för dessa varugrupper.

En bidragande orsak till att kostnadsminskningarna verkar ha förts vidare och fått genomslag i konsumentledet för bl.a. de tre nämnda huvudgrupperna är att handelns struktur förändrats i Sverige. Under de senaste två decennierna har dagligvaruhandeln förändrats i riktning mot allt större butiker, främst stormarknader och ”supermarkets”. På många orter har lågprisbutiker tagit stora marknadsandelar. Även inom den övriga detaljhandeln har företag, vars viktigaste eller enda affärsidé är att sälja till låga priser, etablerats eller vuxit sig starkare. Kännetecknande för dessa företag är, förutom den låga prisnivån, att de ofta är externt lokaliserade, erbjuder ett stort sortiment och har låg servicenivå och stora butiksytor. Exempel på sådana företag är IKEA, El-Giganten, OnOff och Hennes & Mauritz, som dock mestadels förlägger sina butiker i köpcentra och citylägen.<sup>30</sup> Även om strukturförändringar inom dagligvaruhandeln lett till effektiviseringar kan den ökande företagskoncentrationen innebära risker för minskat konkurrenstryck.

Införandet av en enhetlig valuta skulle ytterligare påskynda denna utveckling eftersom prisjämförelser mellan varor i olika länder underlättas. En ökad pristransparens ökar konkurrensen och pressar priserna.

#### 4.4 Vilka produktgrupper är dyrare i Sverige?

I den fortsatta analysen är det särskilt intressant att närmare studera de undergrupper *inom* huvudgrupperna livsmedel, drycker och tobak, kläder och skor samt möbler och hushållsartiklar för vilka

<sup>29</sup> Som tidigare nämnts är jämförelser över tiden osäkra.

<sup>30</sup> Konkurrensverkets rapport Konkurrensen i Sverige under 1990-talet, s. 106 ff

prisnivåindex fortfarande är markant högre jämfört med EU. Eftersom prisnivån sjunkit och konvergerat mot EU-genomsnittet för dessa huvudgrupper som helhet kan det finnas särskilda förklaringar till att vissa undergrupper har en avvikande relativ prisnivå. Det kan bero på naturliga orsaker som nationella särdrag eller preferenser som förhindrar att svenska priser konvergerar mot EU-genomsnittet. Andra orsaker till att Sverige inte fullt ut integrerats i den inre marknaden för dessa varugrupper kan vara rådande näringslivsstruktur och bristande konkurrens, som i sin tur kan bero på inträdesbarriärer eller handelshinder. Den analys som görs i kapitel 5 är särskilt inriktad på sistnämnda orsaker.

Prisnivåindex avviker särskilt för följande undergrupper inom nämnda huvudgrupper (tabell 4.1):

- bröd och spannmålsprodukter (PNI98 = 122)
- matolja och matfett (PNI98 = 125)
- icke-alkoholhaltiga drycker (PNI98 = 138)
- alkoholhaltiga drycker (PNI98 = 171)
- tobak (PNI98 = 180)
- övriga hushållsvaror och tjänster (PNI98 = 130)

Det ligger utanför syftet med denna rapport att fortsättningsvis närmare undersöka alkoholhaltiga drycker och tobak samt huvudgrupperna bostad och energi, hälso- och sjukvård samt diverse varor och tjänster. Den främsta orsaken är att den inre marknaden inte kan antas få lika stora effekter på dessa områden beroende på stora offentliga subventioner och höga direkta och indirekta skatter. Av samma orsaker behandlas inte heller undergruppen transporttjänster och gruppen böcker, tidningar och tidskrifter i den fortsatta analysen, trots att prisnivån är relativt hög i förhållande till prisnivån för respektive huvudgrupp.

Vissa undergrupper består av mycket disparata varor och tjänster. Därför måste köpkraftspariteter och vägningstal studeras även för de underliggande basgrupperna, som är den mest detaljerade nivån i köpkraftsundersökningarna. Vid analysen av undergrupperna använder vi samma metodik som vid analysen av huvudgrupperna, dvs. särskilt intresse riktas mot de basgrupper vars prisnivå är märkbart högre jämfört med prisnivån totalt för undergruppen. Det är dessa basgrupper som drar upp prisnivån för undergruppen.

I urvalet av de basgrupper som analyseras har inte enbart höga köpkraftspariteter varit styrande. Hänsyn tas även till gruppens vikt och om det går att betrakta en eller flera basgrupper som sammanhållna, naturligt avgränsade marknader. Slutligen måste effekter av den inre marknaden kunna förväntas, vilket utesluter t.ex. tjänster som tillhandahålls på lokala marknader. De basgrupper som ingår i de utvalda undergrupperna framgår av bilaga 3.<sup>31</sup>

#### *Bröd och spannmålsprodukter*

Inom denna grupp är priserna märkbart högre för dels basgruppen skorpor, kakor, kex etc., dels basgrupperna pasta, pastarätter och ris. För förstnämnda basgrupp är priserna över 50 procent högre jämfört med de genomsnittliga priserna inom EU. Dessutom är vikten relativt stor, vilket innebär att om prisnivåindex för gruppen skorpor, kakor och kex vore 100 skulle index för undergruppen i sin helhet sjunka med över sex procentenheter.

Avlånga skorpor som benämns ”Swedish crispies” ingår inte i basgruppen skorpor, kakor och kex etc. utan i gruppen specialbröd. Däremot ingår andra skorpor, som bara säljs i liten omfattning i Sverige i basgruppen skorpor, kakor och kex. Detta missgynnar Sverige i prismätningarna och är en förklaring till att priserna är höga för sistnämnda basgrupp. Däremot är de svenska priserna i nivå med övriga EU-länders priser för gruppen specialbröd där bl.a. de avlånga skorporna och knäckebröd ingår. Enligt uppgift från SCB missgynnas Sverige även i mätningarna till följd av att dessa egentligen baseras på enbart märkesvaror, som är dyrare än icke-märkesvaror. Då de höga svenska priserna för denna grupp till stor del verkar kunna förklaras av nämnda omständigheter görs ingen fördjupad analys av detta varuområde.

Priserna för pasta, pastarätter och ris är omkring 40 procent högre i Sverige än i övriga EU-länder. En fördjupad analys av varuområdet ris, pasta och pastarätter görs därför i kapitel 5.

---

<sup>31</sup> Eftersom materialet inte publiceras av Eurostat är vi förhindrade att redovisa prisnivåindex och vägningstal för basgrupperna.

### *Matolja och matfett*

Priserna på smör och margarin är i nivå med priserna inom EU. Dessa produkter svarar för nästan all konsumtion av matfett och oljor i Sverige. Däremot är prisnivån på matolja ca 60 procent högre i Sverige jämfört med prisnivån inom EU. Förklaringen till att PNI uppgår till 125 för undergruppen, trots att PNI för smör och margarin ligger i nivå med EU-genomsnittet, är att inte bara konsumtionen i Sverige påverkar vägningstalen. Även konsumtionen i övriga EU-länder påverkar viktfordelningen och därmed Sveriges relativa prisnivå. Till följd av den höga konsumtionen av exempelvis olivolja i Medelhavsländerna får matoljor en oproportionellt stor vikt i Sverige jämfört med det svenska konsumtionsmönstret. Dessutom konsumeras främst halvlitersflaskor i Sverige medan de vanligaste förpackningarna utomlands är betydligt större. Eftersom enhetspriser används i mätningarna för att eliminera skillnader i förpackningsstorlek innebär det att Sverige erhåller ett högre literpris. Eftersom dessa orsaker är troliga förklaringar till den relativt höga prisnivån för undergruppen, görs inte någon fördjupad analys av detta varuområde.

### *Icke-alkoholhaltiga drycker*

Prisnivån för mineralvatten och läsk, som utgör undergruppen icke-alkoholhaltiga drycker, är ca 40 procent högre i Sverige än i EU. Mätningarna för drycker omfattar vatten och läskedrycker i olika förpackningar när de säljs styckevis men inte i helbackar. Läsk som säljs i helback är i allmänhet billigare per liter och en inte obetydlig del av försäljningen i Sverige avser helbackar. Detta kan i viss mån påverka prisjämförelsen till Sveriges nackdel. Det kan dock inte vara den huvudsakliga förklaringen till den höga svenska prisnivån, varför en fördjupad analys av detta varuområde görs i kapitel 5.

### *Övriga hushållsvaror och tjänster*

I denna undergrupp ingår bl.a. basgrupperna tvätt- och sköljmedel, diskmedel, såpa och rengöringsmedel. Priserna för tvätt- och diskmedel är ca 30 procent högre medan rengöringsmedel är ca 90 procent dyrare jämfört med priserna inom EU. Prisnivån för dessa produkter, som betecknas som kemisk-tekniska hushållsprodukter, är förvånansvärt hög med tanke på att stora internationella varumärken ingår i mätningarna. Detsamma gäller för basgruppen artiklar för personlig hygien (bl.a. tvål, schampo, tandkräm) som ingår i



undergruppen övriga varor och tjänster. Prisnivån för denna basgrupp är närmare 40 procent högre än prisnivån inom EU. En fördjupad analys av denna varugrupp och kemisk-tekniska hushållsprodukter återfinns därför i kapitel 5.

Inom undergruppen övriga hushållsvaror och tjänster ingår ytterligare ett stort antal produkter och även tjänster. Inhemsk tjänster, som barnpassning, trädgårds- och hushållsarbete, har den största vikten inom gruppen och utgör närmare 60 procent. Prisnivån för dessa tjänster ligger dock under prisnivån för gruppen i sin helhet. Tvätt, kemtvätt och sotning har däremot en prisnivå som överstiger den genomsnittliga prisnivån för undergruppen, men dessa tjänster har liten vikt och är dessutom lokala till sin natur.

### *Byggmaterial*

Bostadsområdet berörs inte närmare i denna studie, men byggmaterial som ingår i gruppen bostäder analyseras i kapitel 5. Prisnivån för byggmaterial borde påverkas mer direkt till följd av medlemskapet i den inre marknaden och prisnivån uppfattas generellt som hög i Sverige på detta område. Det bekräftas av att prisnivån för basgruppen byggmaterial är närmare 90 procent högre jämfört med prisnivån inom EU. Det bör dock påpekas att gruppen bara innehåller ett fåtal representantvaror. Byggmaterial utgör drygt en procent av den privata konsumtionen. De höga bostadskostnaderna förklaras således inte av prisnivån för byggmaterial, men den är en bidragande orsak.

## 4.5 Sammanfattning

Bilden av prisnivån för de varu- och tjänsteområden som ingår i den privata konsumtionen är splittrad. Den totala prisnivån i Sverige är fortfarande i genomsnitt 21 procent högre jämfört med den genomsnittliga prisnivån inom EU. En markant högre prisnivå gäller främst för områdena drycker och tobak, bostad och energi, hälso- och sjukvård samt diverse varor och tjänster (bl.a. restaurang och hotell). Det finns dock en stor variation inom huvudgrupperna. Som exempel på undergrupper med hög prisnivå kan nämnas transporttjänster samt böcker och tidningar.

På många andra områden som exempelvis vissa livsmedel, kläder och skor samt möbler och hushållsartiklar är dock inte den svenska

prisnivån lika hög. Detta gäller särskilt om hänsyn tas till den högre svenska medelmomsen. En undergrupp med förhållandevis låg prisnivå är post och tele.

Den relativa prisnivån har tenderat att sjunka sedan Sverige blev medlem i EU. Den inre marknaden har tydligen haft genomslag på många områden. Även om utvecklingen gått åt rätt håll kan det konstateras att de genomsnittliga konsumentpriserna i Sverige fortfarande ligger avsevärt över genomsnittet för EU-länderna, ca 18 procent högre med hänsyn till momskillnaderna.

Av de produktområden som har en markant hög relativ prisnivå har vi valt att analysera de fyra produktområdena pasta och ris, icke-alkoholhaltiga drycker, kemisk-tekniska hushållsprodukter och hygienartiklar samt byggmaterial. Detta innebär dock inte att andra produktområden är ointressanta när det gäller att söka finna orsaker till den höga svenska prisnivån.

## 5 Analys av fyra produktområden

I detta kapitel behandlas fyra utvalda produktområden som alla uppvisar en avsevärt högre relativ prisnivå jämfört med den genomsnittliga svenska prisnivån (se kapitel 4). Dessa är pasta och ris, icke-alkoholhaltiga drycker, kemisk-tekniska hushållsprodukter och hygienartiklar samt byggmaterial. Det bör betonas att det är fråga om fallstudier och att resultaten inte kan ligga till grund för vidare generaliseringar.

De olika avsnitten innehåller dels en beskrivning av marknads- och konkurrensförhållanden, dels en beskrivning av regelverk och handelshinder för respektive produktområde. Detaljhandelsstruktur- och konkurrensförhållanden har nyligen beskrivits i en rapport från Konkurrensverket och behandlas därför inte närmare i föreliggande rapport.<sup>32</sup> Undersökningen berör dessutom ett begränsat antal produktområden. Distribution av byggmaterial sker dock via andra kanaler, varför en beskrivning av byggmaterialhandeln återfinns i avsnittet rörande detta produktområde.

Samtliga varuområden omfattas av EG:s direktiv om förpackningar och förpackningsavfall.<sup>33</sup> Enligt detta är medlemsstaterna skyldiga att vidta åtgärder för att uppnå vissa återvinnings- och återanvändningsmål för förpackningar. I direktivet poängteras att de nationella systemen för återvinning skall vara öppna och icke-diskriminerande och vara så utformade att handelshinder och snedvridning av konkurrensen undviks. Medlemsstaterna får inte förhindra att förpackningar som uppfyller direktivets krav släpps ut på marknaden inom deras respektive territorier.

I Sverige har sedan den 1 oktober 1994 alla företag, som tillverkar, importerar eller säljer en förpackning eller en förpackad vara, ansvar för de förpackningar som hamnar på den svenska marknaden.<sup>34</sup> Förordningen om producentansvar för förpackningar omfattar, med två undantag, alla sorters förpackningar oberoende av

---

<sup>32</sup> Konkurrensverket, Konkurrensen i Sverige på 90-talet, 2000

<sup>33</sup> Europaparlamentets och Rådets direktiv 94/62/EG om förpackningar och förpackningsavfall

<sup>34</sup> Förordning (1997:185) om producentansvar för förpackningar

materials lag.<sup>35</sup> Undantagna från förordningens tillämpningsområde är dryckesförpackningar av aluminium och PET-flaskor, för vilka särskilda regler gäller. Dessa berörs mer utförligt nedan.

Förordningen om producentansvar för förpackningar är neutralt utformad och importörer torde inte missgynnas i förhållande till inhemska producenter. Avgifterna och de administrativa kostnaderna är låga och de har ingen inverkan på prisskillnaderna mellan Sverige och EU-genomsnittet för de flesta produkter, eftersom avgifterna endast utgör en obetydlig del av priset i konsumentledet.

## 5.1 Ris och pasta

Ris, pasta och pastarätter är spannmålsprodukter som utgör olika produktmarknader. Pasta kan avgränsas i olika marknadssegment såsom spagetti, makaroner, korta former (t.ex. farfalle), tagliatelle, lasagne och fylld pasta. Med fylld pasta avses tortellini och ravioli. Italiensk pasta innehåller bara durumvete. Vid tillverkning i Sverige används även svenskt vete. På senare år har färsk pasta vunnit insteg på den svenska marknaden, men till allra största delen är det fortfarande torr pasta som konsumeras.

Ris säljs i många former, av vilka den vanligaste är ett specialbehandlat (parboiled) långkornigt ris. Varianter av detta ris är förkokt och torkat s.k. snabbris samt fullkornsrisk eller råris. Jasminris, som odlas i Thailand, är ett långkornigt s.k. aromatiskt ris liksom basmatiris från Pakistan och Indien. Bland övriga ristyper är det mellankorniga grötriset vanligast.

### 5.1.1 Marknads- och konkurrensförhållanden<sup>36</sup>

#### *Konsumtion*

Konsumtionen av ris och pasta uppgick 1998 till drygt 1,5 miljarder kronor eller 92 000 ton, varav 33 000 ton ris och 59 000 ton pasta

---

<sup>35</sup> Förpackningar definieras i förordningen som "Alla produkter, oavsett material, som framställs för att innehålla, skydda, hantera, leverera och presentera varor; från råmaterial till slutlig produkt och från producent till användare och konsument".

<sup>36</sup> Detta avsnitt bygger till stor del på intervjuer med representanter för företag i berörda branscher.

(se tabell 5.1). Riskonsumtionen har minskat volymmässigt sedan 1993 men ökat i värde. Konsumtionen av pasta har också ökat värdemässigt, men den kvantitativa ökningen har varit betydligt större, vilket avspeglar sjunkande genomsnittspriser.

**Tabell 5.1 Konsumtion av ris och pastaprodukter 1993-1998, miljoner kronor, löpande priser<sup>1</sup>**

Vara	1993	1994	1995	1996	1997	1998
Ris	370	437	570	450	473	476
Pastaprodukter <sup>2</sup>	916	938	1 040	1 019	1 030	1 060
<b>Totalt</b>	<b>1 216</b>	<b>1 375</b>	<b>1 610</b>	<b>1 469</b>	<b>1 503</b>	<b>1 536</b>

<sup>1)</sup> Konsumtionsstatistiken innefattar även förbrukning inom storhushåll. Uppgifterna för 1997 och 1998 är preliminära.

<sup>2)</sup> Fr.o.m. 1995 ingår även fyllda pastaprodukter och couscous.

Källa: Jordbruksverket och SCB

Ungefär hälften av risförsäljningen i detaljhandeln utgörs av specialbehandlat långkornigt ris, inklusive snabbris och fullkornsrisk, medan 35 - 40 procent är aromatiskt ris. Andelen aromatiskt ris har ökat kraftigt under de senaste åren. De största marknadssegmenten vad gäller pasta är spagetti och makaroner, som vardera svarar för ungefär en tredjedel av försäljningen. Marknaden för färsk pasta är liten men i stark tillväxt.

#### *Utrikeshandel*

Importen av ris minskade kraftigt i samband med att Sverige blev medlem i EU (se tabell 5.2). Inför en väntad höjning av importpriserna till följd av EU:s marknadsreglering skedde en markant ökning av importen 1994 och en kraftig lageruppbyggnad, vilket medförde ett minskat importbehov 1995.

Länderna inom EU svarade 1999 för sammanlagt 66 procent av importvolymen. Innan Sverige blev medlem i EU importerades merparten av riset direkt från ursprungsländerna, främst Thailand och USA, men numera går en stor del av importen via EU-länder. Efter Sveriges EU-inträde saknar utrikeshandelsstatistiken redovisning av ursprungsland för den import som går till Sverige

via ett annat EU-land. Om import från tredje land går via ett annat EU-land och sedan till Sverige registreras importen som om den haft sitt egentliga ursprung i det andra EU-landet. Andelen ris med ursprung i EU-länder har emellertid enligt Jordbruksverket fördubblats efter EU-inträdet.

Importen av pastaprodukter uppvisar en ganska jämn volymmässig ökning sedan 1993. Mer än 90 procent av den importerade volymen kom 1999 från EU-länder, av vilka Italien är det i särklass största avsändarlandet.

**Tabell 5.2 Import av ris och pastaprodukter 1993-1999, tusen ton**

Vara	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Ris <sup>1</sup>	60	72	12	30	33	35	37
Pastaprodukter	27	26	29	30	33	34	38
<b>Totalt</b>	<b>87</b>	<b>98</b>	<b>41</b>	<b>58</b>	<b>66</b>	<b>69</b>	<b>75</b>

<sup>1)</sup> Brutet ris, som används till foder, ingår inte.

Källa: SCB

### *Priser*

Specialbehandlat ris som säljs i Sverige under varumärket Uncle Ben's odlas i USA. Det ris av denna typ som säljs i övriga Europa under samma märke är däremot av europeiskt ursprung. De svenska detaljhandelskedjorna importerar specialbehandlat ris från både USA och Europa och säljer det under egna märken. Det amerikanska riset är ofta dyrare men anses vara av högre kvalitet. Den svenske leverantören av Uncle Ben's, Masterfoods AB, bytte till europeiskt ris när priserna steg på amerikanskt ris som en följd av medlemskapet i EU. Enligt företaget föredrar dock svenska konsumenter amerikanskt ris, vilket medförde att företaget återgick till detta efter några månader.

Av allt att döma har inte dessa kvalitetsskillnader beaktats i Eurostats internationella prisjämförelse.<sup>37</sup> Kvalitetsskillnader och olika konsumentpreferenser kan således förklara en del av de pris-skillnader som uppmätts mellan Sverige och övriga EU-länder.

Priserna på ris och pastaprodukter har sjunkit de senaste åren. Det kan bero på att det förekommer överproduktion i EU och att Ryssland stängt sina gränser för import av sådana livsmedel.

#### *Företags- och ägandestruktur*

Masterfoods AB är ett helägt dotterbolag till det amerikanska företaget Mars Incorporated och därmed en del av en internationell koncern med dotterföretag i samtliga EU-länder. Koncernens varumärke, Uncle Ben's, är det enda som marknadsförs globalt när det gäller ris. Sverige är ett av de länder där Uncle Ben's har störst marknadsandel. Andelen på den svenska marknaden är ca 40 procent. Härutöver säljer detaljhandeln ris under egna varumärken, vilka står för en betydande del av branschens omsättning. ICA svarar för 22 procent av den totala försäljningen. KF:s marknadsandel är ungefär tio procent och Axfoods ca fyra procent. Kedjornas varumärken är alltså tillsammans ungefär lika stora som Masterfoods.

På pastamarknaden är Cerealia AB ledande genom sitt dotterbolag Cerealia Pasta AB. Cerealia tillhör Svenska Lantmännens Riksförbund (SLR), vars medlemmar, de elva lantbrukskooperativa lantmännenföreningarna, dominerar den svenska spannmålsbranschen. Föreningarna har stora marknadsandelar i alla led från spannmålsodling till konsumentprodukter. Cerealia tillverkar pasta av märket Kungsörnen, framför allt makaroner, och importerar dessutom pasta av märket Buitoni. Den svensktillverkade pastan svarar för ungefär 80 procent av koncernens totala pastaförsäljning, som 1999 uppgick till 295 miljoner kronor.

Barilla Alimentare S.p.a., ett stort internationellt företag med tillverkning av pastaprodukter i bl.a. Italien, representeras i Sverige av dotterbolaget Wasabröd AB. Även ICA direktimporterar Barillas pastaprodukter. Axfood importerar pasta av märket Monte Regale.

---

<sup>37</sup> Även andra typer av ris, t.ex. jasmiris, och pastaprodukter kan skilja sig mycket i kvalitetshänseende.

Det förekommer också att enskilda handlare importerar pastapro-  
dukter.

På marknaden för torr pasta är Kungsörns marknadsandel 38 procent och Barillas 28 procent. Buitoni svarar för tio procent och ICA:s märke Diva för fem procent. Cerialias totala marknadsandel uppgår således till ca 50 procent.

#### *Förändringar av marknads- och företagsstruktur*

Detaljhandelns egna varumärken avseende ris och pastapro-  
dukter introducerades med något undantag under 1990-talet och har tagit  
allt större marknadsandelar. Med dessa varumärken får handeln  
ökad kontroll över förädlingskedjan och ett bättre förhandlingsläge  
gentemot leverantörerna, vilket ger större möjligheter att pressa  
inköpspriserna. Det är ett viktigt konkurrensmedel också genom att  
varumärkena kan skapa bindningar mellan konsumenten och ked-  
jan. Leverantörernas intresse av att producera för handelns varu-  
märken kan antas öka när det finns överkapacitet i produktionen,  
vilket är fallet när det gäller pastapro-  
dukter och vissa typer av ris.

När Sverige blev medlem i EU reglerades den tidigare fria markna-  
den för ris. Regleringen medförde 1995 höjda importpriser och  
påverkade därigenom marknadsstrukturen i Sverige. Masterfoods  
höjde priset på Uncle Ben's ris medan priserna för många av detalj-  
handelns egna märken förblev oförändrade. Som en följd av detta  
förlorade Masterfoods en betydande del av den svenska marknaden.  
Det har man dock återtagit bl.a. genom att introducera nya rissorter.  
Detaljhandelns lansering av egna varumärken är en internationell  
trend, men de höjda importpriserna för ris 1995 och en sviktande  
försäljning påskyndade troligen utvecklingen på den svenska mark-  
naden.

Cerealiala har under 1990-talet expanderat utanför Sveriges gränser  
och är nu en betydande aktör i flera grannländer, men företaget har  
samtidigt förlorat marknadsandelar i Sverige. Cerialiala tillverkade  
och importerade tidigare pasta av märket Turelli men övertog 1997  
agenturen för Buitoni från Nestlé och upphörde samtidigt med för-  
säljningen av Turelli. Wasabröd AB såldes 1999 till Barilla  
Alimentare S.p.a. och fusionerades i januari 2000 med koncernens  
försäljningsbolag, Barilla Scandinavia AB.



### 5.1.2 Regelverk och handelshinder

Livsmedelslagstiftningen är till stora delar harmoniserad inom EU. Detta innebär till exempel att reglerna för olika tillsatser, såsom färgämnen och aromer, samt bestämmelser om beteckningar är desamma för samtliga producenter inom EU.

Importörer av livsmedel från andra EU-länder måste dock uppfylla vissa krav innan de kan sälja sina produkter på den svenska marknaden. Alla som yrkesmässigt för in livsmedel till Sverige måste enligt livsmedelsförordningen<sup>38</sup> registrera sig hos Livsmedelsverket. En sådan registrering medför inte någon kostnad och det enda importören behöver uppge, förutom adress och organisationsnummer, är tulltaxenummer för produkterna.

Speciella regler gäller för livsmedel i vilka berikningsmedel ingår, dvs. medel som tillsatts livsmedlen för att förbättra näringsvärdet. För berikningsmedlen finns ingen harmoniserad EG-lagstiftning och därmed kan de svenska reglerna medföra problem för importörerna. I Livsmedelsverkets kungörelse om berikningsmedel i livsmedel<sup>39</sup> krävs att importören ansöker om tillstånd att införa berikade livsmedel till Sverige. Generella tillstånd finns för vissa produktgrupper och i dem vanligt förekommande berikningsmedel. En av dessa grupper är pastaprodukter. Oavsett om produkten faller under något av de generella tillstånden eller inte måste dock importören skicka in en anmälan till Livsmedelsverket och ersätta verket för kostnader som uppstår vid kontrollen. Kommissionen har dock påbörjat arbetet med att ta fram ett harmoniseringsdirektiv. De svenska särreglerna för berikade livsmedel kommer därför endast att kvarstå under en begränsad period.

#### *Obligatorisk märkning*

Alla livsmedel som säljs i Sverige skall, med vissa undantag, vara märkta på svenska. De svenska märkningskraven för livsmedel härstammar från EG:s direktiv om märkning, presentation och reklam i fråga om livsmedel.<sup>40</sup> Direktivet är genomfört i Sverige

---

<sup>38</sup> Livsmedelsförordning (1971:807)

<sup>39</sup> Statens livsmedelsverks kungörelse (SLVFS 1983:2) med föreskrifter om berikningsmedel i livsmedel

<sup>40</sup> Rådets direktiv 79/112/EEG om tillnärmning av medlemsstaternas lagstiftning om märkning, presentation och reklam i fråga om livsmedel

genom Livsmedelsverkets kungörelse om märkning och presentation av livsmedel.<sup>41</sup>

Ingrediensförteckning och nettokvantitet är exempel på obligatoriska märkningsuppgifter. På grund av direktivet är kraven på vad som skall framgå av märkningen i stort desamma i samtliga medlemsstater. Det finns dock möjligheter för medlemsstaterna att i vissa fall ställa högre och mer omfattande krav.<sup>42</sup>

Att kraven på märkning kan skilja sig åt mellan medlemsstaterna till viss del är dock inte ett hinder, eftersom importören måste tillse att alla märkningsuppgifter anges på svenska och är tvungen att märka om även i de fall märkningskraven är identiska. Kravet på svensk märkning är inte absolut, man får använda andra språk om stavningen endast obetydligt skiljer sig från svenska. Det finns inget som hindrar att märkningsuppgifterna samtidigt anges på flera språk. Livsmedelsverkets kontroll av bl.a. pasta har visat att märkning på andra språk än svenska är förhållandevis vanligt förekommande.<sup>43</sup> I Skåne påträffades felaktigt märkta pastaprodukter i ca 30 procent av de kontrollerade butikerna. Efter att Livsmedelsverket påtalat bristerna åtgärdades dock märkningen på i stort sett alla produkter.

Det faktum att i stort sett alla livsmedel måste märkas på svenska medför givetvis kostnader för importörerna. Även om det svenska märkningskravet anses vara uppfyllt genom ett klistermärke på produkten, måste importören packa upp och märka om varje enskild förpackning och sedan packa om produkterna. Eftersom samma märkningsregler gäller för samtliga livsmedel kan kostnaderna för ommärkning dock inte förklara att de svenska konsumentpriserna för pasta och ris är relativt högre jämfört med priserna för övriga livsmedel i Sverige.

### *Frivillig märkning*

Det finns även frivilliga märkningssystem. För livsmedel är det KRAV-märket som nått störst utbredning. Försäljningsvärdet för

---

<sup>41</sup> Statens livsmedelsverks kungörelse (SLVFS 1993:19) med föreskrifter och allmänna råd om märkning och presentation av livsmedel

<sup>42</sup> Se till exempel artikel 4.2 i direktiv 79/112/EEG.

<sup>43</sup> Livsmedelsverket, Märkning på svenska, 1998

samtliga KRAV-märkta produkter uppgick 1997 till ca 700 miljoner kronor.<sup>44</sup> Genomslagskraften för KRAV-märkningen har dock inte varit så omfattande för de produkter som vi valt att analysera. Därmed är förekomsten av KRAV-märket knappast en relevant förklaringsvariabel för föreliggande prisskillnader.

### 5.1.3 Sammanfattning

Eftersom samma märkningsregler gäller för samtliga livsmedel kan inte kostnaderna för ommärkning förklara varför de svenska konsumentpriserna för just ris och pasta är så höga. Den svenska prisutvecklingen på ris har påverkats av EU:s marknadsreglering, som medförde höjda importpriser när Sverige blev medlem, men orsakerna till nuvarande höga prisnivå jämfört med övriga EU-länder måste sökas på annat håll.

En del av de uppmätta prisskillnaderna beror delvis på att en förhållandevis stor del av konsumtionen i Sverige utgörs av amerikanskt ris, som är dyrare än ris av europeiskt ursprung. Detta har av allt att döma inte beaktats i Eurostats prisjämförelse. En annan förklaring kan vara bristande konkurrens som påverkar priset uppåt. På både ris och pastamarknaden har de ledande företagen starka varumärken och höga marknadsandelar. Masterfood med varumärket Uncle Ben's svarar för ungefär 40 procent av marknaden för ris. Marknaden för pastaprodukter domineras av Cerealia, vars varumärken Kungsörnen och Buitoni har en sammanlagd marknadsandel om ca 50 procent. Barillas marknadsandel uppgår till 30 procent.

## 5.2 Icke-alkoholhaltiga drycker

Med icke-alkoholhaltiga drycker avses här läskedrycker, förpackat vatten och alkoholsvag cider. Läskedrycker i koncentrerad form, s.k. sirup, säljs till restauranger och andra näringsställen. Läsk och vatten tillhandahålls i retur- och engångsflaskor av glas eller av polyetylentereftalat (PET), aluminiumburkar och kartongförpackningar. Det förekommer också försäljning på fat. Försäljningen av läsk och vatten sker främst på PET-flaskor och returglas medan

---

<sup>44</sup> Se KRAV:s hemsida ([www.krav.se](http://www.krav.se)).

aluminiumburkar svarar för ca tio procent. Andelen läsk på PET-flaskor har ökat stadigt samtidigt som returglasens andel minskat.

### 5.2.1 Marknads- och konkurrensförhållanden<sup>45</sup>

#### *Konsumtion*

Den registrerade konsumtionen av läsk och vatten uppgick 1999 till 860 miljoner liter (se tabell 5.3). Konsumtionen har ökat under de senaste åren. En del av den ökning som redovisas i tabellen kan dock tillskrivas en förbättring av det statistiska underlaget från och med 1997. Konsumtionen bestod 1999 till 78 procent av kolsyrade läskedrycker; andelen har varit i stort sett oförändrad sedan 1993. Buteljerat vatten svarade för 17 procent av konsumtionen och andra läskedrycker för fem procent.

**Tabell 5.3 Konsumtion av läskedrycker och vatten 1993-1998, miljoner liter <sup>1</sup>**

Vara	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Kolsyrade läskedrycker	470	521	519	521	605	620	670
Buteljerat vatten	94	107	116	115	126	126	143
Andra läskedrycker	28	29	32	40	51	47	47
<b>Totalt</b>	<b>592</b>	<b>657</b>	<b>667</b>	<b>676</b>	<b>782</b>	<b>793</b>	<b>860</b>

<sup>1)</sup> Konsumtionen 1997, 1998 och 1999 bygger på uppgifter från fler företag än tidigare år.

Källa: Svenska Bryggareföreningen

#### *Utrikeshandel*

Importen av konsumtionsfärdiga läskedrycker och vatten uppgick 1999 till 95 miljoner liter och kom huvudsakligen från Norge,

<sup>45</sup> Detta avsnitt bygger till stor del på intervjuer med representanter för företag i branschen.

Tyskland och Polen.<sup>46</sup> EES-länderna svarade tillsammans för 78 procent. Produkterna kan dock ha sitt ursprung i tredje land. Importen har mer än femdubblats sedan 1993. Samtidigt har importens andel av konsumtionen ökat från tre till elva procent. Exporten är betydligt mindre och går i huvudsak till de nordiska länderna.

De enda läskedrycker i PET-flaskor som är föremål för handel av betydelse mellan länderna inom EU är, enligt uppgifter från företag inom handeln, Coca-Cola, Pepsi-Cola och i någon mån Fanta och Sprite. I övrigt anses smakpreferenserna vara sådana att utländsk läsk inte efterfrågas av svenska konsumenter. Det kan vara en orsak till att importen fortfarande är förhållandevis liten. Det kan även vara svårt för en importör att få tillträde till de inhemska producenternas eller detaljhandelskedjornas distributionsnät.

#### *Prisutveckling*

De svenska producentpriserna på mineralvatten och läskedrycker steg under perioden 1990 – 1999 med 39 procent, varav 16 procentenheter avser 1994 - 1999.<sup>47</sup> Ökningen kan bland annat förklaras med att socker blev dyrare genom EU-medlemskapet. Kostnadsökningen för producenterna har sedan förts vidare till konsumentledet. Detta är dock inte någon förklaring till varför de svenska konsumentpriserna är 40 procent högre jämfört med EU-genomsnittet, eftersom marknaden för socker omfattas av EU:s jordbruksreglering. Vidare har konsumtionen förskjutits mot läsk i PET-flaskor. Läsk som säljs i denna förpackning har i allmänhet högre literpris än den som säljs i backar med 33 cl returflaskor.

#### *Företags- och ägandestruktur*

På världsmarknaden för läskedrycker finns tre stora märkesinnehavare - The Coca-Cola Company, PepsiCo och Cadbury Schweppes - som levererar koncentrat och essenser för tillverkning av kolsyrade läskedrycker. Nationella företag ges normalt tillstånd att framställa, distribuera och sälja dryckerna inom ett visst geografiskt område.

---

<sup>46</sup> Källa: Svenska Bryggareföreningen

<sup>47</sup> Källa SCB

Vid sidan av dessa internationellt marknadsförda drycker tillverkas i Sverige i stor omfattning läskedrycker som, när det gäller smaksättningen, inte har någon direkt motsvarighet i andra länder. På den svenska marknaden för läskedrycker är Coca-Cola Sverige AB, AB Pripps Bryggerier (Pripps), Spendrups Bryggeri AB (Spendrups) och Falcon Bryggerier AB (Falcon) de största tillverkarna, vilka sammantaget svarar för ca 90 procent av den totala försäljningen. Marknaden för vatten domineras av Pripps. De stora tillverkarna har egna rikstäckande distributionsnät. Andra tillverkare och importörer är beroende av butikskedjorna och deras distributionsnät.

Coca-Cola Sverige har en produktionsanläggning utanför Stockholm. För lagerhållning och distribution svarar Dryckesdistributören i Sverige AB, som också distribuerar drycker från Falcon. Under 1999 utgjorde Coca-Cola Sveriges försäljning av läskedrycker ungefär 45 procent av den totala försäljningen på marknaden. Coca-Cola Sverige är ett helägt dotterbolag till Coca-Cola Nordic Beverages A/S (CCNB), som är ett joint venture mellan The Coca-Cola Company och Carlsberg A/S. CCNB är moderbolag för en grupp av helägda tillverkande företag i de nordiska länderna. Dryckesdistributören ägs gemensamt av Coca-Cola Sverige och Falcon.

AB Pripps Bryggerier uppskattar sina marknadsandelar till drygt 20 procent på läskmarknaden och cirka 55 procent på marknaden för vatten. Pripps är, liksom det norska bryggeriet Ringnes A.S., ett helägt dotterbolag till Pripps Ringnes AB. Företagen tillhör en norsk livsmedelskoncern med Orkla A.S. som moderbolag.

Spendrups marknadsandelar var 1999 enligt företaget 18 procent för läskedrycker och 26 procent för vatten. Spendrups har avtal med Pepsi om tillverkning och försäljning, men avtalet upphör att gälla 2001.

Falcons marknadsandel vad gäller läskedrycker och vatten är ungefär fem procent. Falcon ingår i Carlsberg-koncernen.

#### *Förändringar av marknads- och ägandestruktur*

Inom malt- och läskedrycksindustrin är stordriftsfördelarna påtagliga i tillverkning, distribution och marknadsföring. Det har medfört

en stark koncentration till färre och större produktionsenheter och företag.<sup>48</sup>

Pripps ingick i början av 1990-talet i Volvokoncernen och hade, framför allt på grund av ett exklusivt licensavtal med Coca-Cola, en mycket stark ställning på marknaden för kolsyrade läskedrycker. Volvo beslutade emellertid att avveckla sitt ägande i bryggeribranschen och bildade 1995 tillsammans med Orkla A.S. ett joint venture avseende tillverkning och försäljning av drycker. Den verksamhet som parterna bedrev genom Pripps och det norska bryggeriet Ringnes sammanfördes till Pripps Ringnes AB. Orkla övertog 1997 Volvos andel i Pripps Ringnes, som därmed blev ett helägt dotterbolag till Orkla.

Till Volvokoncernen hörde tidigare också Bryggeri AB Falken. Genom ett förvärv 1994 införlivades även Falkens distributionsbolag, Falcon, i koncernen. Företagen och dess moderbolag, Falcon Holding AB, såldes 1995. År 1998 blev Falcon Holding ett helägt dotterbolag till Oy Sinebrychoff Ab, som sedan 1999 är ett helägt dotterbolag till Carlsberg.

Coca-Cola Sverige övertog 1997 försäljningen av Coca-Colas drycker på den svenska marknaden från Pripps Ringnes. Den 1 januari 1998 tog Coca-Cola Sverige även hand om tillverkningen. För distribution bildades Dryckesdistributören i Sverige, som ett av Coca-Cola Sverige och Falcon gemensamt ägt bolag. Pripps Ringnes träffade i stället en överenskommelse med PepsiCo om produktion och försäljning av Pepsi-Cola och 7UP i Sverige från januari 2001, då avtalet mellan PepsiCo och Spendrups går ut.

Coca-Colas etablering i Sverige innebar en stark ökning av produktionskapaciteten. Enligt flera tillverkare finns det nu en betydande överkapacitet i branschen, vilket kan ge förutsättningar för ökad priskonkurrens. I och med att Coca-Cola Sverige tagit över tillverkning och försäljning av Coca-Colas drycker har Pripps försäljning och marknadsandel minskat väsentligt.

Carlsberg och Orkla har nyligen träffat avtal om att bilda ett gemensamt företag, Carlsberg Breweries A/S, som kommer att ägas till 60 procent av Carlsberg och till 40 procent av Orkla. Pripps och

---

<sup>48</sup> SOU 1997:25 Svensk mat på EU-fat

Carlsbergs försäljning av läsk och mineralvatten övertas av det nya bolaget. Samarbetet med Pepsi uppges starta som planerat vid årsskiftet i Sverige. Carlsbergs nuvarande samarbete med Coca-Cola kommer däremot enligt vad parterna uppgivit att upphöra.<sup>49</sup>

#### *Konkurrensbegränsningar*

EG-kommissionen prövade 1997 samarbetet mellan Coca-Cola och Carlsberg i det gemensamma bolaget CCNB.<sup>50</sup> På den svenska marknaden omfattade samarbetet bl.a. distributionsbolaget Dryckesdistributören i Sverige. Kommissionen konstaterade att det fanns indikationer på att Coca-Cola var dominerande på den svenska marknaden. Coca-Cola hade emellertid upphävt sitt avtal om tillverkning med Pripps och etablerat egen verksamhet i Sverige. Det hade lett till att betydande kapacitet frigjorts inom Pripps produktion och distribution. Kommissionen fann därför att de koncentrativa inslagen i samarbetet mellan Coca-Cola och Carlsberg inte skulle leda till en stärkt ställning för Coca-Cola. Kommissionen godkände samarbetet efter vissa åtaganden från parternas sida. Vad gäller den svenska marknaden åtog sig Coca-Cola att inte köpa vissa varumärken från Falcon, som därmed tilläts fortsätta att konkurrera på marknaden för läskedrycker, både som märkesinnehavare och som tillverkare av egna och andras produkter.

För återvinning eller återanvändning av dryckesförpackningar finns flera retursystem som bygger på samarbete mellan företag. Det gäller system för aluminiumburkar, PET-flaskor för återvinning och PET-flaskor för återanvändning samt 33 cl och 50 cl returglasflaskor. Samarbetena är i vissa avseenden konkurrensbegränsande, men Konkurrensverket har beviljat tidsbegränsade undantag från förbudet mot konkurrensbegränsande avtal i konkurrenslagen (1993:20).

---

<sup>49</sup> Koncentrationen är föremål för Konkurrensverkets prövning.

<sup>50</sup> EGT nr L 145, 15.5.1998, s. 41



## 5.2.2 Regelverk och handelshinder

### *Obligatorisk märkning*

Eftersom även icke-alkoholhaltiga drycker faller under definitionen av livsmedel gäller samma generella regler som beskrevs i avsnittet om pasta och ris. Även en importör av icke-alkoholhaltiga drycker måste således anmäla importen till Livsmedelsverket samt tillse att dryckesförpackningarna är märkta på svenska.

### *Retursystem för aluminiumburkar, PET- och glasflaskor*

Lagen om återvinning av dryckesförpackningar av *aluminium* föreskriver att verksamhet som avser att främja sådan återvinning genom ett pantsystem endast får bedrivas av den som har tillstånd av regeringen.<sup>51</sup> AB Svenska Returpack (Returpack) är ensam om att ha ett sådant tillstånd. Tillståndet är förenat med villkoret att återvinningsgraden skall uppgå till minst 90 procent. Returpack ägs till helt övervägande del av PLM AB (49,7 procent) och Svenska Bryggareföreningens Service AB (49,7 procent). Sistnämnda bolag ägs till 90 procent av Svenska Bryggareföreningen och till tio procent av Bryggeriernas Intresseförening.

Retursystemet bygger på att alla burkar kan identifieras med hjälp av EAN-koder. Svenska burkleverantörer betalar en pantavgift på 45 öre per burk till Returpack och meddelar samtidigt vilken EAN-kod som burkarna har. Importören måste, innan import kan ske, registrera sig hos Jordbruksverket<sup>52</sup> och ange EAN-koderna för de burkar som han avser att importera och från vilka länder importen kommer att ske. Om importören inte har slutit ett avtal med Returpack skall han senast 30 dagar efter införselmånaden deklarerat och betala en införselavgift på 48,5 öre per burk till Jordbruksverket. Varje gång EAN-koden på importörens burkar ändras eller när importören avser att importera nya sorters burkar måste de nya koderna anmälas i god tid till Jordbruksverket. Avgifterna samt EAN-koderna överförs till Returpack och de importerade burkarna

---

<sup>51</sup> Lagen (1982:349) om återvinning av dryckesförpackningar av aluminium. Ytterligare regler återfinns i förordningen (1983:847) om avgift vid införsel av aluminiumburkar och i Statens jordbruksverks föreskrifter (SJVS 1994:259) om avgift vid införsel av aluminiumburkar.

<sup>52</sup> Den 4 april 2000 var ca 125 företag registrerade hos Jordbruksverket för betalning av burkavgift vid import av aluminiumburkar.

ingår sedan i det svenska systemet för återvinning. Enligt Returpack skall alla burkar som ingår i systemet dessutom vara märkta med en av Naturvårdsverket framtagna retursymboler samt texten Returburk.

Importörer som byter leverantör från gång till gång måste således för varje ny sändning rapportera in nya EAN-koder. Den administrativa kostnad som detta medför har ingen motsvarighet för de svenska tillverkarna eftersom de använder sig av samma EAN-kod hela tiden.

Med *PET-flaskor* avses flaskor som är tillverkade av polyetylen-terefthalat. För flaskor tillverkade av annan sorts plast gäller sedvanligt producentansvar. För yrkesmässig överlåtelse av en konsumtionsfärdig dryck på PET-flaska krävs enligt lagen om vissa dryckesförpackningar ett särskilt hanteringstillstånd för den som tappar eller importerar drycken på flaska.<sup>53</sup> Ansökan om hanteringstillstånd lämnas till Jordbruksverket. För hanteringstillståndet utgår en årlig avgift på 10 000 kronor.<sup>54</sup> För att erhålla ett hanteringstillstånd krävs att flaskan ingår i ett godkänt retursystem i vilket konsumenten erhåller ett pantbelopp vid återlämnandet av flaskorna.

Det existerar idag ett antal godkända retursystem för PET-flaskor, men endast ett fåtal används. Av dessa är två rikstäckande medan de andra har en begränsad geografisk omfattning. AB Svenska Returpack-PET administrerar ett rikstäckande samarbete om återvinning av PET-flaskor. Returpack-PET har samma ägarförhållanden som Returpack. De större bryggerierna Coca-Cola Sverige, Pripps, Spendrups och Falcon samt två mindre svenska producenter samarbetar dessutom om ett retursystem för återfyllningsbara PET-flaskor. Svenska Retur PET AB, som ägs av nämnda bryggerier och Svenska Bryggareföreningen, har det övergripande ansvaret för systemets funktion.

Kraven som ställs på retursystemen är höga. Enligt förordningen om producentansvar för förpackningar krävs att 90 procent av alla dryckesflaskor av PET återanvänds eller återvinns. En importör av drycker på PET-flaska kan teoretiskt sett starta ett eget retursystem och ansöka om godkännande. Detta är dock inte något som

---

<sup>53</sup> Lag (1991:336) om vissa dryckesförpackningar

<sup>54</sup> Förordning (1991:338) om vissa dryckesförpackningar

Jordbruksverket rekommenderar då det enligt verket visat sig vara svårt för de små aktörerna att uppfylla målet på 90 procent återvinning eller återanvändning. Inte ens Returpack-PET:s system, som är det klart största för återvinningsbara flaskor, klarar detta mål utan materialutnyttjandet ligger runt 80 procent. Däremot har man i systemet med återfyllningsbara flaskor lyckats uppnå en återlämningsgrad på 98 procent.

Eftersom systemet med återfyllningsbara flaskor endast omfattar en enda standardiserad flaska, som bara används av vissa svenska bryggerier, är anslutning till det systemet inte en framkomlig väg för en importör. Eftersom de mindre retursystemen drivs av enskilda bryggerier och är lokala till sin natur är även dessa alternativ stängda för importörer. Av alla godkända system är det endast ett som drivs av en importör, resterande importörer har avtal med Returpack-PET, vars system omfattar ca 95 procent av alla återvinningsflaskor. En anslutning till Returpack-PET:s system synes därför vara det enda reella alternativet för en importör.

Returpack-PET har dock ingen skyldighet att sluta avtal med alla importörer och det är inte heller självklart att flaskorna godkänns. Importören intar således en beroendeställning gentemot Returpack-PET och om denne nekas tillträde till systemet finns ingen möjlighet att överklaga Returpack-PET:s beslut.

Returpack-PET har ett standardavtal för importörer som önskar ingå i systemet. Enligt avtalet förbinder sig importören att märka samtliga flaskor med en för denne unik etikett och EAN-kod för varje produkttyp som importeras. Dessutom skall det framgå av etiketten att flaskan ingår i retursystemet. Etiketten skall täcka redan påklitrade etiketter i dess helhet eller anbringas på flaskan vid tappningsstället. Kostnaden för importören är beroende av om denne beställer flaskorna direkt från tappningsstället eller ej. Om importörens flaskor kan märkas redan på tappningsstället blir effekterna inte särskilt betungande medan det motsatta gäller om importören tvingas märka om redan märkta flaskor med en helt ny etikett. Etikettkravet är särskilt betungande för importörer som köper in tillfälliga partier på spotmarknaden. I avtalet uppställs en rad andra krav som bl.a. rör flaskornas dimensioner, etikettlim, kapsylmaterial etc. Panten och avgiften är densamma som för i Sverige producerade flaskor.

Tidigare kunde importörer klistra en ny EAN-kod över den som fanns på den befintliga etiketten, men det systemet ledde enligt Returpack-PET till omfattande problem med fusk och felaktigt märkta flaskor. 1998 infördes därför det nya kravet på en unik etikett. Det har enligt Jordbruksverket ökat den illegala importen, vilket bekräftas av Returpack som uppskattar att den illegala importen årligen uppgår till mellan 10 och 20 miljoner liter på PET-flaskor. Detta är en indikation på retursystemets, och speciellt det nya etikettkravets, handelshindrande effekt. Märkningskravet är antagligen en bidragande förklaring till prisskillnaderna mellan Sverige och EU-genomsnittet för denna varugrupp.

Konkurrensverket har prövat om Returpack-PET:s standardavtal står i strid med konkurrenslagen. Konkurrensverket ansåg att Returpack-PET måste ha möjlighet att tillhandahålla ett säkert och effektivt system och därmed vidta rimliga och proportionerliga åtgärder för att försvåra bedrägeri och felmärkning. Regeln om hel etikett har motiverats med att den krävs för systemets säkerhet och effektivitet. Regeln om ommärkning med ny etikett leder enligt Konkurrensverket samtidigt till kostnader för importören som kan minska handelsmöjligheterna för denne. Den handel som sker inom EES-området är handel med mer tillfälliga partier som säljs till relativt låga priser. Denna handel kan försvåras av etiketteringskravet, eftersom en importör av ett sådant parti normalt inte torde ha tillgång till ett utvecklat system för ommärkning. Kravet på ommärkning med hel etikett innebär alltså en viss risk för handels- och därmed konkurrenshindrande effekter. Mot detta står intresset av ett fungerande retursystem. Vid en samlad bedömning fann Konkurrensverket att kravet på ommärkning med hel etikett inte utgjorde en märkbar konkurrensbegränsning i konkurrenslagens mening.<sup>55</sup>

Som tidigare nämnts ägs såväl Returpack som Returpack-PET till största delen av PLM och Bryggareföreningen. Detta medför att svenska bryggerier har stort inflytande över det enda retursystemet för aluminiumburkar och det helt dominerande återvinningssystemet för PET-flaskor. Det kan inte uteslutas att detta förhållande kan inverka negativt på importörers möjligheter att få tillgång till den svenska marknaden.

---

<sup>55</sup> Konkurrensverkets dnr 696/1998

För *glasflaskor* gäller producentansvarslagen. Alla tillverkare och importörer av glasflaskor, som inte på egen hand kan uppfylla återvinningskraven, skall registrera sig hos Svensk GlasÅtervinning AB för betalning av återvinningsavgift.<sup>56</sup> Det finns inget krav på att konsumenter skall erhålla ett pantbelopp vid återlämnande av glasflaskor. Trots det förekommer sådana retursystem. Systemen omfattar standardiserade flaskor på 33 respektive 50 cl och existerar inom det generella glasåtervinningssystemet. Första gången flaskorna förs ut på marknaden betalas den vanliga återvinningsavgiften, därefter cirkulerar flaskorna inom pantsystemet för att först när de inte längre lämpar sig för återanvändning lämnas till återvinning.

I vissa EU-länder används *stålburkar* för förvaring av drycker. Dessa burkar kan därför inte ingå i det svenska pantsystemet för återvinning av aluminiumburkar. För sådana burkar gäller i stället producentansvarsförordningen.

### 5.2.3 Sammanfattning

Den svenska marknaden för vatten och läskedrycker domineras av fyra företag som tillsammans har en marknadsandel om ca 90 procent. Importkonkurrensen är svag, vilket delvis kan förklaras av svårigheter för importörerna att få tillträde till de inhemska distributionsnäten, märkningskrav och förekomsten av retursystem. Det helt dominerande retursystemet för PET-flaskor för återvinning har handelshindrande effekter, framför allt på grund av det nya etikettkravet. Svenska bryggerier har ett stort inflytande över detta system för PET-flaskor liksom det enda för aluminiumburkar. Med fåtalsdominans på den inhemska marknaden finns en risk för att konkurrensen begränsas. Detta i kombination med svag importkonkurrens är en viktig förklaring till den relativt höga prisnivån i Sverige.

## 5.3 Kemisk-tekniska hushållsprodukter

Med kemisk-tekniska produkter avses här tvätt- och rengöringsmedel för hushållsbruk samt artiklar för personlig hygien. Produkterna utgör ett heterogent område som består av ett stort antal produktmarknader. En avgränsning har därför gjorts till sådana produkter

---

<sup>56</sup> Avgiften varierar med storleken på förpackningen, från 6 öre för förpackningar med en fyllnadsvolym upp till 250 ml till 23 öre för förpackningar med en fyllnadsvolym över 699 ml.

som väger tungt i den privata konsumtionen: tvättmedel, diskmedel och rengöringsmedel samt tvål, tandkräm och hårschampo. Diskmedel avser både handdiskmedel och maskindiskmedel. För ändamålet användbara uppgifter om konsumtion och utrikeshandel saknas för detta produktområde.

### 5.3.1 Marknads- och konkurrensförhållanden<sup>57</sup>

#### *Företags- och ägandestruktur*

Tvättmedel, diskmedel och rengöringsmedel tillverkas och marknadsförs i betydande omfattning av multinationella företag, av vilka de största är Unilever, Procter & Gamble och Colgate-Palmolive. Dessa har en stark ställning även på flera produktmarknader inom området personlig hygien. Detaljhandelskedjorna har egna varumärken, men de har inte lika stora marknadsandelar som på till exempel marknaderna för ris och pastaprodukter.

Unilever är en holländsk-brittisk koncern. I koncernen ingår Unilever Sverige AB, vars dotterbolag Lever Fabergé AB säljer tvättmedel, rengöringsmedel och artiklar för personlig hygien till konsumenter. Bland företagets produkter kan nämnas Via tvättmedel, Sun maskindiskmedel, Vim allrengöring, Lux tvål, Finesse schampo och Pepsodent tandkräm. Produkterna importeras från andra länder inom EU.

Procter & Gamble har sitt huvudkontor i USA. För marknadsföringen i de nordiska länderna svarar Procter & Gamble Nordic Incorporated. I sortimentet ingår bl.a. tvättmedel under varumärket Ariel, diskmedel av märket Yes och schampo av märket Clearasil. De produkter som säljs i Norden tillverkas huvudsakligen i England, Irland, Tyskland och Belgien.

Colgate-Palmolive är också ett amerikanskt företag. Det svenska dotterbolaget Colgate-Palmolive AB säljer tvättmedel och rengöringsmedel av märket Ajax, schampo av märket Respons, tandkräm av märket Colgate och tvål av märket Palmolive.

---

<sup>57</sup> Detta avsnitt bygger till stor del på intervjuer med representanter för företag i branschen.

Det av Lever tillverkade tvättmedlet Via är det mest sålda på den svenska marknaden. Via och Levers övriga tvättmedelsmärken har tillsammans en marknadsandel om ca 40 procent. De största konkurrenterna, Procter & Gamble och Colgate-Palmolive, svarar för ca 20 respektive tio procent.

Marknaden för handdiskmedel domineras av Procter & Gamble, vars varumärke Yes står för ca 80 procent av den totala försäljningen. Det är mer än i något annat europeiskt land. I Finland har Procter & Gamble ungefär 70 procent av marknaden och i Storbritannien ungefär 50 procent. I övriga EU-länder är marknadsandelen betydligt mindre. Yes är ett för Sverige unikt varumärke som Procter & Gamble övertagit från en lokal tillverkare. I övriga Europa marknadsförs Procter & Gambles diskmedel under varumärket Fairy.

Varken Lever eller Colgate-Palmolive säljer handdiskmedel i Sverige. Maskindiskmedel säljs däremot av Lever, som har knappt 40 procent av marknaden medan Procter & Gamble svarar för omkring 30 procent. Benckiser, ett holländskt företag, har en marknadsandel om ca 20 procent.

Det ledande företaget på marknaden för allrengöringsmedel är Colgate-Palmolive med en andel om 75 procent för det globala varumärket Ajax. Den största konkurrenten är Lever med 20 procent av marknaden. Övriga företag delar alltså på fem procent. Colgate-Palmolive är i stort sett lika starkt i Norge och Danmark som i Sverige, men i Finland och resten av Europa är marknadsandelarna betydligt mindre. Inom hela den gemensamma marknaden är Unilever, Procter & Gamble och Colgate-Palmolive ungefär lika stora med marknadsandelar som understiger 20 procent.

På marknaden för hårschampo är koncentrationen lägre. Procter & Gamble svarar för 22 procent av försäljningen, Lever för 15 procent och Colgate-Palmolive för tio procent. Lever har en starkare ställning på marknaden för tvål. Av den totala tvålförsäljningen avser ungefär 40 procent Levers båda varumärken Dove och Lux. Colgate-Palmolive har 11 procents marknadsandel. De största företagen på marknaden för tandkräm är Colgate-Palmolive med en andel om 35 procent och Lever med en andel om 28 procent.

### *Förändringar av marknads- och företagsstruktur*

På marknaderna för tvättmedel, diskmedel och rengöringsmedel har handeln under de senaste åren lanserat flera egna varumärken. Dessa har tagit en allt större del av marknaden, framför allt på tvättmedelsområdet. Handelns egna varumärken står i dag för uppskattningsvis mellan 15 och 20 procent av denna marknad.

## 5.3.2 Regelverk och handelshinder

### **Tvättmedel och rengöringsmedel**

#### *Märkning*

De harmoniserade reglerna för märkning av kemiska produkter återfinns i direktiv 88/379/EEG<sup>58</sup> och omfattar bland annat olika symboler och varningstexter. Enligt artikel 8 i direktivet får märkningskraven uppfyllas genom att en etikett fästs på förpackningen. I samma artikel ges även medlemsstaterna rätt att kräva att märkningen skall vara på landets eget språk. Att Sverige utnyttjat den rättigheten framgår av Kemikalieinspektionens föreskrifter om kemiska produkter och biotekniska organismer, där det föreskrivs att kemiska produkter skall vara märkta på svenska.<sup>59</sup>

#### *Produktregistret*

Det finns en rad direktiv som reglerar marknaden för kemiska ämnen och beredningar.<sup>60</sup> I Sverige måste importörer och tillverkare dessutom uppfylla ytterligare krav som går utöver de harmoniserade reglerna. Riskklassen måttligt hälsoskadlig är specifik för Sverige och förekommer således inte i de övriga medlemsländerna. Enligt direktiv 99/33/EG<sup>61</sup> har Sverige rätt att kräva att produkterna märks även med denna varningstext. Sveriges undantag från de

---

<sup>58</sup> Rådets direktiv 88/37/EEG av den 7 juni 1988 om tillnärmning av medlemsstaternas lagar och andra författningar om klassificering, förpackning och märkning av farliga preparat (beredningar)

<sup>59</sup> Kemikalieinspektionens föreskrifter (1998:8) om kemiska produkter och biotekniska organismer

<sup>60</sup> Se till exempel Rådets direktiv 67/548/EEG av den 27 juni 1967 om tillnärmning av lagar och andra författningar om klassificering, förpackning och märkning av farliga ämnen och Rådets direktiv 76/769/EEG av den 27 juli 1976 om tillnärmning av medlemsstaternas lagar och andra författningar om begränsning av användning och utsläppande på marknaden av vissa farliga ämnen och preparat (beredningar)

<sup>61</sup> Europaparlamentets och rådets direktiv 1999/33/EG av den 10 maj 1999 om ändring av rådets direktiv 67/548/EEG när det gäller märkning av vissa farliga ämnen i Österrike och Sverige



harmoniserade märkningsreglerna löper på två år. Enligt uppgift från Kemikalieinspektionen har Sverige dock ansökt om en förlängning.

Det finns sedan lång tid tillbaka ett svenskt produktregister i vilket kemiska produkter som yrkesmässigt tillverkas i eller importeras till Sverige skall registreras.<sup>62</sup> Liknande register finns endast i ett fåtal andra länder, däribland i några av våra nordiska grannländer. Ansvarig myndighet är Kemikalieinspektionen och närmare regler för produktregistret återfinns i förordningen om kemiska produkter och biotekniska organismer och Kemikalieinspektionens föreskrifter om sådana produkter och organismer.<sup>63</sup>

Tvättmedel, rengöringsmedel och diskmedel är alla sådana produkter som enligt reglerna skall registreras i produktregistret. En anmälan till produktregistret skall göras så snart verksamheten startar vad avser firmanamn, organisationsnummer samt adressuppgifter. Därefter gör företagen en anmälan för varje kemisk produkt. I denna anmälan ingår bl.a. uppgifter om produktnamn, halten av ingående ämnen, kvantitet och klassificering av produkten.

Kraven vid registrering innebär därför att en importör måste veta exakt vad som ingår i produkten han avser att importera. Den kunskapen besitter endast tillverkaren, vilket medför att import endast kan förekomma om tillverkaren bistår importören. Om tillverkaren redan distribuerar sina produkter på den svenska marknaden tjänar han dock i normalfallet inte på att hjälpa importören eftersom tillverkaren därigenom kan undvika konkurrens. Detta gäller i de fall då tillverkaren säljer exakt samma produkt i andra länder såväl som när tillverkaren säljer differentierade varor på den svenska marknaden.

Kraven för registrering i produktregistret medför att import försvåras och till och med hindras. Detta får till följd att den faktiska och potentiella konkurrensen från parallellimport och import av differentierade produkter med annat innehåll, men från samma tillverkare och under samma varumärke som finns i Sverige, minskar eller

---

<sup>62</sup> Miljöbalken (1998:808) 14 kap 10 §

<sup>63</sup> Förordning (1998:941) om kemiska produkter och biotekniska organismer och Kemikalieinspektionens föreskrifter (1998:8) om kemiska produkter och biotekniska organismer

helt uteblir.<sup>64</sup> Dessa omständigheter utgör därmed en delförklaring till Sveriges höga prisnivåer för denna produktgrupp.

Registreringen i produktregistret är även förknippad med vissa avgifter enligt förordningen om kemikalieavgifter.<sup>65</sup> Avgiften består dels av en årsavgift baserad på kvantiteten, dels av en produktavgift. Årsavgiften är som lägst 1 300 kronor och som mest 75 000 kronor. Produktavgiften är konstruerad på så sätt att för varje ytterligare produkt är avgiften något lägre än för den föregående produkten. Avgiften för en produkt är 998 kronor, för två produkter 1 992 kronor och för tre produkter 2 983 kronor o.s.v.

Dessa avgifter bidrar till den höga svenska prisnivån eftersom motsvarande register och tillhörande avgifter inte existerar i de flesta andra länder. Det kan tilläggas att 80 procent av Kemikalieinspektionens totala finansiering härstammar från avgifterna. Det kan i sammanhanget också nämnas att Konkurrensverket har fått i uppdrag av regeringen att inventera förekomsten av konkurrensbegränsande fiskala avgifter.

## **Hygienartiklar**

### *Märkning*

Enligt artikel 7 i EG:s direktiv om kosmetiska produkter har medlemsstaterna rätt att kräva att vissa delar av de obligatoriska märkningsuppgifterna avfattas på deras eget språk.<sup>66</sup> Läkemedelsverket har valt att införa ett sådant krav. Uppgifter om volym eller vikt, ”bäst före datum”, information om försiktighetsåtgärder samt information om produktens användningsområde måste därför anges på svenska. Märkningen skall dessutom finnas både på produktens eventuella ytterförpackning och på själva behållaren.

---

<sup>64</sup> Med parallellimport, eller sidoimport, menas att en utomstående vid sidan av de etablerade distributionskanalerna och utan samtycke av tillverkaren importerar en produkt från ett annat land, där den förts ut på marknaden av tillverkaren själv eller med dennes samtycke.

<sup>65</sup> Förordning (1998:942) om kemikalieavgifter m.m.

<sup>66</sup> Rådets direktiv 76/768/EEG av den 27 juli 1976 om tillnärmning av medlemsstaternas lagstiftning om kosmetiska produkter

### *Produktregister*

Harmoniserade regler för kosmetika och hygienartiklar såsom tvål, tandkräm, rakskum och schampo, återfinns i direktivet om kosmetiska produkter. Direktivet är införlivat i svensk lagstiftning genom Läkemedelsverkets föreskrifter om kontroll av kosmetiska och hygieniska produkter.<sup>67</sup> Enligt Läkemedelsverkets föreskrifter skall den som yrkesmässigt tillverkar eller importerar dessa produkter dels anmäla sin verksamhet, dels anmäla produkterna för förteckning i Läkemedelsverkets produktregister.

I anmälan skall ingå uppgifter om importörens och tillverkarens adress samt produkttyp och användarkategori. För att täcka Läkemedelsverkets kostnader för kontrollen av produkterna skall importören betala en årlig avgift om 1 600 kronor samt 260 kronor per produkt och år.<sup>68</sup> För registrering i produktregistret för kosmetika och hygienartiklar krävs det inte att importören, vid import från andra EU-länder, har kännedom om det exakta innehållet i produkten. I direktivet om kosmetiska produkter<sup>69</sup> och således även i Läkemedelsverkets föreskrifter<sup>70</sup> framgår det att det istället är den som är ansvarig för att produkten för första gången släpps ut på gemenskapsmarknaden som skall hålla detaljerad information om produkten tillgänglig för myndigheterna. Registreringen i Läkemedelsverkets produktregister torde därför inte förorsaka problem för parallellimport från övriga medlemsländer.

Det kan således konstateras att handelshindren för kosmetika och hygienartiklar inte är lika omfattande som för tvättmedel och rengöringsmedel. Avgifterna för registreringen är betydligt lägre och parallellimportörerna är inte beroende av tillverkarnas medverkan. Märkningskraven är dock desamma förutom för produkter som säljs i ytterförpackning, vilka måste märkas två gånger. Trots detta är prisnivån i förhållande till övriga EU-länder ungefär densamma som för kemisk-tekniska hushållsprodukter. Den höga svenska prisnivån för hygienartiklar torde därför orsakas av andra faktorer.

---

<sup>67</sup> Läkemedelsverkets föreskrifter (LVFS 1995:22) om kontroll av kosmetiska och hygieniska produkter

<sup>68</sup> Läkemedelsverkets föreskrifter (LVFS 1999:11) om avgifter för kontrollen av kosmetiska och hygieniska produkter

<sup>69</sup> Artikel 7-7a

<sup>70</sup> LVFS 1996:7, 13-15 §§

### *Även frivilliga märkningssystem har betydelse*

Förutom de enligt lag tvingande märkningskraven finns det en rad frivilliga märkningssystem på den svenska marknaden. För de aktuella produkterna är det de olika miljömärkena som har störst relevans. Även om dessa system är frivilliga har de inom vissa produktsegment nått en mycket stor utbredning varför importerade produkter på vilka det inte finns något svenskt miljömärke har en klar konkurrensnackdel. Genom EG-förordningen om ett gemenskapsprogram för tilldelning av miljömärke<sup>71</sup> skapades även ett europeiskt miljömärke, Blomman. Blommans användning är än så länge mycket begränsad för de aktuella produkterna. I februari 2000 var endast ett fransktillverkat tvättmedel godkänt.

På den svenska marknaden existerar för kemisk-tekniska hushållsprodukter två tillsammans helt dominerande miljömärken, nämligen Bra Miljöval och det nordiska miljömärket Svanen. Enligt beräkningar gjorda av Naturskyddsföreningen,<sup>72</sup> som ansvarar för Bra Miljöval, är mellan 75 och 100 procent av följande produktgrupper märkta med antingen Svanen eller Bra Miljöval: tvättmedel, fläckborttagnings- och blekmedel, allrengöringsmedel, toalett- och sanitetsrengöringsmedel samt handdiskmedel och maskindiskmedel. Miljömärkning förekommer även för tvål och schampo, men inte i samma utsträckning. Ca 25 procent av de tvål- och schampoprodukter som säljs i Sverige beräknas vara miljömärkta.

Bra Miljöval finns bara i Sverige och administreras av Naturskyddsföreningen medan Svanen är ett nordiskt samarbete instiftat av Nordiska ministerrådet. I Sverige är det SIS Miljömärkning AB som administrerar Svanenmärkningen på uppdrag av Finansdepartementet.

Naturskyddsföreningen hävdar att det stora genomslaget för miljömärkning i Sverige har varit en starkt bidragande orsak till att det i Sverige idag endast säljs kompakttvättmedel och flytande tvättmedel. I övriga Europa har tvättmedel med fyllmedel, vanligen natriumklorid, fortfarande betydande marknadsandelar. Stora varia-

---

<sup>71</sup> Rådets förordning (EEG) nr 880/92 av den 23 mars 1992 om ett gemenskapsprogram för tilldelning av miljömärke

<sup>72</sup> Svenska Naturskyddsföreningen, Hushållskemikalier i förändring. En statistisk jämförelse mellan åren 1988 och 1996, 1999

tioner existerar visserligen mellan olika länder, men Sverige är det enda land där tvättmedel med fyllmedel helt försvunnit från marknaden. Som ytterligare ett exempel på miljömärkningens effekter kan nämnas att användandet av den skadliga tensiden LAS har minskat med 95 procent i Sverige under de senaste tio åren. Minskningen i övriga Europa är däremot endast 15 procent enligt Naturskyddsföreningen.

Enligt SIS Miljömärkning har de strikta miljökraven i Sverige tvingat producenterna att ta fram speciella tvättmedel för den svenska marknaden, produkter som de inte säljer i övriga Europa. De tvättmedel som säljs i andra delar av EU uppfyller i det flesta fall inte de svenska miljömärkeskraven. Miljömärkningen medför därför något ökade produktionskostnader. Producenternas kostnad för miljömärkning av tvättmedel har uppskattats till fem procent av omsättningen, motsvarande 1,85-2,50 kronor för en normal förpackning.<sup>73</sup> De långsiktiga miljövinster innebär således ökade kostnader på kort sikt. De investeringar som krävs för att anpassa produkterna till miljökraven gynnar de stora internationella tillverkarna, som har betydande resurser för forskning och utveckling.

SIS Miljömärkning anser också att man inte kan förvänta sig att miljömärkningskraven i andra EU-länder skall närma sig de svenska, eftersom de svenska kriterierna kontinuerligt skärps allteftersom tekniken och kunskapen går framåt. Sverige har varit ett föregångsland inom miljömärkning och försprånget gentemot övriga EU-länder är därför mycket stort. Det är emellertid inte bara en nackdel för företagen; det ger dem också möjligheter att lansera innovativa, miljövänliga produkter internationellt. Man skall dock vara medveten om att marknaden för kemisk-tekniska hushållsprodukter och hygienartiklar domineras av ett fåtal multinationella företag. De har ännu inte utnyttjat dessa fördelar, och i dagsläget utgör Norden ett eget marknadssegment skilt från övriga Europa.

Skillnader i produktinnehåll gör det svårt för en importör att hitta ett tvättmedel eller rengöringsmedel på marknaden i ett annat EU-land som uppfyller de svenska miljömärkningskraven. För att kunna avgöra om en produkt överensstämmer med miljömärkningskriterierna fordras det även kännedom om det exakta receptet för

---

<sup>73</sup> Wickman, K. Eco-Labeling – Is it an Efficient Instrument to Help Consumers? The Case of Laundry Detergents in Sweden, 1999

produkten i fråga. Detta framgår dock inte av den märkning som enligt EG:s harmoniseringsdirektiv måste finnas på förpackningen, utan den kunskapen besitter endast tillverkaren. En importör är därför beroende av tillverkarens hjälp, dels för att avgöra om produkten klarar kriterierna, dels för att det fullständiga receptet skall kunna bifogas ansökan. Vid ansökan om Svanenmärket krävs det dessutom att tillverkaren skriver under ansökan.<sup>74</sup> Det kan konstateras att det normalt inte ligger i tillverkarens intresse att hjälpa en importör att konkurrera med redan etablerade distributionsnät. Detta gäller både vid parallellimport av exakt samma produkter som redan säljs i Sverige och vid import av andra av tillverkaren producerade produktvarianter, som konkurrerar med de i Sverige marknadsförda varianterna.

Reglerna för ansökan om svensk miljömärkning har i praktiken handelshindrande effekter. Detta gäller framför allt för tvättmedel, diskmedel och rengöringsprodukter för vilka den höga märkningsgraden medför att en produkt utan ett svenskt miljömärke har en konkurrensnackdel. Samma regler gäller för såväl svenska som importerade produkter. Ansökningsförfarandet för miljömärkningen leder dock till att den import som har störst betydelse för prisutjämnningen, dvs. importen som sker vid sidan av tillverkarnas ordinarie distributionsled, drabbas betydligt hårdare än den vanliga importen. Detta beror på att importören är beroende av tillverkarens medverkan vid ansökan om miljömärke.

För en utförlig rättslig analys av miljömärkenas förhållande till EG-rättens bestämmelser om den fria rörligheten, hänvisas till Kommerskollegiums utredning Privaträttsliga krav på den inre marknaden.<sup>75</sup>

### 5.3.3 Sammanfattning

Hög företagskoncentration och sällsynt starka varumärken kännetecknar marknaden för kemisk-tekniska hushållsprodukter och hygienartiklar. Nästan samtliga analyserade produktmarknader kontrolleras av ett fåtal företag. Ett svagt konkurrenstryck till följd

<sup>74</sup> Kostnaden för att använda Bra Miljöval på en produkt är 5 000 kronor/ansökan samt 2 öre/såld förpackning, dock minst 1 500 kronor/år. Motsvarande kostnad för Svanen är 15 000 kronor/ansökan samt 0,4 procent av omsättningen, dock minst 10 000 och högst 350 000 kronor/år. Dessutom tillkommer en avgift om 6 000 kronor/produktlicens vart tredje år.

<sup>75</sup> Kommerskollegiums dnr 1003-2375-99

av den höga företagskoncentrationen, främst på marknaderna för handdiskmedel och allrengöringsmedel, kan förklara en del av pris-skillnaderna mellan Sverige och övriga EU-länder. Till detta kommer att detaljhandelskedjornas egna märken, som kan utgöra en prispress, har en svagare ställning i Sverige än i många andra länder.

Det svenska produktregistret för kemisk-tekniska produkter i kombination med den svenska miljömärkningen innebär att konkurrens genom import vid sidan av de ordinarie distributionsleden försvåras. Miljömärkningen har också inneburit ökade kostnader för att ta fram särskilda produkter för den svenska marknaden, vilka inte återfinns i andra EU-länder även om dessa produkter uppfyller nationella miljökrav. Således utgör den svenska marknaden ett eget segment trots att de största företagen är verksamma inom hela EU.

## 5.4 Byggmaterial

### 5.4.1 Höga priser på byggmaterial

Prisnivån på byggmaterial är hög i Sverige. Prisökningstakten avtog under lågkonjunkturen i början av 1990-talet för att åter stiga i mitten av 1990-talet trots en fortsatt svag efterfrågan inom byggsektorn. Prisutvecklingen på byggmaterial har i mindre utsträckning anpassats till den minskande efterfrågan, vilket indikerar inslag av stelhet i prissättningen. Flertalet byggprodukter har också under lång tid haft en högre prisökningstakt än genomsnittet för andra industriprodukter. Detta gäller även för perioden 1992 – 1998 då byggsektorn befann sig i en allvarlig kris (se tabell 5.4).

**Tabell 5.4 Procentuella ökningar av producentpriserna för olika byggmaterial under perioden 1992 – 1998**

Byggmaterial	Förändring %
Cement	19,3
Ballast	27,6
Fabriksbetong	21,9
Armeringsstål	22,9
Prefabricerade betongelement	15,2
Lättbetong	3,0
<b>Betongvaror totalt</b>	<b>27,6</b>
Trävaror	22,8
Gipsskivor	28,0
Mineralull	21,8
Golvmaterial	18,0
Fönster	14,1
Dörrar	25,0
Inredningssnickerier	18,4
<b>Snickerier totalt</b>	<b>17,1</b>
Betongrör	20,6
Plaströr	71,4
Sanitetsarmatur	14,7
Badkar	27,0
Sanitetsporcelain	13,9
Diskbänkar	27,5
Värmepannor	7,2
Värmekroppar	15,1
<b>VVS-material totalt</b>	<b>37,7</b>
Elkablar	69,2
Installationsmaterial	46,7
<b>Elmaterial totalt</b>	<b>47,0</b>
<b>Ventilationsmaterial totalt</b>	<b>14,3</b>
<b>Producentprisindex för industrivaror</b>	<b>15,6</b>

Källa: Byggekostnadsdelegationen

Materialkostnaderna utgör ca 40 procent av byggekostnaderna, varför priserna på byggmaterial har stor betydelse.<sup>76</sup> En grundlig genomgång av byggsektorn har nyligen gjorts av

<sup>76</sup> Konkurrensverket, Konkurrensen i Sverige under 90-talet, 2000



Byggekostnadsdelegationen, varför någon djupare analys inte görs inom ramen för denna utredning.<sup>77</sup>

Konsumentpriserna för byggmaterial är höga i en internationell jämförelse. Priserna för basgruppen byggmaterial var 1997 enligt SCB i genomsnitt närmare 90 procent högre än i samtliga EU-länder. Jämförelsen grundar sig på ett begränsat urval av byggprodukter i undersökningarna om köpkraftspariteter. De representantvaror som ingår i basgruppen byggmaterial är cement, latex- och alkydbaserad färg, tapeter inkl. tvättbara tapeter, silikon och fönsterkitt samt putsbruk för användning inomhus. I vilken grad de enskilda produkterna påverkar basgruppens prisnivå framgår inte av undersökningen.

Byggekostnadsdelegationen har redovisat en internationell prisjämförelse för ett begränsat antal produkter och butiker (se tabell 5.5). Undersökningen omfattar 20 byggvaruhandlare på den svenska marknaden och sex byggvaruhus i fem andra länder inom EU.

**Tabell 5.5 Internationell prisjämförelse för ett antal byggprodukter, januari 2 000**

Butikskategori	Genomsnittliga försäljningspriser inkl. moms				
	Träregel Kr/m	Gipsskiva Kr/kvm	Spånskiva Kr/kvm	Mineralull Kr/kvm	WCstol Kr/st
Bygghandlare i Sverige	9,57	26,91	30,05	35,14	2 318
Byggvaruhus i övriga länder	10,71	21,59	45,67	32,56	1 206
Bauhaus i Sverige <sup>1</sup>	9,95	24,31	23,00	29,9	2 195
Bauhaus i övriga länder <sup>2</sup>	10,77	20,16	46,09	35,23	1 060

<sup>1</sup>) Priserna mellan de olika Bauhausvaruhusen kan variera kraftigt även inom ett land eftersom varje varuhus är en enskild enhet som köper in på egna villkor. Det finns även produkter med stor volym som köps in centralt för alla Bauhausvaruhusen.

<sup>2</sup>) Danmark, Frankrike, Tyskland, Storbritannien och Österrike

Källa: SOU 2000:44

<sup>77</sup> Byggekostnadsdelegationens betänkande SOU 2000:44

Prisjämförelsen visar på stora prisskillnader mellan länderna. Generellt var priserna på toalettstolar högre i Sverige medan spånskivor var billigast i Sverige. För övriga produkter är det svårt att urskilja några systematiska likheter eller skillnader mellan länderna. Prisskillnaderna mellan olika varuhus och geografiska regioner är större inom Sverige än mellan Sverige och övriga länder i jämförelsen. För Sveriges del är priserna generellt lägre i Storstockholm, särskilt hos de utlandsägda varuhusen, än i övriga landet. Konkurrenstrycket är antagligen högre i Storstockholm till följd av ett större antal försäljningsställen. De utländska etableringarna inom byggmaterialhandeln har också huvudsakligen skett i Stockholmsregionen.

#### 5.4.2 Marknads- och konkurrensförhållanden

Byggmaterialindustrin kännetecknas av stora företag som ofta är dominerande på sin marknad. Importen är obetydlig eller förmedlas genom de stora företagen på marknaden. Fåtalsdominans och hög företagskoncentration är således utmärkande för tillverkningsledet.

En stor del av byggmaterialförsäljningen sker direkt till entreprenören i samband med byggnation. Omkring 45 procent av all byggvarudistribution sker emellertid genom byggmaterialhandeln, inom vilken uppskattningsvis drygt 500 företag är verksamma. Byggvaruhandeln omsätter omkring 20 miljarder kronor, varav ca 12 miljarder kronor inom den traditionella byggvaruhandeln och åtta miljarder kronor inom järn- och färghandeln. Av den totala försäljningen inom den traditionella byggvaruhandeln står försäljningen till konsument för närmare 40 procent. På större orter finns oftast flera försäljningsställen. Marknaden avgränsas geografiskt genom kundernas behov av närhet till byggmaterialbutiker. Kundkretsen finns normalt inom en radie på ca två mil.<sup>78</sup>

Starka vertikala ägarband mellan tillverkare och återförsäljare av byggmaterial kan utgöra ett etableringshinder. De flesta huvud återförsäljare har byggt upp sina verksamheter kring tillverkarnas varor

---

<sup>78</sup> Konkurrensverket, Konkurrensen i Sverige under 1990-talet, 2 000

och varumärken medan tillverkarna har gjort investeringar hos återförsäljarna i form av varulager, utbildning etc.<sup>79</sup>

Det finns såväl små fristående företag som ett antal byggvaruhandelskedjor. Några av de större bygghandelskedjorna i Sverige är Beijer Byggmaterial (Beijer), Byggtrygg, Optimera Bygghandel och Bauhaus. En annan stor kedja uppstod vid årsskiftet 1998/99 då byggmaterialkedjorna Interpares, Allbygg och D4-gruppen gick samman. Bauhaus, K-Rauta och Silvanbygg AB är exempel på utländska byggmaterialhandlare inom GDS-sektorn (gör-det-själv), som etablerat sig i Sverige utan att förvärva redan etablerade företag. Beijer, som numera ägs av Danske Traelast A/S, har däremot förvärvat ett antal redan etablerade bygghandlare runt om i Sverige.

Beijers försäljning av byggmaterial år 1998 uppgick till ca två miljarder kronor. Även Silvanbygg ingår i Danske Traelast. Det svenska bolaget Byggtrygg är ett servicebolag för ett 40-tal enskilda byggfackhandlare och kedjan omsatte år 1998 ca 1,8 miljarder kronor. Optimera, som ägs av norska intressen, omsatte ca en miljard kronor år 1997.

Även om andelen utländska aktörer på den svenska byggmarknaden inte har ökat nämnvärt under det senaste decenniet, så har några utländska företag etablerat sig inom byggmaterialhandeln. En av anledningarna till att dessa kedjor valt att etablera sig i Sverige under senare delen av 1990-talet är att konkurrensbilden utifrån företagets perspektiv har ansetts som gynnsam med höga marginaler och få samverkande företagskedjor. Fler och fler enskilda bygghandlare går nu samman i olika konstellationer, såsom mer eller mindre renodlade inköpssamarbeten eller olika former av kedjesamverkan. Antalet företag inom byggvaruhandeln minskar också jämfört med i början av 1990-talet. Då bedömdes totalt ca 1 000 företag vara verksamma inom byggvaruhandeln.<sup>80</sup>

### 5.4.3 Regelverk och handelshinder

Prisnivån och prisutvecklingen för byggmaterial borde påverkas av medlemskapet i den inre marknaden. Ett skäl till uteblivna effekter

---

<sup>79</sup> Kommerskollegium, Konkurrensverket och NUTEK, Byggsektorn - spelregler för ökad konkurrens, 1996

<sup>80</sup> Ibid.

kan vara förekomsten av frivilliga typgodkännanden på byggprodukter, vilket segmenterar marknaderna och försvårar ett förverkligande av en inre marknad för byggmaterial.

Byggandet har i många länder betraktats som en skyddad sektor med egna principer och system. EG:s byggproduktdirektiv syftar till att ta bort handelshinder och få igång handeln med byggprodukter.<sup>81</sup> Till skillnad från alla andra direktiv enligt den s.k. nya metoden är tillämpningen av standarder obligatorisk inom byggproduktdirektivets tillämpningsområde. I övriga direktiv är standarder frivilliga att tillämpa, vilket medför att en tillverkare, om han så önskar, kan CE-märka sin produkt direkt mot direktivets krav.<sup>82</sup> Byggmaterial kan däremot inte CE-märkas direkt mot direktivets krav utan måste först uppfylla en i en standard ingående teknisk specifikation. Arbetet med att ta fram tekniska specifikationer går långsamt och det saknas sådana för de allra flesta produkter. De första CE-märkta byggprodukterna kom ut på marknaden under 1998. I avsaknad av tekniska specifikationer fungerar olika nationella regler och frivilliga typgodkännanden i praktiken som effektiva handelshinder mellan medlemsländerna.

När tekniska specifikationer saknas föreskriver direktivet ett speciellt förfarande. Handeln kan underlättas genom att det importerande landet erkänner de provningar och certifieringar som utförts i exportlandet, under förutsättning att dessa skett i enlighet med importlandets krav (artikel 16 och 17 i byggproduktdirektivet). Detta alternativ har inte fått så stor genomslagskraft. Ett annat alternativ är att Sverige erkänner andra länders frivilliga typgodkännanden, men problemet är att utländska typgodkännanden inte anses som likvärdiga med svenska. Även om systemen för typgodkännande är frivilliga riskerar de att stänga ute konkurrenter från andra länder. Frivilliga system för kontroller och märkning som tas in i nationella rekommendationer kommer i praktiken att fungera som bindande regler.

Som framgick av kapitel 2 har EU valt två alternativa vägar för att komma till rätta med icke-tariffära handelshinder, nämligen harmoniseringsåtgärder och tillämpning av principen om ömsesidigt

---

<sup>81</sup> 89/106/EEG

<sup>82</sup> En produkt som överensstämmer med och i tillämpliga fall är provad enligt säkerhetskraven i gällande direktiv får förses med CE-märke och säljas inom och mellan alla EU-länder.

erkännande. Principen om ömsesidigt erkännande är endast tillämplig på de icke-harmoniserade områdena. Till följd av byggproduktdirektivet betraktas byggområdet som harmoniserat och därmed tillämpas inte längre principen om ömsesidigt erkännande på byggprodukter. Den alternativa lösning, som föreskrivs vid avsaknad av tekniska specifikationer i artikel 16 och 17 i direktivet, är inte lika långtgående som principen om ömsesidigt erkännande. I avsaknad av standarder och tekniska specifikationer medför således byggproduktdirektivet att handelssituationen för byggprodukter är sämre än vad som hade varit fallet om direktivet inte hade existerat och området varit icke-harmoniserat.

Tillverkarna av byggmaterial är ofta via sina branschföreningar representerade i sammanhang där nationella särregler vad avser produkters kvalitet och miljöanpassning definieras. Exempelvis träffades en överenskommelse inom Byggsektorns kretsloppsråd om att Sverige som första land i världen skall införa byggvarudeklarationer. Parterna är bl.a. byggherrar, byggtreprenörer och byggmaterialtillverkare. Denna utveckling vad avser byggvarudeklarationer har inte kommit lika långt i övriga länder, vilket kan medföra att utländska leverantörers möjligheter att exportera till Sverige försvåras. Dessa frivilliga överenskommelser kan således fungera som effektiva handelshinder.

Byggproduktdirektivet är en betydelsefull reglering inom byggsektorn. Samordningen och harmoniseringen går dock långsamt. En av orsakerna är att arbetsgrupperna, som deltar i harmoniseringsarbetet, delvis består av representanter för de berörda branscherna i EU-länderna. Incitamentet hos de befintliga aktörerna att öppna de nationella marknaderna för importkonkurrens är svagt. Så länge det inte finns harmoniserade EU-standarder gäller de nationella reglerna.<sup>83</sup>

När branschintressen har direkt inflytande över harmoniseringsprocessen och i utformningen av nationella särregler, som exempelvis den nämnda byggvarudeklarationen, finns en risk för att

särintressen går före samhällsekonomiska överväganden. Därmed försvåras eller förhindras den nödvändiga harmoniseringsprocessen

---

<sup>83</sup> Byggkostnadsdelegationen, Konkurrensen i byggsektorn, 2000

i syfte att skapa en fungerande gemensam marknad för byggprodukter inom EU.

#### 5.4.4 Sammanfattning

Det sker en fortgående koncentration och strukturomvandling i byggmaterialhandeln. Lågkonjunkturen inom byggsektorn har bidragit till denna utveckling. En annan orsak kan vara de utländska aktörernas inträde på den svenska marknaden, vilket skärpt konkurrensen i distributionsledet. Importandelarna för byggmaterial är däremot fortfarande låga samtidigt som företagskoncentrationen är hög inom byggmaterialindustrin.

Det konkurrenstryck som en ökad import skulle innebära försvåras av nationella särregler och frivilliga typgodkännanden på byggprodukter, vilka segmenterar marknaderna och förhindrar förverkligandet av en inre marknad för byggmaterial. Harmoniseringsprocessen inom EU, som sker via byggproduktdirektivet, går också mycket långsamt.

## 6 Slutsatser och förslag

### 6.1 Den inre marknaden är en realitet på många områden

Bilden av prisnivån för de varu- och tjänsteområden som ingår i den privata konsumtionen är splittrad. Den totala prisnivån i Sverige är fortfarande i genomsnitt 21 procent högre än den genomsnittliga prisnivån inom EU. En markant högre prisnivå gäller främst för områdena drycker och tobak, bostad och energi, hälso- och sjukvård samt diverse varor och tjänster (bl.a. restaurang och hotell). Det finns dock en stor variation inom huvudgrupperna. Som exempel på undergrupper med hög prisnivå kan nämnas transporttjänster samt böcker och tidningar.

På många andra områden som exempelvis vissa livsmedel, kläder och skor samt möbler och hushållsartiklar är dock inte den svenska prisnivån lika hög. Detta gäller särskilt om hänsyn tas till den högre svenska medelmomsen. En undergrupp med förhållandevis låg prisnivå är post och tele.

Den relativa prisnivån tenderar dessutom att sjunka. Sveriges inträde i den inre marknaden har således i varierande omfattning haft gynnsamma effekter på prisnivån. De svenska konsumentpriserna har närmat sig de genomsnittliga priserna inom EU på många områden, vilket är positivt, men totalt sett ligger priserna fortfarande avsevärt över genomsnittet för EU.

En tudelning kan urskiljas även vad gäller strukturomvandlingen i industrin. Analysen i kapitel 3 tyder på att deltagandet i den inre marknaden har påverkat storleksfördelningen i de tidigare relativt skyddade eller hemmamarknadsberoende branscherna. Till denna grupp hör exempelvis branscher för livsmedels- och dryckesvarutillverkning samt textil- och beklädnadsvarutillverkning. Antalet anläggningar har minskat och antagligen är det främst mindre anläggningar som försvunnit, vilket inneburit att anläggningarnas genomsnittliga storlek har ökat inom dessa branscher. Detta har lett till kostnadsminskningar genom ett ökat utnyttjande av stordriftsfördelar, vilket borde medföra ökad produktivitet och möjligheter till sänkta producentpriser i dessa branscher.

Däremot tycks medlemskapet inte ha påverkat den del av tillverkningsindustrin som av tradition varit mer exportberoende och utsatt för internationell konkurrens. Exempelvis ingår pappers- och massaindustrin samt branscher för metallvaru- och maskintillverkning i denna del av industrin. Resultatet tyder på att dessa företags konkurrenssituation inte har förändrats lika påtagligt och snabbt genom att Sverige blev en del av EU:s inre marknad.

De hemmamarknadsberoende branscherna tillverkar huvudsakligen konsumtionsvaror eller varor för slutförbrukare, vilka delvis återfinns i grupperna livsmedel, kläder och skor samt möbler och hushållsartiklar. De kostnadsminskningar och produktivitetsförbättringar som följer av ett ökat utnyttjande av stordriftsfördelar i tillverkningsledet borde, under förutsättning att konkurrensen är effektiv, på sikt slå igenom även i konsumentledet för nämnda varugrupper. Prisnivåindex synes också ha sjunkit relativt mer för dessa varugrupper jämfört med prisnivåindex för hela den privata konsumtionen och prisnivån har konvergerat mot EU-genomsnittet.

Kostnadsminskningar verkar alltså ha förts vidare på dessa områden. En bidragande orsak kan vara att även detaljhandeln genomgått en omfattande strukturomvandling. En allt större del av försäljningen sker i befolkningstäta regioner och en allt större del av försäljningen är förlagd till större butiksenheter i stora externa köpcentra. Denna utveckling är inte unik för Sverige.<sup>84</sup> På många orter har lågprisbutiker tagit stora marknadsandelar. Men bilden är inte entydig eftersom det också finns studier som visar att den ökande företagskoncentrationen kan medföra ett minskat konkurrenstryck och högre priser i parti- och detaljhandel.<sup>85</sup>

## 6.2 Generella åtgärder

### 6.2.1 Förbättra förutsättningarna för strukturomvandling

Konsultföretaget McKinsey konstaterade 1995 att Sveriges relativt omvärlden sjunkande ekonomiska levnadsstandard huvudsakligen var en konsekvens av en ovanligt låg konkurrensintensitet i de tre fjärdedelar av ekonomin, som var skyddade från utländsk konkur-

---

<sup>84</sup> HUI, Handelns strukturomvandling i Stockholmsregionen, 2000

<sup>85</sup> Konkurrensverket, Varför är de svenska priserna så höga?, 2000



rens. Detta medförde enligt McKinsey begränsad tillväxt i produktion, produktivitet och sysselsättning, vilket bäst illustrerades av detaljhandeln, byggsektorn och livsmedelsindustrin.<sup>86</sup>

Utvecklingen under 1990-talet och särskilt medlemskapet i den inre marknaden har inneburit att en större andel av den svenska ekonomin är konkurrensutsatt i dag. Flera sektorer av ekonomin har öppnats för konkurrens, vilket har haft positiva effekter på bl.a. produktivitet och prisnivå. Krisen under 1990-talets första år har också drivit på strukturomvandlingen och bidragit till att Sverige i dag har en högre produktivitetstillväxt. I början av 1990-talet infördes också en striktare konkurrenslagstiftning och en lag om offentlig upphandling.

Etableringen av externa köpcentra, som är en trend i den pågående strukturomvandlingen i detaljhandeln, har påverkats av att plan- och bygglagen (PBL) ändrades i början av 1990-talet. Ändringen innebär att kommunernas möjligheter att genom sin mark och planpolitik reglera handelsändamålet i detaljplan avskaffades. Den möjligheten återinfördes emellertid den 1 januari 1997.

---

<sup>86</sup> McKinsey Global Institute, Sweden's Economic Performance, 1995

*Plan- och bygglagen etableringshindrande*

Det är angeläget att den pågående strukturomvandlingen inom detaljhandeln inte hindras. Förekomsten av s.k. hypermarknader kan ha en prispressande effekt, men antalet hypermarknader i Sverige ligger under genomsnittet i Europa.<sup>87</sup> Effektiva distributionskanaler är en viktig förutsättning för lägre relativa konsumentpriser. Detta behöver inte stå i konflikt med andra mål som minskad miljöpåverkan av transporter eller bevarandet av levande stadskärnor. Tvärtom visar studier att cityhandeln påverkas endast marginellt av extern etablering av köpcentra.<sup>88</sup> PBL behöver därför ändras så att kommuner vid fastställande av detaljplan inte kan förhindra etablering av anläggningar för t.ex. livsmedelsförsäljning i vissa områden. Redan förekomsten av denna möjlighet kan innebära potentiella hinder för etablering av exempelvis stormarknader och andra nya ofta prispressande koncept. Nuvarande regler kan därför leda till högre priser på såväl livsmedel som andra varor.<sup>89</sup>

### 6.2.2 Lågt omvandlingstryck i den icke-konkurrensutsatta sektorn

Till de områden där den svenska prisnivån alltjämt är markant högre än EU-genomsnittet hör drycker och tobak, bostäder, hälso- och sjukvård samt diverse varor och tjänster. Eftersom boendet utgör en tredjedel av den privata konsumtionen är bostadskostnaderna en viktig bidragande förklaring till den relativt höga totala prisnivån i Sverige. Den högre prisnivån för bostäder kan delvis hänföras till mätproblem och osäkerhet i undersökningarna. Dessa faktorer kan dock inte förklara hela skillnaden, vilken uppgår till närmare 30 procent, utan det måste finnas även andra förklaringar.

Inslaget av offentliga subventioner och regleringar är mycket stort på bostadsmarknaden och inom hälso- och sjukvårdsområdet. Höga indirekta skatter är orsaken till höga prisnivåer för alkoholhaltiga

<sup>87</sup> Finansdepartementet, Nationell rapport om ekonomiska reformer, 1999

<sup>88</sup> HUI, Externa köpcentrums effekter på den etablerade handeln, 2000

<sup>89</sup> Konkurrensverket föreslog i rapporten Konkurrensen i Sverige under 90-talet att PBL skulle ändras så att etablering av livsmedelsbutiker underlättas. Regeringen har i proposition 1999/2000:140 anfört att det är angeläget att orsakssambanden mellan prisnivåer och möjligheter till nyetableringar kartläggs.

drycker och tobak. För gruppen diverse varor och tjänster är den svenska moms relativt högre än på övriga områden och gruppen innehåller även delvis tjänster som tillhandahålls på lokala marknader. Sverige har också relativt andra länder en hög total beskattning av arbete, vilket särskilt påverkar kostnaderna för tjänsteproduktionen. För dessa tjänster liksom för hyror och kostnader för egna hem kan inte den inre marknaden förväntas få mer än marginella effekter på prisnivån. Sverige kan således inte räkna med någon draghjälp genom medlemskapet i den inre marknaden utan den högre prisnivån påverkas främst av inhemska institutionella faktorer som höga skatter och stort inslag av offentliga subventioner och regleringar. Mot bakgrund av dessa sektors betydelse för den svenska ekonomin är det viktigt att förbättra effektiviteten inom dessa områden genom ett fortsatt reformarbete.

### 6.2.3 EMU-anlutning

Prisnivån i Sverige tenderar att sjunka jämfört med EU, vilket till en del kan tillskrivas deltagandet i den inre marknaden. Införandet av en enhetlig valuta skulle påskynda denna utveckling.

### *EMU-anslutning påskyndar prisutjämning*

En svensk anslutning till EMU skulle innebära att företagens transaktionskostnader minskar för exempelvis försäkring mot växelkursförändringar, vilket vore en samhällsekonomisk vinst. En gemensam valuta underlättar prisjämförelser mellan varor i olika länder, vilket ökar konkurrensen och pressar priserna. Även arbitragekostnaderna minskar.<sup>90</sup>

Dessa positiva effekter bör vägas samman med övriga konsekvenser av en svensk anslutning. Medlemskap i EMU skulle emellertid inte vara någon universallösning för samtliga områden, särskilt inte för de icke-konkurrensutsatta sektorerna och områden som kännetecknas av nationella särregler.

### 6.3 Överväganden grundade på fallstudier

Trots att den inre marknaden till stora delar är en realitet finns det många produktgrupper för vilka prisnivån inte i samma utsträckning konvergerat mot prisnivån inom EU. Det kan finnas särskilda förklaringar till att vissa varugrupper har en avvikande relativ prisnivå. Ibland kan det handla om naturliga orsaker som exempelvis nationella särdrag eller preferenser och geografiskt läge som förhindrar att svenska priser konvergerar mot EU-genomsnittet. Andra orsaker till att Sverige inte fullt ut integrerats i den inre marknaden för dessa varugrupper kan bl.a. vara rådande näringslivsstruktur och bristande konkurrens, som i sin tur kan bero på inträdesbarriärer eller handelshinder. Analysen i fallstudierna har varit inriktad på att identifiera dessa specifika faktorer för produktgrupper som har markant högre prisnivå än genomsnittet inom EU och komma med förslag till åtgärder. Det skall dock inte uppfattas som om detta är de enda åtgärder som bör vidtas för att Sverige skall nå så långt som möjligt när det gäller att förverkliga den inre marknaden.

Priserna för de produktgrupper som valts ut för en närmare analys ligger 30 - 40 procent över EU-genomsnittet. För rengöringsmedel och byggmaterial är skillnaden ännu större.

---

<sup>90</sup> Kommerskollegium förordade en svensk anslutning till EMU i sitt yttrande över betänkandet (SOU 1996:158) Sverige och EMU. Konkurrensverket föreslog i rapporten Konkurrensen i Sverige under 90-talet att Sverige så snart detta var praktiskt möjligt skulle bli medlem i EMU.

### 6.3.1 Gemensamma drag för de analyserade marknaderna

För de undersökta varugrupperna finns i viss utsträckning gemensamma faktorer, vilka utgör konkurrensbegränsningar eller i praktiken fungerar som handelshinder. Dessa omständigheter förklarar i olika grad varför den inre marknaden inte är en realitet för dessa produktgrupper trots att prisnivån för andra produktgrupper, som säljs via samma distributionskanaler, närmast sig den genomsnittliga prisnivån inom EU.

Produktområdena ris och pasta samt kemisk-tekniska hushållsprodukter och hygienartiklar kännetecknas av *starka varumärken och hög företagskoncentration*. För produktområdena icke-alkoholhaltiga drycker och byggmaterial är *importkonkurrensen svag* och företagskoncentrationen hög. Detta kan leda till ett svagt konkurrenstryck.

För pasta och ris, icke-alkoholhaltiga drycker samt kemisk-tekniska hushållsprodukter finns särskilda system för märkning som kan försvåra importörernas verksamhet och därmed påverka prisnivån.

Ytterligare en gemensam nämnare för nästan samtliga identifierade handelshinder är att de uppstått när man tillgodosett viktiga *informations-* och *skyddsintressen*. Märkning på svenska är ett konsumentintresse, med miljömärken och retursystem värnas miljön medan produktregistren för kemisk-tekniska hushållsprodukter och hygienartiklar underlättar kontrollen av farliga kemikalier. Det bör dock vara möjligt att finna lösningar som tillgodoser både dessa informations- och skyddsintressen och intresset av frihandel och ökad konkurrens.

### 6.3.2 Parallellimporten drabbas hårdare

Som framgått i kapitel 5 drabbar de identifierade handelshindren i nästan samtliga fall parallellimporten<sup>91</sup> hårdare än övrig import. Framför allt gäller det vid registrering i *produktregistret* och vid ansökan om *miljömärke*, men även *retursystem* och *märkningskrav* har sådana verkningar. Parallellimport skulle kunna driva på

---

<sup>91</sup> Med parallellimport, eller sidoimport, menas att en utomstående vid sidan av de etablerade distributionskanalerna och utan samtycke av tillverkaren importerar en produkt från ett annat land, där den förts ut på marknaden av tillverkaren själv eller med dennes samtycke.

prisetjämnningen inom EU. Eftersom parallellimporten är en mycket viktig faktor för att skapa prispress på den svenska marknaden bör Sverige fortsatt prioritera arbetet med att undanröja hindren för sådan import. Att parallellimport är central för den inre marknaden kan utläsas i en lång rad rättsfall från EG-domstolen. Genom borttagande av hinder för parallellimport förhindras tillverkare att dela upp den inre marknaden efter nationsgränserna.

I sammanhanget är den begränsning av handeln, som följer av EG-domstolens avgörande i det s.k. Silhouette-målet, särskilt bekymmersam.<sup>92</sup> Parallellimport är viktig för priskonkurrensen, inte bara när det gäller produkter från medlemsstaterna utan även från länder utanför EU. Sverige verkar därför för global konsumtion av varumärkesrätter som skulle möjliggöra parallellimport från tredje land.<sup>93</sup> En sådan förändring skulle medföra att en rättighetsinnehavare inte med hjälp av varumärkesrätten kan stoppa parallellimport av varor som marknadsförts av denne eller med dennes godkännande i ett land utanför EU.

### 6.3.3 Märknings- och registreringskrav försvårar import

Marknaderna för *kemisk-tekniska hushållsprodukter och hygienartiklar* kännetecknas av höga marknadsandelar i kombination med sällsynt starka varumärken. Nästan samtliga analyserade produktmarknader som ingår i fallstudien kontrolleras av ett fåtal företag. Det finns därmed risk för att konkurrensen begränsas och att priserna hålls uppe. Andra bidragande förklaringar till att den höga prisnivån upprätthålls i Sverige är den frivilliga miljömärkningen samt Kemikalieinspektionens produktregister. De obligatoriska märkningsuppgifter, som tillverkare av kemisk-tekniska hushållsprodukter skall ange på förpackningarna enligt EG:s harmoniseringsdirektiv, innehåller inte alla uppgifter som krävs vare sig för ansökan om miljömärke eller för registreringen i

---

<sup>92</sup> Mål 355/96 [1998] ECR I-4799. Domstolen fastslog att konsumtion av varumärkesrätten är en regional angelägenhet och inte en global.

<sup>93</sup> En förutsättning för att varumärkesskyddade produkter skall kunna parallellimporteras är att de importerade exemplarens varumärkesskydd upphört att gälla, dvs. konsumerats. Konsumtion av en varumärkesrätt sker när innehavaren av varumärket eller någon annan med dennes samtycke för ut ett exemplar av varan på marknaden. Då konsumeras, dvs. upphör varumärkesinnehavarens befogenheter rörande just det exemplaret. Om varumärkesrätten upphör att gälla oavsett var i världen produkten förts ut på marknaden är det fråga om global konsumtion. Det vanligaste är dock att principen om konsumtion endast tillämpas inom ett visst geografiskt område, s.k. regional konsumtion.

Kemikalieinspektionens produktregister. För att avgöra om en produkt motsvarar kriterierna för miljömärkningen och uppfyller Kemikalieinspektionens krav vid registrering i produktregistret, krävs kunskap om det exakta receptet för produkten i fråga. Receptet framgår dock inte av den märkning som enligt harmoniseringsdirektiven måste finnas på förpackningen. Den kunskapen besitter endast tillverkaren. En parallellimportör är därför beroende av tillverkaren i flera avseenden. Det ligger dock normalt inte i tillverkarens intresse att underlätta konkurrens till det av denne redan etablerade distributionsnätet.

Avgifterna för registrering i produktregistret är också förhållandevis höga, vilket kan bidra till den höga prisnivån i Sverige.<sup>94</sup> Motsvarande register och tillhörande avgifter existerar inte i de flesta andra länder. Reglerna för registreringen i produktregistren är tvingande och det är straffbart att till Sverige föra in en kemisk-teknisk produkt utan att fullgöra registreringen.

*Kemikalieinspektionens produktregister har handelshindrande effekter*

Sverige bör verka för att motsvarande procedurer för registrering, som finns för hygienartiklar, införs även för kemisk-tekniska hushållsprodukter såsom rengöringsmedel och tvättmedel. Ett sådant förändrat system skulle innebära att det åligger den som först för ut produkten på gemenskapsmarknaden att tillhandahålla all nödvändig information. Det är angeläget att produktregistrets förhållande till artikel 28 i EG-fördraget analyseras eftersom registret har effekter för parallellimporten. En utredning med det syftet bör därför göras.

*Miljömärkningen*, som är frivillig, har nått en mycket stor utbredning inom vissa produktsegment. Den höga miljömedvetenheten i Sverige har medfört att importerade produkter på vilka det inte finns något svenskt miljömarke har en konkurrensnackdel. På den

---

<sup>94</sup> Regeringen uppdrog i september 2000 åt Konkurrensverket att genomföra en kartläggning av fiskala avgifter och redovisa resultaten härav senast den 31 januari år 2001.

svenska marknaden existerar för kemisk-tekniska hushållsprodukter två helt dominerande miljömärken, Bra Miljöval och Svanen, vilka omfattar mellan 75 och 100 procent av dessa produkter. Miljömärkning förekommer även för tvål och schampo, men inte alls i samma utsträckning. De strikta kraven för att erhålla ett miljömärke i Sverige har tvingat producenterna, som ofta är stora multinationella företag, att ta fram speciella produkter för den svenska marknaden, vilka i många fall inte säljs i övriga Europa. De produkter som säljs i andra länder inom EU uppfyller i de flesta fall inte de svenska miljömärkeskraven även om de uppfyller andra länders olika miljökrav. Sverige har varit ett föregångsland inom miljömärkning och försprånget gentemot övriga EU är därför stort. Det är således svårt för en parallellimportör att hitta ett tvättmedel eller rengöringsmedel på marknaden i ett annat EU-land, som uppfyller de svenska miljömärkningskraven.

Miljömärkningen i Sverige har medfört stora miljövinster men utgör även ett handelshinder. I framtiden är det därför viktigt att försöka finna lösningar som underlättar handeln med miljömärkta varor utan att för den skull sänka de svenska kraven. Även om detta får anses vara genomförbart endast på lång sikt är det angeläget att redan i dag ha med detta i bilden när miljömärkningssystemen utvecklas.



*Risk för konflikt mellan frivilliga miljömärken och andra mål*

Sverige har varit ett föregångsland inom miljömärkning och förspårningen gentemot övriga EU-länder är stort. De svenska kriterierna skärps också kontinuerligt i takt med att tekniken och kunskapen går framåt. På några områden har utvecklingen i Sverige under den senaste tiden emellertid också fått vissa handelshindrande eller uteslående effekter. Sveriges strävan på miljömärkningsområdet kan således få konsekvenser för konkurrensen och prisnivåerna på den svenska marknaden. Den bästa lösningen utifrån ett inre marknads-perspektiv vore att alla nationella märken ersattes av ett gemensamt märke för EU. Vid arbetet med EU-blomman, som pågått sedan 1992, har det dock visat sig vara svårt att på kort sikt nå några resultat och antalet och användningen av nationella märken har ökat i stället för att minska. En annan lösning är att verka för en samordning av de existerande nationella märkena. Detta kan ske genom att de olika nationella miljömärkningsorganisationerna gemensamt tar fram nya kriterier eller ömsesidigt erkänner varandras nu existerande kriterier. Under senare år har samordningsmetoden förordats alltmer. Ett första exempel på detta är SIS Miljömärknings förhandlingar med Japan om ömsesidigt erkännande av kriterierna för kopiatorer. Sverige bör aktivt stödja initiativ som, med bibehållande av höga miljökrav, syftar till att minska de handelshindrande effekterna av miljömärkningen.

Leverantörerna av kemisk-tekniska hushållsprodukter och hygienartiklar är i stor utsträckning multinationella företag och varumärkena är ofta desamma inom EU. Förklaringen till den höga svenska prisnivån är samverkande effekter av starka varumärken, hög företagskoncentration, produkter specifika för Sverige, frivillig miljömärkning samt Kemikalieinspektionens produktregister.

#### 6.3.4 Bristande harmonisering för byggmaterial

Svag importkonkurrens och fåtalsdominans på marknaden för byggmaterial skapar inte ett tillräckligt konkurrenstryck, vilket är en förklaring till den höga prisnivån för de undersökta byggprodukterna. Importandelarna för byggmaterial är fortfarande låga samtidigt som företagskoncentrationen är hög inom byggmaterialindustrin i Sverige. Det konkurrenstryck som en ökad import skulle

innebära försvåras av nationella särregler och frivilliga typgodkännanden på byggprodukter, vilka segmenterar marknaderna och förhindrar införandet av en inre marknad för byggmaterial. EG:s byggproduktdirektiv förutsätter att harmoniserade standarder finns, vilka anger de tekniska detaljkrav som byggprodukter skall uppfylla. Nödvändiga tekniska specifikationer saknas dock för de flesta produkter, vilket medför att direktivet inte fungerar i praktiken.

Till följd av byggproduktdirektivet betraktas byggområdet som harmoniserat och därmed tillämpas inte längre principen om ömsesidigt erkännande av likvärdiga regler på byggprodukter. Den alternativa lösning, som föreskrivs vid avsaknad av tekniska specifikationer i artikel 16 och 17 i direktivet, är inte lika långtgående som principen om ömsesidigt erkännande. I avsaknad av standarder och tekniska specifikationer medför därför byggproduktdirektivet att handelssituationen för byggprodukter är sämre än vad som hade varit fallet om direktivet inte hade existerat och området varit icke-harmoniserat.

Av regeringens proposition Konkurrenspolitik för förnyelse och mångfald framgår att regeringen i EU aktivt kommer att verka för att byggproduktdirektivet utvecklas på ett sätt som leder till att en inre marknad för byggmaterial snabbt kommer till stånd. För att uppnå detta mål föreslås inom ramen för denna utredning följande.

*Fler byggstandarder och ändrat byggproduktdirektiv påskyndar integration*

Sverige bör vara drivande i arbetet med att ta fram standarder så att byggproduktdirektivet kan fungera som avsett. I avvaktan på att standarder kommer till stånd bör alternativa lösningar sökas. En väg kan vara att införa en ändring i direktivet som medför att principen om ömsesidigt erkännande skall tillämpas för produkter för vilka det saknas standarder.

Det är också viktigt att branschintressen inte har för stort direkt inflytande över harmoniseringsprocessen och i utformningen av nationella särregler som exempelvis den i kapitel 5 nämnda byggvarudeklarationen. Detta inflytande eller representation i

arbetsgrupper medför en uppenbar risk för att särintressen kan gå före samhällsekonomiska överväganden och intressen. Samtidigt försvåras den nödvändiga harmoniseringsprocessen vilken syftar till att skapa en fungerande gemensam marknad för byggprodukter inom EU-länderna.

*Särintressenas inflytande för stort*

Särintressenas direkta inflytande över harmoniseringsprocessen för byggmaterial måste uppmärksammas och begränsas eller kontrolleras.<sup>95</sup> Det ligger i branschföreträdarnas intresse, även om de verkar för en harmonisering, att förorda de specifikationer som tillämpas i det egna landet eller av företagen själva. Förslag som motiveras med miljöhänsyn eller säkerhetsaspekter bör uppmärksammas och konsekvenserna på handel och konkurrens analyseras. Risker finns att protektionism eller andra utestängningsförsök döljs bakom förslag till skärpt miljö- och säkerhetslagstiftning.

Det är viktigt att djupare analysera orsakerna till pris- och kostnadskillnaderna på byggmaterial mellan Sverige och EU. En sådan analys bör särskilt inriktas på att identifiera skillnader i de olika nationella marknadernas funktionssätt och spelregler, vilka skulle kunna utgöra en förklaring till de relativa prisskillnaderna mellan länder och produktmarknader.

---

<sup>95</sup> Konkurrensverket underströk i rapporten *Konkurrensen i Sverige under 90-talet* vikten av att arbetet med byggproduktdirektivet organiseras så att de intressen som kan vilja motverka en harmonisering inte ges möjligheter att göra detta. Som regeringen konstaterar i propositionen *Konkurrenspolitik för förnyelse och mångfald* (prop. 1999/2000:140) har standardiseringsarbetet på detta område tagit väsentligt längre tid än på andra områden.

*En jämförande studie av byggmarknader i olika länder angelägen*

En utredning bör genomföras med inriktning på att identifiera skillnader i de olika nationella marknadernas funktionssätt och spelregler på byggmaterialområdet.

### 6.3.5 Segmenterade marknader förhindrar prisutjämning på läsk och vatten

För gruppen *icke-alkoholhaltiga drycker* (läsk och vatten) samverkar ett antal faktorer till den höga svenska prisnivån. Dessa faktorer är liten import, hög företagskoncentration och de returssystem för dryckesförpackningar som finns i Sverige. Anslutning till Returpack-PET:s system verkar vara det enda reella alternativet för en importör av PET-flaskor. Systemet omfattar ca 95 procent av alla återvinningsflaskor. Returpack-PET har ett standardavtal för importörer som önskar ingå i systemet, enligt vilket krävs märkning av samtliga flaskor med en unik etikett och EAN-kod för varje produkttyp. Kostnaden för importören beror på om denne beställer flaskorna direkt från tappningsstället eller ej. Om importörens flaskor kan märkas redan på tappningsstället blir kostnaderna inte särskilt betungande medan det motsatta gäller om importören tvingas märka om redan märkta flaskor. Panten och avgiften är dock densamma som för i Sverige producerade flaskor.

Tidigare kunde importörer klistra på en ny EAN-kod på den befintliga etiketten, men det systemet ledde enligt Returpack till omfattande problem med fusk och felaktigt märkta flaskor. Därför infördes 1998 det nya kravet på en helt unik etikett. De nya kraven har enligt Jordbruksverket medfört att den illegala importen har ökat, vilket är en indikation på att retursystemet och speciellt det nya etikettkravet upplevs som betungande av importörerna.

Kraven för PET-flaskor är i dagsläget mer omfattande än vad som gäller för aluminiumburkar. En aluminiumburk behöver inte förses med en ny EAN-kod utan det är tillräckligt att tillverkarens egen kod registreras. Återvinningssystemet för aluminiumburkar drabbar därför inte importen i lika stor omfattning som PET-systemet. Svenska bryggerier har stort inflytande över retursystemen för både PET-flaskor och aluminiumburkar. Det kan inte uteslutas att detta förhållande kan inverka negativt på importörers möjligheter att få

tillgång till den svenska marknaden. Olika nationella retursystem innebär att den europeiska marknaden är segmenterad och därmed motverkas priskonvergens.

*Reglerna för retursystemen handelshindrande*

Kraven på återvinningsgrad i retursystemen bör kompletteras med krav som värnar konkurrens och den fria varuörligheten. Kravet på ommärkning med ny etikett innebär att handels- och därmed konkurrenshindrande effekter uppstår för importerade PET-flaskor. Samma krav finns inte i systemet med aluminiumburkar. Därför bör utvecklingen följas noga så att inte förutsättningarna för import försämras till följd av det nya etikettkravet. Av EG:s förpackningsdirektiv framgår att de nationella systemen för återvinning skall vara öppna och icke-diskriminerande samt vara så utformade att handelshinder och snedvridning av konkurrensen undviks. Detta bör även framgå av de olika reglerna för de svenska retursystemen. En ändring bör därför införas, som villkorar godkännandet av retursystem med att handelshinder i största möjliga mån skall undvikas och att de skall vara öppna för kontroll. Strängare krav på konkurrensneutralitet beträffande retursystemen är av stor vikt med tanke på att svenska branschintressen har ett stort inflytande över de dominerande systemen.

## Bilaga 1

### Skattningsmetoder

Regressionsanalysen har haft som syfte att studera effekter av deltagandet i den inre marknaden på branschstrukturen i den svenska tillverkningsindustrin. Denna effekt har vi velat studera med så hög precision som möjligt, varför vi valt en skattningsmetod benämnd fixed-effect regression. Denna metod är i princip densamma som en vanlig OLS med dummyvariabler för varje bransch. Skattningsmetoden innebär att man antar att lutningskoefficienten är densamma för alla branscher, men att nivåkonstanten kan skilja sig åt mellan branscherna. Nivåkonstanterna fångar således upp variationen mellan branscherna. I och med att nivåkonstanterna tillåts variera så erhålls en högre precision (lägre varians) för lutningskoefficienterna.

Ekvationerna har, som en kontrollåtgärd, även skattats med vanlig OLS och denna skattningsmetod ger nästan identiska estimat och t-kvoter liksom förklaringsgrad. Modellerna har även skattats med WLS som innebär att branscherna viktas efter betydelse. Som vikter har använts antalet sysselsatta alternativt saluvärde för branschen. Även denna skattningsmetod ger i stort sett likvärdiga parameterskattningar och t-kvoter och innebär inga teckenbyten. Det bör dock nämnas att år 1997 har en stor påverkan på parameterskattningarna i det fall då en enda s.k. poolad regression tillämpas på hela datamaterialet.

Det är även tänkbart att använda alternativa variabeltransformationer. Om absoluta förändringar används istället för relativa förändringar erhålls andra resultat. Koefficienten för dummyvariabeln blir inte signifikant skattad om denna alternativa variabeldefinition används. Detta skulle kunna ses som en indikation på ett icke-robust resultat. Vi har dock valt att studera relativa förändringar eftersom stora branscher därigenom inte får ett lika stort genomslag.

*Chow-test* är ett test som kan användas för att avgöra om en enda poolad regression på hela datamängden är lämplig. Nollhypotesen om lika parameterskattningar förkastas om det beräknade värdet

överstiger det kritiska enligt F-fördelningen. I ett sådant fall skiljer sig parameterskattningarna (eg. lutningskoefficienterna) åt och regressionerna är därmed olika för olika delmängder av datamaterialet. I föreliggande fall genomfördes testet genom att tillämpa separata regressioner för branscher som tillhör samma underavdelning enligt standarden för svensk näringslivsindelning (SNI92). De sammanlagda residualsommorna från de nio separata regressionerna jämfördes sedan med motsvarande summa från den poolade regressionen på hela datamaterialet. Det beräknade värdet uppgår till 7,59 vilket överstiger det kritiska värdet enligt F-fördelningen (5 %-nivån, 4,495) som är 2,39. Hypotesen om lika parameterskattningar förkastades därför, dvs. regressionerna är olika.

Det är således inte lämpligt att tillämpa en poolad regression på hela datamaterialet eftersom lutningskoefficienterna för de förklarande variablerna skiljer sig åt mellan olika branscher. Nästa steg i testproceduren var att undersöka om det är tillräckligt med separata regressioner för delmängder som innehåller branscher inom två eller flera underavdelningar. Denna undersökning resulterade i att tre olika delmängder kunde identifieras.

Den första delmängden (1) innehåller fyra underavdelningar och består av branscher för livsmedel- och dryckesvaruframställning (SNI-kod 1511 - 1587), textil- och beklädnadsvarutillverkning (1751 - 1824), förlagsverksamhet och grafisk produktion (2211 - 2224) samt tillverkning av möbler och övrig tillverkning (3611 - 3663). Den andra delmängden (2) består av branscher för trävaru-, massa-, pappers- och pappersvarutillverkning (2051 - 2122), tillverkning av kemiska produkter, gummi- och plastvaror (2412 - 2524) samt mineraliska produkter (2613 - 2682). Den tredje delmängden utgörs av de två avdelningarna metallframställning och metallvarutillverkning samt tillverkning av maskiner och elektriska produkter (2742 - 3162).

Testproceduren var densamma som tidigare, dvs. residualsommen för den poolade regressionen på respektive delmängd jämfördes med den sammanlagda residualsommen för de separata regressionerna på varje underavdelning inom respektive delmängd. Beräknat och kritiskt värde för respektive delmängd framgår nedan.

Delmängd	Beräknat värde	Kritiskt F-värde (5%-nivån)
1	1,88	2,42
2	0,23	2,44
3	1,24	2,43

Testen visar således att det är lämpligt att indela materialet i ovan-nämnda tre grupper. Att lutningskoefficienterna skiljer sig åt mellan de tre delmängderna framgår också av bil. 2.



## Bilaga 2

### Skattningsresultat

#### Resultat från regressionsanalysen av olika grupper av branscher inom tillverkningsindustrin, beroende variabel antalet sysselsatta

Förklaringsvariabler	Värde (t-kvot) för olika branschgrupper (SNI92)		
	1511-1824 2211-2224 3611-3663	2051-2122 2412-2682	2742-3162
Konstant	0,037 (0,03)	0,024 (0,20)	-0,006 (0,72)
Ln(förändring i tillväxt)	0,692 (12,63)*	0,580 (5,95)*	0,467 (7,50)*
Ln(förändring i importkonkurrens)	0,036 (0,68)	-0,096 (-1,50)	0,013 (0,20)
Deltagande i den inre marknaden	0,063 (-2,77)*	-0,013 (-0,54)	0,010 (0,45)
Statistiska mått			
R <sup>2</sup>	0,52	0,40	0,31
Antal observationer, antal grupper	195, 4	133, 3	182, 2
Antal branscher	28	19	26
F-värde (sannolikhet)	68,99 (0,00)	28,36 (0,00)	26,37 (0,00)

Anm. Tecknet \* innebär att parameterskattningen är signifikant skild från noll på 1 %-nivån.

## Bilaga 3

### Förteckning över basgrupper

Basgrupper som ingår i vissa undergrupper med markant hög prisnivå enligt prisnivåindex

#### Undergrupp/basgrupp

##### **Bread and cereals**

Rice

Flour

Cereal groats, cereal meal, germ of cereals; other worked cereal grains

Fresh bread

Special bread

Rusks, biscuits, cream crackers

Pastries and cakes

Noodles, macaroni, spaghetti, fresh or dried

Stuffed and non stuffed cooked farinaceous products

Other cereal products

##### **Oils and fats**

Butter, including salted butter

Margarine, including diet margarine

Edible oils

Other animal and vegetable fats

##### **Non alcoholic beverages**

Mineral water, carbonated or still

Other soft drinks

**Other household goods**

Spades, shovels, axes, hedging-bills, scythes etc.

Electric light-bulbs, points, wire, cables and switches, batteries etc.

Repairs of glassware, tableware and household utensils

Detergents and softeners for washing linen

Detergents and similar products for washing dishes

Household soaps, scouring powders, products for unblocking drains, insecticides etc.

Paper and cardboard filters, toilet-paper, kitchen-papers, matches etc.

Brooms, brushes, feather-dusters and other articles for cleaning and maintenance

Coat-hangers, hooks, pegs, nails, nuts etc.

Laundry, dry cleaning and similar services

Chimney-sweeping, disinfection, pest-extermination etc.

Domestic services

Källa:SCB

## Referenser

SOU 1997:25 Svensk mat på EU-fat

SOU 1997:156 Ett större och bättre Europa? EU:s utvidgning:  
Samhällsekonomiska effekter

SOU 2000:44 Från byggsekt till byggsektor

Byggkostnadsdelegationen, Konkurrensen i byggsektorn, 2000

Cecchini, P., The European Challenge 1992, 1988

Europeiska kommissionen, The Economics of 1992, an Assessment  
of the Potential Economic Effects of Completing the Internal  
Market of the European Community, European Economy No 35,  
March 1988

Europeiska kommissionen, Economic Evaluation of the Internal  
Market, European Economy, Reports and Studies No 4, 1996

Finansdepartementet, Nationell rapport om ekonomiska reformer,  
1999

Handelns Utredningsinstitut, Externa köpcentrums effekter på den  
etablerade handeln, 2000

Handelns Utredningsinstitut, Handelns strukturomvandling i  
Stockholmsregionen, 2000

Hansson, P., Stordriftsfördelar, handel och produktivitet, kapitel 7 i  
Internationalisering och produktivitet, Expertrapport nr 8 till  
Produktivitetsdelegationen, 1991

Helpman, E. och Krugman, P. R., Market Structure and Foreign  
Trade, 1985

Kommerskollegium, Sveriges utrikeshandel med varor och tjänster  
samt direktinvesteringar, 1999

Kommerskollegium, Privaträttsliga krav på den inre marknaden, dnr 1003-2375-99

Kommerskollegium, Konkurrensverket och NUTEK, Byggsektorn - spelregler för ökad konkurrens, 1996

Konkurrensverket, Konkurrensen i Sverige under 90-talet – problem och förslag, Konkurrensverkets rapportserie 2000:1

Konkurrensverket, Varför är de svenska priserna så höga?, Konkurrensverkets rapportserie 2000:2

Lundberg, L., Internationell handel och industristruktur, 1995

McKinsey Global Institute, Sweden's Economic Performance, 1995

NUTEK och SCB, Svenskägda företag med verksamhet i utlandet 1997

NUTEK, EU och den inre marknaden – effekter på den svenska ekonomin, B 1998:7

NUTEK, Nyckeltal om svenskt näringsliv, R 1999:27

SCB, Konsumentpriser i Sverige jämfört med övriga medlemsstater i EU, 1999

Svenska Naturskyddsföreningen, Hushållskemikalier i förändring, En statistisk jämförelse mellan åren 1988 och 1996, 1999

Wickman, K., Eco-Labeling –Is it an Efficient Instrument to Help Consumers? The Case of Laundry Detergents in Sweden, 1999